

The aim is to study the mobilization technologies that were used in Ukraine's presidential elections at the end of 1990's – till the beginning of 2014's.

Keywords: *political mobilization, electoral technology, mobilization technology stimulating factor of the activity of electoral manipulation.*

* * *

УДК 32.327.019

Щурко О. М.,
кандидат політичних наук, доцент, професор
кафедри гуманітарних наук, Національна Академія
сухопутних військ ім. гетьмана Петра Сагайдачного
(Україна, Львів), bosja-ret@i.ua

АРХЕТИП, СТЕРЕОТИП І МІФ В МІЖНАРОДНОМУ ОБРАЗІ ДЕРЖАВИ

Метою статті є розглянути особливості архетипу, стереотипу, політичного міфу а також їх роль та значення в процесах конструювання міжнародного образу держави у сучасному світі. Творення і трансформація символічної (образної) реальності, реалізація державних іміджевих стратегій є визначальним елементом ефективного зовнішньої та внутрішньої політики.

Ключові слова: архетип, міф, стереотип, образ держави.

Сучасні війни змістилися з сфери реальних бойових дій та воєнного збройного протистояння у сферу інформаційного простору. Володіння ефективними інформаційними стратегіями для впливу на когнітивні патерни людської свідомості визначають могутність сучасних держав більшою мірою, аніж наявність ресурсного потенціалу чи фінансового капіталу. Між собою комунікують та взаємодіють не реальні суб'єкти (індивіди, соціальні групи чи держави), а їх віртуальні прототипи, тобто штучно сконструйовані іміджі та образи, інформаційні сурогати, що здатні підмінити та спотворювати реальність. Одними з найпотужніших та дієвих інструментів для здійснення і реалізації внутрішньої та зовнішньої політики сьогодні є образ держави, його «attractiveness».

К. Боулдінг розглядав образ як поведінковий стереотип, що впливає на дії особи, групи осіб або нації. «Наша поведінка визначається тим, як ми уявляємо собі світ, а не тим, яким він є насправді», стверджував він. Образ загалом К. Боулдінг пов'язує не зі знанням, а з вірою, акцентуючи увагу на його афективних елементах: «знання засновується на істині; образ – на вірі» [17, с. 21]. Національні образи він інтерпретує як уявлення, що складається про націю в громадській думці іншої нації, або ж як уявлення нації про себе. Міжнародна політика держави значною мірою залежить від існуючого національного образу. У книзі «National Images and International Systems» («Національні образи і міжнародні системи») К. Боулдінг вказує, що національні образи створюють історики, описуючи історію, яка є вигідною для нації. Тому образи завжди ґрунтуються не на фактах, а на думках та ілюзіях, які люди створюють про самих себе, на основі міфологічних уявлень про минуле і майбутнє. Д. Бурстін в книзі «Образ, або що сталося з американською мрією», схоже інтерпретує поняття «образ», визначаючи його як ілюзорну форму свідомості, що ґрунтується на спрощеному, неадекватному відображенні реальності. Д. Бурстін стверджує, що «світ створений не людьми, а образами» [Цит. за: 5, с. 312].

Крім того активно досліджуються елементи сучасного образу держави, який не лише є інструментом реалізації зовнішньої та внутрішньої політики, повноцінним інформаційним продуктом, а й виступає частиною політичних ритуалів, що є дієвими в добу «карнавалізації» (Гі Дебор) та символізації усього життя сучасного світу. Зокрема такою складовою виступає сучасний політичний міф. Міфи досліджували П. Гуревич, А. Кольєв, В. Полосін, А. Цуладзе, Г. Почепцов, Ю. Романенко, А. Тихолазта ін. Головна увага у більшості праць і українських, і зарубіжних дослідників приділена розгляду концептуальних підходів до дослідження проблеми міфу, з'ясуванню його характеристик та особливостей функціонування в політичному житті суспільства, дослідженню національної міфології. Дослідниками політичного міфу та ритуалу є Е. Кассіер, В. Бурлачук, В. Урнер, М. Ямпольський, А. Щербінін, М. Глюкман, Ж. Лінхардт, Л. Тайван, П. Ферг, М. Ендельман, Ю. Шрейдер, які роблять висновки щодо взаємозв'язку політичного міфу, політичного ритуалу, політичної метафори та політичних символів взагалі, який виражений як структурно, так і функціонально. На нашу думку, ознаки суб'єкта (держави), що незмінні, стабільні, сформовані історично, значною мірою ґрунтуються на стереотипах, архетипах чи міфах, визначаються поняттям «образ держави».

