

Михайлова Єлизавета Вікторівна
*кандидат філологічних наук, докторант,
Національний університет водного господарства
та природокористування*

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-253-4-4>

ДЕСТРУКТИВНИЙ ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЕКСТЕРНАЛІВ НА НАЦІОНАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ

Сучасне суспільство, яке трансформувалось в інформаційне, разом із доступом до безмежної кількості інформації та знань отримало нові загрози для індивідуальної та державної безпеки. В такому суспільстві, де інформація набула неабиякого глобального статусу, виникає потреба до появи нового механізму прийняття рішень для вирішення спорів і координації дій. Як зазначав М. Маклюєн, економічні зв'язки і відносини все більше набирають форми обміну знаннями, а не товарами. А засоби масової комунікації самі є новими «природними ресурсами», що примножують багатства суспільства [1].

Проте в інформаційному суспільстві, де будь-які процеси відбуваються в інформаційному полі, де економічний, політичний, культурний та навіть психологічний вплив відбувається через інформацію, виникає нове явище «інформаційна війна». Ще В. Вернадський писав про те, що ефективність наукових досліджень та впровадження їх результатів у всіх сферах життєдіяльності суспільства безпосередньо залежить від стану національного інформаційного потенціалу [2].

Дослідженням проблеми інформаційних війн присвячені роботи таких вчених, Е. Аронсон, С. Гріняєв, В. Говоруха, В. Домарєв, О. Калиновський, Г. Кіссінджер, А. Крутських, О. Курбан, М. Лібікі, О. Литвиненко, В. Остроухов І. Панарін, В. Петрик, Г. Перепелиця, Г. Поченцов, С. Расторгуєв, Д. Рісман, Т. Рон, Ї. Сонер, О. Старіш, В. Толубко, Е. Тоффлер, Х. Шрадер.

За напрямком інформаційних впливів можливо виділити два основні види інформаційної війни: інформаційно-психологічну та інформаційно-технічну із використанням відповідних видів зброї [3]. Такі види інформаційної війни впливають на організацію відповідних заходів. Перша група заходів пов'язана з психологічним характером інформаційної війни і має на меті вплив на системи формування громадської думки і прийняття управлінських рішень, а також на свідомість військовослужбовців і цивільне населення для його «перепрограмування». Друга ж група орієнтована на поразку інформації та інформаційно-управлінських систем противника.

Оскільки цілями інформаційної війни є не фізичне знищення противника та ліквідація його збройних сил, не знищення важливих стратегічних та економічних об'єктів, а широкомасштабне порушення роботи фінансових, транспортних, комунікаційних систем, часткове знищення економічної інфраструктури та підкорення населення країни, що атакується, то завданнями такої війни є:

1) маніпулювання людською свідомістю та інформацією; провокування соціальних, політичних, економічних, культурних, расових, релігійних зіткнень та акцій непокори; дестабілізація політичних відносин та місця держави на політичній арені; деструктивний ідеологічний вплив; ведення населення в оману щодо діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування; підрив морального духу населення і як результату зниження бойового потенціалу та обороноздатності;

2) дезінформація, тобто обман або ведення в оману населення щодо справжності та правдивості намірів для спонукання його до раніше визначених запрограмованих дій. Існують різні форми дезінформації та маніпулювання інформацією:

а) тенденційне викладення фактів, що полягає в викладенні певних подій за допомогою спеціально підібраних правдивих фактів;

б) дезінформування від «зворотного», яке має на меті виклад матеріалу шляхом перекручених правдивих фактів, що сприймаються оточуючими, як неправдиві;

в) термінологічне «мінування», в основу якого покладено викривлення початкових занадто важливих, основних термінів і тлумачень;

г) «сіре» дезінформування – використовує правдиву інформацію поряд з дезінформацією;

ґ) «чорне» дезінформування, тобто використання переважно неправдивої інформації;

3) пропаганда – використання найбільш поширених інструментів інформаційної війни для досягнення цілей, переважно політичних, шляхом психологічного тиску на населення через інформацію;

4) поширення чуток – донесення інформації до населення шляхом спеціального поширення неправдивих відомостей серед певної кількості людей, що у подальшому спричиняє передання цієї інформації наступним групам [4].

