

Ukraine "On the decision of the Council of National Security and Defense of Ukraine dated December 29, 2016" On the Doctrine of Information Security of Ukraine "" dated February 25, 2017, No. 47/2017]. (n.d.). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/47/2017>. [in Ukrainian].

8. Skakun O.F. (2001). *Teoriia derzhavy i prava [Theory of state and law]*. Kh. : Konsum [in Ukrainian].

9. Halunko V. V. (2008). *Teoriia derzhavy i prava: kurs lektsii [Theory of state and law: a course of lectures]*. Kherson : Vyd-vo VAT KhMD [in Ukrainian].

10. Honcharuk S. T. (2000). *Administrativne pravo Ukrainy. Zahalna ta Osoblyva chastyny [Administrative Law of Ukraine. General and Special Parts]*. K.: NAVS [in Ukrainian].

11. Valkova Ye. V. (2012). Zmist ta struktura mekhanizmu administratyvno-pravovoho rehuliuвання u sferi okhorony prava intelektualnoi vlasnosti [Content and structure of the mechanism of administrative and legal regulation in the field of intellectual property rights protection]. *Forum prava – Forum of Law*, 3, 84-88 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.09.2018

УДК 351.746:007

**Сікорський Олександр Петрович**,  
кандидат юридичних наук,  
доцент кафедри адміністративного та  
конституційного права  
факультету морського права,  
НУК ім. адмірала Макарова  
[alex.nic@gmail.com](mailto:alex.nic@gmail.com)

**Якобчук Микола Юрійович**  
студент магістратури  
НУК ім. адмірала Макарова  
[alex.nic.gm@gmail.com](mailto:alex.nic.gm@gmail.com)

## ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ВІЙНИ: ФОРМИ ТА МЕТОДИ

Стаття присвячена дослідженню сучасного стану розвитку форм та методів ведення інформаційно-психологічних війн, застосування гібридних засобів протистояння, а також аналізується місце України у сучасних інформаційно-психологічних війнах.

Наслідки інформаційно-психологічних війн, які відчуває міжнародна спільнота, у тому числі й Україна, на сьогодні зумовлюють потребу у постійному поглибленому вивченні як теоретичних, так і практичних знань у цій сфері.

Детальний аналіз питань форм та методів проведення інформаційно-психологічних війн має під собою і практичну складову – напрацювання ефективних засобів протидії інформаційно-психологічним загрозам.

*Ключові слова: інформаційно-психологічні війни, форми та методи інформаційно-психологічних війн.*

### Sikorsky O., Yakobchuk M. INFORMATIONAL AND PSYCHOLOGICAL WAR: FORMS AND METHODS

The article is devoted to the research of the current state of the development of forms and methods of conducting information-psychological wars, the use of hybrid means of confrontation, and also analyzes the place of Ukraine in modern information-psychological wars.

The consequences of the information-psychological wars felt by the international community, including Ukraine, today predetermine the need for continuous in-depth study of both theoretical and practical knowledge in this field.

A detailed analysis of the issues of the forms and methods of conducting information-psychological wars has a practical component - the development of effective means of counteracting information and psychological threats.

*Key words: information-psychological wars, forms and methods of information-psychological wars.*

**Постановка проблеми.** Формування інформаційного суспільства, зумовлює системні зміни фактично в усіх сферах. Питання інформаційного обміну, взаємини у сфері інформації мають різні сторони. Нажаль, людство у XXI столітті зіткнулося ще з однією проблемою, яку прийнято називати інформаційно-психологічні війни. Предмет цієї проблематики надзвичайно широкий і наразі потребує ґрунтовних досліджень. Одним із аспектів

означеної проблематики є форми та методи таких війн.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є аналіз проблеми інформаційно-психологічних війн у світі з точки зору їх сутності, основних форм та методів тощо.

**Виклад основного матеріалу.** Під формами ведення інформаційно-психологічних війн розуміють способи реалізації психологічного впливу, що визначають внутрішній зміст і зовнішні атрибути психологічної війни. Основними формами психологічної війни є усне (звукове) мовлення, вплив друкованими і образотворчими засобами, вплив радіо-і телевізійним мовленням [1, с. 146].

