

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)

В.Г. РОЩУПКИН

ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ПРОТИВОБОРСТВО И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Рекомендовано редакционно-издательским советом федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева» в качестве учебного пособия для студентов, обучающихся по основным образовательным программам высшего образования по направлению подготовки 10.03.01 Информационная безопасность и специальности 10.05.01 Компьютерная безопасность

САМАРА
Издательство Самарского университета
2018

УДК 004.056 (075)

ББК 32.973я7

Р 815

Рецензенты: д-р ист. наук, проф. В. Н. П а р а м о н о в,
д-р пед. наук, проф. А. Г. А б р о с и м о в

Рошупкин, Виталий Геннадьевич

Р815 Информационно-психологическое противоборство и обеспечение информационной безопасности: учеб. пособие / В.Г. Рошупкин. – Самара: Изд-во Самарского университета, 2018. – 92 с.

ISBN 978-5-7883-1269-9

В данном пособии рассмотрены теоретические основания информационно-психологического противоборства, основные понятия, технологии и методы информационно-психологического воздействия. В учебное пособие включены планы семинарских занятий, тематика докладов (рефератов) и контрольных вопросов, список литературы и рекомендации по работе над материалами курса.

Предназначено для студентов, обучающихся по направлению подготовки «Информационная безопасность» и специальности «Компьютерная безопасность».

Подготовлено на кафедре «Безопасность информационных систем».

УДК 004.056 (075)

ББК 32.973я7

ISBN 978-5-7883-1269-9

© Самарский университет, 2018

Оглавление

Введение	4
1. Информация и массовая коммуникация в социальных системах. Информационная безопасность	6
2. Основные исторические этапы информационного противоборства.....	28
3. Информационно-психологическая война как социальное явление.....	44
4. Технологии информационно-психологического воздействия	58
5. Основные структурные элементы информационно-психологического воздействия.....	70
Список литературы	83
Приложение № 1 Темы семинарских занятий.....	86
Приложение № 2 Вопросы для обсуждения и докладов	87
Приложение № 3 Методические рекомендации по курсу «Информационно-психологическое противоборство и обеспечение информационной безопасности»	88
Приложение № 4 Контрольные вопросы по курсу «Информационно-психологическое противоборство и обеспечение информационной безопасности»	90

Введение

Информационно-коммуникативные процессы, развивающиеся в последнее время, содержат опасности, представляющие угрозу для развития личности и общества. Условия кардинального реформирования российского общества качественно изменили взаимоотношения между людьми, выдвинув отношения конкуренции на ведущее место в системе социальных отношений. Причем это отразилось на всех уровнях социального взаимодействия – от межличностного общения до массовой коммуникации. Отношения конкуренции наряду с позитивным их влиянием на население привели также к массовому использованию приемов информационно-психологического воздействия. Манипулирование людьми, использование различных средств и технологий информационно-психологического воздействия стало обычным явлением в повседневной жизни. Поэтому понимание угроз информационно-психологической безопасности личности и обществу, механизмов их действия и возможностей обеспечения информационной безопасности становится не только теоретической проблемой, но и потребностью социальной практики.

Кроме того, смещение конкуренции в информационно – психологическое пространство является основной причиной возникновения и стремительного развития новых форм информационно – психологической борьбы, которые никогда бы не достигли того высокого уровня эволюционного развития (превратившись в информационно – психологическую войну), если бы продолжали использоваться в основном при решении частных вопросов отдельными гражданами, группами граждан и общественными образованиями в процессе их внутриполитической деятельности. Результатом перехода современного общества в информационную стадию развития стало возникновение глобального информационного пространства, в котором развернулась острая борьба за достижение информационного превосходства на межгосударственном уровне. В этих условиях защита индивидуального, группового и массового сознания российских граждан от противоправных информационных воздействий становится важной задачей специалистов по обеспечению информационной безопасности.

Программа курса «Информационно-психологическое противоборство и обеспечение информационной безопасности» ориентирована на развитие понимания студентами базовых закономерностей процесса информационного противоборства и влияния методов информационного воздействия на все сферы жизнедеятельности человека.

Целью курса является получение студентами теоретических знаний в области информационно-психологического противоборства.

Лекционные занятия позволяют студентам получить целостное представление о современном этапе развития информационно-психологического противоборства и существующих путях обеспечения информационной безопасности, состоящей из информационно-технической безопасности элементов систем добывания, переработки и передачи информации и психофизической безопасности индивидуального, группового, общественного сознания, а также органов и систем управления (принятия решений).

Результатом изучения курса должно стать понимание студентами закономерностей развития механизмов информационного противоборства, методов и приемов информационно-психологического воздействия и средств обеспечения информационной безопасности, понимание важности усиления собственного интеллектуального потенциала, развития аналитических способностей, навыков критического мышления в работе с информацией, что будет способствовать воспитанию здраво и самостоятельно мыслящих граждан.

1. Информация и массовая коммуникация в социальных системах. Информационная безопасность

Система социально-политических отношений современного общества формируется в результате воздействия различных факторов, среди которых можно выделить следующие:

- идеология информационного общества;
- экономическая, политическая, социальная, информационная, культурно-идеологическая глобализация;
- геополитическая конкуренция в информационно-психологическом пространстве;
- информационное противоборство, принимающее в современных условиях формирования информационного общества такие агрессивные и социально опасные формы, как информационно-психологическая экспансия, информационно-психологическая агрессия, информационно-психологическая война.

Информационное общество – состояние развития общественных и, прежде всего, производственных отношений, при котором основная часть валового продукта создается не за счет материального производства, а на основе создания и продажи наукоемких технологий, информационных продуктов, то есть результатов интеллектуального труда граждан.

Важнейшим результатом формирования информационного общества стало возникновение глобального информационного пространства социальных систем, в котором развернулась острая борьба за достижение информационного превосходства (борьба за ресурсы в новых условиях).

Глобализация как процесс эволюции цивилизации выражается, в частности, в интеграционных процессах, затрагивающих все сферы жизнедеятельности людей, народов и государств, процессах формирования единого мирового экономического, финансового, информационного, психологического и т.д. пространства.

Преобразование традиционной системы социальных отношений индустриального общества в систему отношений общества информационного сопровождается коренными изменениями облика сформировавшейся в условиях системы ценностей (парадигмы) индустриального общества многополярной геополитической картины

мира и характера, содержания, принципов и приоритетов геополитической конкуренции.

Важной чертой информационного общества является так называемый *информационный (информационно-психологический) неоколониализм*, разделяющий все страны и регионы мира на субъекты, доминирующие в информационно-психологическом пространстве и являющиеся источниками экспансии, и на субъекты, не обладающие необходимыми информационными ресурсами, технологиями и развитой информационно-телекоммуникационной инфраструктурой и являющиеся поэтому информационно зависимыми от субъектов-доминантов. Роль таких государств в информационно-психологическом пространстве достаточно очевидна – они становятся источниками важнейшего стратегического ресурса информационного общества – информации и знаний – для ведущих информационно развитых стран мира.

Смещение наибольшей активности геополитической конкуренции в информационно-психологическое пространство является основной причиной возникновения и стремительного развития новых форм информационно-психологической борьбы, которые никогда бы не достигли того высокого уровня эволюционного развития (превратившись в информационно-психологическую войну), если бы продолжали использоваться в основном при решении частных вопросов отдельными гражданами, группами граждан и общественными образованиями в процессе их внутривнутриполитической деятельности.

Соответственно изменяется и современное представление содержания понятия «*информационная безопасность*», которая видится состоящей из двух частей: информационно-технической безопасности элементов систем добывания, переработки и передачи информации и психофизической безопасности индивидуального, группового, общественного сознания, а также органов и систем управления (принятия решений).

В этой связи необходимо определить основные понятия: безопасности, угрозы, опасности и т.д.

В глубокой древности понимание *безопасности* не выходило за рамки обыденного представления и трактовалось как отсутствие опасности или зла (Платон). В средние века, согласно словарю Робера, под безопасностью понимали спокойное состояние духа человека, считавшего себя защищенным от любой опасности. Широкое

распространение в научных и политических кругах западноевропейских государств понятие «безопасность» приобретает благодаря философским концепциям Т. Гоббса, Д. Локка, Ж.Ж. Руссо, Б. Спинозы и др., означая состояние, ситуацию спокойствия, появляющуюся в результате отсутствия реальной опасности (как физической, так и моральной).

Важнейшей ценностью безопасность становится в «революционный период» истории: в английском Билле о правах 1689 г., американской Декларации независимости 1776 г. и в особенности во французской Декларации прав человека и гражданина 1789 г., прямо провозгласившей, что безопасность наряду со свободой, собственностью и сопротивлением угнетению входит в число неотъемлемых естественных прав человека.

В. Даль так определяет понятие «безопасность»: «Безопасность есть отсутствие опасности, сохранность, надежность». По С. Ожегову: «Безопасность – это состояние, при котором не угрожает опасность, есть защита от опасности».

В середине XX в. выделяются отдельные направления, виды безопасности. При этом особое значение стало придаваться обеспечению государственной безопасности.

Различают *два аспекта понятия «безопасность»*: безопасным называют явление и/или состояние какого-либо носителя опасности, которое не содержит угрозы для его окружения; свойство безопасности приписывают объекту, надежно защищенному от опасных для него воздействий.

Понимание безопасности как состояния защищенности в настоящее время получило наибольшее распространение и принято многими отечественными исследователями (В.Н. Иванов, В.С. Пирумов, В.С. Степашин, В.Л. Шульц). Однако безопасность не может быть сведена исключительно к защищенности. По мнению сотрудников Института социально-политических исследований РАН, безопасность есть деятельность людей, общества, государства, мирового сообщества народов по выявлению (изучению), предупреждению, ослаблению, устранению (ликвидации) и отражению опасностей и угроз, способных погубить их и лишить фундаментальных материальных и духовных ценностей, нанести неприемлемый (недопустимый объективно и субъективно) ущерб, закрыть путь для выживания и развития.

Классификация категории «безопасность». По признаку масштабности:

- международная безопасность;
- региональная безопасность;
- национальная безопасность;
- местная безопасность и т.д.

В зависимости от типа угрозы, а также в содержательном плане для международной и национальной безопасности, выделяются следующие сферы (области) ее проявления и обеспечения:

- экологическая безопасность;
- экономическая безопасность;
- военная безопасность;
- ресурсная безопасность;
- информационная безопасность;
- социальная безопасность;
- научно-техническая безопасность;
- энергетическая безопасность;
- ядерная безопасность;
- политическая безопасность;
- инновационная безопасность;
- правовая безопасность;
- культурная безопасность;
- техническая безопасность и др.

Теперь необходимо остановиться на определении другого ключевого понятия – «*опасность*»:

- объективно существующая возможность негативного воздействия;
- возможность ущерба (результат разрушительного изменения целостности и/или свойств конкретных личностей (граждан) и принадлежащих им материальных или духовных ценностей);
- возможность прекращения существования (гибели);
- фатальная возможность нанесения вреда;

Таким образом, сущность опасности состоит в возможности прекращения существования системы. Сущность возникновения опасности – в неизбежной и постоянной генерации опасности в системе в результате возникновения и развития внутренних и внешних противоречий, требующих своего разрешения.

Категория «опасность» применяется для характеристики психологического состояния людей, как осознание ими вредных последствий тех или иных реальных явлений или как безнадежное выискивание несуществующих. Уяснение существа опасности должно быть исходным этапом противодействия опасности, ее парирования и устранения. Если индивиды не понимают всей глубины опасности, они не напрягают адекватно свои силы, чтобы ликвидировать или предупредить ее. Опасности родственно понятие «угроза»; угрозы исходят от различного рода источников опасности.

Угроза – а) наиболее конкретная и непосредственная форма опасности, т.е. актуализированная (на стадии перехода из возможности в действительность) опасность, характеризующаяся конкретной формой проявления и способом воздействия;

б) совокупность условий и факторов, создающих опасность интересам граждан, общества и государства, а также национальным ценностям и национальному образу жизни. Это может быть высказанное намерение субъектов нанести ущерб другим, демонстрация готовности совершить соответствующую акцию.

Угрозы классифицируют по направлениям (видам)

- политические;
- военные;
- социальные;
- экономические;
- экологические;
- продовольственные;
- психологические;
- информационные и др.

Опасности и угрозы всегда указывают на взаимодействие двух сторон:

- субъекта – источника и носителя опасности;
- объекта – на которого направлена опасность или угроза.

Современное понимание безопасности включает в себя три составляющие: государственную безопасность, общественную безопасность и безопасность человека. Если первая прямо связана с противодействием угрозам; независимости и территориальной, целостности страны, оборонному потенциалу, конституционному строю и связана с защитой институтов, обеспечивающих безопасность этих ценностей, то вторая отражает потребность защиты об-

щественного порядка, собственности во всех ее формах. Третья же характеризует защищенность интересов, прав и свобод человека.

Основные направления обеспечения безопасности РФ:

а) профилактика опасности, которая включает меры, направленные на предупреждение и устранение:

- условий, способствующих появлению и развитию опасности;
- основных причин появления опасности, связанных с низким уровнем определения и удовлетворения потребностей народа и дружественных стран;

- опасных факторов в различных сферах жизнедеятельности страны;

б) борьба с опасностью, включающая меры, направленные на:

- ликвидацию (нейтрализацию) носителей опасности социогенного, природного и техногенного характера;

- пресечение деятельности носителей опасности;

- разрушение системы обеспечения жизнедеятельности носителей опасности.

в) защита от опасности, включающая:

- повышение свойств выживаемости объектов безопасности;

- противодействие проведению актов воздействия носителей опасности на объекты безопасности;

- восстановление объектов безопасности после состоявшихся акций.

г) обеспечение жизнедеятельности и эффективного функционирования субъектов безопасности.

Одним из основных документов, посвященных проблематике безопасности России, является *Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года* (утверждена Указом Президента России от 12.05.2009 № 537). Основным направлениям защиты национальной безопасности в информационной сфере посвящена *Доктрина информационной безопасности России*, одобренная Советом Безопасности Российской Федерации 23 июня 2000 года. Она представляет собой совокупность официальных взглядов на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информационной безопасности Российской Федерации.

Социальные интересы человека, которые необходимо охранять в информационном обществе, заключаются прежде всего в реальном

обеспечении прав и свобод человека на доступ к открытой информации, на использование информации в интересах осуществления не запрещенной законом деятельности, а также в защите информации, обеспечивающей личную безопасность, духовное и интеллектуальное развитие. Наиболее опасным источником угроз этим интересам является существенное расширение возможности манипулирования сознанием человека за счет формирования «виртуального информационного пространства».

Кроме того, уничтожение информационных ресурсов, их недоступность или несанкционированное использование вследствие нарушений информационной безопасности, вызывают серьезные проблемы у граждан, социальных групп, компаний и государств.

В целом проблемы информационной безопасности можно разделить на три больших группы:

1. Проблемы гуманитарного характера – проблемы информационной безопасности, возникающие в связи с бесконтрольным использованием и распространением персональных данных граждан, вторжениями в частную жизнь, клеветой и кражами личности.

2. Проблемы экономического и юридического характера – проблемы информационной безопасности, возникающие в результате утечки, искажения и потери коммерческой и финансовой информации, краж брендов и интеллектуальной собственности, раскрытия информации о материальном положении граждан, промышленного шпионажа и распространения материалов, наносящих ущерб репутации компаний.

3. Проблемы политического характера – проблемы информационной безопасности, возникающие из-за информационных войн, кибервойн и электронной разведки в интересах политических групп, компрометации государственной тайны, атак на информационные системы важных оборонных, транспортных и промышленных объектов, неполного информирования и дезинформации руководителей крупных учреждений.

Таким образом, информационная революция и формирование информационного общества привели к распространению традиционного соперничества стран (организаций, людей) на информационно-психологическое пространство, в котором заметно меняется содержание геополитической конкуренции – как через изменение содержания собственно вооруженной борьбы, так и через пересекаю-

щееся с ней, но не совпадающее полностью информационное противоборство.

В научной литературе существуют различные подходы к рассмотрению понятия *информационного противоборства*.

Информационное противоборство (С.П. Расторгуев) – открытое и/или скрытое целенаправленное информационное воздействие систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере.

Информационное противоборство (А.В. Манойло) – соперничество социальных систем в информационно-психологической сфере по поводу влияния на те или иные сферы социальных отношений и установления контроля над источниками стратегических ресурсов, в результате которого одни участники соперничества получают преимущества, необходимые им для дальнейшего развития, а другие их утрачивают.

Действия участников информационного противоборства могут носить наступательный (агрессия, война) или оборонительный характер.

Цель информационного противоборства – обеспечение (национальных) интересов в информационно-психологической сфере, которое включает в себя:

- обеспечение геополитической и информационно – психологической безопасности государства;
- достижение превосходства в сфере международных отношений;
- обеспечение достижения целей национальной экономической, идеологической, культурной, информационно-психологической экспансии;
- обеспечение благоприятных условий для перехода собственной национальной системы социально-политических отношений на новый, более высокоразвитый и высокотехнологичный этап эволюционного развития;
- трансформация структуры национальных экономического, политического, социально-культурного, информационно – психологического пространств в соответствии с собственными принципами формирования информационной картины мира.

Основные способы достижения целей в информационном противоборстве:

- информационно-психологическое превосходство (доминирование);

- асимметричный ответ на внешние воздействия более сильных субъектов информационного противоборства.

