

12. Капсамун И. Большая цивилизационная идея. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.day.kiev.ua/223618>
13. Бжезинский: Украина - старший брат России. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mignews.com.ua/ru/articles/111243.html>
14. Brzezinski Z. Strategic Vision: America and the Crisis of Global Power. - N.Y.: Basic Books, 2012. – 321 p.

УДК 316.774

## **ЭКСПАНСИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ: ЦЕЛИ И ИНСТРУМЕНТЫ**

*О.В. Калмыков, А.Г. Коновалов*

*Резюме.* В данной статье рассмотрены отличительные особенности различных видов войн в зависимости от результативного количества разрушений, завоеваний определенных территорий или уничтожения людей, стоявших на пути к поставленной цели завоевателей. Выяснено, что именно информационная война является самой эффективной при завоевании и контроле подосознаний людей при минимальном уничтожении и отрицательного воздействии на окружающую среду.

*Ключевые слова:* холодная война, информационная война, информационные носители, технологии, подсознание людей.

**Актуальность исследования.** Данная тема статьи является актуальной, так как в современном информационном обществе анализ различных коммуникативных моделей социального взаимодействия имеют не только теоретический, сколько практический интерес, так как затрагивает интересы всех игроков мировой политики.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованиями проблемы эффективного использования новых информационных технологий для этапного завоевания территорий без значительного уничтожения людей занимались такие известные ученые, как Власенко И.С., Кирьянов М.В., Степанов Н., Котляров С.В. и др. По их мнению, именно информационная война является лучшей стратегией завоевания территорий, независимо от расстояния без применения военной силы.

**Целью исследования** является рассмотрение и изучение наиболее эффективных способов введения войн с использованием более современных информационных технологий.

**Изложение основного материала.** История человечества – это история войн. Эволюцию общества можно изучать, рассматривая различные виды вооружения и способы ведения боевых действий, характерные для каждой эпохи. Традиционно выделяется три типа обществ, которые эволюционно сменяют друг друга в развитии цивилизации. Это аграрное, промышленное и информационное общества. Каждому из них соответствует свой тип производства и, конечно, свой способ ведения войны.

Промышленное и аграрное общества, которые все еще характерны для некоторых стран, ведут войну за пространство, основной метод, который они используют – это физическое разрушение противника. В конце 70-х – начале 80-х гг. новые технологии стали менять облик обществ индустриальных стран. Массовое индустриальное общество стало превращаться в информационное. С этого времени в лексикон человечества прочно входит выражение «информационная эра», и будущее планеты начинают связывать исключительно с дальнейшей информатизацией [1, с. 10].

Информационный век принес новый способ ведения войн, который характеризуется использованием современных информационных технологий и минимальным числом человеческих жертв. Военные операции нового типа ведутся самыми развитыми в техническом плане государствами и требуют наличия больших интеллектуальных ресурсов. Термин «информационная война» впервые оказался в фокусе внимания в связи с войной в Персидском заливе в 1991 г.

Информационная война – это стратегия, операции, тактические действия, проводимые в мирное время, во время кризиса, конфликта, войны, в период восстановления мира между соперниками, конкурентами, врагами с использованием современных информационных

технологий, чтобы достигать своих целей. Основной “коррозионной” составляющей стала пропаганда потребительских возможностей Западного мира для человека через непосредственные воздействия на этих людей, в рамках которой можно увидеть три измерения: бытовые вещи, телевиденье, люди, побывавшие за границей. Все они были принципиально нетрадиционного вида, и система пропаганды не была готова к работе с таким срезом информационного воздействия.

Первым каналом нового информационного влияния можно считать бытовые вещи, изготовленные на Западе, которые несомненно были иными, часто лучшими, более яркими, в ряде случаев изготовленными из новых необычных материалов. Вещи шли впереди, выполняя несвойственные им функции носителей информации о другом образе жизни и о других возможностях для людей.

Другим каналом формирования матрицы западного образа жизни являлось кино, телевиденье, реклама. Зритель часто получал массу второстепенной информации, совершенно не связанной с сюжетом. Женщин интересовали интерьеры домов, кухни, платья героинь; мужчин - марки автомобилей. В некоторые периоды государственная машина приостанавливала этот поток явно неравноценного культурного обмена, но ненадолго.