При виборі форм інформаційно-психологічної війни враховують їхні специфічні особливості. Так, усне мовлення є досить продуктивним, але не завжди можливим. Радіо й телебачення забезпечують охоплення великої аудиторії, але потребують спеціальної апаратури для приймання та умов прослуховування (перегляду), що у воєнний час є не завжди можливим. Друковані матеріали програють в оперативності, неадекватно сприймаються малограмотними людьми і потребують спеціальних засобів доставки до об'єкта. Проте їх можна вивчати неодноразово, передавати з рук у руки, зберігати тривалий час. Найчастіше різноманітні форми психологічної війни застосовують комплексно, щоб сильні сторони одних компенсували слабкі сторони інших.

Ряд вчених визначаючи форми інформаційних війн, розподіляють їх в залежності від характеру протистояння їх учасників.

Зокрема, учасників інформаційних воєн можна розглядати в двох аспектах: широкому та вузькому [2]. Так, у вузькому розумінні – це інформаційні системи, тобто системи, що здатні здійснювати отримання вхідних даних, обробку цих даних або зміну свого внутрішнього стану (внутрішніх зв'язків і ставлень) і видачу результату або зміну свого зовнішнього стану (зовнішніх зв'язків і відношень). У широкому – це індивід; група індивідів; суспільна система; держава; група держав; технічна система.

Отже, виходячи з вищезазначеного, форми інформаційних воєн залежать від характеру протистояння їх учасників. Це можуть бути [2]:

1. конфлікт між державами або групами держав у дусі холодної війни;
2. конфлікт між державою та недержавними організаціями (наприклад, війна з тероризмом);
3. боротьба всередині держави між окремими політичними одиницями під час виборчих кампаній і виборів у державні органи влади;
4. війна держави проти власного населення з метою його перепрограмування;
5. війна проти політики конкретних держав у сфері захисту прав людини, свободи слова та віросповідання тощо.

У свою чергу, одним із головних методів ведення інформаційно-психологічної війни є пропаганда, тобто поширення різних політичних, філософських, наукових, художніх, інших мистецьких ідей з метою упровадження їх у громадську думку та активізації і тим самим використання цих ідей у масовій практичній діяльності населення. Водночас, до пропаганди належать повідомлення, які поширюються для справляння вигідного впливу на громадську думку, провокування запрограмованих емоцій та зміни ставлення до певної ситуації або поведіння певної групи людей, безпосередньо чи опосередковано вигідного організаторам [3].

Пропаганда (лат. *propaganda* дослівно – «яка підлягає поширенню (віра)», від лат. *propago* – «поширюю») – «форма комунікації, спрямована на поширення «фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції. Пропаганда зазвичай повторюється та розповсюджується через різні засоби масової інформації, щоб сформувати обраний результат суспільної думки [4].

На думку вченої Н. І. Зражевської, пропаганда – це систематична діяльність, що передбачає формування потрібного сприйняття аудиторією наданого їй повідомлення, маніпулювання процесом роздумів аудиторії, спрямовування поведінки аудиторії в напрямку, вигідному пропагандисту. Пропаганду поділяють на «чорну», «сіру» та «білу» [5].

«Чорна» пропаганда – це сфабрикована неправдива інформація (або просто відверта брехня), поширення якої має на меті спровокувати політичний, соціальний, міжетнічний або міждержавний конфлікт. Пропаганда війни, тобто підбурювання до застосування збройної сили проти іншої держави або етнічної групи, розпалювання шовіністичних настроїв на підтримку агресії – один з напрямків такої діяльності [5].

Досить згадати прийоми головного нацистського пропагандиста доктора Й. Геббельса, його людиноненависницькі виступи і такого самого характеру друковану, радіо- та кінопродукцію, що допомогла одурманити мільйони німців.

«Сіра» пропаганда – це повідомлення, джерело й достовірність якого викликають сумніви. Простіше кажучи, у цьому разі маємо справу з напівправдою або ж з її упередженим тлумаченням [5].