Суб'єктивність сприйняття оточуючого світу, інформативності та образів обумовлена бар'єрів, які опосередковують та ускладнюють процес пізнання, спотворюючи реальність. Найчастіше підсвідоме на основі набутого минулими поколіннями історичного досвіду спонукає до асоціативних кліше, які заважають пізнавати й осмислювати реальні образи, неупереджено ставитись до них, а через зіставлення чи протиставлення робити висновки, що не відповідають реальності. Наступним бар'єром сприйняття є набутий життєвий досвід особистості, її переконання, цінності, які опосередковують формування конкретного ставлення особистості до предмета пізнання, «його образу», на основі якого вибудовується діяльна позиція. Г. Почепцов наголошує на існуванні низки упереджень, які використовують ЗМІ для маніпулювання суспільною свідомістю, творення і підтримання страху а також соціального управління [11]. Бар'єрами в процесі сприйняття образів є також усталені конструкти свідомості – архетипи, міфи, стереотипи, установки.

Архетип значною мірою – це гіпотетичне явище, що поєднує інстинкт та уявлення й створює свою систему світобачення та світосприйняття. Відповідно до архетипів, які існують у підсвідомості, суб'єкт вибудовує за допомогою уяви та сталих викристалізованих елементів свою власну картину світу, образи оточення. У такому сенсі архетипи – неусвідомлювані елементи образу, вони не лише допомагають структурувати та маркувати явища й предмети, що оточують особистість, але й виступають бар'єрами у сприйнятті невідомого, «іншого». Зазвичай архетипи створюються на підставі пережитого досвіду, суб'єкт опирається на них несвідомо, але не піддає сумніву їхньої істинності та правдивості. К. Юнг називає архетипи основними рисами образу світу, що виокремились в процесі нагромадження однорідного

досвіду [16]. Людська психіка сприймає не самі архетипи, а лише архетипні образи. Архетипи – це своєрідні когнітивні зразки, на які орієнтується поведінка суб'єкта і які зберігають в інтегрованій формі родовий досвід поколінь. В контексті ведення сучасних інформаційних воєн, архетипи активно використовуються у деструктивних впливах на міжнародний образ держави ззовні, тобто через екзогенні чинники.

У ХХІ ст., зазначає А. Ніконова, простежується тенденція до спрощення процесу пізнання, масова свідомість відмовляється від здобуття знань через «традицію, хоча в основі цієї свідомості і лежить архетип, а намагається одержувати інформацію найчастіше лише на рівні стереотипів» [7, с. 127]. Соціальні стереотипи науковці визначають як стереотипи мислення та поведінки особистості, етнокультурні стереотипи – як узагальнене уявлення про характерні риси, що властиві усьому народові та поширюються на кожного члена спільноти. Політичний стереотип – окремий різновид соціального стереотипу, що спрощено та схематизовано трактує образ політичного об'єкта і впливає на політичну практику. Вперше поняття «стереотип» використав У. Липпман ще 1922 року. Він вважав, що це впорядковані, схематично детерміновані культурою «картинки світу» в голові людини, що економлять її зусилля при сприйнятті складних об'єктів оточуючого світу [4]. При такому розумінні стереотипу виділяють дві його важливі риси – детермінованість культурою і можливість бути засобом економії зусиль і мовних засобів. Хоча найчастіше стереотипи мають негативне забарвлення, стереотипні уявлення про інший народ, іншу культуру здатні підготувати свідомість особистості до зіткнення з чужою культурою, вони послаблюють емоційний шок при сприйнятті невідомого: «дають змогу людині скласти уявлення про світ загалом, вийти за рамки свого вузького соціального, географічного й політичного світу» [14, с. 35]. Стереотипи мають багато спільного з традиціями, міфами, ритуалами, але відрізняються від них тим, що традиції і звичаї «характеризують їхню значущість, що об'єктивувалася, відкритість для «Інших», а стереотипи залишаються на рівні прихованих умонастроїв, які існують в середовищі «Своїх» [6].

