11. Informaciniai ir psichologiniai karai.

Tai – karas, kuriame kaip ginklas naudojama informacija.

In­for­ma­ci­niai ka­rai vyk­sta įvai­rio­se sri­ty­se – nuo ka­ro, po­li­ti­kos iki eko­no­mi­kos ir so­cia­li­nių san­ty­kių. Ka­riau­ja­ma be tie­sio­gi­nės kon­fron­ta­ci­jos, fi­ziš­kai ne­nai­ki­nant (iš­sky­rus ki­ber­ne­ti­nes ata­kas) ka­ri­nių ir ki­tų prie­ši­nin­ko re­sur­sų. **In­for­ma­ci­nio ka­ro tiks­las** – keis­ti prie­ši­nin­ko ka­rių ir **vi­suo­me­nės dva­si­nes ir mo­ra­li­nes nuo­sta­tas, jų pa­žiū­ras ir įsi­ti­ki­ni­mus**. Tam pa­si­tel­kia­ma įtai­ga, vei­kian­ti žmo­gaus psi­chi­ką, daž­niau­siai jam to ne­pas­te­bint, kar­tais net prieš jo va­lią.

Šio kovos būdo sąvokos laikui bėgant kito. Pradžioje buvo naudojama **politinio karo** sąvoka. 1920 m. britų generolas, karo analitikas ir istorikas F.Ch Fulleris., pirmą kartą pavartojo **psichologinio karo** sąvoką. Dar buvo naudojamas ir **propagandos** terminas.

Šiuo metu naudojamos tiek psichologinio, tiek informacinio karo sąvokos.

Šiuolaikinis **informacinis karas** skiriamas į dvi pagrindines dalis – **humanitarinę ir technologinę**. Humanitarinė dalis aprėpia įvairius projektus: kultūros, istorijos, mokslo, etninių mažumų problemas, žmogaus teisių klausimus, ideologinius ir kt., kurie daro įtaką visuomenės nuostatoms. Technologinė informacinio karo dalis (kibernetinis karas) fiziškai griauna įvairias ūkines ir finansines struktūras ir kelia psichologinę sumaištį.

**Informacinio (psichologinio) karo ištakos**

Psichologinio karo ištakų randama IV a. p.m.e. Kinijos karo stratego SunTzu veikloje, kuris suformulavo psichologinio karo esmę ir jo metodus. Dar 500 m. p.m.e.. Graikijoje pradėta nagrinėti retorika, siūlanti įvairias raiškos priemones: pompastišką kalbos manierą, logiškų ir iracionalių argumentų kaitaliojimą, siekiant suklaidinti klausytoją. Kovoje su D. Britanija, A. Hitleris ypatingai didelį dėmesį skyrė psichologiniam karui. Buvo įkurta speciali institucija, paskirtas propagandos ministras. Pats A. Hitleris, būdamas mesianinė asmenybė, savo oratorines kalbas skyrė psichologinio karo projektams.

Psichologinio karo svarba išaugo, sparčiai plėtojant ryšių technologijas II PK metu, be to, sukurti specialūs psichologinių operacijų vykdymo padaliniai. D. Britanijoje buvo įkurtas slaptas darinys propagandai skleisti ir platinti, kurio vadovas S. Delmeris keliomis radijo stotimis sėkmingai vykdė taip vadinamą juodąją propagandą, populiarią net tarp vokiečių kareivių, nors iš tikrųjų griovė jų kovinę dvasią. Dėl galingų radijo siųstuvų naudojimo, šios laidos buvo girdimos visoje Europoje. Vinstonas Čerčilis sėkmingai naudojosi šiomis radijo stotimis. II PK metu britai parengė nemažai kovinių gudrybių, atrado daug teorinių ir praktinių metodų. Britų propagandos veikėjo D. Clarke idėjos, tokios kaip regėjimo apgaulė ir kt. metodai, padėjo parengti apgaulės strategiją karo metu ir D. Clarke buvo vadinamas didžiausiu britų apgaviku.