Основные принципы информационного противоборства:

- информационная асимметрия;

- информационное доминирование;

- скрытость, латентность процессов информационно-психологической борьбы;

- внезапность нападения на противника;

- принцип обеспечения стратегического баланса сил в информационно – психологическом пространстве;

- использование отсутствия четких юридически закрепленных в международных и национальных правовых нормах определений информационно-психологической агрессии и информационно-психологической войны в целях нанесения ущерба национальным интересам противников в мирных условиях;

- массированное использование всех имеющихся сил и средств информационно-психологического нападения;

- принцип возможности сочетания информационно-психологической борьбы, ведущейся участником борьбы в составе коалиции, с информационно-психологической борьбой, ведущейся этим же членом коалиции против других ее членов в отношении достижения тех или иных частных преимуществ.

Объектом информационного противоборства является любой объект, в отношении которого возможно осуществление информационного воздействия (в том числе – применение информационного оружия) либо иного воздействия (силового, политического, экономического и т.д.), результатом которого будет модификация его свойств как информационной системы.

Родовые объекты информационного противоборства:

- система социальных отношений информационного общества;

- система политических отношений информационного общества;

- система психологических отношений информационного общества.

Объектом информационного противоборства может стать любой компонент или сегмент информационно-психологического пространства, в том числе – следующие виды:

- массовое и индивидуальное сознание граждан;
- социально-политические системы и процессы;
- информационная инфраструктура;
- информационные и психологические ресурсы (система ценностей общества; психологическая толерантность системы ценностей (устойчивость системы ценностей по отношению к внешним или внутренним деструктивным воздействиям); индивидуальное и массовое сознание граждан; психологическая толерантность сознания граждан (устойчивость сознания граждан к манипулятивному воздействию и вовлечению в противоправную деятельность манипулятивными методами тайного принуждения личности); психическое здоровье граждан; толерантность психического здоровья граждан (устойчивость психического здоровья по отношению к внешним или внутренним деструктивным воздействиям)).

Субъекты информационного противоборства:

- государства, их союзы и коалиции;
- международные организации;
- негосударственные незаконные (в том числе – незаконные международные) вооруженные формирования и организации террористической, экстремистской, радикальной политической, радикальной религиозной направленности;
- транснациональные корпорации;
- виртуальные социальные сообщества;
- медиа-корпорации (СМИ и МК);
- коммерческие и некоммерческие организации (конкуренты).

Признаки субъекта информационного противоборства:

- наличие у субъекта в информационно-психологическом пространстве собственных интересов;
- наличие в составе субъекта специальных сил (структур), функционально предназначенных для ведения информационного противоборства или уполномоченных на ведение информационного противоборства;
- обладание и/или разработка информационного оружия, средств его доставки и маскировки;
- под контролем субъекта находится сегмент информационного пространства, в пределах которого он обладает преимущественным правом устанавливать нормы регулирования информационно-психологических отношений (на правах собственности, закреплен-

ных нормами национального и международного законодательства) или государственным суверенитетом (национальный сегмент информационного пространства как часть государственной территории);

- существование в официальной идеологии положений, допускающих участие субъекта в информационном противоборстве.

Наряду с информационным противоборством, в информационном обществе облик системы политических отношений на глобальном (геополитическом) уровне определяет информационная политика, которая является важнейшим компонентом системы социальных и политических отношений современного общества.

Информационная политика – это особая сфера жизнедеятельности людей (политиков, ученых, аналитиков, журналистов, слушателей и читателей и т.д.), связанная с воспроизводством и распространением информации, удовлетворяющей интересы социальных групп и общественных институтов. Кроме того, это деятельность субъекта по актуализации и реализации своих интересов в обществе посредством формирования, преобразования, хранения и передачи всех видов информации.

Информационная политика как научная дисциплина является отраслью социальной информатиологии, ее социально-политической составляющей.

В системе регулирования социальных и политических отношений в современном информационном обществе центральное место занимает государственная информационная политика – деятельность системы органов государственной власти и управления по достижению национальных интересов в информационно-психологической сфере, компетенция которых определяется действующим, стремительно развивающимся информационным законодательством.

XXI век становится веком информации и информационных технологий, однако вместе с преимуществами информатизации общества появляются и новые проблемы, например, избыток информации. Начиная с 1950 г. сумма знаний в мире удваивалась каждые десять лет, с 1970 г. – каждые пять лет, с 1991 г. – ежегодно.

Понятие «**информация**» (от латинского *informatio* – разъяснение, изложение) имеет огромное множество значений. В самом общем понимании информация представляет собой меру распределе-

ния материи и энергии в пространстве и во времени, меру изменений, которыми сопровождаются все протекающие в мире процессы.

Вместе с тем информация – это:

- фундаментальная первооснова и всеобщее свойство Вселенной, которая существует независимо от нас, проявляется в четырехмерном процессе взаимодействия микро- и макропроцессов энергии, движения и массы;

- уменьшение неопределенности в результате сообщения;

- сообщение, описание фактов;

- новости, новые сведения;

- степень модификации структуры входными данными;

- сведения о лицах, предметах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления, используемые в целях получения знаний, принятия решений.

В отечественной науке сложились *две основные концепции восприятия информации как явления – атрибутивная и функциональная*. Сторонники атрибутивной концепции (Б.В. Ахлибинский, Л.Б. Баженов, Б.В. Бирюков, К.Е. Морозов, И.Б. Новик, Л.А. Петрушенко, А.Д. Урсул и др.) считают информацию свойством всех материальных объектов, т.е. атрибутом материи. Сторонники функциональной концепции (В.В. Вержбицкий, Г.Г. Вдовиченко, И.И. Гришкин, Д.И. Дубровский, Н.И. Жуков, А.М. Коршунов, М.И. Сетров и др.) связывают информацию с функционированием самоорганизующихся систем.

Согласно третьей точки зрения (Д.М. Жилин), с одной стороны материя без информации невозможна, ибо ничем ни для чего не проявляется. С другой стороны, информация без материи тоже невозможна, т.к. для информации нужен носитель. То есть материя и информация находятся в неразрывном единстве. Но при этом материя (энергия) воздействует на информацию (вплоть до возможности ее уничтожения), а информация – на материю, т.е. материя и информация находятся в постоянном противоречии и борьбе (диалектическая противоположность, снятие противоречий между ними есть причина развития). Таким образом, мир есть результат снятия противоречия между материей и информацией. Материя и информация – две равноправные сущности, а свойства являются продуктом снятия противоречий между ними. При создании и разрушении

(перестройке) структур информация и энергия (материя) до определенных пределов взаимозаменяемы.

Всякая информация обладает тремя основными параметрами:

- количеством;
- содержанием;
- ценностью.

Основными свойствами информации являются:

- способность воздействовать на психику;
- значимость (полнота);
- достоверность;
- целостность;
- адекватность.

Способность воздействовать на психику – неотъемлемое свойство информации. Фундаментальное свойство информации (применительно к человеку) – оторвавшись от объекта отражения существовать самостоятельно, стать содержимым памяти, то есть самостоятельно участвовать в психических процессах, трансформируясь в представления, знания, умения, навыки.

Значимость информации – свойство информации сохранять свою потребительскую ценность для получателя в течение времени, т.е. не подвергаться моральному старению.

Достоверность информации – соответствие полученной информации действительной обстановке. Достоверность достигается:

- обозначением времени свершения событий, сведения о которых передаются;
- тщательным изучением и сопоставлением данных, полученных из различных источников;
- проверкой сомнительных сведений; своевременным скрыванием дезинформационных и маскировочных мероприятий;
- исключением искаженной информации, передаваемой по техническим средствам.

Целостность информации – это неизменность информации в условиях случайных или преднамеренных действий в процессе эксплуатации информационной системы. Под целостностью информации также понимается актуальность и непротиворечивость информации, ее защищенность от разрушения и несанкционированного изменения.

Адекватность или старение информации – свойство информации утрачивать со временем свою практическую ценность, обусловленное изменением состояния отображаемой ею предметной области.

В основе классификации информации лежат следующие характеристики:

- степень упорядоченности (различают информацию и документированную информацию),

- форма закрепления информации (представленная в письменном виде (рукопись, машинопись, нотная запись и т.д.); в устной форме (публичное исполнение и т.д.); в виде звуковой или видеозаписи механической, магнитной, цифровой, оптической и т.д.); в виде изображения (рисунок, эскиз, картина, план, чертеж, кино-, теле-, видеоизображения, компьютерная графика и анимация, фотография и т.д.); в объемно-пространственной форме (скульптура, модель и т.д.),

- доступность (открытая (общедоступная) и ограниченного доступа),

- содержание – информация может быть классифицирована по сфере применения (на экономическую, социально значимую, служебную, частную, развлекательную и т.п.), по ценности информации в зависимости от времени (на оперативную, неоперативную, памятники культуры), по предназначению и др.

С точки зрения способа фиксации информации существуют различные виды документированной информации – т.е. зафиксированной на каком-либо материальном носителе информации с реквизитами, позволяющими ее идентифицировать. Под носителем информации в общем случае понимается физическое лицо, или материальный объект, в том числе физическое поле, в котором информация находит свое отображение в виде символов, образов, сигналов.

Документированная информация при ее изучении и анализе называется также документальными источниками. Классификация документальных источников возможна по разным критериям: по способу фиксирования информации, по целевому назначению, по степени персонификации, по статусу, по источнику информации и т.д. Оценкой возможностей использования того или иного конкретного источника информации, либо группы источников в исследовательской работе или практических целях занимается особая наука – источниковедение.

В отечественном источниковедении наиболее распространенной является классификация источников по типам и видам. Тип объединяет источники, различающиеся способом кодирования информации и ее хранения (письменные, вещественные, этнографические, устные, лингвистические, фотокинодокументы, фонодокументы, документы на электронных носителях).

Видовая классификация разработана преимущественно к системе письменных источников. В общем корпусе письменных источников, если взять для примера отечественную историю, традиционно выделяются следующие виды: летописи, законодательные акты, делопроизводственная документация, частные акты, статистические источники, периодическая печать, документы личного происхождения (мемуары, дневники, письма), литературные памятники, публицистика и политические сочинения, научные труды.

В современных условиях особое значение приобретает *социальная информация*, связанная, прежде всего, с функционированием государственных и общественных структур и институтов, групп людей (этнических, профессиональных, возрастных и так далее), а также с поступками и помыслами отдельных личностей. Информация, получаемая в ходе познания социальной реальности, не только содержит определенные сведения (гносеологический аспект), но и обладает ценностью (прагматический аспект), зависящей как от новизны информации, так и от возможности использования ее для реализации личностью (группами, стратами, классами) своих интересов.

К социальной информации относится любая информация, циркулирующая в обществе, которая обеспечивает выполнение им функций именно как социальной системы. Соответственно, если эти функции обеспечивает любой из вышеперечисленных видов информации, ее можно рассматривать и как социальную.

При этом для общества можно выделить некоторую информацию, имеющую для его членов наибольшее значение. Такая информация называется социально значимой.

Возвращаясь к проблематике информационной безопасности, необходимо отметить, что в современном информационном обществе все большую актуальность приобретают вопросы не защиты информации (от искажения, кражи и т.д.), а защиты от информации систем управления, принятия решений, индивидуального и массово-

го сознания. При перепроизводстве информации в дефиците внимание. Сегодня информация сама по себе имеет ограниченную ценность. Напротив, ценна способность избегать ненужной информации, чтобы высвободить драгоценное время и усилить концентрацию. Информация, пользующаяся спросом, должна быть адекватной и надежной, а также, желательна, эксклюзивной. Другими словами важны, прежде всего, знание и понимание, необходимые для оптимального использования этой информации. Метаинформация – сведения о том, как наиболее эффективно связать разнородную информацию – сама по себе есть самая ценная ее разновидность.

В этой связи необходимо четкое различие таких понятий, как «информация» и «знание», которые в обыденном сознании являются, по сути, синонимами. В практической деятельности в информационном пространстве информация начинает рассматриваться как ресурс – некое «сырье» для «производства знаний».

Знания отличаются от информации следующие свойства:

- понятность (осмысленность). Безличная информация должна быть освоена (присвоена),

- структурированность. Знания должны быть разложены по полочкам,

- удобство доступа и усвоения. Для человека – это способность быстро понять и запомнить или, наоборот, вспомнить; для компьютерных знаний – средства доступа, т. е. поиск, краткие аннотации к документам, индексы и т.п.,

- лаконичность. Лаконичность позволяет быстро осваивать и перерабатывать знания и повышает «коэффициент полезного содержания»,

- непротиворечивость,

- достоверность.

Еще одним важным понятием является понятие информационной сферы. *Информационную сферу* образует совокупность субъектов информационного взаимодействия или воздействия, осуществляющих сбор, формирование, распространение и использование информации; собственно информации; информационной инфраструктуры, обеспечивающей возможность осуществления обмена информацией между субъектами; а также системы регулирования возникающих при этом общественных отношений (в рамках данного кур-

са не делается различий между информационной сферой и информационным пространством).

Рассматривая информационное пространство с позиций синергетики, его можно представить как открытую самоорганизующуюся систему, включающую в себя огромное разнообразие информационных потоков и информационных полей, находящихся во взаимодействии.

Следующим понятием, тесно связанным с понятиями информации, информационной сферы, является понятие *коммуникации*.

В научной литературе *коммуникация* определяется как:

- передача информации (идей, образов, оценок, установок) от лица к лицу, от одной культурной единицы к другой;
- линия или канал, соединяющие участников обмена информацией;
- взаимодействие, с помощью которого информация передается и принимается; процесс передачи и приема информации.

В процессе коммуникации осуществляются взаимное влияние людей друг на друга, а также обмен различными идеями, интересами, настроениями, чувствами.

Модель коммуникативного процесса включает 5 элементов (Г. Лассуэлл):

- коммуникатор (тот, кто передает информацию);
- сообщение (передаваемая информация);
- канал (способ передачи информации);
- аудитория, реципиент (кому передается информация);
- эффективность (характер и степень воздействия).

Позднее в научной литературе появляется еще один элемент – носители информации (субъекты, материальные носители, физические поля).

Общепринятой признана классификация видов коммуникации на основании уровня, на котором она осуществляется. Согласно этому критерию выделяются межличностная, групповая и массовая коммуникации.

Массовая коммуникация – совокупность открытых, упорядоченных процессов передачи социально значимой информации, поддающихся целенаправленному регулированию и используемых правящей элитой для утверждения определенных духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического,

экономического или организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей.

Массовая коммуникация характеризуется: рассредоточенностью аудитории; наличием широкомасштабных коммуникативных процессов, осуществляющихся с помощью технических средств; передачей информации одновременно по различным каналам массового информирования (книгопечатание, издание газет и журналов, радио- и телетрансляции, глобальные компьютерные сети); принципиальной доступностью информации всем желающим.

Массовая коммуникация активно используется для манипулирования сознанием людей (аудитории). Большинство исследователей массовой коммуникации полагает, что ее характер и цели как орудия идейно-политической борьбы, управления, пропаганды, распространения культуры, рекламы определяются социальной природой общества.

Функции массовой коммуникации:

1. Интегрирующая. В рамках данной функции массовая коммуникация объединяет в единую пространственно-коммуникативную и социокультурную среду различные виды человеческой деятельности и занимающихся ими субъектов, в том числе как отдельных людей, так и целые государства, народы и международные коалиции, и транснациональные корпорации.

2. Коммуникативная. Массовая коммуникация создает особую среду трансграничной, интерактивной и мобильной активности различных субъектов деятельности, в рамках которой они осуществляют информационный обмен.

3. Актуализирующая. Именно благодаря использованию технологий массовой коммуникации появляется возможность осуществлять управляющее воздействие на массовое сознание и актуализировать различными субъектами деятельности свои жизненно важные интересы в информационно-психологическом пространстве посредством реализации ими информационной политики.

4. Геополитическая. Массовая коммуникация формирует собственные ресурсы и изменяет значимость традиционных ресурсов, создавая новую среду геополитических отношений и конкуренции.

5. Социальная. Массовая коммуникация трансформирует состав общества и изменяет характер и содержание социально-

политических (общественных) отношений во всех сферах – политике, культуре, науке, религии и других.

Понятие средств массовой коммуникации (МК) близко общеупотребляемому термину «*средства массовой информации*» (СМИ). В большинстве случаев под СМИ понимается средство распространения информации, характеризующееся: обращенностью к массовой аудитории; общедоступностью; корпоративным характером производства и распространения информации. К средствам массовой информации относятся: пресса, радио, телевидение, иные формы периодического распространения массовой информации (например, Internet-издания), кинематограф, звукозаписи, видеозаписи, видеотекст, телетекст, рекламные щиты и панели, информационные агентства.

Сам термин «СМИ и МК» трансформировался из термина СМИ благодаря интенсивному развитию информационно-телекоммуникационных систем, распространению интерактивного способа коммуникации между средствами массового информирования и пользователями массовой информации и вовлечению в систему массового информирования новых субъектов коммуникации.

Иногда для обозначения СМИ и МК используется термин «*масс-медиа*» (англ. – mass-media), где mass означает большое количество (масса) кого-либо и чего-либо, media – средство информации. СМИ и МК образуют систему средств массового информирования, осуществляющих распространение массовой социально значимой информации, объектом воздействия для которой выступает массовое сознание.

Массовое сознание – это особого рода внегрупповое сознание, ситуативное производное от общественного сознания, носителем которого являются основные группы общества, составляющие социальную классовую структуру. Массовое сознание включает в себя то, что является наиболее распространенным, типичным во взглядах, идеях, убеждениях, чувствах, настроениях, обычаях, традициях широких слоев общества. Массовое сознание представляет собой также совокупность взглядов и установок, выражающих отношение людей к государству, политическим и социальным ценностям, целям развития, традициям и нормам жизни. При этом необходимо различать массовое сознание и *общественное мнение*. Последнее – это особое состояние массового сознания, своеобразный фокус, в

котором сходятся все существующие социальные воззрения, идеи и представления.