Суспільства здатні конструювати минуле на основі вибірковості історичної пам'яті або для задоволення потреб та інтересів, які виникають під впливом конкретної соціально-політичної дійсності, або для обґрунтування образу майбутнього, інтерпретуючи відповідно історичне минуле. Щоб пояснити минуле (історичні події, факти, діяльність видатних постатей в історії народу), створюють сучасні міфи, які покликані згуртувати націю, сформувати базу для формування національної ідентичності, «створити» ознаки (образ) народу, які б дали змогу ідентифікувати його серед «Інших». Це передовсім історичні міфи про «месіанське, особливе призначення нації», міфи про «народних героїв», «про прадавність культури», «про Дух народу» тощо. Такі міфи володіють умовною статичністю, їх створюють для розв'язання якоїсь ситуації, що потребує «втручання народу», після вирішення проблеми, міф підмінюють наступним, або на основі «старого» (попереднього міфу) через накладання додаткових ознак створюється новий, який більш пристосований до

реальності та потрібний, щоб виконати інше завдання. В історії кожного народу є події, з якими він схильний отожднювати себе і свою долю, що пов'язані з формуванням державності, з війнами чи катастрофами, які довелося пережити народові, тобто з критичними, знаковими подіями. Міфологізація минулого дає змогу народові «побачити» своє місце у світі, пояснити особливості культури та ментальності, створити ідентифікаційний фрейм свідомості та усвідомити особливості власного «образу», своє «Я», яке не лише відмінене від «Іншого», але й допомагає розрізняти подібних «Своїх» та «Чужих».

У зв'язку з інтенсифікацією інформаційних процесів у суспільно-політичному житті держави, масова свідомість потребує спрощення складної картини світу, особливо її політичної складової. Тенденція до спрощення політичних процесів (та їх сприйняття) через міфологізацію, використання схем, що ґрунтуються на архетипних конструкціях колективного несвідомого, особливо простежується на сучасному етапі цивілізаційного розвитку. На відміну від архаїчного міфу, мета якого пояснити світ та побудова цілісної картини буття людей, сучасний міф покликаний обґрунтувати життя соціуму, інтерпретувати процеси, які в ньому відбуваються. На думку Ю. Романенко, «міф – це ім'я об'єкту, що викликає в свідомості конкретний образ» [13].

А. Поголяєва визначає стереотип як «фрагмент концептуальної картини світу, ментальну «картинку», стійке культурно-національне, культурно детерміноване уявлення про предмет, явище або ситуацію» [9]. І. Кісельов вважає, що це «спрощене, схематизоване, часто спотворене характерне для сфери повсякденної свідомості уявлення про будь-який соціальний об'єкт, коли індивід, щоб прийняти рішення, не потребує значної кількості інформації про об'єкт» [3, с. 6]. І. Панарін називає стереотипи «основою для образів, завдяки якому вони набувають стабільних ознак – узагальнення, спрощеності та ригідності» [8]. «Стереотип однозначний, поділяє світ на дві категорії – на «знайоме» і «незнайоме», містить оцінковий елемент, який відображується у вигляді емоційно забарвленої установки», – наголошує У. Липпман [4]. У соціальній психології У. Томас та Ф. Знанецький розробили поняття соціальної установки – аттітуда – для позначення суб'єктивних орієнтацій індивідів, які нав'язували індивідам певні соціально прийнятні способи поведінки [15]. Отже, існування установок у свідомості індивіда спонукає його до створення окремого образу світу, заснованого на їх основі, та є мотивом для конкретної діяльності. Архетипи, стереотипи, установки – усталені структури сприйняття образів.