Нарешті, існує «біла» пропаганда, коли джерело інформації повністю ідентифіковане, а інформація є точною й акуратною. Той, хто повідомляє цю інформацію, усіяко намагається виглядати «своїм хлопцем», однак він не обнародує інформацію, яка йому не вигідна [5].

Пропаганда використовує ті самі методи (техніки), як і реклама та відносини з громадськістю, кожен з яких можна вважати пропагандою, яка просуває комерційний продукт або впливає на сприйняття організацій, осіб чи

брендів. У післявоєнному використанні слово «пропаганда» типовіше стосується політичного чи націоналістичного використання цих методів або просування сукупності ідей, оскільки термін набув негативного забарвлення. Феномен відкинення спостерігався у політиці через заміни «політичного маркетингу» та інших позначень на «політичну пропаганду» [4].

Унікаючи повторення відомих тлумачень пропаганди, звернемося до більш цікавих і унікальних. Так, звертає на себе увагу трактування французького соціолога Жака Еллюля, який запропонував розрізняти вертикальну та горизонтальну види пропаганди. Вертикальна, в його уявленні – це класичний варіант пропаганди, як ми всі собі її уявляємо, інформаційний потік згори до низу з пасивним реагуванням аудиторії [6].

Горизонтальну пропаганду Ж. Еллюль називає новим винаходом. Вона зветься горизонтальною, бо реалізується в певній соціальній групі, а не йде згори. У цій ситуації всі учасники є рівними, серед них немає лідера, а тому інформація сприймається з максимальною довірою. Ж. Еллюль розрізняє два різновиди горизонтальної пропаганди: китайська та американська, спричинені особливостями групової динаміки. В китайському варіанті від членів групи не вимагається висловлювання власної думки. Американський же варіант групової динаміки передбачає активність та виявлення індивідами власної позиції [7].

Якщо вертикальна пропаганда вимагає великого апарату масових комунікацій, то горизонтальна – великої самоорганізації людей. До речі, пропаганду він трактує як ірраціональну форму існування певних думок, на відміну від інформації, яку він називає раціональною. Цікаво, що його погляди на горизонтальну пропаганду багато в чому накладаються на актуальний сьогодні феномен соціальних мереж.

Ж. Еллюль, крім того, розрізняє політичну та соціологічну пропаганду: політична – це техніки впливу на суспільство з боку держави, партій, інших владних інститутів, а соціологічна – це стиль життя, типи поведінки, звичаї та традиції, які є нормою в певному суспільстві. Соціологічну пропаганду він вважає важчою для розуміння, бо вона є непомітною. Якщо політична пропаганда є цілеспрямованим, планомірним розповсюдженням ідей, то соціологічна – їх проникненням в свідомість завдяки існуючим економічним, політичним, соціологічним, культурологічним чинникам. В першому випадку мас-медіа є провідником ідей та поглядів, у другому – соціальні структури [7].

Дослідники пропаганди, здебільшого, висвітлюють її в негативному світлі і це цілком виправдано. В умовах авторитарного режиму, коли джерела інформації обмежені державою, а пропаганда стає переважаючою формою комунікації з суспільством, вона дійсно відіграє деструктивну функцію. Однак, слід пам'ятати, що пропаганда не обов'язково є формою розповсюдження корпоративних і упереджених позицій. Вона може бути і позитивним інформаційним процесом, який доносить людям потрібну їм інформацію, розповсюджує демократичні принципи, цінності цілісності, єдності суспільства, патріотизму.

Слід визнати, що іноді діалог може бути зайвим. В політичному житті існує безліч ситуацій, коли державі необхідно просто інформувати, переконувати своїх громадян, не стимулюючи при цьому їх зворотну реакцію. Нерідко, наприклад, при врегулюванні певного конфлікту відсутність інформації в широких соціальних аудиторіях дозволяє зберегти політичну стабільність, запобігти виникненню панічних настроїв. І навпаки, дуже часто, граючи на формальному праві населення знати все, що відбувається, ЗМІ штучно збуджують політичні пристрасті і дестабілізують ситуацію. Іншими словами, в політиці доволі часто бувають випадки, коли доцільно не враховувати інформаційні потреби масового реципієнта. У подібних випадках застосування пропагандистських технологій цілком доречно і конструктивно.