Третьим носителем информации становились люди, побывавшие за границей. И хотя это были не столь распространенные случаи, но они как путешественники во времени несли за собой принципиально новую информацию, которую нельзя было нейтрализовать. В большинстве случаев это были люди, которые в основном составляли элитную прослойку той системы. Весь этот поток информации шел на принципиально ином уровне, к которому не было привыкания. Если пропаганда вела борьбу рациональным способом, работая с сознанием, этот информационный поток шел на человека вне его сознательного контроля. Вся система влияния перешла на <уровень кухни>, поскольку именно там можно было общаться без ограничений. Не позволив обсуждать большие вопросы официально, система тем самым перевела обсуждение этих вопросов на уровень личных контактов. Из теории пропаганды известно, что именно личностный уровень является наиболее эффективным, поскольку мы получаем информацию от человека, которому доверяем, так как не можем уклониться от такого обмена.

Таблица 1

Отличительные черты информационной и обыкновенной войны [2, с. 102]

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА	ОБЫКНОВЕННАЯ ВОЙНА
В случае данной войны возможны определенные операции по защите, «вакцинация» мышления против введения альтернативной точки зрения.	Предсказуема и допускает применение оборонных мероприятий.
Возможен поэтапный захват, когда аудитория завоевывается частями. Вероятна отдельная работа с лидерами мнений, молодежью и т.д. В отличие от бомбы, которая разрушает всех, информационная война действует избирательно, охватывая по-разному различные слои населения.	Возможен массовый захват определенной территории, уничтожая всех, кто стоит на пути к данной цели.
Существует возможность многократного захвата одних и тех же людей, что выражается в захвате различных тематических зон сознания.	Захват людей с целью повиновения; в случае неподчинения – смерть.
Человек не в состоянии реагировать на невидимое действие, подобное радиации.	Человек в состоянии уничтожить то, что подвластно его мнению, увиденное им – может быть завоевано.
Нет ограничения в виде расстояния.	Управлять людьми и уничтожать определенные сооружения на определенном расстоянии.
Направлена на завоевание знаний. «Информационные технологии позволяют обеспечить разрешение геополитических кризисов, не производя ни одного выстрела».	Уничтожив определенное количество людей или разрушив какую-либо территорию приведен к пощаде со стороны потерпевших.

Последствием этого информационного конфликта становится неэквивалентность обмена с Западом, в результате которого мы стали получать западные стандарты жизни без поддерживающих их соответствующих технологий. Мы же пошли именно по такому пути, в то время как многие азиатские страны, наоборот, взяли технологии, не подхватив стандарты явно чужой им жизни. В этом случае их спасло то, что их модель мира более закрыта на себя, поэтому она отфильтровала стандарты жизни, сохранив свой вариант символических представлений.

В информационных технологиях конечным звеном цепочки является человеческий разум. При этом в отношении армии противника ставится не просто задача разрушения информационных систем, а приведение ее к полной потере желания сражаться. Тем самым конфликт может быть разрешен не силовыми методами, а информационными. Новым объектом военного воздействия становится разум противника, а не просто его тело, как это было при предыдущих войнах.

Информационная борьба ведётся враждующими сторонами в форме проведения тайных информационно-психологических операций с применением информационного оружия.

Психологическое воздействие имеет свои закономерности:

- если оно направлено в первую очередь на потребностно-мотивационную сферу людей, то его результаты сказываются в первую очередь на направленности и силе побуждений (влечений и желаний) людей;
- когда под прицелом оказывается эмоциональная сфера психики, то это отражается на внутренних переживаниях, а также на межличностных отношениях;
- влияние на коммуникативно-поведенческую сферу (специфику взаимоотношений и общения) позволяет создавать социально-психологический комфорт и дискомфорт, заставлять людей сотрудничать либо конфликтовать с окружающими;

