

DOI: <https://doi.org/10.37129/2313-7509.2020.13.2.44-51>

УДК 316.454.52

С.В. Абрамов, к.т.н.**О.І. Кондратенко****В.А. Полюга**, к.соціол.н., доц.**М.В. Фелько****О.М. Шкурпіт****І.О. Шумков***Військова академія (м. Одеса), Україна*

ДО ПИТАННЯ ТИПОВИХ СЦЕНАРІЇВ ПРОВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ

Ускладнення і динамічність соціальних процесів в суспільстві, суспільні зміни, їх безпосередній вплив на повсякденне життя людини сприяють росту залежності суспільства від потоку повідомлень засобів масової комунікації. Використання різних засобів і технологій інформаційно-комунікаційного впливу, застосування інформаційних технологій у сфері комунікацій, які надають можливість охоплювати чисельну аудиторію стало досить звичайним явищем в повсякденному житті. Об'єктом цих впливів є перш за все колективна людська свідомість. Вплив інформаційних факторів, які трансформуються через поведінку людини, її дію (або бездіяльність), змінюють сприйняття соціальних суб'єктів різного рівня спільності, різної системно-структурної і функціональної організації, що в силу різних причин сприяє неадекватному відображенню навколишнього світу. Інформація, яка вводить людей в оману, в світ ілюзій, не дозволяє адекватно сприймати навколишнє середовище і самих себе. Основи цих особливостей закладені в соціальній природі людини, в особливостях формування та функціонування соціальних інституцій.

Ключові слова: інформаційний вплив, інформаційна технологія, рефреймінг переконання, система соціального управління, інформаційний привід.

Постановка проблеми

Порівняно нетривале існування в науковому середовищі і практиці застосування інформаційних технологій як засобу масового впливу на свідомість, поведінку і громадську думку не дозволяє вважати дослідження даного феномена вичерпаним. Важливу роль відіграє також той факт, що в зв'язку з розвитком інформаційних технологій, так само як і з загальним процесом науково-технічного прогресу, ми можемо спостерігати еволюцію і введення принципово нових інноваційних прийомів, що використовуються в сучасних інформаційних протистояннях в військово-політичній сфері. Процес застосування інформаційно-комунікативних форм впливу є динамічним. Фактично з кожним відносно невеликим відрізком часу відбуваються теоретико-методологічні та структурні видозміни вже наявного інструментарію, концепту інформаційного впливу. Віртуалізація інформаційного простору сприяє зростанню «мережовості» споживачів інформаційного продукту, часткового відходу з сфери публічної політики від традиційних ЗМІ (газети, радіо, телебачення) в індивідуалізовану віртуальну сферу.

Аналіз останніх досягнень і публікацій

Теоретичні та концептуальні засади інформаційного суспільства як принципово нової фази суспільного і цивілізаційного розвитку, де знання і володіння інформацією гратимуть фундаментальну і основоположну роль в побудові громадської і соціальної структури, закладені в працях М. Кастельса, Д. Белла, Г. Бехманна, М. Маклюєна, Ф. Махлуп, Е. Тоффлера, М. Лумана, Ф. Уєбстера [1-7]. Дослідження даних вчених носять соціально-філософський характер і присвячені формуванню науково-теоретичної парадигми постіндустріального суспільства знань (мережевого суспільства). Наступним етапом науково-теоретичного осмислення виступає спроба теоретико-