Окрему увагу слід технологіям (методів) ведення інформаційних війн. Так, особливою технологією інформаційної війни є *чутки*. Учені пояснюють це тим, що коли люди зустрічаються з чимось незрозумілим, але важливим для них, то вони шукають інформацію, яка дала б їм необхідне пояснення та зняла психологічну напругу. А це викликає появу чуток, у яких люди самі пояснюють проблематичну ситуацію в межах звичних для них уявлень та установок. Головна причина виникнення чуток – це відсутність офіційної інформації або її недостатній і неповний характер. У таких умовах, коли людям не вистачає потрібної інформації, інформації із звичного джерела, вони схильні створювати та сприймати чулки.

Г. Почепцов відзначає, що відсутність інформації моментально компенсується чутками. Він називає це явище стандартною «ситуацією чуток» і висловлює думку про вірогідність існування навіть певного закону про можливість вакууму інформації: коли її не дають офіційні джерела, вона тут же з'являється в неофіційних каналах [8, с.211-216].

Нерідко виникненню чуток сприяє поширення суперечливої, недостатньо аргументованої інформації стосовно подій та фактів, особливо в умовах відсутності довіри до джерел інформації.

На думку психологів, важливою причиною поширення чуток є емоційна недостатність інформації, що поширюється. Компенсація емоційної недостатності і відбивається в чутках. Нестабільна ситуація в країні, криза – сприятливе середовище для чуток. Некомпетентність громадськості з тих чи інших актуальних питань також є важливим чинником породження чуток. Коли люди не можуть зрозуміти та пояснити проблеми, яка виникає раціонально, вони схильні до «вигадок» і «фантазій», які в доступній формі пояснюють складні питання.

Свідоме поширення чуток з метою формування певної громадської думки, з метою викликати певні дії та

оцінки – це вже інформаційна зброя, яку ми і досліджуємо. Перші спроби використання чуток в інтересах певних соціальних та політичних сил мали місце ще в давній історії людства. У XX столітті особливо активно почали використовувати чулки в інтересах боротьби з конкурентами в політиці.

Відповідно до інформаційної характеристики дослідники поділяють чулки на чотири основні типи:

- 1.абсолютно недостовірні чулки;
- 2.недостовірні чулки з елементами правдоподібності;
- 3.правдоподібні чулки;
- 4.достовірні чулки з елементами неправдоподібності.

Важливим елементом технологій і прийомів ведення інформаційних війн у політиці є провокація, дезінформування та психологічний тиск. Провокація – це спеціальна інформаційна операція, яка примушує суперника використовувати програшну для себе стратегію та лінію поведінки. Спровокувати суперника – означає досягти того, щоб він унаслідок цілеспрямованих інформаційних впливів скористався не вигідною для себе стратегією. То ж очевидно, що необхідно знати та наперед прораховувати велику кількість програшних стратегій конкурента.

*В свою чергу, дезінформування* – форма інформаційного впливу, котра полягає у введенні об'єкта в оману щодо справжніх намірів суб'єкта дій.

Історичний досвід свідчить, що існують різні методи проведення заходів із дезінформування, кожен з яких, звичайно має власні позитивні та негативні риси.

Конкретний вибір того чи іншого методу дезінформування безпосередньо залежить від оперативної обстановки. Найчастіше в світовій практиці застосовуються такі методи:

➤ тенденційне викладення фактів – вид дезінформування, котрий полягає в упередженому висвітленні тих чи інших фактів або іншої інформації щодо подій за допомогою спеціально підібраних правдивих даних у певні проміжки часу.

➤ дезінформування від «зворотного» – відбувається шляхом надання правдивих відомостей в перевернутому вигляді чи в такій ситуації, коли вони сприймаються об'єктом впливу як брехливі.

➤ термінологічне «мінування» – полягає у викривленні суті принципово важливих, базових термінів і понять загально-світоглядного та оперативно-прикладного характеру.