Одно из свойств СМИ, которое используется в информационных войнах, это то, что в целом масс-медиа строят свою картину («виртуальную модель») действительности, масштабы и суть которой не совпадают с реальными измерениями.

В своей деятельности СМИ используют такие принципы отбора материалов, которые плохо совместимы с глубокими аналитическими сообщениями и часто препятствуют созданию информационной картины мира, более или менее адекватной реальности. В общем виде эти принципы формулируются следующим образом:

- приоритетность (действительная и мнимая) и привлекательность темы для граждан,

- неординарность фактов. Это означает, что информация о других экстремальных событиях – голоде, войнах, преступлениях и т.д.

- доминирует над освещением явлений будничной, повседневной жизни. Этим объясняется, в частности, склонность СМИ и МК к информации негативного характера и сенсациям,

- новизна фактов. Привлечь внимание населения в большей степени способны сообщения, еще не получившие широкой известности. Это могут быть новейшие данные о результатах развития экономики или численности безработных, о полете к другим планетам, о новых политических партиях и их лидерах и т.д.,

- успех. Согласно этому принципу в передачи и статьи попадают сообщения об успехах политических лидеров, партий или целых государств. Особое внимание уделяется победителям на выборах или в рейтинговых опросах. Культ звезд в политике, искусстве, спорте – типичное явление для СМИ и МК в рыночном обществе,

- высокий общественный статус. Чем выше статус источника информации, тем значительнее считается интервью или передача, поскольку предполагается, что их популярность при прочих равных условиях прямо пропорциональна общественному положению людей, сообщающих сведения. В силу действия этого правила наиболее легкий доступ к СМИ и МК имеют лица, занимающие высшие места в политической, военной, церковной или других иерархиях: президенты, военачальники, министры и т.д. Им посвящаются первые страницы газет и главные радио- и телепередачи.

Сведения, получаемые (извлекаемые) из открытых источников информации, называют открытой информацией. В свою очередь открытые источники информации определяются как общедоступные материалы, отражающие происходящие процессы в сфере политики, экономики, науки, техники, экологии, социальных и иных отношений в стране (регионах); нормативно-правовые акты; материалы средств массовой информации и АИС; научные публикации и т.п.

Существуют четыре основные функции СМИ (Г. Лассуэлл): наблюдение за миром (сбор и распространение информации), редактирование (отбор и комментирование информации), формирование общественного мнения, распространение культуры. Реализация указанных функций осуществляется, как правило, комплексно.

Будучи институтом гражданского общества, призванным способствовать формированию и интеграции этого общества, защите его интересов перед властью и бизнесом, реально в силу сложившейся в обществе системы политических и экономических отношений средства массовой информации эту роль не выполняют, а выступают нередко в роли представителя интересов власти или бизнеса, притом, что интересы власти и граждан, бизнеса и граждан не обязательно противостоят друг другу. Но и не всегда совпадают.

Оценки возможностей СМИ по воздействию на массовое сознание, общественное мнение и поведение колеблются между двумя полюсами: от утверждения об их всеисилии до почти полного отрицания их способности изменить укоренившиеся стереотипы мышления и поведения. Согласно таким рассуждениям, в условиях политической нестабильности СМИ способны выступать катализатором наметившихся процессов, либо, наоборот, сдерживать конфликт, направляя политическое действие в привычное русло.

Для подавляющего большинства людей печать, радио, телевидение, Интернет выступают легитимным и доступным источником знаний по вопросам, находящимся за пределами личного опыта или опыта непосредственного социального окружения. В связи с этим основной массив политической информации оказывается почерпнутым из сообщений, передаваемых по каналам массовой коммуникации. Подверженность личности влиянию СМИ зависит: от степени самоидентификации (восприятия себя как рабочего, представителя средних слоев и так далее); от ориентации на средства информации, которые отражают позиции и взгляды данной социальной группы и

тем более данного класса, степени и характера мотивов приверженности и обращения к тому или иному источнику информации; от доверия, уважения и привязанности к конкретному каналу информации; от того, в какой степени СМИ выступают для данного индивида главным поставщиком информации и идей; от характеристики самого сообщения (его броскости, интересности); от разнообразия сообщений, передаваемых по тому или иному каналу, их сбалансированности и восприятия их индивидом как объективных, хотя существующий в реальной действительности факт получает субъективную интерпретацию и оценку, пройдя через систему кодирования журналистом: «Между фактом действительности и фактом журналистики, который преподносится читателю, слушателю, зрителю с телеэкрана, всегда стоит коммуникатор». Доказано, что люди, доверяющие некоторому источнику информации, склонны не замечать тех элементов содержания, которые вызывают у них непонимание или несогласие. Подобное некритическое отношение к усваиваемой информации и есть та база, на которой основывается искусство манипуляции.

Контрольные вопросы

1. В чем суть понятий «информационное общество» и «глобализация»?
2. Дайте определение понятиям «информация», «безопасность», «угроза».
3. Охарактеризуйте основные свойства информационного пространства.
4. Чем информация отличается от знания?
5. Определите основные элементы коммуникативного процесса.
6. Дайте определение понятию «информационное противоборство».
7. Каковы основные принципы, субъекты и объекты информационного противоборства?

2. Основные исторические этапы информационного противоборства

Развитие информационного противоборства в условиях как мирного, так и военного времени происходило благодаря появлению, массовому распространению и доступности новых, более эффективных носителей и средств доставки информации, под воздействием и на основе которой происходит принятие решений. И с этой точки зрения можно говорить о наличии *четырёх исторических этапов развития информационного противоборства* (Воронцова Л.В., Фролов Д.Б.):

1. Исторически первая форма информационного противоборства – информационно-психологическое обеспечение боевых и повстанческих действий.

В качестве основного носителя и средства доведения информации на первом, вербальном этапе выступал человек, в качестве объекта воздействия – психика человека, определяющая направленность его деятельности.

Способы ведения информационного противоборства ограничены вербальными технологиями (выступления ораторов, религиозных проповедников, распространение слухов, дезинформации и т.д.), наглядными средствами устрашения (демонстрация военного превосходства, устрашающие знаки, пропагандистские письма на камнях, деревьях и строениях и т. п.) и физического противодействия (аресты, убийства ораторов и т. п.). Важнейшими субъектами информационного противоборства являлись священнослужители, как наиболее образованные лица, обладавшие значительным влиянием на все социальные слои населения. При этом появление первых печатных средств не сыграло заметной роли в осуществлении информационного противоборства, так как основная масса населения были неграмотны.

Истоками идей информационно-психологического воздействия на противоположную сторону можно считать первоначальное осмысление правителями Древнего мира физически ненасильственного управления массами людей. Такие идеи впервые встречаются в дошедших до нас источниках времен египетских фараонов. Многобожие, культ фараона, идея бессмертия составляли основу информационного воздействия на массовое сознание, формировали пред-

ставление о справедливости сословного неравенства и неизменности существующего строя.

О понимании важности психологического противоборства в тот период свидетельствуют взгляды египетских и ассирийских военачальников, прямо связывающие развитие хода сражения с психическим состоянием бойцов. Поэтому значительное внимание уделялось содержанию подготовки своих воинов. Не случайно основной задачей воспитания считалась выработка психической устойчивости у бойца, готовности погибнуть. В воспитательных целях военачальники широко опирались на религию, обряды, традиции и ритуалы.

Вместе с тем уже тогда военачальники понимали, что на ход сражения оказывает влияние не только настрой своих воинов, но и психическое состояние вражеских бойцов. Поэтому замысел битвы, как правило, строился на основе маневра, вносившего смятение в ряды противника. Наиболее распространенными способами внесения смятения было распространение слухов о превосходящей численности и мощи своего войска (особенно часто этот способ применялся Александром Македонским – IV в. до н.э.) использование устрашающих штандартов, масок, звукового сопровождения военных действий и т. п. Важнейшим способом также являлась дезинформация противника с целью введения его в заблуждение.

Приемами дезинформации успешно пользовались Чингисхан и его внук Батый, всегда заранее распространявшие слухи, преувеличивающие численность и жестокость монгольских войск.

По мере накопления опыта информационного противоборства возникла потребность в его теоретическом осмыслении. Из документально зафиксированных разработок в области теории информационного противоборства исторически первыми можно считать труды китайских исследователей.

Философские основы информационного противоборства как особого вида взаимоотношений между политическими субъектами сформулировал китайский ученый Конфуций (VI-V вв. до н. э.), призвавший использовать мораль и образование как для достижения внутреннего мира между верхами и низами общества, так и для отношений с другими народами. Труды другого китайского философа – Сунь Цзы (VI-V вв. до н. э.) легли в основу современных теоретических и практических подходов китайских и американских специалистов в области информационного воздействия.

Сунь Цзы поставил психологическое воздействие на противника на одно из первых мест в военном противоборстве. В своем «Трактате о военном искусстве» он писал: «Во всякой войне, как правило, наилучшая политика сводится к захвату государства целостным; разрушить его значительно легче. Взять в плен армию противника лучше, чем ее уничтожить... Одержать сотню побед в сражениях – это не предел искусства. Покорить противника без сражения – вот венец искусства». Сунь Цзы отмечал, что «война – это путь обмана», поэтому выигрывает тот, кто умеет вести войну не сражаясь. Для этого надо, во-первых, «разрушить планы противника», во-вторых, «расстроить его союзы» и, лишь в-третьих, разгромить его войска».

Сунь Цзы, по существу выделил основные направления информационного воздействия на противную сторону: «Разлагайте все хорошее, что имеется в стране противника. Разжигайте ссоры и столкновения среди граждан вражеской страны. Мешайте всеми средствами деятельности правительства». «Подрывайте престиж руководства противника и выставляйте в нужный момент на позор обществу».

В трактате освещены основные приемы манипуляции противником путем психологического воздействия и дезинформации, в определенном сочетании составляющие механизм принуждения выбранного объекта к направленным действиям.

Фактически впервые Сунь Цзы поставил вопрос о специальном средстве дезинформации. Рассматривая в указанном трактате о военном искусстве пять категорий шпионов, Сунь Цзы отдельно отметил «шпионов смерти», назначением которых была дезинформация противника с целью склонения его на действия, идущие ему во вред и даже могущие послужить причиной его гибели. Когда ложь обнаруживалась, агент предавался смерти. Такими агентами часто выступали послы, направляемые к противнику для переговоров о мире и даже для заключения мира. Именно в то время, когда противник, поверив в мирные намерения посла, ослаблял деятельность и боеготовность, противная сторона предпринимала решительную военную операцию.

Значительное внимание, по мнению Сунь Цзы, необходимо уделять получению знаний о личностных характеристиках противостоящих полководцев. Поскольку война – столкновение людей, наде-

ленных определенными качествами, считал Сунь Цзы, они и определяют её ход. Введение противника в заблуждение приносит победу. Всякое решение военачальника по отношению к врагу должно исходить из этого. Но чтобы обмануть врага, его надо глубоко знать и прежде всего знать его качества. Заметим, что практически любые инструкции для разведывательных органов по отношению к армии противостоящей стороны требуют изучения личностных характеристик и моральных качеств лиц, возглавляющих военные ведомства противника.

Ещё во II в. н. э. в Китае впервые применили прием пропагандистского воздействия – провозглашение справедливого характера войны, обосновывавшее необходимость военных действий.

Официальный католический религиозный философ Фома Аквинский, чье мировоззрение положено в основу деятельности современной римско-католической церкви, еще в XIII в. провозгласил важнейшим для укрепления духовенства и государства правом церкви формирование идеологии и контроль публицистики. Позже английский материалист Томас Гоббс (XVII в.) подчеркивал необходимость активной энергичной борьбы государства с теми учениями, которые ослабляют или ведут государство к распаду.

В это время английские ученые уже начали обосновывать необходимость активного использования методов психологического воздействия в межгосударственных отношениях. Английский философ лорд-канцлер Ф. Бэкон (XVI – начало XVII в.) доказал важность психологического воздействия при дипломатических переговорах. В XVII столетии «уловки и мелкие хитрости» политической деятельности начали тщательно систематизироваться, что дало возможность английскому писателю и политическому деятелю Джонатану Свифту назвать этот род деятельности «искусством политической лжи» или «псевдологией». Впоследствии в Англии это название видоизменилось в формулировку «политическая война», и в таком виде она традиционно применяется до сих пор для обозначения деятельности по влиянию на умы людей.

Таким образом, идеи дезинформации и психологического воздействия на противника, обеспечения психологической устойчивости своего населения и армии, разработанные в трудах теоретиков Древнего мира, послужили тем фундаментом, на котором выросли

современная теория и практика информационного противоборства, его наступательная и оборонительная составляющие.

Основными наступательными методами информационного воздействия с древних времен были устрашение и дезинформирование противника в предвоенный и военный периоды, главным образом с целью обеспечения внезапности нападения и ослабления воли врага к сопротивлению.

Идеологическая борьба с противником зародилась с появлением государства и велась открыто, способами убеждения, главным образом под религиозными лозунгами. Убеждение собственных войск и населения основывалось на религиозных и имперских идеях.

Основные формы доведения информации до объектов дезинформационного и психологического воздействия – устная (слухи, проповеди, сказания, выступления и т. д.), письменная (письма, рукописи и т. д.), наглядно-демонстрационная (настенные росписи, литографии и т. д.) – также появились еще в древности.

2. Второй, «бумажный» этап информационного противоборства начался с распространением грамотности, в условиях широкого охвата населения новыми носителями информации: письмами, листовками, книгами, газетами, журналами (книгопечатание было изобретено в середине XVI в., журналы и газеты появились в начале XVII в.). В этот период появилось и специальное эффективное средство информационного противоборства, используемое до сих пор, – листовка. Заметных изменений в средствах доставки информации не произошло, хотя определенную роль сыграло появление пароходов и поездов.

Уже в XVIII в формулируются важнейшие способы достижения внешнеполитических целей путем информационного воздействия: предварительная психологическая обработка союзников и противников (возглавляемая и координируемая лично императором); разложение противников изнутри путем использования внутренних противоречий; личное участие императора в управляющем информационном воздействии на дипломатических представителей, авторитетных деятелей, население других стран; использование контрразведывательных средств в пресечении иностранной пропагандистской деятельности; издание и распространение собственных печатных средств за границей.

Честь первого в истории войн использования пропагандистского текста, который объединил в себе призыв аудитории к определенным практическим действиям с документом, имевшим юридическую силу и поэтому становившимся особенно привлекательным для пропагандируемых, также принадлежит русскому полководцу – М.И. Кутузову. Таким текстом было обращение М.И. Кутузова к населению Польши 27 декабря 1812 г. Отпечатанное значительным тиражом в виде листовки обращение имело в конце особую оговорку: «Экземпляр сего объявления всякому, имеющему оный, служит вместо охранного листа». Дальнейшее развитие объединения пропагандистского текста с документом привело к созданию в годы Первой мировой войны хорошо известной формы пропаганды плена в виде листовки-пропуска.

Одна из ключевых ролей в развитии теории информационного противоборства в военных условиях принадлежит Наполеону Бонапарту. Боевым операциям армии Наполеона, как правило, предшествовало распространение слухов о значительно преувеличенной численности наполеоновских войск, за ними следовало распространение памфлетов и листовок. Для этого в армии Наполеона была походная типография с набором иностранных шрифтов. Ему принадлежат слова: «Четыре газеты смогут причинить больше зла, чем сотысячная армия». Пресса, считал Наполеон, должна писать только то, что ей прикажут, и молчать о том, что ей не следует говорить. В целях дезинформирования армии противника Наполеон часто использовал массовую засылку агентов-дезинформаторов.

Глава французской секретной службы при Наполеоне Ж. Фуше стал первым шефом полиции, выделивший прессу в качестве субъекта и объекта контрразведывательной деятельности. В организованной им системе контрразведки он создал отдел прессы и отдел театра и газет и пригласил в них лучших журналистов страны. С одной стороны, он использовал их для пропаганды, а с другой – с их помощью поставил задачу духовно обезглавить оппозицию внутри страны и за рубежом.

Тем временем в России закрепилась традиция использования средств массовой информации в целях решения внешнеполитических задач. Международный престиж России в середине и второй половине XIX в. был довольно сильно подорван. В целях борьбы с антирусскими настроениями, а также содействия внешнеэкономиче-

ским и финансовым инициативам правительства России руководство МИДа во второй половине XIX в. тесно сотрудничало с европейскими СМИ, даже пыталось приобрести в Западной Европе отдельные газеты. Так, в 80-х гг. XIX в. царское правительство для продвижения направленной информации через МИД субсидировало выходящую во Франции газету «Норд», а после смерти владельца предполагало выкупить ее у наследников. В ней на протяжении почти двух десятков лет регулярно публиковались материалы, освещавшие с выгодных для России позиций ее внутреннюю и внешнюю политику, различные стороны жизни страны.

В русской армии формированию международного общественного мнения начали уделять целенаправленное внимание начиная с войны по освобождению Болгарии (1877-1878 гг.). Военный противник в этот период активно распространял дезинформацию в отношении России. В этой связи при Верховном главнокомандующем был создан штаб прессы, введена аккредитация корреспондентов, выезжающих к месту боевых действий. Для них регулярно проводили, говоря современным языком, пресс-конференции, организовывались поездки на фронт, интервью с солдатами и офицерами, посещение госпиталей и т.д.