методологічної концептуалізації поняття інформаційного протиборства як форми впливу на суспільну свідомість. Як теоретичного позначення даного феномена, як правило, використовується термін «психологічна війна», де основною метою агресора (ініціатора ведення психологічної війни) виступає придушення волі (деморалізація) і руйнування сформованих ціннісних установок і орієнтацій. Описовий аналіз форм і методів ведення психологічної війни знайшов відображення в роботах П. Лайнбарджера, В. Крисько, Г. Почепцова, А. Караяні [8-11]. Роль засобів масової інформації в загальному функціонуванні інформаційного поля в умовах політичного протистояння розглядається такими вченими, як П. Бурдье, Б.А. Грушін, Г.Н. Вачнадзе, І.М. Дзялошінський, Г. Шіллер, М. Фаслер [12-16]. Ці автори вивчають аспекти маніпулятивного впливу на масову свідомість за допомогою проведеної національними ЗМІ інформаційної політики. Маніпуляція як соціально-психологічний феномен, що представляє собою форму контролю і управління поведінкою особистості за допомогою завідомо неправдивої або ілюзорною інформації, виступає основним теоретичним конструктом в працях названих авторів. Засоби масової інформації, медіасередовище конститується як самостійна структурно оформленої гілки влади в структурі управління. Маніпулятивний контекст вивчення інформаційного впливу в політичній сфері знайшов науково-теоретичне продовження і розвиток в роботах І. Панаріна, С. Ткаченко, А. Цуладзе, Г. Грачева, І. Мельніка [18-21]. Дана група дослідників розглядає інструмент політичних маніпуляцій при проведенні інформаційного впливу. Відзначаються спроби теоретико-методологічної концептуалізації поняття інформаційної війни і інформаційного впливу в політичній сфері. Маніпуляторні технології, як відзначають І. Панарін і С. Ткаченко, відіграли вирішальну роль при ліквідації радянського геополітичного простору. Причому розглядається феномен інформаційних війн виключно як цілеспрямована акцентована акція зовнішніх геополітичних противників. Спробу комплексного науково-теоретичного осмислення інформаційного впливу як використання інформації в якості інструменту зміни індивідуальної і масової свідомості з метою отримання контролю над поведінкою або громадською думкою зробили В. Лисичкин, Л. Шелепін, А. Манойло, А. Петренко, Д. Фролов, С. Расторгуев, С. Гріняев [22-25]. Незважаючи на глибину теоретичного аналізу і синтезу феномена інформаційного впливу, серед вчених відзначаються значні розбіжності при концептуалізації ряду дефініцій. Запропоновані науково-теоретичні трактування поняття за своїм змістом варіюються від абстрактних до вузькоспеціальних, значно обмежують і деталізують предметно-об'єктну сферу визначення.

З практичної сторони особливості інформаційного впливу та досягнення інформаційної переваги досить чітко визначаються в статуті JP3-13.3 «Operation Security» (OPSEC). Відповідно до положень статуту рішень JP3-13.3 «Operation Security» (OPSEC), інформаційні операції проводяться для досягнення інформаційної переваги і випередження противника в прийнятті рішення. Статут визначає інформаційну операцію як інтегроване застосування в ході бойових дій інформаційно-взаємопов'язаних бойових сил і засобів, узгоджено з використанням інших бойових сил, з метою здійснення впливу, зриву і спотворення процесу підготовки прийняття рішення і планування операції і дій потенційного противника, або управління цим процесом і діями, при одночасному забезпеченні захисту власного процесу і дій.

Згідно з вимогами статуту Об'єднаного штабу комітету начальників штабів ВС США JP3-13.3 «Operation Security» (OPSEC) основною метою OPSEC є зниження уразливості Збройних Сил (зокрема США) від використання противником критичної інформації. Під OPSEC розуміється процес і методологія визначення критичної інформації, аналіз бойових і небойових дій і застосування заходів і контрзаходів, що усувають або значно зменшують можливість противника виявляти, спостерігати і використовувати критично важливу інформацію про діяльність Збройних Сил [26].

Постановка задачі та її розв'язання

З врахуванням всього раніше сказаного досить актуальним (метою статті) є визначення найбільш типового сценарію а також можливих етапів проведення операції інформаційного впливу.

Виклад основного матеріалу дослідження

Аналіз зібраних даних показав, що є можливість виділити кінцевий набір типових сценаріїв проведення інформаційних операцій.