У процесі взаємодії міфологічної свідомості з іншими видами людської свідомості виникають політичні, економічні, історичні, соціальні міфи, які впливають на сприйняття реалій життя. Тому в політиці міфи активно використовують як інструмент політичного впливу та ефективний засіб для маніпулювання громадською думкою, адже політичний міф виступає як засіб освоєння людиною явищ політичного життя. Для суб'єкта політичного управління він є одним із чинників легітимізації державного порядку, режиму влади та лідерів. Основні складові

політичного міфу – політичний час і простір, політичні персонажі, символи влади, архетипи, сюжет. Він задає основні символічні коди, часові та просторові системи координат для політичної влади та її функцій, передовсім ідеологічної.

Особливість політичного міфу як «форми синтезу міфологічної і політичної свідомості, емоційно-забарвленої чуттєвої уяви про політичну дійсність, яка значною мірою заміщає і витісняє реальну уяву про неї» [2, с. 57–58], – здатність зберігати у колективній пам'яті народу соціальний досвід поколінь та імперативи духовно-морального виміру політичних процесів. Основні характеристики політичного міфу – вербальне оформлення, загальність, гетерогенність, парадигмальність щодо всіх форм поведінки та діяльності, іманентна прагматичність, консервативність, одночасна синкретичність та біполярність, просторово-часовий динамізм, персоніфікований та маніпулятивний характер, опора на архетип, підтримка вірою, ритуалами та символами – перетворюють його на важливе джерело уяви, а отже й чинник, що опосередковує сприйняття образу.

Тому, архетипи, стереотипи та міфи – «ключі», які дають змогу особі одночасно спрощувати сприйняття образів об'єктів, та бар'єри, які «звужують рамки» сприйняття, дозволяють бачити світ, опираючись на усталені конструкції, формуючи «запрограмоване ставлення», що ґрунтується на досвіді попередніх поколінь, мотивують до певного типу діяльності чи бездіяльності.

На нашу думку, образи держав характеризуються і відносною усталеністю (тривалістю), і змінністю та містять відповідно групи елементів («пласти»), корені яких – в менталітеті, національній свідомості, і, відповідно, – стереотипах, міфах, традиціях, історичній пам'яті, що забезпечують сталу ідентифікаційну основу образу; і елементи, які під впливом історичних, міжнародних подій, діяльності політиків, громадянського суспільства, чи навіть випадкових подій модифікуються, що створює основу для трансформації образу чи його окремих аспектів. Відповідно перша група пов'язана з колективним увявленням, з колективним несвідомим, друга – з раціональною діяльністю окремих груп суспільства, політичної еліти, політичних інституцій.

Варто зауважити, що ЗМІ активно маніпулюють суспільною свідомістю, використовуючи сугестивний вплив політичних міфів та стереотипів, (передовсім через мережу Інтернет та соціальні мережі), 54% населення України одержує інформацію про важливі суспільно-політичні події саме через ЗМІ [12].

Символічна реальність зумовлює певну поведінку, «адаптує світ до бажань особистості та дає змогу їй конструювати власну реальність та визначати своє місце у ній та в процесі глобальної комунікації» [10]. Ці уявні світи набувають національного характеру, залежать від особливостей менталітету та структуруються за допомогою знакових фігур (образ політичного лідера), інформаційних міфів (образ ситуації та оточення) та іміджів.