Примерно в тот же период, в 1874 г., по инициативе России Брюссельская конференция по регламентации обычаев войны впервые осудила применение дезинформации. Декларация этой конференции была подтверждена на последующих Гаагских конференциях в 1899-1907 гг. И хотя в итоге ни одно из государств, включая Россию, не изъяло из арсенала военных методов борьбы дезинформацию, в официальных армейских документах (уставах, наставлениях), вышедших уже после войны 1914-1918 гг., дезинформация была прикрыта терминами активной и пассивной тактической и оперативной маскировки.

Итак, печатный этап информационного противоборства открыл широкие возможности для осуществления тайных информационных операций на международной арене, осуществляемых, как правило, под руководством первых государственных лиц силами разведывательных структур. Это обусловило выделение борьбы с тайной пропагандистской и дезинформационной деятельностью в отдельную функцию контрразведывательных подразделений.

Пресса стала не только объектом, но и субъектом контрразведывательной деятельности, оказывающим содействие государственным органам в информационном противоборстве с противником.

3. Третьему этапу информационного противоборства дало начало возникновение новых носителей информации (в середине XIX в. – изобретение фотографии) и новых средств доставки информации, появившихся благодаря открытию электричества (конец XIX в.): телеграфа, телефона, радио, кино, телевидения, звукоусилительной аппаратуры и т. п. Значительно усилились наглядность и образность средств информационного воздействия, увеличились возможности накапливания и длительного хранения информации в любом объеме. Стало возможным оказание как оперативного, так и долгосрочного, как избирательного, так и массового информационного воздействия на сознание, волю и чувства населения.

На этом этапе впервые возникли информационно-технические средства воздействия не только на сознание человека, но и на информационно-технические системы и комплексы, а именно средства радиоэлектронной борьбы, позволяющие подавлять теле- и радиовещание, создавать радиопомехи, т. е. нарушать возможности противника получать своевременную и объективную информацию, на основе которой он принимает решения. Таким образом, началось развитие информационно-технического направления осуществления информационного противоборства, которое успешно зарекомендовало себя в период Первой, а затем и Второй мировой войны.

Самой подготовленной к информационному противоборству в ходе Первой мировой войны оказалась Англия. Своими победами на информационном поле она обязана, прежде всего, такой фигуре, как лорд Нортклифф, газетному магнату, возглавлявшему во время войны английскую пропаганду в отношении неприятельских стран. Важнейшими принципами осуществления пропаганды лорда Нортклиффа были:

- обеспечение правдоподобности, а не достоверности содержания пропагандистских материалов за счет умелого сочетания лживых и истинных сообщений;
- массированный характер пропаганды;
- опережение пропагандой политических действий своего правительства;

- пропагандистская поддержка оппозиции правительств непрителеских стран;

- ведение пропаганды от имени патриотических сил противника.

Помимо пропаганды английская сторона в лице своей разведки активно использовала СМИ для осуществления дезинформации противника.

В августе 1918 г. в Лондоне состоялась конференция по пропаганде, обобщившая накопленный опыт и подведшая итог деятельности пропагандистских центров. К концу войны все подразделения пропаганды стран Антанты подчинялись одному верховному командованию. Следует отметить успешное использование средств психологической войны британскими спецслужбами и в более поздний период – в 1920-е гг. на Ближнем и Среднем Востоке. Эти успехи во многом связаны с именем полковника английской разведки Лоуренса. В 1926 г. английская разведка использовала шаха Персии для компрометации ваххабитов в глазах исламского мира. По инициативе шаха была созвана конференция, широко освещавшаяся в прессе, на которой мусульмане резко судили ваххабитов за оскверненные ими исламские святыни в Медине и других местах.

Таким образом, Первая мировая война явилась поворотным пунктом в развитии теории и практики информационного противоборства, на основе исследования опыта которой в целом завершилось формирование теоретических основ ведения пропаганды в военный период.

После Первой мировой войны немецкие специалисты внимательно проанализировали ошибки Германии в пропагандистском противостоянии с Антантой и поставили важность информационных действий для достижения внешне- и внутривполитических целей на одно из первых мест. С первых шагов своей политической деятельности Гитлер стал уделять значительное внимание информационному воздействию на массовое сознание, особенно молодежи, эксплуатируя во внутривполитической жизни идеи необходимости взятия реванша за поражение в Первой мировой войне, за унижение авторитета Германии. Уже в 1933 г. Германия первой в мире создала министерство пропаганды.

В 1935-1938 гг., в период интенсивной подготовки немецко-фашистской экспансии, произошло официальное закрепление ряда важнейших положений подрывной деятельности фашистской Гер-

мании. Подрывная деятельность была признана важнейшим средством политической борьбы, с помощью которого возможно решение стратегических внешнеполитических задач. В материалах директивы Объединенного командования вермахта (ОКБ) от 7 марта 1938 г. указывалось, в частности, что невоенные средства борьбы могут привести к «внутреннему разложению вражеского народа» и содействовать краху «несплоченного» противника даже без одержания решающей победы над его вооруженными силами». При этом выдвигалось положение о необходимости оказания тотального подрывного идейно-политического и морально-психологического воздействия на противника. Другим положением стратегии подрывной деятельности стала ориентация на максимальное использование для достижения целей подрывной деятельности различных политических и идеологических процессов, происходящих в странах, избранных в качестве объекта подрыва и ослабления.

В начале 1939 г. министерством пропаганды и штабом верховного командования вермахта было подписано соглашение «О ведении пропаганды в период войны». Пропаганда рассматривалась и качестве важнейшего средства ведения войны, приравненного по своей роли к одному из родов войск.

За несколько лет до начала войны с Советским Союзом фашисты, в том числе с целью подготовки «пятой колонны» на его территории, начали активную идеологическую обработку советских немцев, затем – населения территорий, включенных в СССР в 1940 г. В 1938 г. активизировала свою деятельность организация «Союз зарубежных немцев», издававшая и переправлявшая националистическую литературу в СССР для распространения среди немецкого населения. Белоэмигрантская организация «Российский фашистский союз», созданная на средства японской разведки, готовила для распространения среди населения СССР антисоветские листовки. Другая эмигрантская организация, «Национально-трудовой союз», в целях издания антисоветской литературы также активно сотрудничала перед войной с японской разведкой. Помимо этого, предвоенный период характеризовался значительным усилением радиотрансляций со стороны иностранных государств на территорию СССР (так, Италия начала вести антисоветские радиотрансляции с 1937 г.). Только за 1938 г. количество передач, адресованных жителям Советского Союза, увеличилось в три раза. В этой связи в СССР была

принята правительственная программа по созданию сети радиостанций в Европейской части России и на Дальнем Востоке, призванной не только перехватывать иностранные сообщения, но и глушить иностранное вещание на СССР. Однако реализация этой программы смогла обеспечить защиту только крупных промышленных центров европейской части страны.

Особое место в проведении дезинформационных мероприятий, особенно по отношению к советской разведке, отводилась нацистским спецслужбам, в основу деятельности которых был положен расчет на использование противоречий между СССР и западными странами. Важнейшим направлением деятельности фашистских спецслужб в тот период было поступление дезинформации непосредственно Сталину через выявленные разведывательные позиции Советского Союза в Берлине. Исключительное внимание при этом правящие круги Германии уделяли тщательному согласованию дезинформационных акций разведки с деятельностью военных, дипломатических, пропагандистских, внешнеторговых учреждений и организаций рейха.

С началом войны основное внимание фашистского руководства было сосредоточено на информационно-психологической составляющей информационного противоборства, для чего перед германскими спецслужбами и пропагандистскими органами были поставлены задачи по разложению Красной Армии и ее ближайшего тыла посредством агитации и пропаганды, дезорганизации управления Красной Армией путем распространения ложных приказов, сообщений, слухов. Реализация этих задач рассматривалась как необходимое условие подрыва боеспособности советских войск, обеспечения быстротечности и эффективности наступательных операций вермахта.

Указанные основные положения осуществления пропаганды в начальный период войны были сформулированы в директивах ОКБ незадолго до нападения на СССР. В частности, при проведении подрывной пропаганды предписывалось утверждать, что противниками Германии являются не народы Советского Союза, а советское правительство и коммунистическая партия, «работающие на мировую революцию», что целью вермахта является «освобождение населения от тирании Советов». Одновременно рекомендовалось скрывать планы фашистского руководства, предусматривавшие расчленение

СССР на отдельные «государственные образования», и указывалось на необходимость фабриковать «сведения» о неких «нарушениях» Советской Армией международного права и якобы совершаемых ею «жестокостях». Реализация этих установок осуществлялась разными способами. При помощи агитснарядов распространялись листовки с обращением к рядовому составу и командирам Красной Армии, широко использовались газеты, журналы, устное вещание. Активно применялся метод психологического давления на население оккупированной территории и личный состав Красной Армии с помощью звукоусилительной аппаратуры

В ходе ведения фашистской пропаганды большое внимание уделялось использованию радиосредств. Передачи транслировались на 9 языках народов СССР через радиостанции Германии, Италии и оккупированных фашистами стран.

В 1942 г. немецкие подразделения пропаганды были выделены в самостоятельный род войск.

Кроме официальных государственных пропагандистских органов и спецслужб фашистской Германии, в пропагандистской деятельности против Советского Союза участвовали негосударственные организации: Институт геополитики, Иберогерманский институт, Нордическое общество, Русский комитет германской промышленности и др.; антисоветские эмигрантские организации в Германии: Русский общевоинский союз, Национальный трудовой союз нового поколения, Русско-фашистский союз, Братство русской правды.

Противодействие фашистской пропаганде оказывали советские органы госбезопасности (НКГБ и НКВД), которые с начала войны в соответствии с основным документом, направлявшим их деятельность в военное время, – Директивой СНК ЦК и ВКП(б) СССР от 29 июня 1941 г. вели борьбу с паникерами и распространителями провокационных слухов. В войсках эту задачу выполняли органы военной контрразведки. Важнейшей задачей органов безопасности стало выявление и пресечение деятельности фашистских агентов-пропагандистов.

Особо остро встал вопрос о недопущении распространения через почтово-телеграфную связь разного рода антисоветских, пораженческих, провокационных и клеветнических сообщений, подрывавших обороноспособность страны и государственную безопасность.

В соответствии с постановлением ГКО от 6 июля 1941 г. «О мерах по усилению политического контроля почтово-телеграфной корреспонденции» просмотр писем и телеграмм, шедших из прифронтовой полосы, возлагался на НКГБ СССР. Во всех областях, где было объявлено военное положение, вводилась военная цензура на все входящие и исходящие почтово-телеграфные отправления.

В прифронтовой полосе для противодействия вражеской агитации и пропаганде, разрушению средств связи и дезорганизации управления (ложными приказами) с началом войны были срочно созданы специальные войска. В основу таких войск по охране тыла были положены формы и способы действий пограничных войск в процессе охраны государственной границы в мирное время.

Советская контрразведка проводила напряженную работу в тыловых районах страны, ограждая различные объекты, в том числе узлы и линии связи, от подрывных действий врага. Велась борьба с радиопропагандой противника, в частности использовалась «забивка» враждебных радиопередач. С этими же целями у населения с начала до конца войны были изъяты радиоприемники, запрещалось читать вражеские листовки.

Получив тяжелый урок дезинформации перед нападением на Советский Союз, советская контрразведка стала проводить собственные мероприятия по дезинформации фашистского командования о дислокации, численном составе и вооружении советских войск, истинных замыслах командования, положении в тылу. Эффективным способом дезинформации противника стало использование каналов радиосвязи в ходе радиоигр с его разведорганами.

В целях воздействия на солдат вермахта и население Германии в июне 1942 г. при Главном политическом управлении был создан Совет военно-политической пропаганды, образованный на базе Советского бюро военно-политической пропаганды (последний был учрежден ранее – 25 июня 1941 г.). В 1944 г. при Совинформбюро было создано Бюро координации пропаганды, направлявшее деятельность различных советских ведомств, проводивших пропаганду преимущественно среди населения зарубежных стран (Радиокомитет, ТАСС и др.

Необходимо отметить высокую эффективность пропагандистской деятельности в военный период специалистов из Великобритании и США, накопивших к этому времени значительный теоретиче-

ский и практический опыт. С началом войны английское правительство с помощью созданного при министерстве иностранных дел отдела «политической войны» развернуло широкую радиопропаганду против Германии и осуществляло заброску на ее территорию пропагандистской литературы. В США в июне 1942 г. был создан специальный орган для ведения внутренней и внешней пропаганды – Управление военной информации. Проведением фронтовой пропаганды во взаимодействии с боевыми действиями войск, а также операций «черной пропаганды» занималось Управление стратегических служб (УСС). При американском разведывательном управлении была создана «Группа специальной службы», переименованная затем в отделение психологической войны. Во время войны англичане и американцы неоднократно создавали объединенные пропагандистские службы, которые координировали свои действия с военными операциями.

4. Современный, четвертый этап развития информационного противоборства начался с появления персональных компьютеров (70-е гг. XX в.) и межгосударственных телекоммуникационных сетей (ТКС), Интернета (превращение этой сети в глобальную произошло в конце 80-х гг. XX в.). В качестве основного носителя информации стали выступать компьютерные носители, а важнейшим средством доведения информации – телекоммуникационные сети. Стало возможным оказание скрытого персонального информационного воздействия на конкретного пользователя компьютерной сети и неконтролируемого массового воздействия на широкую аудиторию глобальных ТКС. В итоге были значительно расширены возможности осуществления управляющих информационных акций.

Благодаря созданию программно-управляемых устройств и процессов появились программно-технические средства информационного противоборства. Появление новых программно-технических возможностей у человечества обусловило разработку особого вида оружия – информационного.

Для четвертого этапа информационного противоборства характерны следующие обязательные условия:

- наличие у противостоящей стороны определенного компьютеризованного уровня развития информационной инфраструктуры;
- компьютерная грамотность большинства населения и его свободный доступ к Интернету или иным глобальным ТКС;

- наличие у нападающей стороны соответствующих программно-технических средств нападения и средств обеспечения собственной информационной безопасности.

Рассмотрение истории развития информационного противоборства позволяет сделать ряд выводов.

Информационное противоборство традиционно являлось важнейшим направлением деятельности социальных групп, организаций, государств. Развитие информационного противоборства происходило благодаря появлению и массовому распространению новых, более эффективных по сравнению с существовавшими носителей и средств доставки информации.

Появление новых технологий информационного воздействия привело к разработке и реализации идей информационных войн, подразумевающих достижение государствами стратегических внешнеполитических целей путем оказания управляющего информационного воздействия на индивидуальное, групповое и массовое сознание противника, его системы принятия решений и информационную инфраструктуру как в ходе открытого вооруженного противоборства, так и во внешне мирный период.

Важнейшая форма ведения информационного противоборства – тайные информационные операции – зародилась в глубокой древности, первоначально в виде отдельных разрозненных операций по устрашению и дезинформированию противника, проводимых во время военных действий. Со временем эти операции претерпели существенные изменения и превратились в постоянно действующий фактор внешней и внутренней политики.

Основными условиями эффективного ведения информационного противоборства являются:

- разработанность теоретических основ информационного противоборства;

- руководство информационным противоборством непосредственно руководителем организации, государства;

- высокая техническая оснащенность информационного противоборства;

- высокая степень секретности и скоординированности деятельности заинтересованных структур в ходе проведения мероприятий информационного противоборства;

- согласованность с информационной деятельностью союзников;

- акцент на скрытные методы и способы информационного противоборства;

- привлечение к сотрудничеству в области информационного противоборства профессионалов в области СМИ.

Контрольные вопросы

1. Перечислите основные исторические этапы развития информационного противоборства.

2. Какой критерий является основанием выделения данных этапов?

3. Назовите условия эффективного ведения информационного противоборства.

3. Информационно-психологическая война как социальное явление

Развитие информационных технологий и телекоммуникационных систем создало современную триаду элементов информационного пространства: человек, информация, технические средства (средства доставки, обработки, преобразования и распределения информации). Информационное пространство вначале связало, а теперь начинает главенствовать над всеми сферами деятельности личности, общества и государства. В этих условиях методы и технологии информационно-психологического воздействия в сочетании с современными информационными технологиями, информационными и телекоммуникационными системами обретают новые возможности и высокую эффективность применения.

В конце 80-х гг. XX в. американские специалисты пришли к выводу, что бурное развитие информационных технологий, насыщение ими органов государственного управления, силовых структур и социальных институтов существенно расширяет возможности решения политических, экономических и военных задач за счет направленного информационного воздействия на эти структуры.

Наряду с использованием вооруженными силами или специальными службами информационные технологии активно используются частными лицами и организациями (в том числе преступными группировками, сепаратистами и экстремистами всех категорий) с различной формой собственности в целях оказания воздействия на массовое и индивидуальное сознание граждан и общества в целом, реализации собственной политики, оказания давления на конкурентов и даже на структуры государственной власти, в политической борьбе, лоббирования собственных или чужих интересов и в иных целях.

Термин «информационная война» появился в середине XX в. Одним из отцов термина «информационная война» называют ученого-физика Томаса Рона, который в 1976 г. назвал информацию самым слабым звеном вооруженных сил.

В настоящее время термин *«информационная война»* (ИВ) все еще носит публицистический характер. Приведем несколько определений.

Ряд авторов сводит понятие ИВ к отдельным информационным мероприятиям и операциям, информационным способам и средствам корпоративной конкуренции или ведения межгосударственно-го противоборства либо вооруженной борьбы.

Г.Г. Почепцов: «ИВ – это коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с кратковременными и долгосрочными целями».