Досить важливим є те, що інформаційні впливи можуть проявлятися не одразу, а через деякий час. Людська свідомість налаштована сприймати тільки найближчі наслідки інформаційних впливів, тоді як вони можуть бути і віддаленими в часі. Можливі випадки, коли те, що, на перший погляд, здається позитивом, як наслідок першого порядку, може розвиватися як негатив у подальшому і призводить до здійснення поставленої деструктивної мети із найменшими затратами. І саме завершальною стадією є саме ефект, який буде створений певним інформаційним впливом, і результат відображення встановленого ефекту на загальному стан протидіючої сторони інформаційного конфлікту. Такий підхід доцільно використовувати при довгостроковому плануванні і він є зазвичай більш перспективним, в порівнянні з відкритою інформаційною агресією.

Найбільш ефективним методом застосування інформаційних технологій, є розподіл інформаційного впливу на два послідовних етапи (рівні).

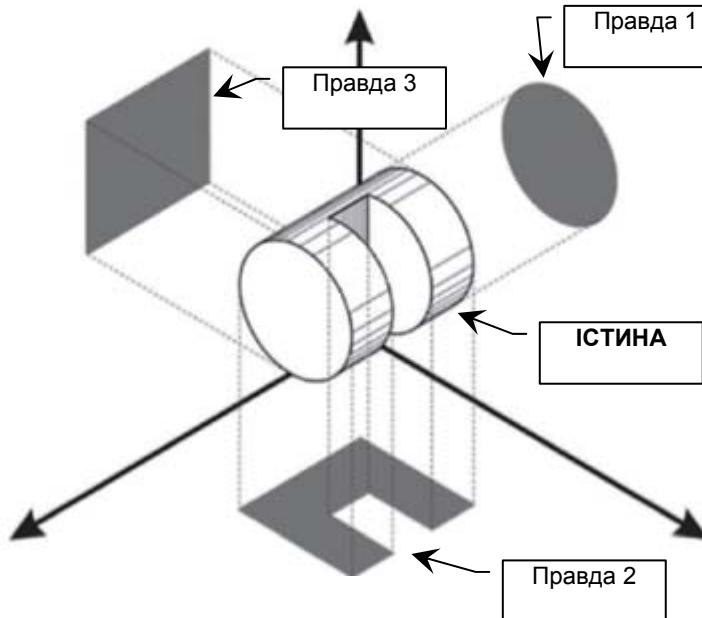


Рис. 1. Рефреймінг переконання

Метою першого етапу є створення умов лавиноподібного наростання протестного руху в суспільстві (публікації в ЗМІ компрометуючих матеріалів на громадських і політичних діячів, в вигляді «витоку» інформації з таких сайтів, як «Вікілікс» тощо), а другого, основи якого закладаються заздалегідь і приводяться в дію в потрібний момент, є доведення соціально-політичного процесу до бажаного результату.

З метою спрямування соціально-політичного процесу в бажане русло, можна використовувати як реально існуючі проблемні факти так і штучно створені інформаційні приводи, які за допомогою прийомів маніпулювання

свідомістю змінюють внутрішню психологічну картину об'єкта впливу.

Проводячи рефреймінг переконання (береться предмет і поміщується в інший контекст, або ситуації несподівано надається інший зміст), – циліндр може послідовно ставати колом, квадратом, іншою фігурою і залишитися завжди правдою (див. рис. 1.). Так, «хабарник» може виявитися «міцним господарником», а «боягуз» – людиною, яка адекватно оцінює ситуацію. Таким чином, цей процес, по суті, являє собою створення патернів мислення, за допомогою яких вирішується завдання щодо формування, зміни або трансформації базових переконань окремої особистості. В цілому їх можна охарактеризувати як «вербальні фрейми», що роблять вплив на переконання і ментальні карти, на основі яких будуються ці переконання [27, С. 40]. За два останні десятиліття, ці патерни заслужили право називатися одним з найбільш продуктивних методів ефективного переконання і, ймовірно, є найкращим засобом зміни переконань в процесі інформаційного впливу. Прикладом таких патернів можуть бути регулярні повідомлення про корупцію і перевищення посадових повноважень співробітниками