В узагальненому вигляді акції дезінформування можуть проводитися шляхом створення видимості успіхів розвідки іноземних партнерів, використання засобів масової інформації, включаючи власні інформаційні агентства, теле-, радіокомпанії, друковані видання та окремих «кишенькових» журналістів, або ж створення видимості випадкового витоку закритої інформації.

*В свою чергу, психологічний тиск* – вплив на психіку людей шляхом залякування та погроз з метою спонукання їх до певної запланованої моделі поведінки.

Методи психологічного тиску:

- доведення до об'єкта відомостей про реальні чи надумані загрози та небезпеки;
- прогнози щодо репресій, переслідувань, убивств тощо;
- шантаж;
- здійснення вибухів, підпалів, масових отруєнь, захоплення заручників, інших терористичних чи диверсійних акцій.

Окремою, технікою впливу на маси є *диверсифікація суспільної свідомості* – розпорошення уваги правлячої еліти держави на вирішення різних штучно створених проблем і відволікання тим самим її уваги від вирішення першочергових завдань суспільно-політичного та економічного розвитку.

Методи диверсифікації суспільної свідомості:

- дестабілізація обстановки в державі чи окремих її регіонах;
- активізація кампанії проти політичного курсу правлячої еліти держави та окремих її лідерів у різних міжнародних установах;
- ініціювання антидемпінгових кампаній та іншого роду скандальних процесів, застосування міжнародних санкцій.

У інформаційному протиборстві також застосовуються численні способи і форми (технології) тиску. Серед них: шахрайство, блеф, стратагеми, політичні ігри і містифікації, маніпулятивні дії, провокації, психологічні і таємні операції, пропаганда, політичні ігри і рекламні кампанії, дезінформація, чулки і оперативні ігри – це далеко не повний перелік понять, використовуваних для позначення способів таємного примусу людини.

Образ війни як запеклого збройного протиборства тьмяніє на тлі образів нанотехнологічної, психологічної, інформаційної, консцієнтальної (війна свідомостей) і преємптивної («перероблення націй») воєн. Світ вступає в новий етап боротьби як конкуренції форм організації свідомостей, де предметом поразки та знищення є певні типи свідомостей. Найважливішим об'єктом сучасних і особливо майбутніх воєн стають менталітет націй, духовні основи армій, віра, ідеологія, історія, патріотизм, культура. Звідси зрозуміла та увага, яку розвинені країни приділяють питанням інформаційної складової військової безпеки, захисту свого способу життя [9].

Як зазначає О. Горбенко, інформаційне протиборство, будучи невід'ємною складовою політичних відносин, виступає одним із основних інструментів політичного примусу в сучасних умовах. Тому не випадково воно пронизує всі форми політичної боротьби. Іншими словами, інформаційне протиборство вже не обмежується широкомасштабним впливом на населення і війська, а активно націлюється на вищі ешелони влади та суспільну свідомість держав-супротивників і партнерів, на системи прийняття державних рішень у різних сферах життєдіяльності. Політичні актори, перебуваючи в стані жорсткої конкуренції (або конфлікту), безперервно обмінюються інформаційними впливами, які стають все більш витонченими та небезпечними [10, с. 25].

Аналізуючи існуючі форми, методи ведення інформаційно-психологічних війн, хотілося б відзначити, що на сучасному етапі розвитку суспільства найактуальнішим засобом ведення інформаційних війн є використання глобальної комп'ютерної мережі Інтернет в інтересах інформаційного протиборства.

Найпоширенішим напрямом використання глобальної мережі в інтересах військово-політичного протиборства є заміна інформаційного змісту сайтів, що полягає в підміні сторінок або їхніх окремих елементів шляхом злому. Такі диверсійні дії, переважно, здійснюються з метою привернення уваги до атакуючої сторони, демонстрації її можливостей, зрештою, способом задекларувати певну політичну позицію. Крім прямої підміни сторінок, широко використовується реєстрація в пошукових системах сайтів протилежного змісту за однаковими ключовими словами, а також підміна посилань на іншу адресу, що призводить до відкриття спеціально підготовлених конфронтуючою стороною сторінок [11, с. 31-32].