С.П. Расторгуев определяет понятие ИВ как «открытые и скрытые целенаправленные информационные воздействия информационных систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере». ИВ не отличается от обычной войны в части признаков поражения. Агрессор добивается победы, исключительно подчинив себе структуры управления противника, которые являются информационной мишенью. Стратегия применения информационного оружия носит исключительно наступательный характер. По его мнению наступательный характер информационного оружия во многом определяет лицо ИВ и позволяет определить потенциального агрессора. Таким образом, можно предположить, что объем информации, целенаправленно передаваемый из одной страны в другую, и является мерой информационной агрессивности.

Другие авторы – в основном, представители военных ведомств, как зарубежных, так и российских, – относят ИВ к сфере военного противоборства.

Первые определения ИВ специалисты МО США дали в ряде документов сразу после операции «Буря в пустыне» (1990 – 1991 гг.). В ходе данной операции США осуществляли целенаправленные акции против электронных информационных систем Ирака. В указанных документах ИВ рассматривается как особый вид военных действий, носящих манипулятивный, подрывающий или разрушающий характер. При этом первоначально, в 1992 г., МО США в качестве объектов поражения этого вида действий называло только «электронные информационные системы, обеспечивающие социальную, политическую, экономическую, индустриальную или военную сферы государства-противника», и рассматривало единственно наступательную составляющую ИВ.

Через год Комитет начальников штабов МО США включил в число объектов поражения в ИВ информацию и информационные системы противника в целом, независимо от того, являются они

электронными или нет, и добавил оборонительную составляющую информационной войны.

В 1997 г. МО США пришло к выводу, что ИВ может стать преобладающим и даже решающим видом военного противоборства. Вооруженные силы смогут со временем одерживать победу над противником без оккупации его территории. Ведущая роль будет принадлежать действиям по отслеживанию в реальном масштабе времени обстановки в любом регионе мира и точному наведению средств электронного поражения по любой географической точке земного шара.

Таким образом, главным средством является не контроль над территорией, а полное господство в информационной сфере, представляющей собой совокупность информационных систем и сетей связи на планете. При этом война приобретает виртуальный и невидимый характер, что позволяет добиться решающего преимущества, не разворачивая боевых действий.

Аналогичные взгляды на ИВ применительно к военному времени высказывают и российские специалисты. Генерал ФАПСИ В. Маркоменко выделяет следующие *направления ИВ*:

- физическое подавление элементов инфраструктуры государственного и военного управления (поражение центров командования и управления);
- электромагнитное воздействие на элементы информационных и телекоммуникационных систем (радиоэлектронная борьба);
- получение разведывательной информации путем перехвата и анализа больших объемов информации (радиоэлектронная разведка);
- осуществление несанкционированного доступа к информационным ресурсам путем использования программно-аппаратных средств прорыва систем защиты информационных и телекоммуникационных систем противника с последующим искажением, уничтожением или хищением информации либо нарушением нормального функционирования этих систем (кибернетическая война);
- формирование и массовое распространение по информационным каналам противника или глобальным сетям информационного взаимодействия дезинформации или тенденциозной информации для воздействия на оценки, намерения и ориентацию населения и лиц, принимающих решения (психологическая война).

Ряд российских авторов (С.Н. Гриняев, С.А. Модестов, М.А. Родионов, А.И. Цветков и др.) указывает на то, что термин «информационная война» в отношении современных информационных способов ведения войны не совсем адекватен и было бы правильно называть этот вид военных действий информационной борьбой, рассматривая его как информационную составляющую вооруженной борьбы.

Другие ученые считают ее явлением внешне мирного периода межгосударственного противоборства, позволяющего решать внешнеполитические задачи несиловым в традиционном понимании путем. А. Крутских и А. Федоров: «Информационная война – информационное противоборство с целью нанесения ущерба критически важным структурам противника, подрыва его политической и социальной систем, а также дестабилизации общества и государства противника». В.Ф. Прокофьев считает, что информационная война – это «широкомасштабное противоборство в информационной сфере, осуществляемое путем явного или скрытого информационного воздействия на противника с целью навязывания ему требуемого для действующей стороны решения».

Средствами, методами и способами ИВ у российских авторов являются либо информация, либо информационные воздействия, либо информационные технологии. В качестве объектов воздействия выделяются властные, управленческие, информационные системы, вооруженные силы, процессы принятия решений, сознание населения, общественное мнение, критическая инфраструктура.

Так, Л.В. Воронцова определяет информационную войну как наиболее острую форму информационного противоборства между государствами, осуществляемую насильственными средствами и способами воздействия на информационную сферу противника с целью решения стратегических задач. Сущность информационной войны в современный период состоит в скрытом управлении политическими, экономическими, военными и иными процессами государства-противника. Важнейшим свойством акций ИВ является отсутствие доказательных свидетельств причастности действующей стороны к нанесению ущерба противостоящей стороне. Главным отличительным признаком являются подрывные действия в отношении информационной сферы государства-противника со стратегическими целями.

Согласно Л.В. Воронцовой, объектами поражения в ИВ являются: сознание, воля и чувства населения страны-противника, особенно в периоды выборов, всенародных референдумов, кризисных ситуаций; системы принятия управленческих решений в политической, экономической, социальной, научно-технической сферах, в сферах обеспечения безопасности и обороны; информационная инфраструктура страны-противника. Основными субъектами ведения ИВ выступают внешнеполитические ведомства и спецслужбы зарубежных государств, информационно-пропагандистские структуры.

Целью информационной войны является оказание воздействия на системы знаний и представлений противника. Причем под знаниями понимается объективная информация, общая для всех, а под представлениями – информация, носящая субъективный, индивидуальный характер.

Современные подходы к информационным войнам можно представить как основывающиеся на двух возможностях: одна признает первичность объекта реального мира, а информация выступает как аналог объекта, другая – делает первичной информацию, признавая объект вторичным. Первый подход относится к «стандартной» информационной войне, второй – к «стратегической» информационной войне.

Разновидностью информационной войны, ведущейся преимущественно против социальных систем, является психологическая (информационно – психологическая) война.

Психологическая война – это совокупность различных форм, методов и средств воздействия на людей (на население) с целью изменения в желаемом направлении их психологических характеристик (взглядов, мнений, ценностных ориентации, настроений, мотивов, установок, стереотипов поведения), а также групповых норм, массовых настроений, общественного сознания в целом.

Психологическая война состоит из организации и проведения различных психологических операций и мероприятий, имеющих целью:

- искажение получаемой руководством конкурента информации и навязывание ему ложной и бессодержательной информации, лишаящей его возможности правильно воспринимать события и принимать верные решения;

- психологическую обработку социальных групп (населения в целом);
- идеологические диверсии и дезинформацию;
- поддержание благоприятного общественного мнения;
- организацию массовых демонстраций под ложными лозунгами;
- пропаганду ложных слухов.

Психологическая война между политическими противниками свойственна не только для внешнеполитической сферы, но и активно используется во внутривнутриполитической деятельности. Ее развертывание осуществляется в форме психологических (информационно-психологических) операций и наиболее динамичной их части – информационно-пропагандистском столкновении оппонентов. Понятия, методы и средства (технологии) психологической войны и психологических операций заимствованы из области внешнеполитических, межгосударственных отношений и военного искусства и перенесены в сферу внутривнутриполитической или конкурентной борьбы.

Современный период развития информационного противоборства характеризуется особым обострением и выходом на качественно новый уровень, что обусловлено следующими основными факторами:

- информатизацией основных областей деятельности государств;
- быстрыми темпами формирования глобальной информационной инфраструктуры и превращением ее в базисный элемент жизнедеятельности мирового сообщества;
- значимыми достижениями в развитии информационных технологий, их воздействием на сознание, волю и чувства людей;
- активным развитием программно-технических средств нанесения ущерба компьютерным и телекоммуникационным системам;
- недостаточным уровнем развития средств и методов обеспечения защиты национальных информационных пространств, общественного сознания;
- несовершенством информационной политики и медиаполитики отдельных государств (в том числе и России).

В этой связи важно отметить появление попыток, прежде всего со стороны специалистов стран НАТО, создать правовой прецедент урегулирования конфликтов, возникающих в ходе информационно-

го противостояния. Так, в 2013 году появилось «*Таллинское руководство по ведению кибервойн*» Объединенного центра передового опыта по киберобороне НАТО. Цель документа – доказать, что существующие международные правовые нормы (прежде всего международное гуманитарное право) применимы и к киберпространству.

Над составлением документа работали гражданские и военные юристы из стран НАТО. Результатом работы стал свод из 95 правил, относящихся к конфликтам с применением информационно-коммуникационных технологий. Эксперты НАТО выделяют несколько видов кибератак и объясняют, какие международно-правовые принципы применимы к каждому из них.

Атаки, проводимые в отсутствие полноценных военных действий, авторы причисляют к «противоправным действиям». Ответить на такую атаку государство, которому причинен ущерб, может, либо привлекая агрессора к ответственности, либо прибегая к «пропорциональным контрмерам».

Авторы подчеркивают, что в зависимости от масштаба и последствий (гибель людей, повреждение или уничтожение объектов) атака в мирное время может быть приравнена к «применению силы» или «вооруженному нападению», что дает государству-жертве право на самооборону, в том числе и с использованием традиционного оружия. Авторы «Руководства» убеждены: по масштабам и последствиям кибератаки могут сравняться с применением химического, биологического и радиологического оружия.

Но в то же время в руководстве сказано, что «кибероперации психологического характера, не ведущие к разрушениям и направленные исключительно на подрыв доверия к правительству или экономическим структурам, нельзя квалифицировать как применение силы». Финансирование из-за рубежа хакеров, осуществляющих диверсии против своего государства, также не может считаться применением силы. Другое дело, если иностранное государство предоставит вредоносное программное обеспечение и научит им пользоваться.

Вооруженным нападением, по мнению экспертов НАТО, не могут считаться такие действия, как кибершпионаж, компьютерные кражи, а также кибероперации, влекущие за собой «краткие или периодические перерывы в оказании второстепенных компьютерных услуг» (например, атаки на сайты). В то же время при определенных

условиях кибератака против Нью-Йоркской биржи может считаться вооруженным нападением на США. Единственным инцидентом, подпадающим под определение «применение силы», эксперты называют червь Stuxnet, выведший из строя иранские центрифуги на ядерном объекте в Натанзе в 2010 году.

Самый большой раздел руководства посвящен кибератакам, сопровождающим традиционные вооруженные конфликты. На них, по мнению авторов документа, распространяются все нормы международного гуманитарного права, вплоть до признания участников и организаторов компьютерных диверсий комбатантами, которые могут быть пленены или физически ликвидированы.

Российские власти к появлению «Таллинского руководства» отнеслись настороженно. Россия выступает не просто за предотвращение милитаризации киберпространства, но в принципе за запрет на применение кибероружия. Данный же документ становится шагом на пути к легитимизации самого понятия кибервойн.

Основным средством информационной войны является *информационное оружие* (ИО).

В широком смысле под ИО понимаются способы целенаправленного информационного воздействия на противника, рефлексивного управления им с целью изменения его замысла на проведение стратегических или тактических действий в нужном направлении.

Имеется общий, объединяющий различные виды ИО в единое понятие, признак, в качестве которого выступает неразрывная связь оружия с информацией как с основообразующим его элементом и как с базовым элементом объекта, выбранного для поражения.

Информационное оружие (С. Марков) – это специально отобранная часть информации, способная к порождению изменений в информационных процессах систем (физические, биологические, социальные, и т.д., в этом случае, информация принятия решения) в соответствии с намерением организации, использующей оружие. Соответственно, это вызывает изменения в информационных процессах противника, убеждая его принимать решения согласно проекту управляющего, что позволяет рассматривать информационное оружие как методологию управления противником.

Информационное оружие (С.П. Расторгуев) – алгоритм, позволяющий осуществлять целенаправленное управление одной информационной системой в интересах другой, реализующий процесс

управления системой через поступающие или обрабатываемые ею данные. Это обучающая технология, технология, посредством которой мы обучаем систему – человека или организацию – опасным, гибельным для нее алгоритмам поведения.

Применение информационного оружия означает подачу на вход информационной самообучающейся системы такой последовательности входных данных, которая активизирует в системе определенные алгоритмы, а в случае их отсутствия – алгоритмы генерации алгоритмов.

Любая система представляет собой совокупность объектов и связей между ними, т.е. определенную структуру. Новое знание приводит к изменению структуры за счет: изменения связей между элементами; изменения функциональных возможностей самих элементов; изменения количества элементов.

Создание универсального защитного алгоритма, позволяющего выявить системе-жертве факт начала информационной войны, является алгоритмически неразрешимой проблемой. К таким же неразрешимым проблемам относится выявление факта завершения информационной войны.

Однако, несмотря на неразрешимость проблем начала и окончания информационной войны, факт поражения в ней характеризуется рядом признаков, присущих поражению в обычной войне. К ним относятся:

- включение части структуры пораженной системы в структуру системы победителя (эмиграция из побежденной страны и в первую очередь вывоз ценного человеческого материала, наукоемкого производства, полезных ископаемых);

- полное разрушение той части структуры, которая отвечает за безопасность системы от внешних угроз (разрушение органов безопасности, армии);

- полное разрушение той части структуры, которая ответственна за восстановление элементов и структур подсистемы безопасности (разрушение производства, в первую очередь, наукоемкого, а также научных центров и всей системы образования; прекращение и запрещение разработок и производств наиболее перспективных видов вооружения);

- разрушение и уничтожение той части структуры, которая не может быть использована победителем в собственных целях;

- сокращение функциональных возможностей побежденной системы за счет сокращения ее информационной емкости (в случае страны: отделение части территории, уничтожение части населения).

Информационное оружие дает максимальный эффект только тогда, когда оно применяется по наиболее уязвимым от него частям системы. Наибольшей информационной уязвимостью обладают те подсистемы, которые наиболее чувствительны к входной информации – это системы принятия решения, управления.

Информационная мишень – это все те социальные субъекты, если мы говорим об организации, которые имеют потенциальные возможности и ресурсы для перепрограммирования информационной самообучающейся системы на достижение чуждой для нее цели (сфера управления). В этой связи основной тактикой агрессора становится стремление максимально увеличить информационную мишень и увеличить пространство уязвимости противника.

Заставить противника изменить свое поведения можно с помощью явных и скрытых, внешних и внутренних информационных угроз. Причины внешних угроз в случае целенаправленного информационного воздействия скрыты в борьбе конкурирующих информационных систем за общие ресурсы, обеспечивающие системе допустимый режим существования. Причины внутренних угроз – в появлении внутри системы множества элементов, подструктур, для которых привычный режим функционирования стал в силу ряда обстоятельств недопустимым. Скрытая угроза – это неосознаваемые системой в режиме реального времени входные данные, угрожающие ее безопасности. В информационной войне наибольший приоритет отдается скрытым угрозам, так как именно они позволяют возвращать внутренние угрозы и целенаправленно управлять системой из вне.

Практически во всех этих определениях выделяется основной объект воздействия ИО – передаваемая, обрабатываемая и создаваемая информация, которая при потреблении ее человеком или компьютерной системой воздействует на них «задуманным» образом. В понятие ИО включаются: информационные средства, методы и способы воздействия на психику человека; дезинформация; организационно-правовые средства и способы воздействия на информационные ресурсы и потоки противника; средства радиоэлектронной

борьбы; программно-технические средства деструктивного воздействия на компьютерную информацию, компьютерные системы и телекоммуникационные сети, системы связи и управления.

ИО может использоваться как для нападения, так и для защиты. Возможно скрытое и явное применение ИО, как в качестве самостоятельного элемента с собственными конечными целями, так и в комплексе с другими средствами и методами воздействия на противостоящую сторону.

Использование ИО для защиты, т.е. информационное противодействие представляет собой специальные комплексные контрмероприятия, направленные на упреждение, профилактику, опережение и защиту от деструктивных замыслов противника на разум человека, принимающего управленческие решения. Доминирующей целью операций по информационному противодействию является обеспечение безопасности собственных информационных ресурсов. Цель достигается за счет физической защиты объектов, скрытого наружного наблюдения, технической оснащенности, оперативной маскировки, дезинформации в сочетании с оперативными комбинациями, контрпропагандой в комплексе с радиоэлектронной борьбой (Ю.Е. Кулешов).

Виды информационного оружия:

- информационные средства, методы и способы воздействия на психику человека с целью модификации его сознания и поведения в нужном для воздействующей стороны направлении;
- средства, методы, способы и технологии дезинформирования систем принятия решений;
- средства, методы и способы радиоэлектронной борьбы;
- средства, методы и способы воздействия на программно-техническое обеспечение АИС, ТКС, АСУ.

Одним из видов информационного оружия можно считать электромагнитное оружие (ЭМО). Принцип действия ЭМО основан на кратковременном электромагнитном излучении большой мощности, способном вывести из строя радиоэлектронные устройства, составляющие основу любой информационной системы. Нарушение функционирования информационной системы, обеспечивающей постоянный обмен управленческими решениями и включающей множество устройств сбора и обработки информации, вызовет тяжелые последствия. При ведении боевых операций объектами воздействия

ЭМО становятся системы командования, управления, разведки и связи.

Различия между информационной и традиционной войной (А.В. Манойло):

1. Обычная война обладает известным и четким арсеналом воздействия. В информационной войне отсутствует возможность предугадать направление и инструментарий возможной атаки.

2. В случае обыкновенной войны территория захватывается полностью, тогда как при информационной войне возможен поэтапный захват.

3. Возможность многократного захвата одних и тех же людей.