правоохоронних органів, що формують у населення установку на опір будь-яким діям силовиків, оскільки ці дії апріорі сприймаються незаконними (поліцейський хабарник все поліцейські злочинці їхні дії незаконні підкоряться їм не можна). Тому основними напрямками інформаційного впливу другого рівня є дезорганізація системи соціального управління, створення перешкод функціонуванню офіційних інститутів влади, а саме:

а) корумпованість і залежність судів;

б) всездозволеність і непідсудність виконавчої і «обслуговуючої» її законодавчої гілки влади, бездіяльність і пригнічення простого населення, підприємців без чиновницької «дахи» правоохоронними органами;

в) суворя цензура ЗМІ і неможливість вільного висловлювання своєї думки як журналіста, так і простого громадянина.

В рамках інформаційного впливу на об'єкт управління основним завданням є перевести даний об'єкт в певний, заздалегідь розрахований стан соціальної нестабільності.

В монографії В. Лепского «Технологии управления в информационных войнах (от классики к постнеклассике)», виданій в 2016 році, виділяється три рівні, в межах яких реалізується інформаційний вплив на «нематеріальні об'єкти», автор має на увазі не окрему людину, а інституціональні форми. Цілі впливу можна уявити як чинники і процеси. Взявши за основу класифікацію, описану в даній монографії, в таблиці представлені фактори і процеси індивідуального, групового і суспільного рівнів.

Таблиця 1

Фактори та процеси інформаційного впливу

Рівні	Індивідуальні інституціональні форми	Групові інституціональні форми	Суспільні інституціональні форми
Фактори	воля	психосоціальні якості	якості освіти
	психічне здоров'я	якості управління	системні якості управління
	когнітивні навички	якості лідера	система інформаційно психологічної безпеки
Процеси	творча діяльність	цілепокладання	виробництво смислів
		стратегування	
		навчання	
	саморозвиток	енерго-інформаційний захист	розвиток цивілізації

Отже, однією з головних цілей інформаційного впливу є перепрограмування суб'єкта впливу, тобто зміна його ціннісно-психологічної картини навколишнього світу. На думку багатьох провідних вчених, найбільш ефективним є вплив на окремі прошарки і групи населення [27]. Об'єктом зміни масової свідомості є однорідна група населення, яка не має чіткої залежності від існуючої влади, наприклад, професійні групи, студенти, пенсіонери.

В умовах соціальної нестабільності впродовж тривалого часу, (війна, бойові дії, епідемії), більшість населення може розраховувати лише на саму низькооплачувану, некваліфіковану роботу і вкрай необлаштовані умови проживання. Незайняте населення, неминуче породжує соціальну напругу хоча б тому, що соціальна нестабільність неминуче сприятиме появі незадоволених своїм становищем, і їх невдоволення буде посилюватися внаслідок порівняння з людьми які мають більш високий рівень життя (висококваліфіковані фахівці, в яких суспільство має потребу в даний час) [28].

В сучасних умовах, метою інформаційного впливу, є управління групами людей, залучення населення до активного супротиву, шляхом впливу на наявні соціально-психологічні захисні механізми. Зазначена мета досягається вирішенням наступних завдань:

- звернення до традиційних моральних цінностей і орієнтирів;
- звернення до суспільної свідомості соціальних груп населення країни;

- дезорганізації системи управління агресора, створення перешкод функціонуванню незаконних інститутів;
- дестабілізації відносин між групами впливу з метою створення конфліктних ситуацій, нагнітання атмосфери недовіри до окупаційних органів управління;
- дезінформація окупаційних органів управління органів влади з метою утруднення прийняття важливих рішень;
- об'єктивне інформування населення про роботу окупаційних органів управління, підрич їхнього авторитету;
- мобілізації протестних настроїв і ініціювання страйків, масових заворушень та інших акцій економічного протесту;
- інформування міжнародного товариства, щодо ситуації на окупованих територіях.