Кризи в організації із будь-якої сфери, а особливо освітньої сфери, в умовах інформаційних викликів можуть проявлятися як системно так і раптово, у формі посилення конфліктів, що може призвести до розпаду. Моральне старіння технологій, що використовуються та втрата конкурентних переваг, значний відтік ресурсів також є сигналами наростаючої кризи. Оскільки окрім зовнішніх впливів, будь-які гострі суперечки, що виникають всередині організації, так чи інакше пов'язані із її фінансово-господарською діяльністю, антикризове управління спрямоване на усунення та недопущення прогалин в системі розподілу ресурсів та оптимізацію господарської діяльності.

Основними рисами антикризового управління в умовах інформаційної війни є орієнтація на виведення підприємства (економічної сфери) із кризового стану. Такі заходи, які засновані на реалізації програм із підвищення конкурентоспроможності та фінансового оздоровлення, мають заздалегідь прогнозувати та попереджувати неплатоспроможність підприємства. Окрім того, основою відмінністю такого типу управління є здатність підприємства конструктивно та швидко реагувати на зміни, що виникають внаслідок інформаційних впливів та загрожують його нормальному функціонуванню. Тобто здатність розробляти

оптимальні шляхи виходу з кризової ситуації, визначати пріоритетні цінності підприємства в умовах інформаційної війни, сприяти ефективній роботі в екстремальних умовах.

Отже, інформаційна війна впливає на ефективність діяльності підприємства, зниження якої виражається певними індикаторами, що передують кризі: падіння попиту та зниження купівельної спроможності населення; скорочення пропозиції сировинних і матеріальних ресурсів; стагнація їх науково-технічного та економічного потенціалу; зниження конкурентного статусу підприємства; несприятливі зміни діяльності державних і владних структур; нестабільність зовнішньої політики іноземних держав-партнерів по бізнесу; погіршення технічних ресурсів; ослаблення кадрового потенціалу.

В таких умовах кризових ситуацій впроваджується антикризове управління. До визначення цього поняття існує декілька підходів: 1) упереджувальні механізми; 2) новаторський варіант виходу із кризи; 3) відновлювання платоспроможності та фінансової стійкості; 4) виробничі відносини на рівні підприємства. Залежно від трактування поняття, визначається й мета, що реалізовується внаслідок такого типу управління: відновлення фінансової рівноваги підприємства; вирівнювання диспропорцій внутрішніх і зовнішніх параметрах підприємства; забезпечення фінансової стабілізації (стійкості) підприємств; забезпечення життєдіяльності підприємства; збереження життєздатність підприємства. Відповідно до мети антикризового управління визначаються його функції: планування стратегій та програм; організація оптимальної структури; мотивація кадрів; контроль за своєчасними змінами.

Такий тип управління можливо реалізувати лише наслідуючи наступні принципи: рання діагностика; терміновість реагування; адекватність реагування; повна реалізація внутрішніх можливостей.

Варто зазначити, що незалежно від типу та методів антикризового управління, його впровадження відбувається у рамках чотирьох блоків: 1) діагностика кризи; 2) методологія антикризового управління; 3) прогнозування кризи; 4) соціально-економічні аспекти.

Окремим аспектом антикризового управління є державне управління, яке реалізується у створенні такої системи взаємодії держави і ринкової економіки, що забезпечує подолання макро- і мікроекономічних криз, яке впроваджується за допомогою нормативно-законодавчого регулювання, фінансового регулювання, промислової політики та перерозподілу доходів.

Список використаної літератури:

1. Бабенко Ю. Інформаційна війна – зброя масового знищення! URL: <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050>.
2. Фомін О. Сутність поняття «інформаційна безпека». URL: defpol.org.ua/site/index.php/en/publikaci/doc_download/25.
3. Гриняев С. Н. Поле битвы – киберпространство. Теория, приемы, средства, методы и системы ведения информационной войны. Москва, 2004. 428 с.
4. Зеленін В. По той бік правди: нейролінгвістичне прогнозування як зброя інформаційно-пропагандистської війни. Вінниця : ТОВ “Віндрук”, 2014. 384 с.