4. В обыкновенной войне те, кто захватывает территорию, и те, кто потом ее осваивает, выполняют разные социальные роли. В случае войны информационной эти позиции совпадают.

5. Человек не в состоянии реагировать на невидимое информационное воздействие.

6. В отличие от обычной войны информационное оружие действует избирательно.

7. Отсутствие четко идентифицируемых (видимых) признаков разрушительного воздействия, характерного для войны обычной.

Важную роль использования организационных форм и технологий информационно-психологического воздействия в качестве инструмента внешней политики подтверждают положения активно разрабатываемой в США *концепции «информационного сдерживания»* – управления кризисными ситуациями с помощью превентивных акций по информационно-психологическому воздействию на население и властные структуры в зонах возможного возникновения конфликтов.

Главным элементом содержания информационно – психологической войны являются тайные ***информационно – психологические операции***. Операции состоят из системы политических, военных, экономических, дипломатических и собственно информационно-психологических мероприятий, направленных на конкретные группы населения (социальные группы) с целью внедрения им чуждых идеологических и социальных установок, формирования ложных стереотипов поведения, трансформации в нужном направлении их настроений, чувств, воли. В психологических и информационных

операциях речь идет об определенной структуре навязывания модели мира, которая призвана обеспечить желаемые типы поведения.

Информационно-психологические операции можно классифицировать по следующим категориям:

- масштаб операции;
- сферы (общественной и государственной жизни) проведения операции;
- уровень участников операции;
- интенсивность и продолжительность;
- преимущественный характер воздействия.

Например, по преимущественному характеру воздействия информационно-психологические операции условно можно разделить на:

- «пропагандистские», когда информационные акции имеют преимущественно пропагандистский характер, например, в ходе политической борьбы, предвыборных кампаний, в рамках внедрения главенствующей идеологии;

- «дезинформационные», когда основной целью является введение конкурента (противника) в заблуждение, такие операции используются как в политической и экономической борьбе, так и в вооруженных конфликтах;

- «манипулятивные», когда главная задача – с использованием различных приемов и технологий информационно-психологического воздействия (внушения, манипулирования, модификации установок, манипулятивных социальных и политических технологий и др.) поставить поведение конкурента под контроль;

- оборонительные психологические операции («контроперации»), в которых ставится цель нейтрализовать информационно-психологическое воздействие конкурента (например, контрпропаганда), защитить от этого воздействия своих сторонников, оказать ответное информационно-психологическое воздействие на конкурента.

Можно выделить следующие основные этапы подготовки и осуществления мероприятий информационно-психологической операции:

- планирование;
- формулирование рабочих целей;
- определение и изучение объекта воздействия;

- выбор конкретных видов, форм, методов, способов и приемов осуществления психологического воздействия;
- разработка содержания (технологии применения основных составляющих) психологического воздействия;
- определение его коммуникативных контуров и условий осуществления, а при необходимости и создание их;
- обеспечение контроля за эффективностью проведения конкретных операций и мероприятий.

Контрольные вопросы

1. В чем суть понятий «информационная война», «психологическая война»?
2. Перечислите виды информационного оружия.
3. Назовите основные различия между информационной и традиционной войной.
4. Объясните сущность концепции «информационного сдерживания».

4. Технологии информационно-психологического воздействия

Информационная политика (А.В. Манойло) – инструмент регулирования конфликтных социальных взаимоотношений в информационно-психологической сфере, разрешения противоречий по поводу власти и осуществления политического руководства в информационно-психологическом пространстве, а также по поводу перераспределения роли, места и функций субъектов информационно – психологической деятельности в социально-политической системе информационного общества и перевода социального взаимодействия в русло согласия.

В системе регулирования социальных и политических отношений в обществе центральное место занимает *государственная информационная политика* – деятельность системы органов государственной власти и управления по достижению национальных интересов в информационно-психологической сфере, компетенция которых определяется действующим, стремительно развивающимся информационным законодательством.

Целью государственной политики в области обеспечения информационно-психологической безопасности Российской Федерации является противодействие угрозам безопасности личности, общества и государства и достижение национальных интересов Российской Федерации в информационно-психологической сфере.

Государственная политика в области обеспечения информационно-психологической безопасности РФ основывается на принципах:

- законности;
- соблюдения и баланса интересов личности, общества и государства;
- открытости;
- приоритетности национальных интересов Российской Федерации.

Основная направленность эволюции технологий власти и социального управления, цель их изменений заключается в том, чтобы, используя наименьшие затраты средств и ресурсов, получить максимальный эффект воздействия на людей, обеспечив их «добровольную» подчиняемость (Г.В. Грачев). Как отмечает О. Тоффлер, высшее качество и наибольшую эффективность современной власти придают знания, позволяющие «достичь искомым целей, минимально расходуя

ресурсы власти; убедить людей в их личной заинтересованности в этих целях; превратить противников в союзников».

Государственное, административное и иное силовое принуждение все больше заменяется на информационное воздействие и психологическое принуждение.

Психологическое воздействие – это способ оказания влияния на людей (на отдельных индивидов и на группы) с целью изменения идеологических и психологических структур их сознания и подсознания, трансформации эмоциональных состояний, стимулирования определенных типов поведения с использованием различных способов явного и скрытого психологического принуждения. Психологическое воздействие часто применяется в форме технологий тайного принуждения личности.

Выделяют следующие формы психологического воздействия:

- воздействие вербальными средствами;
- воздействие печатными и изобразительными средствами;
- воздействие с помощью радио, телевидения и компьютерной техники.

Психологическое воздействие оказывается на конкретные сферы психики отдельного человека, групп людей и общественного сознания в целом:

- потребностно-мотивационную (знания, убеждения, ценностные ориентации, влечения, желания);
- интеллектуально-познавательную (ощущения, восприятия, представления, воображение, память и мышление);
- эмоционально-волевую сферу (эмоции, чувства, настроения, волевые процессы);
- коммуникативно-поведенческую (характер и особенности общения, взаимодействия, взаимоотношений, межличностного восприятия).

Принципы психологического воздействия:

- индивидуального и дифференцированного подхода;
- воздействия в группе и через коллектив;
- воздействия в процессе деятельности;
- сочетания высокой интенсивности влияния с учетом специфических характеристик его объекта;
- опоры на положительное или отрицательное в личности и группе;

- единства, согласованности, преемственности в психологическом воздействии.

Основные источники информационно-психологического воздействия на человека включают в себя (в обобщенном виде):

- государство (в том числе иностранные государства), органы власти и управления и другие государственные структуры и учреждения;

- общество (различные общественные, экономические, политические и иные организации, в том числе зарубежные);

- различные социальные группы (формальные и неформальные, устойчивые и случайные, большие и малые по месту жительства, работы, учебы, службы, совместному проживанию и, проведения досуга и т.д.);

- отдельные личности (в том числе представители государственных и общественных структур, разнообразных социальных групп и т.п.).

Информационно-психологическое воздействие состоит из *двух основных видов*: побуждение и принуждение.

Побуждение объекта информационно-психологического воздействия к совершению каких-либо действий (изменения жизненной активности) – такое открытое (для сознания объекта) воздействие на сознание объекта, в результате которого в сознании происходит формирование мотивации к совершению определенных поступков. Основные способы формирования мотивации в результате открытого (явного для объекта воздействия) информационно-психологического воздействия: убеждение; разъяснение; информирование; обсуждение, согласование; сравнение; воспитание; содействие, поддержка; изменение настроения (психологического состояния); формирование психологического фона и др. Побуждение является основным открытым методом управления как в межличностном взаимодействии, так и в процессах взаимодействия личности и общества, личности и государства, государства и общественных организаций и т.д.

Принуждение как вид информационно-психологического воздействия – такое воздействие на сознание объекта, в результате которого в сознании объекта происходит формирование мотивации к обязательному совершению определенных поступков вопреки собственной воле или желанию. По отношению к сознанию объекта информационно-психологического воздействия принуждение может быть открытым и скрытым (тайным). К формам открытого принуждения от-

носятся такие виды принуждения, как государственное принуждение и принуждение общественное, основанное на действии норм социального поведения – морали и нравственности, а также юридически оформленных отношений между социальными субъектами. К формам тайного принуждения относятся: психологические манипуляции, дезинформирование, агрессивная пропаганда, лоббирование, шантаж, технологии антикризисного управления, широко используемые в современных операциях информационно-психологической войны.

В качестве основных средств информационно-психологического воздействия на человека в обобщенном виде выделяются следующие:

- средства массовой коммуникации (в том числе информационные системы, например, интернет и т.п.);
- литература (в том числе, художественная, научно-техническая, общественно-политическая, специальная и т.п.);
- искусство (в том числе, различные направления так называемой массовой культуры и т.п.);
- образование (в том числе, системы дошкольного, среднего, высшего и среднего специального государственного и негосударственно-го образования и т.п.);
- воспитание (все разнообразные формы воспитания в системе образования, общественных организаций – формальных и неформальных, система организации социальной работы и т.п.);
- личное общение.

Эти воздействия, осознаваемые или не осознаваемые субъектами, приводят к формированию определенного типа поведения, системы оценок и самооценок. Механизмы информационно-психологического воздействия основаны, прежде всего, на возможности манипулировать сознанием как отдельного человека, так и социальных групп и общества посредством определенным образом подобранной информации. Сама информация при этом может быть объективной и необъективной, недостоверной (дезинформация, ложная информация) и искаженной (направленная, тенденциозная информация) и т.п.

Наибольший интерес представляет *направленная информация*. Последняя (как вид необъективной информации) представляет собой информацию, полностью состоящую из достоверных сведений, которые подобраны, скомпонованы и оснащены дополнительными фактами и аргументами (комментариями) таким образом, что в целом она приобретает нужный инициатору ее распространения (субъекту ин-

формационно-психологической борьбы) смысл (направленность) и, в этой связи, может оказать запланированное психологическое воздействие на объект, способствуя тем самым внесению изменений в существующую у него систему представлений об окружающей действительности, отвлечению внимания, сокрытию значимых данных и т.п.

Элементы содержания направленной информации по формальному признаку удовлетворяют критерию достоверности, но в связи с использованием особых типов манипулятивных приемов в своей совокупности приобретают качество искаженной, необъективной информации, активно используемой в информационно-психологическом противоборстве.

Технологии информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах базируются на использовании возможностей СМИ и МК для воздействия на массовое и индивидуальное сознание аудитории.

Технологии воздействия на общественное сознание через органы СМИ – комплексы методов, приемов, использующихся в СМИ для оказания информационно-психологического воздействия на личность, группу людей и население страны. Эти технологии могут с одинаковым успехом применяться и как средство укрепления психологической стабильности общества, и как оружие для ее разрушения в зависимости от целевых установок инициатора информационно-психологического воздействия и от потенциала, желания объекта воздействия принять эти установки или защищать себя от внешнего информационного «давления».

Сегодня СМИ – это важная составная часть экономики, обеспечивающая переработку, хранение и доставку информации. Однако сегодня роль СМИ в обществе становится все более значимой. На смену аристократии пришла медиакратия, формирующаяся по признаку доступа к информации и владения каналами ее передачи. Новый тип элиты (медиакратия, включающая политиков, журналистов, «звезд» массовой культуры, зависимых от СМИ, т.е. медиафигуры) вытесняет старые типы элиты (военные, ученые, судьи и т.д.). Происходит сращивание властвующей верхушки общества с элитой медиарынка, которое носит неформальный характер и не контролируется обществом. Медиакратия в информационном обществе становится центральным фактором развития, а СМИ из части социальной инфраструктуры превращается в силовой инструмент управления.

Медиатизация политики (С.С. Бодрунова) – сращивание политических процессов с процессами и технологиями масс-медиа, осуществление политического управления через СМИ, контроль публичного информационного поля и общественного мнения, формирование новостной повестки дня, рост роли медиакратии, подрыв принципа демократической репрезентации, унификация повестки дня крупных партий, «американизация» политики и политических институтов (ослабление внимания к традиционным институтам и ценностям, ожидание событий, имиджевая политика, освещение деятельности политических «звезд» и т.д.).

Кроме того, наметилась тенденция монополизации рынка СМИ. Так, в США в 1984 г. медиаиндустрию контролировали примерно 50 крупных компаний. В 2004 г. большую часть медиаиндустрии контролировалась Большой Пятеркой (Time Warner, Disney, Bertelsmann, News Corporation, Viacom). В Интернете одну треть глобального трафика порождают три компании – Apple, Microsoft, Google.

Общее назначение СМИ, характер функций, выполняемых ими в обществе того или иного типа, определяется:

- а) требованиями, предъявляемыми конкретной социально – политической системой к деятельности СМИ;
- б) условиями жизни человека в определенном обществе, информационными потребностями и способами их удовлетворения;
- в) уровнем технической оснащенности СМИ и применяемыми ими информационными технологиями.

Из указанных элементов определяющая роль принадлежит первому. Именно тип общественно-политической системы, изменения, которые она претерпевает в процессе своего развития, определяют общее назначение СМИ в данном обществе и характер выполнения ими конкретных функций.

Учитывая особое место СМИ в системе идеологических институтов, ряд специалистов в области социологии и теории массовой коммуникации (Г. Шиллер, Ж. Русселе), исходя из того, что главной функцией СМИ сегодня является не информирование населения о значимых событиях, а манипулирование общественным сознанием (через формирование так называемого общественного мнения) в интересах господствующей элиты.

В целом процесс формирования общественного мнения можно представить следующим образом. Когда происходит какое-либо со-

бытие, явление, то индивид или социальная группа могут выразить к нему отношение только после получения информационного сообщения об этом событии, явлении. Как правило, информационное сообщение поступает с помощью СМИ. Очень важен для выработки определенной оценки и комментариев, который будет дан информационному сообщению. На основании полученной информации человек (социальная группа) выражает определенное отношение к данному событию.

Основные технологии воздействия на общественное сознание через СМИ:

1. Манипулирование с истинной информацией.
2. Тенденциозный подбор тем и материалов.
3. Распределение эфирного времени, непропорционально истинному значению информационных фрагментов.
4. Фрагментарность представления информации.
5. Намеренно выравненное представление малосравнимых факторов – технология «media amplification».
6. Отвлечение внимания аудитории от значимого, но политически невыгодного для освещения события некачественным представлением материала.
7. Выбор выгодного момента для информирования населения (например, для выброса компрометирующих материалов).
8. Эмоциональное комментирование, представление происходящего.
9. Двухступенчатый коммуникационный поток: использование в комментариях мнений компетентных персон, уважаемых обществом.
10. Определенная последовательность предоставления информации: при высказывании противоречивых точек зрения наиболее убедительной является информация, переданная первой.
11. Искусство монтажа информации (например, совмещение во времени тенденциозного звукового сопровождения и документального видеоряда).
12. Доведение информации лишь до определенной группы населения (например, по территориальному, национальному, религиозному и др. признаку); это помогает идентифицировать и сформировать группы единомышленников.
13. Использование СМИ как канала доведения до населения, руководства страны нацеленной дезинформации.

14. Технологии манипуляции в СМИ с опросами общественного мнения.

15. Использование СМИ как инструмента непосредственного доведения до общества и отдельных личностей угроз, ультиматумов, «импульсов» диктата и устрашения.

16. «Эффект CNN».

17. Демонстрация в пропагандистских материалах превосходства своей культуры.

Влияние сети Интернет на развитие общества (З.Бауман, М.Кастельс). В обществе среди всех технических факторов мобильности особенно важную роль играла передача информации. Последовательно разрабатывались технические средства, позволявшие перемещаться информации независимо от ее физических носителей, а также от объектов, о которых эта информация сообщала: освобождению означавшего от привязки к означаемому. Отделение движения информации от перемещения ее носителей и объектов привело, в свою очередь, к дифференциации скорости их передвижения; передача информации набирала скорость темпами, недостижимыми для перемещения физических тел или изменения ситуаций, о которых эта информация сообщала. Затем появление компьютерной «всемирной паутины» положило конец – в том, что касается информации, – самому понятию «перемещения» (и «расстояния», которое необходимо преодолеть), сделав информацию, как в теории, так и на практике, моментально доступной по всему земному шару.

Совокупные результаты последнего события поистине огромны. Так называемые «тесно спаянные сообщества» прошлого возникли и существовали благодаря разрыву между почти мгновенной связью внутри небольшого сообщества (размеры которого определялись свойствами «средств передачи», тем самым ограничиваясь природными возможностями человеческого зрения, слуха и способности к запоминанию) и громадным временем и расходами, необходимыми для передачи информации от одного сообщества к другому. С другой стороны, хрупкость и недолговечность сегодняшних сообществ связана, прежде всего, с сокращением или полным исчезновением этого разрыва: связь внутри сообщества не имеет никаких преимуществ над обменом информацией между сообществами – и то, и другое осуществляется мгновенно.

Дешевая связь означает не только быстрое пополнение, подавление и вытеснение полученной информации, но и, в не меньшей степени, быстрое поступление новостей. Поскольку врожденные возможности человеческого восприятия остаются неизменными как минимум со времен палеолита, быстрая связь не питает и уравнивает, а затопляет и подавляет память. Можно сказать, что самым важным из недавних событий стало ослабление различий между стоимостью передачи информации в местном и глобальном масштабе. Это, в свою очередь, означает, что поступившая информация, требующая внимания, ознакомления, и, пусть ненадолго, остающаяся в памяти, создана в самых различных и автономных друг от друга местах, а значит, вероятнее всего, несет в себе несовместимые и взаимоисключающие сообщения – чем резко отличается от сообщений, циркулирующих внутри сообществ, лишенных компьютерного «железа» и программного обеспечения и полагающихся лишь на естественные возможности человека, т. е. сообщений, чаще всего повторявших и усиливавших друг друга, способствовавших процессу (селективного) запоминания (Бауман).