Проведення інформаційного впливу являє собою складну дію, що складається з декількох етапів. Залежно від цілей інформаційного впливу, його масштабів і тривалості їх число може відрізнятися, але можна виділити основні: підготовку інформаційного фону, акт впливу, масштабування, перенесення теми в область суспільної дискусії, легалізацію інформації як факту, актуалізацію теми через проміжок часу, завершення впливу.

Як було зазначено раніше, на першому етапі атакуючий добивається сприятливого інформаційного фону при проведенні впливу, для підготовки інформаційного фону використовуються підконтрольні медіа, блоги та сторінки популярних людей в соціальних мережах, інформаційні інтернет-портали та новинні видання.

Підготовка інформаційного фону є комплексом заходів, спрямованих на формування у населення певних патернів поведінкової реакції. Формування патернів проводиться непомітно для об'єкта впливу шляхом циклічно спрямованого на нього інформаційного впливу.

Для підвищення ефективності спрацьовування спеціально підібраних інформаційних приводів їх оприлюднення доцільно здійснювати за певною методикою [28, 29].

Етап актуалізації є опціональним. На цьому етапі цикл впливу повторюється з метою підтримки обговорення теми, її розширення і поглиблення. Етап актуалізації може бути підготовчим для наступних інформаційних атак в разі, коли кілька впливів поєднуються в складний ланцюг, що становить основу атаки.

При сприятливому інформаційному тлі основним завданням є формування зацікавленості та початку обговорення предмета «інформаційного приводу» за допомогою поширення інформації. Для цього інформація, що підлягає поширенню, спочатку публікується або оголошується в деякому джерелі, після чого починається її поширення. Найбільш зручним способом поширення інформації між/всередині соціальних груп, що дозволяє охопити максимально широку аудиторію, викликати довіру до джерела, є використання неформальних засобів комунікації.

Проте, охоплення аудиторії на першому етапі найчастіше є недостатнім. Для розширення меж впливу доцільно використовувати масштабування. На цьому етапі, використовуючи популярність теми у вузькому колі користувачів, відбувається спроба розширення висвітлення теми. Для цього підходять засоби масової комунікації, блоги місцевого (регіонального) масштабу. Далі необхідно повторення попереднього етапу, але в більших масштабах в розрахунок на лавиноподібний характер поширення інформації.

Наступним етапом є перенесення теми в область громадської дискусії. Для цього етапу необхідно залучення різноманітних громадських інститутів для освітлення і обговорення теми. На цьому етапі новина отримує найбільш широкого поширення і її популярність досягає піку.

Відповідно до ідей Дж. Бойда [30] і його послідовників будь-яка діяльність (в тому числі і в інформаційній сфері) з певним ступенем наближення може бути представлена у вигляді кібернетичної моделі OODA (observe – спостерігай, orient – орієнтуйся, decide – вирішуй, act – дій). Зазначена модель передбачає багаторазове повторення петлі дій, складеної з чотирьох послідовних взаємодіючих процесів: спостереження, орієнтації, рішення, дії.