Слід також виокремити так звані семантичні атаки, які полягають у зломі сторінок і наступному акуратному (без помітних слідів злому) розміщенні на них свідомо помилкової інформації. Подібним атакам, як правило, піддаються найбільш часто відвідувані інформаційні сторінки, змісту яких користувачі цілковито довіряють. Об'єктом інтернет-атак дедалі частіше стають інформаційні ресурси, вивід з ладу або ускладнення функціонування яких може завдати конфронтуючій стороні значних економічних збитків або викликати великий суспільний резонанс [11, с. 31-32].

Ще одним напрямом використання Інтернету в інтересах інформаційного протиборства є вивід з ладу або зниження ефективності функціонування структурних елементів мережі. Найпоширенішими методами диверсії в цьому аспекті «інформаційної війни» постають: «бомбардування» мережі електронними листами, DOS-атаки, проведення яких по суті аналогічне технології масового розсилання електронних листів одному адресатові й полягає в генерації величезного числа звернень до обраного сайту, що уповільнює роботу обслуговуючого сервера або цілковито припиняє зовнішній доступ до нього, впровадження комп'ютерних вірусів [11, с. 31-32].

Таким чином, розвиток глобальної мережі Інтернет супроводжується дедалі більшим використанням наданих нею можливостей для здійснення інформаційного протиборства; зростанням координації, масштабів і складності дій учасників цього протиборства, коло яких включає як держави та їх коаліції, так й окремі організовані групи, в тому числі, терористичні.

Отже, проаналізувавши основні форми та методи ведення інформаційно-психологічних війн можемо зробити наступні висновки: стрімкий розвиток сучасного суспільства в інформаційній сфері зумовив те, що в міжнародному праві активно формується нова інституція – міжнародне інформаційне право світової інформаційної цивілізації; подальше дослідження способів, методів, засобів і каналів реалізації загроз національним інтересам на інформаційному рівні та їх своєчасного виявлення, запобігання та нейтралізації є досить важливою науково-практичною проблемою у вирішенні питань реалізації інформаційного суверенітету та інформаційної безпеки України; аналіз подій останніх п'яти років свідчить про існування реальних загроз інформаційній безпеці України та потребу їх вирішення шляхом здійснення комплексної державної політики у різних сферах діяльності.

**Висновки.** Враховуючи вищевикладене та знаючи сучасні форми і методи інформаційної боротьби, слід виробити відповідну систему захисту держави та суспільства. Основою її має бути забезпечення власного інформаційного суверенітету та захисту національного інформаційного простору від негативних впливів, в першу чергу мережі Інтернет. Оскільки, у сучасному світі, Інтернет дедалі активніше й масштабніше використовується в інтересах інформаційного протиборства сторін, які є учасниками різних конфліктів, що пояснюється широкими можливостями для формування суспільної думки; впливу на прийняття політичних, економічних і військових рішень; дії на інформаційні ресурси противника й поширення спеціально підготовленої інформації або дезінформації.

#### Список використаних джерел:

1. Юдін О. К. Інформаційна безпека держави: навч. посіб./О. К. Юдін, В.М. Богуш. Харків: Консум, 2005. 576 с.
2. Шпига П.С., Рудник Р.М. Основні технології та закономірності інформаційної війни. URL: <http://www.kyuu.edu.ua/vmv/v/p08/22.pdf>.
3. Петрик В.М. Соціально-правові основи інформаційної безпеки. URL: <http://westudents.com.ua/knigi/377-sotsialno-pravov-osnovi-nformatsyno-bezpeki-petrik-vm.html>
4. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда та пр: такі схожі й такі різні. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль : ТНТУ, 2014. Том 47. № 4. С. 178-188.