Организация пространства теперь зависит от параметров техники, скорости ее работы и стоимости ее использования: «Пространство, построенное с помощью такой техники, носит совершенно иной характер: это сконструированное, а не Богом данное, искусственное, а не естественное пространство; информация в нем передается машинами, а не людьми, оно рационализировано, а не обобществлено, его масштаб – национальный, а не локальный».

Новая социальная форма – сетевое общество. Сегодня осуществление власти происходит, прежде всего, на основе производства и распространения культурных кодов и информации. Контроль сетей коммуникации становится тем рычагом, при помощи которого интересы и ценности превращаются в руководящие принципы человеческого поведения (Кастельс).

Возникновение новой модели коммуникации, новой культуры можно определить на основе одновременного протекания следующих пяти процессов:

- интеграция: комбинирование художественных форм и технологий с образованием гибридной формы выразительности.

- интерактивность – способность пользователя манипулировать и непосредственно воздействовать на его восприятие медиа, а также общаться через медиа с другими людьми.

- гипермедиа: связывание отдельных элементов медиа друг с другом для создания шлейфа индивидуальных ассоциаций.

- погружение: опыт симуляции модели трехмерного окружения.

- повествовательность: эстетические и формальные стратегии протекающие из вышеуказанных концепций и имеющие своим результатом нелинейные формы повествования и репрезентации».

Казалось, что конвергенция медиа и Интернета и использование цифровых технологий виртуальной реальности смогут выполнить обещание, касавшееся мультимедиа: появление электронного гипертекста в глобальном масштабе. Однако, как мы можем видеть, в начале XXI века этого пока не происходит.

Интернет это не только технология. Это и техническое средство, и организационная форма, распределяющая информационные возможности, генерацию знаний и способность организации сетей по всем областям деятельности. Таким образом, общество оказалось в ситуации цифрового разрыва, образовавшегося между индивидуумами, фирмами, государственными институтами, регионами, располагающими материальными и культурными предпосылками для существования в условиях цифрового мира, и теми, кто такими предпосылками не располагает либо не желает адаптироваться к скорости происходящих изменений.

Отключение от Интернета либо поверхностное подсоединение к Сети равноценно маргинализации в условиях глобальной сетевой системы. Дальнейшее развитие без Интернета – это все равно что индустриализация без электричества в промышленную эпоху. Поэтому часто звучащее утверждение о необходимости начать с «реальных проблем третьего мира» (подразумевается под этим здравоохранение, образование, водо- и электроснабжение и т. п.), прежде чем переходить к Интернету, демонстрирует полное непонимание существующих проблем развития. Ибо без базирующихся на Интернете экономики и системы управления у любой страны будет мало шансов создать ресурсы, необходимые для покрытия связанных с ее развитием потребностей на постоянной основе.

Ожидалось, что появление телекоммуникационных сетей станет идеальным инструментом будущей демократии. Политическая ин-

формация легко доступна, и граждане могут быть информированы почти так же хорошо, как и их руководители. Все публичные материалы, а также широкий спектр несистематизированных сведений могут оказаться доступными в онлайн-режиме. Интерактивность позволяет гражданам запрашивать нужную информацию, высказывать свое мнение и требовать персональных ответов от своих представителей. Ранее только государство следило за своими подданными, а теперь и народ может контролировать государственную власть, что, на самом деле, составляет одно из его прав.

Однако правительства на всех уровнях используют Интернет, главным образом в качестве электронной доски объявлений для размещения своей информации, не особенно стремясь к налаживанию реального взаимодействия. Парламентские представители имеют сайты, однако они не уделяют им достаточного внимания. Их ответы обрабатываются состоящими в штате сотрудниками, которые, как правило, не проводят особого различия между выполняемыми ими операциями и тем, что они делали ранее, отвечая на письменные послания.

Проявилось противоречие между нашим чрезмерным технологическим развитием и нашей институциональной и социальной недоразвитостью (Кастельс).

В мире глубокого кризиса политической легитимности и недовольства населения своими представителями интерактивный многонаправленный канал связи, обеспечиваемый Интернетом, почти не находит активных пользователей по обе стороны линии связи. Интернет не в состоянии дать технологическое «противоядие» от кризиса демократии.

И все же Интернет играет важную роль в новой политической динамике. Доступ к государственной власти в нашем обществе большей частью основывается на политике в области масс-медиа и на информационных системах, провоцирующих поддержку или неприятие и тем самым определяющих электоральное поведение. А поскольку люди верят не программам, а только конкретным личностям, медийная политика оказывается в значительной степени персонализированной, строясь вокруг имиджа соответствующих кандидатов.

Таким образом, политика в области СМИ ведет к широкому распространению «политики скандалов». Вот почему организация утечек информации в СМИ для дискредитации оппонента либо предоставле-

ние контринформации для восстановления репутации пострадавшего политика превратились в главное оружие политики. СМИ выступают в роли необходимых посредников, и для получения доступа в СМИ следует знать соответствующие каналы, а ряде случаев – располагать деньгами для производства и распространения нужной информации.

Ситуация еще более изменилась благодаря Интернету. В принципе Интернет обеспечивает горизонтальный, неконтролируемый и при этом сравнительно недорогой канал связи «от одного к одному», а также «от одного ко многим». Интернет все шире используют независимые журналисты, активные политики и прочая публика в качестве канала для распространения политической информации и слухов. Так было в ситуации с первой информацией по делу Моники Левински, распространенной независимым лос-анджелесским журналистом через свой информационный бюллетень в Интернете, когда основные масс-медиа все еще занимались оценкой данной истории.

Таким образом, в настоящее время, вместо того чтобы способствовать укреплению демократии путем распространения знаний и стимулирования гражданского участия, использование Интернета ведет к углублению кризиса политической легитимности в результате предоставления более широкой стартовой площадки для политики скандалов. Проблема здесь, естественно, заключается не в Интернете, а в характере той политики, которой следует наше общество.

Контрольные вопросы

1. В чем суть информационной политики?
2. Что представляет собой психологическое воздействие?
3. Охарактеризуйте основные виды, принципы и средства психологического воздействия.
4. Проиллюстрируйте процесс медиатизации политики на конкретных примерах.
5. Каковы функции СМИ в современном обществе?

5. Основные структурные элементы информационно-психологического воздействия

Стремительное развитие глобальных систем связи и телекоммуникации, сетевых и информационных технологий, перенесение значительной части социальной активности общества из пространства объективной реальности в новое так называемое виртуальное или информационно-психологическое пространство дает принципиально новые возможности для общения, обмена информацией и взаимодействия между членами общества и, в силу этого, неизбежно влечет появление большого количества новых средств, методов, способов и возможностей оказания информационно-психологического воздействия на людей.

Строгая классификация таких элементов информационно-психологического воздействия крайне затруднена. Тем не менее, из всего их разнообразия можно выделить конечное число простых, наиболее часто встречаемых, «типичных» элементов.

1. *Дезинформация* – это способ маскировки, заключающийся в преднамеренном распространении ложных сведений об объектах, их составе и деятельности, а также имитации их деятельности. Дезинформирование – это способ психологического воздействия, заключающийся в намеренном предоставлении противнику такой информации, которая вводит его в заблуждение относительно истинного положения дел. Дезинформирование может рассматриваться как:

- мероприятие, рассчитанное на введение в заблуждение лиц или организаций путем подтасовки и подделки документальных доказательств с тем, чтобы вызвать ответное действие со стороны лиц или организаций, компрометирующее ее,

- сообщение неверных сведений, введение в заблуждение ложной информацией.

Видами дезинформирования являются:

- распространение ложной информации, слухов;
- формирование иллюзий;
- организация «утечки» конфиденциальных сведений;
- преувеличение тех или иных событий и фактов;
- распространение противоречивых сообщений.

Дезинформирование широко применяется во всех видах психологических операций. Основным инструментом дезинформирования

в психологических операциях обычно являются СМИ – печать, радио, телевидение.

2. **Лоббирование** – комплекс различных приемов и методов (прямых и косвенных) воздействия на властные (в основном) структуры с целью достижения определенной цели. Лоббизм – естественная форма достижения поставленных целей, присущая обществу на определенном уровне развития (в экономической, политической и культурной сфере). Понятия «лобби», «лоббизм», «лоббирование» получили политический оттенок в Америке, когда в 1864 г. начали обозначать покупку голосов за деньги в коридорах конгресса.

3. **Манипулирование** – как способ психологического воздействия манипуляция это:

- изменение направленности активности (психической и иной) других людей, осуществляемое незаметно для них;

- вид применения власти, при которой обладающий ею влияет на поведение других, не раскрывая характер поведения, которое от них ожидает.

Манипулятивное воздействие – это способ психологического воздействия, нацеленный на изменение направления активности других людей, осуществляемый незаметно для них. В результате вместе с изменениями в сознании (установки, восприятие, мотивы, мнение, стереотипы и т. д.), вызванными манипуляцией, изменяется поведение объекта, на который направлено манипулятивное воздействие.

Выделяют три уровня манипулирования:

- первый уровень – усиление существующих в сознании людей нужных идей, установок, мотивов, ценностей, норм;

- второй уровень связан с частными, малыми изменениями взглядов на то или иное событие, процесс, факт, что также оказывает воздействие на эмоциональное и практическое отношение к конкретному явлению;

- третий уровень – коренное, кардинальное изменение жизненных установок путем сообщения объекту новых, сенсационных, необычных, драматических, необычайно важных для него сведений (данных).

В качестве наиболее универсальной манипулятивной технологии, которая широко и активно используется в прессе, можно выделить формирование и распространение образов. Суть ее в том, что в

зависимости от цели и конкретных задач формируется и распространяется заранее «сконструированные» образы или имиджи конкретных лиц, фирм и организаций, идей, программ и т.п., которые, как правило, не адекватно отражают реальные существенные их характеристики и таким образом, дезориентируют людей, на которых направлено информационно-психологическое воздействие (В.Г. Федотова).

Основной механизм манипулирования *сознанием* состоит в следующем. Практикой установлено, что чем более осведомленными будут люди, тем труднее манипулировать ими, поэтому объектов психологического воздействия нужно снабжать суррогатом информации – урезанной и усеченной. Сначала людям пытаются навязать такие стереотипы, которые способны вызывать нужные реакции, поступки и поведение. При этом особо ориентируются (или специально выбирают) на тех, кто верит в мифы, штампы, слухи. Затем используется ряд приемов, позволяющих повышать эффективность воздействия:

- преподнесение «нужной» в данный момент, зачастую грубо сфабрикованной информации;
- преднамеренное утаивание истинных, соответствующих действительности сведений;
- обеспечение информационной перегрузки, затрудняющей возможность объекту воздействия разобраться в истинном существе дела.

В случае, если обман раскрывается, предполагается, что с течением времени острота ситуации спадает, и многое воспринимается уже как нечто естественное, необходимое или, в крайнем случае, вынужденное.

Манипулирование информацией включает в себя ряд приемов, например:

- *Информационная перегрузка.* Сообщается гигантское количество информации, основную часть которой составляют абстрактные рассуждения, ненужные подробности (мусор). В результате объект не может разобраться в сути проблемы.

- *Дозирование информации.* Сообщается только часть сведений, а остальные тщательно скрываются. Это приводит к тому, что картина реальности искажается в ту или иную сторону или вообще становится непонятной.

- *Распространение ложной информации* или фабрикация фактов. Степень эффективности этого приема в большей степени зависит от средств передачи информации. Прямая ложь в печатной информации более заметна, чем в радиопередачах, тогда как в телевизионном вещании она практически незаметна. Сочетание текста и видеоизображения обеспечивает повышенные возможности для манипуляции, когда ложность текста прикрывается подлинностью изображения или наоборот. Значительные возможности по манипуляции заложены в поведение диктора. Вариации с интонацией, мимикой, манера речи, тон, одежда позволяют придавать одному и тому же тексту противоположные значения.

- *Большая ложь*. Любимый прием министра И. Геббельса. Он утверждал, что чем наглее и неправдоподобнее ложь, тем скорее в нее поверят, главное – подавать ее максимально серьезно.

- *Смешивание истинных фактов со всевозможными предположениями, допущениями, гипотезами, слухами*. В результате становится невозможным отличить правду от вымысла.

- *Затягивание времени*. Этот способ сводится к тому, чтобы под различными предлогами оттягивать обнародование действительно важных сведений до того момента, когда будет уже поздно что-то изменить.

- *Возвратный удар*. Суть этого способа в том, что вымышленную (естественно, выгодную для себя) версию тех или иных событий через подставных лиц распространяют в органах СМИ, нейтральных по отношению к обеим конфликтующим сторонам. Пресса конкурирующей стороны (противника) обычно повторяет эту версию, ибо она считается более «объективной», чем мнения прямых участников конфликта.

- *Своевременная ложь*. Сообщение совершенно лживой, но чрезвычайно ожидаемой в данный момент «горячей» информации. Чем больше содержание сообщения отвечает настроениям объекта, тем эффективнее его результат. Потом обман раскрывается, но за это время либо острота ситуации спадает, либо определенный процесс принимает необратимый характер.

- *Изоляция адресата от постороннего влияния*. Достигается путем максимального сокращения альтернативных источников информации при сохранении видимости плюрализма. На первый

взгляд, современная информационная среда отличается небывалым разнообразием, однако сама информация при этом отличается однообразием. Во всем мире практически одновременно транслируются одни и те же новости, одни и те же развлекательные передачи, одна и та же реклама, одни и те же фильмы.

- *Манипулятивная семантика и риторика* – изменение смысла слов и понятий через создание специального языка, терминов для сообщений на определенную тему. Примером может служить освещение в СМИ военных действий (принуждение к миру).

- *Правдоподобность*. В данном случае речь идет не о приемах манипуляции, а о психологическом эффекте, присущем передаче информации через СМИ. Сам факт появления информации в СМИ уже придает ей правдивость. Таким образом, вся информация, поступающая через СМИ, изначально воспринимается как правдивая, тогда как доказательство обратного всегда сопряжено с дополнительными усилиями.

- *Стереотип* – устойчивая совокупность представлений, складывающихся в сознании, как на основе собственного жизненного опыта человека, так и с помощью многообразных открытых источников информации.

- *Миф* – обобщенное представление о действительности, сочетающее и нравственные, и эстетические установки, соединяющее реальность с мистикой. Мифы удобны в том плане, что они позволяют сформировать определенное мнение в тех областях, на исследование которых нет времени или желания. Важность их состоит в том, что на их основе человек формирует свое мировоззрение, принимает решения, строит свою жизнь.

4. *Пропаганда* – деятельность, устная или с помощью средств массовой информации осуществляющая популяризацию и распространение идей в массовом сознании.

Понятие «пропаганда» было введено в 1662 г. Ватиканом, образовавшим особую конгрегацию, задачей которой было распространение веры с помощью миссионерской деятельности.

Под политической пропагандой понимается систематически осуществляемые усилия повлиять на сознание индивидов, групп, общества для достижения определенного, заранее намеченного результата в области политического действия.

«Пропаганду можно определить как искусство принуждения людей делать то, чего бы они не делали, если бы располагали всеми относящимися к ситуации данными» (Л. Фрезер).

Воздействия пропагандистского сообщения разделяются на три этапа:

- этап привлечения внимания и возбуждения интереса;
- этап эмоциональной стимуляции;
- этап демонстрации того, как созданное напряжение может быть разрешено следованием совету коммуникатора.

Принципы классической пропаганды:

1) *пропаганды должно быть много*, она адресована только массе, и масса должна встречаться с ее носителями постоянно, в любой точке пространства, в любой промежуток времени. Чем больше, тем лучше. Пропаганды много не бывает: «Чтобы память масс усвоила хотя бы совершенно простое понятие, нужно повторять его перед массой тысячи и тысячи раз».

2) «Ее уровень должен исходить из меры понимания, свойственной самым отсталым индивидуумам из числа тех, на кого она хочет воздействовать... Она *должна быть максимально проста*». То, что понятно рабочему – поймет и интеллигент. А наоборот – не получается. Поэтому простая пропаганда действует на всех, даже на тех, кто ей сопротивляется. В конце концов, когда большинство будет убеждено в чем-то, умное меньшинство вынужденно последует за большинством.

3) Пропаганда *должна быть однообразна*, «должна ограничиваться лишь немногими пунктами и излагать эти пункты кратко, ясно и понятно, в форме легко запоминающихся лозунгов». Пропагандировать наш лозунг мы можем и должны с самых различных сторон..., но итог должен быть один и тот же, и лозунг неизменно должен повторяться в конце каждой речи, каждой статьи».

4) Пропаганда *должна быть «однозначна»*: «тут нет места тонкой дифференциации. Народ говорит «да» или «нет», он любит или ненавидит. Правда или ложь! Прав или не прав! Народ рассуждает прямолинейно». Никаких различных точек зрения и объективных подходов, никаких сомнений, колебаний, возможностей. Только решительность и однозначность. Выбор уже сделан. Факт уже налицо. О нем только информируют. «Все искусство тут должно заключаться в том, чтобы заставить массу поверить: такой-то факт действи-

тельно существует, такая-то необходимость действительно неизбежна, такой-то вывод действительно правилен».

5) «Пропаганда *должна воздействовать больше на чувства* и лишь в небольшой степени на так называемый разум..., чем меньше научного балласта в нашей пропаганде, чем больше обращается она к чувству толпы, тем больше будет успех».