Інформаційний вплив не є кінцевою стадією операції, а є новим інформаційним приводом для подальшого циклу інформаційного впливу

Висновки

Інформаційні загрози народжуються на базовому рівні сприйняття інформації – соціальному. Саме вплив на однорідну групу людей з типовими потребами, переконаннями, психологічними особливостями, рівнем освіти та інтелекту піддається грандіозному впливу інформаційних імпульсів. Такі інформаційні впливи здатні цілковито чи частково спричинити дестабілізаційні процеси в інформаційному просторі, спровокувати неспокій та внутрішнє протистояння. Найнебезпечнішими проявами інформаційного впливу, об'єктом яких є права і свободи людини і громадянина, оскільки одним з головних завдань держави в інформаційній сфері є дотримання конституційних прав і свобод людини і громадянина під час отримання інформації та користування нею, збереження і зміцнення моральних цінностей суспільства, захисту традицій патріотизму і гуманізму, культурного і наукового потенціалу країни. Ефективність інформаційних впливів визначається передусім умінням використовувати саму інформацію. Складна когнітивно-аксіологічна природа інформації штовхає до пошуку новітніх тактичних та стратегічних прийомів для здійснення інформаційних впливів, які допоможуть досягти бажаних завдань та мети.

Перспективи подальших досліджень

Подальшими дослідженнями за цим напрямком є формування рекомендацій щодо впровадження підходів до організації та проведення інформаційних операцій.

Список використаних джерел

1. Castells M. *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban Regional Process*. Oxford, UK; Cambridge, MA: Blackwell, 1989.
2. Белл Д. Социальные рамки информационного общества // *Новая технократическая волна на Западе*. М., 1986. С. 330–342.;
3. Бехманн Г. *Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний* / пер. с нем. А. Ю. Антоновского и др. 2-е изд. СПб., 2010.
4. McLuhan M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York, 1964.; Machlup F. *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton, 1962.
5. Тоффлер Э. *Третья волна*: пер. с англ. М., 2010.
6. Luhmann N. *Die Realitat der massenmedien*. GWV fachverlage GmbH Wiesbaden, 2004
7. Webster F. *Theories of the Information Society. Second Edition*. London; New York, 2002.
8. Лайнбарджер П. *Психологическая война*. М., 1962.
9. Крысько В.Г. *Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт)*. Минск, 1999.
10. Почепцов Г.Г. *Психологические войны*. М.; Киев, 2000.
11. Караяни А.Г., Зинченко Ю.П. *Информационно-психологическое противоборство в войне: история, методология, практика*. М., 2009.
12. Бурдые П. *О телевидении и журналистике* / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой. М., 2002.
13. *Массовая информация в советском промышленном городе. Опыт комплексного социологического исследования* / под ред. Б.А. Грушина, Л.А. О니кова. М., 1980.
14. Вачнадзе Г.Н. *Всемирное телевидение. Новые средства массовой информации – их аудитория, техника, бизнес, политика*. – Тбилиси; Ганатлеба, 1989. – 672 с.
15. Дзялошинский И.М., Дзялошинская М.И. *Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет*. М., 2007.

16. Шиллер Г. *Манипуляторы сознанием: пер. с англ. М., 1980.*
17. Faßler M. (Hrsg.) *Alle möglichen Welten: virtuelle Realität – Wahrnehmung – Ethik der Kommunikation. München, 1999*
18. Панарин И.Н. *Первая мировая информационная война. Развал СССР. СПб., 2010.*
19. Ткаченко С.В. *Информационная война против России. СПб., 2011.*
20. Цуладзе А.М. *Политическая мифология. М., 2003.*
21. Грачев Г.В., Мельник И.К. *Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия. М., 1999.*
22. Лисичкин В.А., Шелепин Л.А. *Третья мировая информационно-психологическая война. М., 1999.*
23. Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. *Государственно-информационная политика в условиях информационно-психологической войны. 2-е изд., стер. М., 2009.*
24. Расторгуев С.П. *Философия информационной войны. М., 2003.*
25. Гриняев С.Н. *Интеллектуальное противодействие информационному оружию. М., 1999.*
26. Joint Publication 3-13, *Information Operations [Электронный ресурс] / The Defence Technical Information Center [Офис.сайт]. URL https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/jp3_13.pdf (дата обращения 19.05.2020)*
27. Лепский В.Е. *Технологии управления в информационных войнах (от классики к постнеклассике) – М.: «Когито-Центр», 2016. – 160 с.*
28. Дилтс Р. *Фокусы языка. Изменение убеждений с помощью НЛП. СПб. 2016. 256.*
29. Кара-Мурза С.Г. *Манипуляция сознанием. М.: ЭКСМО, 2011. 864 с.*
30. Квин В., *Прикладная психология – СПб: Питер, 2001 – 560 с.*
31. Ивлев А.А. *Основы теории Бойда. Направления развития, применения и реализации. Монография. – М., 2008. – 64 с.*