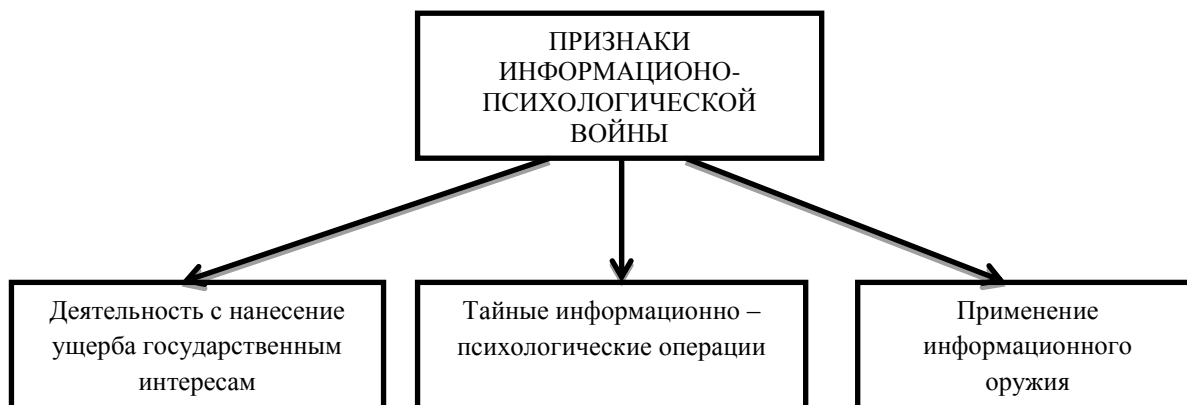


Рис. 1. Признаки информационно-психологической войны [3, с. 82].

Информационную войну в гуманитарной сфере прежде всего связывают с психологической войной и пропагандой. Если военные действия в технической сфере направлены на физическое разрушение противника и имеют больше общего с силовым решением конфликта, то гуманитарные формы ставят целью изменить структуру мышления противника, ход его рассуждений и процесс принятия решений. В результате противник, подвергшийся информационно-психологическому воздействию, должен изменить поведение в соответствии с интересами инициировавшего войну. В большинстве случаев объект информационной атаки не догадывается, что он подвергался воздействию, ему кажется, что все решения он принимал самостоятельно и добровольно.

В этом контексте становится понятной значимость СМИ, непосредственно через которые происходит формирование общественного мнения, осуществляется влияние на процесс принятия политических решений в стране. Журналистов используют в целях, которые требуются на данный момент. Таким образом, СМИ не столько объективно информируют общество о реальности, сколько интерпретируют ее в интересах организовавшего войну. В современном мире благодаря открытости обществ и последних информационных технологий были созданы благоприятные условия для широкого распространения информационных войн [4, с. 192].

Информационно-психологическое воздействие является естественным компонентом любого политического конфликта как в международной, так и во внутренней политике. Информационные войны имеют много общего с коммерческой рекламой и пи-ар. Все эти операции используют в своей работе понятие «коммуникативной модели общества» и имеют схожие методы воздействия. Общность методов приводит к отличиям только в более серьезной технической подготовке, более существенной исследовательской базе по изучению целевой аудитории, масштабности и агрессивности.

«Аудитория, на которую направлены психологические операции, как правило, чужая, пропаганда направлена на свою аудиторию. Пропаганда более долговременна, поэтому может уделять больше внимания контексту, чем тексту, имеет множество целей. Психологические операции более кратковременны и ограничены в целях. Пропаганда нуждается во множестве текстов, для нужного результата в психологической операции достаточно одного» [5].

Кроме того, с помощью информации можно воздействовать на людей и их мировоззрение. Такого рода воздействие уже ведется по линии разрушения духовных ценностей, путем воздействия на индивидуальное, групповое и массовое сознание населения Украины.

СМК и СМИ широко использует законы суггестивного влияния на массы, понимая, например, что для того, чтобы любая информация беспрепятственно проникала в подсознание (и уже оттуда воздействовала на сознание), — хотя бы часть подаваемой информации должна иметь не только правдивый характер, но и быть понятной целевой аудитории (т.е. отражать их интересы и бессознательные желания).