Отже функціональні аспекти образу держави виявляються через: а) відображення у свідомості людей; б) відчуття, сприйняття, увявлення на чуттєво-емоційному рівні; в) пізнання об'єкта через розуміння,

судження, інтерпретацію на раціонально-мисленнєвому рівні; г) втілення образу через дії, діяльність, мову, символи, чи іншу знакову систему. Одночасно можна стверджувати і про взаємообумовленість та реципрокність окремих іміджів особи, політичних міфів та образу держави загалом, тому «Образна національна стратегія – не розкіш, а засіб «просування» і розвитку держави» [1, с. 286]. У такому сенсі формування бажаного, планованого й одночасного адекватного реальному об'єктові та дійсності образу держави може забезпечити взаємозалежна на синхронна дія таких груп інструментів впливу: а) інформаційно-комунікаційних; б) діяльнісно-подієвих; в) символічних з реалізації національної стратегії розробки, підтримки та просування образу держави, яка може бути частиною національної стратегії, внутрішньополітичних чи зовнішньополітичних стратегій окремих держав чи політичних союзів.

Список використаних джерел

1. Замятин Д., Замятина Н. Образная национальная стратегия / Д. Замятин, Н. Замятина // Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительский альманах. – М.: Институт наследия, 2006. – Вып.3. – С.281–287.
2. Зубрицька Л. Й. Сутність, особливості та функції політичного міфу / Л. Й. Зубрицька // Політологічний вісник: зб. наук. праць. – К.: Знання України, 2002. – №11. – С.56–65.
3. Киселёв И. Ю. Образ государства в международных отношениях и социальное познание / И. Ю. Киселёв // Вопросы философии. – 2003. – №5. – С.3–13.
4. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчуновой; ред. перевода К. А. Левинсон, К. В. Петренко. – М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
5. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн; пер. с англ. В. Николаева; закл. ст. М. Вавилова. – М.: Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
6. Маслова В. А. Лингвокультурология: учеб.пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М.: Академия, 2001. – 208 с.
7. Никонова А. А. От архетипа к стереотипу Российская массовая культура конца XX века: материалы круглого стола / А. А. Никонова. – СПб., 2001.
8. Панарин И. Н. Дипломатия и имидж России [Электронный ресурс] / И. Н. Панарин. – Режим доступа: <http://viperson.ru/wind.php?ID=450819&soch=1>
9. Поволяева А. Н. Язык – составная часть культуры [Электронный ресурс] / А. Н. Поволяева. – Режим доступа: www.nbuv.gov.ua/Articles/KultNar/KNP38/knp38_56-58.pdf
10. Почепцов Г. Г. Коммуникативные аспекты семантики / Г. Г. Почепцов. – К.: Вища школа, 1987. – 131 с.
11. Почепцов Г. Г. Пропагандистское воздействие: на чужие мозги и на свой мозг [Электронный ресурс] / Г. Г. Почепцов. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/propaganda55.htm>
12. Результаты социологического исследования «Суспільно-політичні настрої населення: жовтень 2016» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/obschestvenno-oliticheskie_nastroeniya_naseleniya_0ktyabr_2016.html
13. Романенко Ю. М. Мифология конфликта, или Конфронтация образов [Электронный ресурс] / Ю. М. Романенко // Конфликтология. – 2004. – №2. – Режим доступа: http://ontoimago.spb.ru/article_024.html
14. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация: учеб.пособие. – М.: Слово / Slovo, 2000. – 624 с.
15. Томас У. «Польский крестьянин в Европе и Америке» (Т.1–5, 1918–1920 за кн. Американская социологическая мысль: тексты) / У. Томас, Ф. Знанецкий; под ред. В. И. Добренкова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. – 496 с.
16. Юнг К. Г. Архетип и символ / К. Г. Юнг. – М.: Renaissance, 1991. – 304 с.
17. Boulding, K. E. The Image: Knowledge in Life and Society / Boulding, Kenneth E. – Michigan: Ann Arbor Paperbacks, 1956.