Рецензент: Алексенцева-Тімченко К.С., к.соціол.н., доцент, Національний університет «Одеська національна юридична академія»

К ВОПРОСУ ТИПОВЫХ СЦЕНАРИЕВ ПРОВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОПЕРАЦИЙ

С. Абрамов, Е. Кондратенко, В. Полюга, Н. Фелько, А. Шкурпит, И. Шумков

Осложнения и динамичность социальных процессов в обществе, общественные изменения, их непосредственное влияние на повседневную жизнь человека способствуют росту зависимости общества от потока сообщений средств массовой коммуникации. Использование различных средств и технологий информационно-коммуникационного воздействия, применение информационных технологий в сфере коммуникаций, которые предоставляют возможность охватывать многочисленную аудиторию стало довольно обычным явлением в повседневной жизни.

Объектом этих воздействий является прежде всего коллективная человеческое сознание. Влияние информационных факторов, которые, трансформируясь из-за поведения человека, его действие (или бездействие), изменяют восприятие социальных субъектов различного уровня общности, различной системно-структурной и функциональной организации, в силу различных причин способствует неадекватному отражению окружающего мира. Информация, вводит людей в заблуждение, в мир иллюзий, не позволяет адекватно воспринимать окружающую среду и самих себя. Основы этих особенностей заложены в социальной природе человека, в особенностях формирования и функционирования социальных институтов.

Ключевые слова: информационное воздействие, информационная технология, рефрейминг убеждению, система социального управления, информационный повод.

ON THE QUESTION OF TYPICAL SCENARIOS OF INFORMATION OPERATIONS

S. Abramov, O. Kondratenko, V. Polyuga, M. Felko, A. Shkurpit, I. Shumkov

The complexity and dynamism of social processes in society, social change, their direct impact on everyday life contribute to the growing dependence of society on the flow of media messages. The use of various means and technologies of information and communication influence, the use of information technology in the field of communications, providing an opportunity to reach a large audience, has become quite common in everyday life.

The object of these influences is primarily the collective human consciousness. The influence of information factors, which, transforming through human behavior, its action (or inaction), change the perception of social actors of different levels of community, different system-structural and functional organization, which for various reasons contributes to inadequate reflection of the world. Information that misleads people, into the world of illusions, does not allow perceiving the environment and themselves adequately. The foundations of these features are laid in the social nature of human, in the peculiarities of the formation and functioning of social institutions.

Information threats are born at the basic level of information perception – social. It is the influence on a homogeneous group of people with typical needs, beliefs, psychological characteristics, level of education and intelligence that is exposed to the great influence of information impulses. Such information influences can completely or partially cause destabilization processes in the information space, provoke anxiety and internal confrontation. The most dangerous manifestations of information influence, the object of which are the rights and freedoms of man and citizen, because one of the main tasks of the state in the information sphere is to respect the constitutional rights and freedoms of man and citizen in obtaining and using information, preserving and strengthening moral values. protection of traditions of patriotism and humanism, cultural and scientific potential of the country. The effectiveness of information influences is determined primarily by the ability to use the information itself. The complex cognitive-axiological nature of information pushes to find the latest tactical and strategic techniques for informational influences that will help achieve the desired goals and objectives.

Key words: *information influ.*