Таблица 2

Цели и инструменты информационных и психологических войн [6]

ВОЙНА	ОБЪЕКТ	ИНСТРУМЕНТ
Информационная	Компьютеры и информационные системы противника	Уничтожение
Психологическая	Индивидуальное и массовое сознание	Ведение новых топов сообщений

**Выводы исследования.** Таким образом, можно считать, что противник побеждал за счет использования необычных “информационных носителей”, которые активно внедряли в воображение реципиента новый для него мир в идеализированном виде. Информационная экспансия посредством субъектно-предметного воздействия является эффективным инструментом в международных отношениях при достижении поставленных целей.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Степанов Н. Лимит доверия / Н. Степанов; Мир безопасности. – М., 2008. - №11. - С. 8-26.
2. Власенко И.С., Кирьянов М.В. Информационная война: искажение реальности - ИД «Канцлер», 2011. – 196 с.
3. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. – М.: ЭКСМО, 2007. – 196 с.

4. Котляров С.В. Воздействие СМИ на формирование массового сознания. Материалы XXXVIII научно-технической конференции по итогам работы профессорско-преподавательского состава СевКавГТУ за 2008 год. Т.2. Общественные науки. – Ставрополь: СевКавГТУ, 2009. – 208 с.
5. Крысько В.Г. Секреты психологической войны [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/zelinski-02.htm>
6. Информационная война: Ресурс [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://referat.resurs.kz/ref/informatsionnaya-voyna>

УДК. 343.1

## **ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАВ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ОБОВ'ЯЗКІВ ЗАСТАВОДАВЦЯ, ЯК УЧАСНИКА КРИМІНАЛЬНОГО ПРОВАДЖЕННЯ.**

*Є.В. Караченцева, О.Б. Максименко*

*Резюме.* У статті досліджено статус заставодавця, як учасника кримінального провадження. Встановлено коло осіб, які не можуть бути заставодавцем. Визначено обсяг його прав та обов'язків у порівнянні нового Кримінального процесуального кодексу з кодексом 1960 р. На підставі аналізу чинного законодавстві та наукової літератури розглянуто питання щодо забезпечення гарантій захисту прав заставодавця, як учасника кримінального провадження, та проблеми забезпечення прав для виконання покладених на нього обов'язків обов'язків.

*Ключові слова:* застава, заставодавець, правовий захист, безпека.

Інститут застави у законодавстві України є досить новим. На території України цей запобіжний захід було закріплено в Кримінально-процесуальному кодексі України 1960 р. У незалежній Україні інститут застави було відновлено лише 20 листопада 1996 р. після було закріплено у новому Кримінальному процесуальному кодексі України від 13 квітня 2012 року. Так за новим Кримінальним процесуальним кодексом кримінальний процес є змагальним, отже застосування запобіжних заходів у цьому випадку має неабияке значення. Для забезпечення обвинуваченому можливості збору та підготовки свого захисту буде все частіше застосовуватися застава, як альтернатива арешту чи взяттю під варту. У цьому випадку особливе значення набуває такий учасник кримінального провадження, як заставодавець. Подальше застосування застави в кримінальному процесі України призведе до необхідності визначення правового статусу заставодавця, чітке регламентування його прав та обов'язків, а саме забезпечення цього учасника права на захист та забезпечення безпеки у кримінальному провадженні.

Приділяли увагу розробці та вдосконаленню запобіжного заходу застави такі вчені, як С.І. Вікторський, А.О. Кістяківський, М.А. Пешкова, О.С. Фокіна. Питання процесуального статусу заставодавця досліджували це Верхогляд О.В., Трунова Л.М., Маринів В.І., Пашков С.М.. Однак що стосується забезпечення захисту заставодавця, як учасника кримінального провадження достатньої уваги не приділялося.

На практиці виникає питання механізму захисту прав заставодавця:

- 1) знати у вчиненні якого злочину підозрюється чи обвинувачується особа, щодо якої застосовується запобіжний захід, і що в разі невиконання нею своїх обов'язків застава буде звернена в доход держави.
- 2) брати участь в судовому засіданні, в якому вирішується питання про звернення застави в доход держави
- 3) на повернення застави в разі виконання підозрюваним, обвинуваченим своїх обов'язків.

Та проблеми захисту його особистих прав. На підставі чого дане дослідження є актуальним.

Метою роботи є дослідження механізму забезпечення безпеки заставодавця та внесення пропозицій щодо його вдосконалення.