References

1. Zamyatin D., Zamyatina N. Obraznaya natsional'naya strategiya / D. Zamyatin, N. Zamyatina // Gumanitarnaya geografiya. Nauchnyy i kul'turno-prosvetitel'skiy al'manakh. – M.: Institut naslediya, 2006. – Vyp.3. – S.281–287.
2. Zubrits'ka L. Y. Sutnist', osoblivosti ta funktsii' politichnogo mifu / L. Y. Zubrits'ka // Politologichnyi visnik: zb. nauk. prats'. – K.: Znannya Ukraїni, 2002. – №11. – S.56–65.
3. Kiselev I. Yu. Obraz gosudarstva v mezhdunarodnykh otnosheniyakh i sotsial'noe poznanie / I. Yu. Kiselev // Voprosy filosofii. – 2003. – №5. – S.3–13.
4. Lippman U. Obshchestvennoe mnenie / per. s angl. T. V. Bar-chunovoy; red. perevoda K. A. Levinson, K. V. Petrenko. – M.: Institut fonda «Obshchestvennoe mnenie», 2004. – 384 s.
5. Maklyuen G. M. Ponimanie Media: Vneshnie rasshireniya cheloveka / G. M. Maklyuen; per. s angl. V. Nikolaeva; zakl. st. M. Vavilova. – M.: Zhukovskiy: «KANON–press–Ts», «Kuchkovo pole», 2003. – 464 s.
6. Maslova V. A. Lingvokul'turologiya: ucheb. posobie dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy / V. A. Maslova. – M.: Akademiya, 2001. – 208 s.
7. Nikonova A. A. Ot arkheta k stereotipu Rossiyskaya massovaya kul'tura kontsa XX veka: materialy kruglogo stola / A. A. Nikonova. – SPb., 2001.
8. Panarin I. N. Diplomatya i imidzh Rossii [Elektronnyy resurs] / I. N. Panarin. – Rezhym dostupu: <http://viperson.ru/wind.php?ID=450819&soch=1>
9. Povolayaeva A. N. Yazyk – sostavnaya chast' kul'tury [Elektronnyy resurs] / A. N. Povolayaeva. – Rezhym dostupu: www.nbu.gov.ua/Articles/KultNar/KNP38/KNP38_56–58.pdf
10. Pocheptsov G. G. Kommunikativnye aspekty semantiki / G. G. Pocheptsov. – K.: Vishcha shkola, 1987. – 131 s.
11. Pocheptsov G. G. Propagandistskoe vozdeystvie: na chuzhie mozgi i na svoy mozg [Elektronnyy resurs] / G. G. Pocheptsov – Rezhym dostupu: <http://psyfactor.org/lib/propaganda55.htm>
12. Rezul'taty sotsiologichnogo doslidzhennya «Suspil'no-politichni nastroi' naseleennya: zhovten' 2016». [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/obschestvenno-olitcheskije_nastroeniya_naseleeniya_0ktyabr_2016.html
13. Romanenko Yu. M. Mifologiya konflikta, ili Konfrontatsiya obrazov [Elektronnyy resurs] / Yu. M. Romanenko // Konfliktologiya. – 2004. – №2. – Rezhym dostupu: http://ontoimago.spb.ru/article_024.html
14. Ter–Minasova S. G. Yazyk i mezhkul'turnaya kommunikatsiya: ucheb. posobie. – M.: Slovo / Slovo, 2000. – 624 s.
15. Tomas U. «Pol'skiy krest'yanin v Evrope i Amerike» (T.1–5, 1918–1920 za kn. Amerikanskaya sotsiologicheskaya misl': teksty) / U. Tomas, F. Znanetskiy; pod red. V. I. Dobrenkova. – M.: Izd-vo MGU, 1994. – 496 s.
16. Yung K. G. Arkhetip i simvol / K. G. Yung. – M.: Renaissance, 1991. – 304 s.
17. Voulding, K. E. The Image: Knowledge in Life and Society / Voulding, Kenneth E. – Michigan: Ann Arbor Paperbacks, 1956.