**Norint, kad informacinis ginklas būtų efektyvus, priešo (atakuojama) pusė turi:**

* Gauti kaip ginklą skleidžiamą informaciją (radijo stotys, didelio galingumo garsiakalbiai, iš sraigtasparnių mėtomi lapeliai, laužimasis į informacinius tinklus ir pan.
* Suvokti šią informaciją kaip tikrovę (pavyzdžiui, Sausio 13 d. įvykių metu Lietuvos valstybei priešiška pusė taikė visas anksčiau minėtas priemones, valdė televizijos tinklą, tačiau sau palankios visuomenės nuomonės jiems suformuoti taip ir nepavyko). Jei informacinė sistema atpažino bandymą įsilaužti kaipo tokį, jo sėkmingai užbaigti beveik garantuotai nepavyks.
* Suvokus informaciją, elgtis taip, kaip numatyta puolančiosios pusės. Net ir klaidinga informacija patikėję žmonės gali reaguoti ne taip, kaip laukia priešas, niekais versdami visas puolančios pusės pastangas. Kritika gali priversti susitelkti, grasinimai gali ne išvaikyti, o suvienyti, žinios apie dalinį pralaimėjimą nebūtinai atima ryžtą kovoti toliau.

Iš šių punktų greičiausiai seka, jog prieš žmones taikomai informacinei atakai daug lengviau pasiduoda jau problemų turinti visuomenė ar žmonių grupė. Taikiniu pasirenkama ir žmonių sąmonė ir pasąmonė, kuriant reikalingą įtaigą, pasinaudojant žiniasklaida ar gandų skleidimu.

Visuomenės nuomonė, kaip „minkštojo“ komunikacinio saugumo poveikio objektas, yra planingas ir sistemiškai organizuotas žiniasklaidos veiklos rezultatas. 30 Dažnas televizijos žiūrėjimas, radijo klausymas ir laikraščių skaitymas neišvengiamai formuoja mūsų pasaulėžiūrą ir nuomonę, įtakoja priimamus sprendimus. Taigi, informacija yra efektyvus įrankis siekiant manipuliuoti visuomenės nuomone, siekiant daryti įtaką, sutrikdyti, sugadinti ar uzurpuoti priešininko gebėjimą priimti sprendimus (Bielinis 2002).

**Informaciniai karai ir internetas**

Dėl informacinio pliuralizmo atsiranda tendencija skleisti informaciją, kuria sąmoningai norima suklaidinti ar išnaudoti ją kaip psichologinį įrankį, siekiant paveikti visuomenės nuomonę. Susikūrė globali informacinė erdvė, kurios negali riboti jokios valstybės sienos (Martišius, Navickaitė 2009). Šiandien vienas iš svarbiausių valdžios prioritetų yra vyrauti informacinėje erdvėje.

Pavyzdžui Rusijos tarptautinių santykių analitikų teigimu, informacinis karas, kuriuo siekiama paveikti žmonių elgseną, yra efektyvi priemonė konkurencinėje kovoje dėl įtakos zonų ir daro įtaką šiuolaikinei politinei pasaulio situacijai. Siekiant pateikti kryptingas žinias ir tokiu būdu užtikrinti palankią, valdžios vykdomos politikos atžvilgiu viešąją nuomonę, Rusija itin aktyviai plėtoja ir kuria valstybines žiniasklaidos priemones, siekia patekti į kitų šalių informacines erdves ir skleisti klaidingą informaciją. NATO strateginės komunikacijos ir kompetencijos centras jau seniai yra įrodęs milžiniškus Rusijos dezinformacijos skleidimo mastus Europoje (dėl skiepų ir dėl dėl koronaviruso) – siekiant susilpninti pasitikėjimą valdžia.

Šiuolaikiniame pasaulyje saugumo objektai yra ne tik technologiniai – informacijos rinkimo, apdorojimo, saugojimo ar perdavimo technologijos, bet ir psichologinio poveikio objektai – **viešoji nuomonė. Politinis informacinis** karas pirmiausia apima užsienio šalių veiklos grėsmių ir pavojų identifikavimą ir neutralizavimą, bei pastangas išvengti išorės valstybių įtakos priimamiems politiniams sprendimams, taip pat ir dezinformacijos skleidimą, siekiant įgyvendinti politinius tikslus. **Svarbu suvokti, kad** prie teigiamo valstybės įvaizdžio kūrimo prisideda pozityvus valstybės lyderių įvaizdis šalies viduje ir išorėje, valstybės traktavimas vidaus ir užsienio žiniasklaidoje. Visuomenės informavimas apie valdžios priimtus operatyvius ir kokybiškus sprendimus, prisideda prie įvaizdžio formavimo, kadangi, jei priimtas sprendimas dėl veikimo, reagavimo, ir atsako į susidariusią situaciją duoda teigiamų rezultatų, valdžia ne tik sulauks visuomenės palaikymo, bet ir sukurs pozityvią aplinką.

Informaciniai ir psichologiniai karai būdingi ne tik tarpvyriausybinių lygmeniu, **tai puikiai pritaikoma ir rinkos ekonomikoje.** Apple vs Huwaii, Facebook vc Tiktok ir t.t.