5. Зражевська Н. І. Комунікаційні технології: лекції. Черкаси: Брама-Україна, 2010. 224 с. URL: <http://www.studfiles.ru/preview/5858008/>.
6. Слісаренко І. Ю. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. К.: МАУП, 2001 р. URL: [http://www.pravo.vuzlib.su/book\\_z426\\_page\\_1.html](http://www.pravo.vuzlib.su/book_z426_page_1.html).
7. Макаренко Л. П. Еволюція форм та методів ведення інформаційної війни. URL: <http://oaji.net/articles/2014/797-1402908125.pdf>.
8. Почепцов Г. Г. Психологические войны. М., К., 2000.
9. Інформаційні війни та майбутнє України. *БЮЛЛЕТЕНЬ СИАЦ*. № 100. URL: [http://siac.com.ua/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=8&id=129&Itemid=44](http://siac.com.ua/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=8&id=129&Itemid=44).
10. Горбенко А. СМІ в сфері інформаційного протистояння. *Власть*. 2008. № 11. с. 23-26.
11. Андреев И.М., Калитич В.М. Деякі аспекти використання Інтернет-мереж в інформаційних війнах. *Геоінформаційні системи та інформаційні технології у військових і спеціальних задачах: Збірка матеріалів науково-технічного семінару*. Львів: АСВ, 2014. 356 с.

#### REFERENCES

1. Yudin O. K. (2005). *Informatsiina bezpeka derzhavy [Information security of the state]*. Kharkiv: Konsum [in Ukrainian].
2. Shpyha P.S., Rudnyk R.M. *Osnovni tekhnologii ta zakonirnosti informatsiinoi viiny [The main technologies and patterns of information warfare]*. Retrieved from <http://www.kymu.edu.ua/vmv/v/p08/22.pdf>. [in Ukrainian].
3. Petryk V.M. *Sotsialno-pravovi osnovy informatsiinoi bezpeky [Socio-legal foundations of information security]*. Retrieved from <http://westudents.com.ua/knigi/377-sotsialno-pravov-osnovi-nformatsyno-bezpeki-petrik-vm.html> [in Ukrainian].
4. Shpylyk S. (2014). *Informatsiina viina, propahanda ta pr: taki skhozhi y taki rizni [Information warfare, propaganda, and pr: are so similar and so different]*. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk – Galician Economic Herald, Vol.47, 4, 178-188* [in Ukrainian].
5. Zrazhevska N. I. (2010). *Komunikatsiini tekhnologii: lektsii [Communication technologies: lectures]*. Cherkasy: Brahma-Ukraina. Retrieved from <http://www.studfiles.ru/preview/5858008/>. [in Ukrainian].
6. Slisarenko I. Yu. (2001). *Pablik ryleishnz u systemi komunikatsii ta upravlinnia [Public relations in the system of communication and management]*. K.: MAUP. Retrieved from [http://www.pravo.vuzlib.su/book\\_z426\\_page\\_1.html](http://www.pravo.vuzlib.su/book_z426_page_1.html). [in Ukrainian].
7. Makarenko L. P. *Evoliutsiia form ta metodiv vedennia informatsiinoi viiny [Evolution of forms and methods of conducting information warfare]*. Retrieved from <http://oaji.net/articles/2014/797-1402908125.pdf>. [in Ukrainian].
8. Pocheptsov G. G. (2000). *Psikhologicheskie voyny [Psychological Warfare]*. M., K. [in Russian].
9. *Informatsiini viiny ta maibutnie Ukrainy [Information wars and the future of Ukraine]*. *BULLETTEN SYATS – SYLAT'S BULLETIN, 100*. Retrieved from [http://siac.com.ua/index.php?option=com\\_content&task=category&sectionid=8&id=129&Itemid=44](http://siac.com.ua/index.php?option=com_content&task=category&sectionid=8&id=129&Itemid=44) [in Ukrainian].
10. Gorbenko A. (2008). *SMI v sfere informatsionnogo protivoborstva [Media in the field of information confrontation]*. *Vlast – Power, 11, 23-26* [in Russian].
11. Andreiev I.M., Kalytych V.M. (2014). *Deiaki aspekty vykorystannia Internet-merezh v informatsiinykh viinakh [Some Aspects Of Using Internet Networks In Information Warfare]*. *Heoinformatsiini systemy ta informatsiini tekhnologii u viiskovykh i spetsialnykh zadachakh – Geoinformation systems and information technologies in military and special tasks: Collection of materials of the scientific and technical seminar*. Lviv: ASV [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 22.09.2018