Shchurko O. M., candidate of political sciences, docent, Professor of Humanities, National Army Academy named Hetman P. Sahaydachnoho (Ukraine, L'viv), bosja-ret@i.ua

The archetype, stereotype and myth in the international image of the state

The aim of the paper is to consider the particular archetype, stereotype, political myth and their role and importance in the process of constructing the international image of the state in the modern world. Creation and transformation of symbolic (figurative) reality, the implementation of state fashion strategies are a key element of effective foreign and domestic policy.

Keywords: archetype, myth, stereotype image of the state.

* * *

УДК 316.776.23:355.01

Бадер А. В.,
кандидат історичних наук, доцент кафедри
політології та правознавства, ДЗ «Луганський
національний університет імені Тараса Шевченка»
(Україна, Старобільськ), bader@meta.ua

ІНФОРМАЦІЙНА СКЛАДОВА ЗБРОЙНОГО НАСИЛЛЯ (ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ)¹

Встановлено, що інформаційна складова супроводжувала збройне насилля практично весь період його існування. З'ясовано, що провідним компонентом підготовки та реалізації збройного насилля інформаційна складова стає у ХХ ст. Проаналізовано історію введення у науковий обіг поняття «інформаційна війна». Виявлено, що у науковій літературі розповсюдженими є три основні підходи до розуміння сутності інформаційної війни. Розкрито зміст цих підходів. Встановлено значення, що вкладається у поняття «інформаційна війна» в країнах, яким належить першість в інформаційному протистоянні – США та Китаї. Зазначено, що в інформаційному протистоянні зусилля цих держав спрямовані на руйнування у супротивника процесу прийняття рішення. З'ясовано, що у зв'язку з суттєвим вдосконаленням засобів та форм ведення «інформаційних війн» на початку ХХІ ст. відбувається перехід від «інформаційної боротьби першого покоління», до «інформаційної боротьби третього покоління».

Ключові слова: збройне насилля, інформаційна війна, інформаційна боротьба третього покоління.

Наприкінці ХХ – на початку ХХІ ст. збройне насилля суттєво змінюється як в технічному так і в ідеологічному плані. Інформаційний вплив на масову аудиторію стає неодмінним компонентом збройних протистоянь. Суттєвий прогрес у засобах комунікації, розповсюдження доступу до мережі Інтернет, поява та шалена популярність соціальних мереж, забезпечили можливість проведення потужних психологічних операцій та широкомасштабних інформаційних війн. Держави, що мають відповідні засоби та напрацювали технологію ведення інформаційної війни отримали можливість маніпуляції громадською думкою та навіть впливу на формування ментальних уявлень у населення.

В ХХІ ст. зафіксовано цілу низку випадків використання інформаційних технологій провідними державами, задля вирішення власних геополітичних проблем. Результатом такого роду агресії стало налаштування громадян проти власного уряду, зміна політичного керівництва та навіть розв'язання внутрішніх збройних конфліктів у державах–опонентах. Проти України також була розв'язана повномасштабна інформаційна війна, і наша держава виявилась не спроможною ефективно протистояти цій агресії. Відповідно для вироблення дієвого механізму захисту нашої політичної системи актуальним та необхідним є проведення глибокого аналізу світових та вітчизняних теоретичних напрацювань у цій сфері.

Особливої актуальності проблематика представлена статті набуває в другій половині ХХ ст., коли технічні засоби впливу на масову аудиторію стають широко розповсюдженими. З цього періоду проблемам державної інформаційної політики та інформаційної безпеки починають приділяти увагу відомі західні вчені У. Боудіш, Н. Вінер, П. Кеннеді, Л. Кокс, М. Лібікі, С. Мец, Дж. Стейн, Т. Томас, Е. Тоффлер, С. Хантінгтон та багато інших. Достатньо великий об'єм матеріалу з проблем захисту національних інформаційних ресурсів, маніпулятивних технологій та інформаційних

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених при грантовій підтримці Державного фонду фундаментальних досліджень за конкурсним проектом Ф – 71.