6) Пропаганда *должна быть шокирующей*. Не нужно входить в резонанс с мнением массы, а потом постепенно подводить ее к какой-то мысли. Нужно огорошить сразу. Только в этом случае можно привлечь внимание, а привлечение внимания – это начало пропаганды. Только шокирующее нестандартное послание люди будут передавать и пересказывать друг другу, тогда как то, что им привычно, они не заметят и не перескажут. Нужно сразу поразить и удивить. И действовать настойчиво. «В начале войны казалось, что пропаганда безумна в своей наглости, затем она начала производить только несколько неприятное впечатление, а в конце концов все поверили ей..., *чем чудовищнее солжешь, тем скорее тебе поверят*. Рядовые люди скорее верят большой лжи, чем маленькой. Это соответствует их примитивной душе. Они знают, что в малом они и сами способны солгать, ну а уж очень сильно солгать они постесняются. Большая ложь даже просто не придет им в голову. Вот почему масса не может себе представить, чтобы и другие были способны на слишком уж чудовищную ложь. И даже когда им разъяснят, что дело идет о лжи чудовищных размеров, они все еще будут продолжать сомневаться и склонны будут считать, что, вероятно, все-таки здесь есть доля истины... Солги посильней, и что-нибудь от твоей лжи да останется».

Приемы пропаганды, сформулированные в США в конце 1930-х годов в Институте анализа пропаганды («азбука пропаганды»):

- *Приклеивание или навешивание ярлыков* (name calling). Заключается в выборе оскорбительных эпитетов, названий, имен, метафор для обозначения организации, идеи, человека, явления. Эти ярлыки вызывают эмоционально негативное отношение окружающих и используется, таким образом, для того, чтобы опорочить объект или явление в глазах аудитории.

- *Сияющие обобщения или блистательная неопределенность* (glittering generality). Заключается в замене названия явления, организации более общим родовым именем, которое имеет положитель-

ную эмоциональную окраску и вызывает доброжелательное отношение. Приписывание к демократии, здоровью, миру.

- *Перенос* (transfer). Суть в незаметном для большинства людей распространения авторитета и престижа того, что ими ценится и уважается на то, что преподносит источник коммуникации. Формируются ассоциативные связи преподносимого объекта с чем-либо, имеющим ценность и значимость для аудитории. Для дескриптации используется негативный перенос.

- *Ссылка на авторитеты* (testimonial). Заключается в приведении высказываний личностей обладающих высоким авторитетом или наоборот, вызывающих отрицательную реакцию у аудитории, на которую направлено воздействие, используемые высказывания содержат оценку людей, явлений и выражают их одобрение или осуждение, что формирует у объекта соответствующее отношение.

- *Свои ребята* (plain Folks). Установление доверительных отношений с аудиторией, как с близкими по духу людьми на основании того, что коммуникатор и его идеи хороши так как принадлежат простому народу. Отождествление коммуникатора с обычными людьми – человек из народа, которому можно доверять.

- *Перетасовка* или «подтасовка карт» (card stacking). Заключается в отборе и преподнесении только положительных или только отрицательных фактов и доводов при одновременном замалчивании противоположных

- *Общий вагон* (band wagon). Осуществляется подбор высказываний, требующих единообразия в поведении, создающих впечатление, будто так делают все. Все нормальные люди делают... Происходит некритическое восприятие информации, так как она якобы общепринята.

5. Рефлексивное управление.

Информационное управление – это процесс выработки и реализации управленческих решений в ситуации, когда управляющее воздействие носит неявный характер и объекту управления предоставляется определяемая субъектом управления информация о ситуации (информационная картина), ориентируясь на которую этот объект как бы самостоятельно выбирает линию своего поведения.

Мотивационное управление – это часть общего процесса управления, обеспечивающее осознание и выбор способов преобразования воздействий внешней и внутренней среды на основе оценивания

ситуации, целеполагания, принятия решений, ожидания и корректировки соответствующих результатов деятельности на уровне индивидов, организации социальных систем посредством согласования их ценностных ориентаций, норм и интересов. Мотивационное управление применяется для управления информационными процессами.

Мотивационное управление по сути является разновидностью информационного управления, применяющегося для управления социальными системами. При мотивационном управлении исходным, базисным элементом структуры управленческого цикла мотивационного управления является информационная потребность. От потребностей складывается система интересов и ценностей. В мотивационном управлении особую роль играет «стимул», он должен быть в идеале адекватен и идентичен потребностям и интересам, отсюда соответствующая реакция на стимул и формирование на этой основе мотива поведения.

Таким образом, *рефлексивное управление* представляет собой процесс передачи противнику оснований для принятия решений, управление решением противника. Навязывание ему определенной стратегии поведения при рефлексивном взаимодействии осуществляется не прямо, не грубым принуждением, а путем передачи ему оснований, из которых тот мог бы логически вывести свое, но predetermined другой стороной решение. Передача оснований означает подключение X к процессу отображения ситуации У, тем самым X начинает управлять процессом принятия решения (В.А. Лефевр).

Любые манипуляции и акты манипулятивного воздействия выступают как составные элементы данного процесса, т.е. в понятии рефлексивного управления отражается общий подход к управлению противником в конфликте с использованием разнообразных приемов тайного принуждения людей и применением механизма рефлексии для этих целей.

В самом общем виде в социальной психологии *рефлексия* выступает в форме осознания действующим субъектом (лицом или общностью) того, как они в действительности воспринимаются и оцениваются другими индивидами или общностями. Рефлексия (от лат. reflexio – обращение назад) – это не просто знание или понимание

субъектом самого себя, но и выяснение того, как другие знают и понимают «рефлектирующего».

Рефлексия (Г.П. Щедровицкий) – «Хотя каждая позиция в системе деятельности влечет за собой строго определенный смысл и тип смысла – и это обстоятельство, казалось бы, должно нарушать взаимопонимание между действующими индивидами, – несмотря на это и в добавление к этому существует единое объектное поле, обеспечивающее взаимопонимание, и к этому единому объектному полю должны быть сведены все разнообразные смыслы, полученные в разных позициях. Эта процедура сведения разных смыслов к единому объектному полю, процедура нивелировки различий в позициях и точках зрения составляет решающую часть того, что называется рефлексией. Задача приведения смыслов к общему знаменателю может решаться разными способами: путем создания определенных логических правил, путем особых структур рассуждения и т.д. Но все это разные способы завершения рефлексии, приведение смыслов к единому объектному полю. Другими словами, сущность рефлексии составляет такая организация ситуации единой для всех действующих индивидов, которая дает возможность всем индивидам, несмотря на различие их позиций и объективное различие тех смыслов, которые должны в этих ситуациях образовываться, видеть, понимать и восстанавливать один и тот же объективированный, а следовательно и нормированный смысл.

Именно в этом состоит суть рефлексии, а особые и специфические процедуры работы нашего сознания, которое «сознает» себя, «разделяется» и т.п. все это вторичные или более высокого порядка отблески подлинной рефлексии. Подлинный и реальный механизм всех этих процессов сознания заложен не в нем самом, а во внешней организации деятельности, в ситуациях кооперации. Значение сознания состоит в том, чтобы производить смыслы. Поэтому процесс смыслообразования зависит в первую очередь от позиций и позиционной организации деятельности. Важная составляющая человеческого развития состоит в том, чтобы производить как можно более смыслов и как можно более различающихся. Но произвольно созданные смыслы не дают ни объективности ни истины. Поэтому они должны быть объективированы и проверены на истинность. Эта работа теснейшим образом связана с обобществлением и интеграцией «мира». Объект и объектное поле – суть инварианты всех наших

разнообразных смыслов. Произвольно создаваемые смыслы должны быть затем приведены к этим объектам и объектности».

Технология предусматривает создание психологического портрета (модели) объекта информационно-психологического воздействия. Модель объекта информационно-психологического воздействия должна отражать не только область его поведения, но и его способность осознавать самого себя и других субъектов, включая и тех, которые пытаются установить контроль над данным объектом воздействия, т.е. должна быть рефлексивной. Изучаются надежные каналы доведения информации до объекта, оценивается его восприимчивость к различным типам внешнего воздействия, в том числе через СМИ. Создается модель психологии поведения объекта, его рефлекторного аппарата; проигрываются сценарии информационно-психологического воздействия и его последствия. После применения «импульса» информационно-психологического воздействия в реальном масштабе времени происходит оценка близости реакции объекта к целевой установке, и, в случае необходимости, выбирается дополнительное оптимальное воздействие.

Классическим примером использования американцами рефлексивного управления является Стратегическая Оборонная Инициатива (СОИ). США вынуждали Советский Союз держаться темпа американских достижений на арене СОИ, а в конечном счете экономически истощить его за счет траты денег на разработку соответствующего оборудования.

Гражданские исследователи (Г.П. Щедровицкий, В.А. Лефевр, В.Е. Лепский, Д.А. Поспелов, В.Н. Бурков). В.А. Лефевр сформулировал основные категории рефлексивных взаимодействий:

1. Передача образа ситуации: обеспечивая противника ошибочным или неполным образом ситуации.
2. Создание цели для противника: помещая противника в позицию, в которой он должен выбрать цель в нашу пользу (например, провоцируя противника угрозой, на которую он должен рационально реагировать).
3. Формирование цели посредством передачи образа ситуации: симулируя слабость или создавая ложную картину.
4. Передача образа собственного восприятия ситуации: обеспечивая противника ложной информацией или порциями правды, основанной на собственном восприятии ситуации.

5. Передача образа собственной цели: финт баскетбольного игрока является классическим примером, где вы изменяете восприятие противника, когда он задумывается над тем, что вы делаете или вы собираетесь делать.

6. Передача образа собственной доктрины: предоставляя ложный взгляд на процедуры и алгоритмы процесса принятия решения.

7. Передача собственного образа ситуации, чтобы заставить противника сформировать его собственную цель: представляя ложный образ собственного восприятия ситуации с принятым дополнительным уровнем риска.

8. Управление двусторонним противоборством третьей стороной.

9. Управление противником, который использует рефлексивное управление: эксплуатируя возможности вскрытия как имитации инициаторов процесса рефлексивного управления.

10. Управление противником, который использует доктрину теории игр.

Военные эксперты (Ионов, Леоненко, Комов, Чаусов). Основные методы передачи информации противнику для организации контроля над ним (Ионов):

- *Давление власти*, включая использование превосходящей силы, демонстрацию силы, психологические атаки, ультиматумы, угрозы санкций, угрозы риска (проявляющиеся через фокусировку внимания на иррациональном поведении руководства, или делегировании полномочий безответственному лицу), военная разведка, провокационные маневры, испытания оружия, ограничение доступа противника или изоляция определенных областей, увеличение боевой готовности вооруженных сил, формирование коалиций, официальное объявление войны, поддержка дестабилизирующих ситуацию внутренних сил во вражеском тылу, организация ограниченных забастовок, вывод из строя отдельные вооруженные силы, «нагнетание» и рекламирование победы, демонстрация безжалостных действий и демонстрация милосердия к союзнику противника, который прекратил сопротивление;

- *Приемы представления ложной информации о ситуации*, включая маскировку (показ слабости в сильном месте), создание ложных сооружений (показать «силу» в слабом месте), оставление одной позиции для укрепления другой, оставление опасных объек-

тов в данном положении («троянский конь»), сокрытие истинных взаимосвязей между подразделениями или созданием ложных, изменение методов проведения операции или преднамеренная потеря важных документов. Провоцирование противника к поиску новых направлений эскалации или свертывания конфликта: преднамеренная демонстрация особой цепи действий, нанесение удара по опорному пункту противника, когда его там нет, подрывная деятельность и провокации, оставление открытыми маршрута для выхода противника из окружения, принуждение противника совершать карательные действия, приводящие к расходованию вооруженных сил, ресурсов и времени;

- *Воздействия на алгоритм принятия решения* противником, включая систематическое проведение игр через которые воспринимаются типовые планы, публикацию преднамеренно искаженной доктрины; воздействие на элементы системы управления и ключевые фигуры путем передачи ложных данных об обстановке; действия в резервном способе совершение действий для нейтрализации оперативного мышления противника;

- *Изменение времени принятия решения*, которое может быть выполнено через неожиданное начало военных действий; передачу информации об обстановке аналогичного конфликта – работая над тем что ему кажется выполнимым и предсказуемым противник принимает необдуманное решение, которое изменит способ и характер его операции.

Контрольные вопросы

1. В чем суть дезинформации?
2. Какова сущность манипулятивного воздействия?
3. Что понимается под политической пропагандой?
4. В чем суть рефлексивного управления?

Список литературы

1. Богомолова, Н.Н. Социальная психология печати, радио и телевидения / Н.Н. Богомолова. – М.: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1991. – 128 с.
2. Бодрунова, С.С. Современные стратегии британской политической коммуникации / С.С. Бодрунова. – М.: Товарищество научных изданий КМК, 2010. – 424 с.
3. Волковский Н.Л. История информационных войн: в 2 ч. / Н.Л. Волковский – СПб.: Полигон, 2003.
4. Воронцова, Л.В. История и современность информационного противоборства / Л.В. Воронцова, Д.Б. Фролов. – М.: Горячая линия-Телеком, 2006. – 192 с.
5. Герасименко, В.А. Основы информационной грамоты / В.А. Герасименко. – М.: Энергоатомиздат, 1996. – 320 с.
6. Голубкова, Л.Г. Философия управления: монография / Л.Г. Голубкова, В.М. Розин. – Йошкар-Ола: Марийский государственный технический университет, 2010. – 608 с.
7. Грачев, Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты / Г.В. Грачев. – М.: Изд-во РАГС, 1998. – 125 с.
8. Гринвальд, Г. Негде спрятаться. Эдвард Сноуден и зоркий глаз Дядюшки Сэма / Г. Гринвальд. – СПб.: Питер, 2015. – 320 с.
9. Донцов, В.Е. Современные исламские движения и организации на Ближнем Востоке в системе международных отношений: учеб. пособие / В.Е. Донцов. – М.: ДА МИД РФ, 2001. – 213 с.
10. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
11. Емельянов, Г.В. Информационная безопасность России. Часть 1. Основные понятия и определения: учеб. пособие / Г.В. Емельянов, А.А. Стрельцов, под общ. ред. А.А. Прохожева. – М.: РАГС при Президенте Российской Федерации, 1999. – 52 с.
12. Жуков, В. Взгляды военного руководства США на ведение информационной войны/ В. Жуков // Зарубежное военное обозрение. 2001. №1. – С. 2-8.
13. Зенгер, Х. Стратегемы. О китайском искусстве жить и выживать. Знаменитые 36 стратегем за три тысячелетия / Х. Зенгер. – М.: Изд. группа «Прогресс», «Культура», 1995. – 384 с.

14. Зиновьев, А.А. На пути к сверхобществу / А.А. Зиновьев. – М.: Центрполиграф, 2000. – 639 с.

15. Зяблук, Н.И. Практика лоббистской деятельности в США / Н.И. Зяблук. – М.: ИСКРАН, 1994.

16. Информационное общество: Информационные войны. Информационное управление. Информационная безопасность / под ред. М.А. Вуса. – СПб.: Издательство С.-Петербургского университета, 1999. – 212 с.

17. Информационно-психологическая безопасность / [Л. Смолян и др.]. – М.: Институт системного анализа РАН, 1997. – 52 с.

18. Кара-Мурза, С.Г. Манипуляция сознанием / С.Г. Кара-Мурза. – М.: Алгоритм, 2000. – 688 с.

19. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 458 с.

20. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1975. – 304 с.

21. Макиавелли, Н. Государь. Рассуждения о первой декаде Тита Ливия. О военном искусстве / Н. Макиавелли. – М.: Мысль, 1997. – 639 с.

22. Малаканова, О.А. Образ политического института в СМИ: (Опыт контент-анализа региональной печати) / О.А. Малаканова. – Самара, 1995. – 11 с.

23. Манойло, А.В. Государственная информационная политика в особых условиях / А.В. Манойло. – М.: Изд. МИФИ, 2003. – 388 с.

24. Манойло, А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. – М.: Горячая линия – Телеком, 2003. – 541 с.

25. Панарин, И.Н. Информационная война и выборы / И.Н. Панарин. – М.: Городец, 2003. – 416 с.

26. Партыка, Т.Л. Информационная безопасность: учеб. пособие для студентов учреждений сред. проф. образования / Т.Л. Партыка, И.И. Попов. – М.: ФОРУМ-ИНФРА-М, 2002. – 367 с.

27. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов – М.: Рефл-бук, 2001. – 576 с.

28. Прокофьев, В.Ф. Тайное оружие информационной войны / В.Ф. Прокофьев – М.: СИНТЭГ, 1999. – 152 с.

29. Психологические операции и противодействие им. – М.: МО РФ, 1993. – 186 с.
30. Расторгуев, С.П. Информационная война / С.П. Расторгуев. – М.: Радио и связь, 1999. – 416 с.
31. Расторгуев, С.П. Философия информационной войны / С.П. Расторгуев. – М.: Вузовская книга, 2001. – 468 с.
32. Сунь-цзы Искусство войны. Стратегия и тактика победителя / Сунь-цзы. – М.: Эксмо, 2003. – 176 с.
33. Филин, С.А. Информационная безопасность / С.А. Филин. – М.: Альфа-Пресс, 2006. – 412 с.
34. Цыганов, В.В. Информационные войны в бизнесе и политике / В.В. Цыганов. – М.: Академический Проект, 2007. – 336 с.
35. Шеваев, А.Г. Разведка и контрразведка. Фрагменты мирового опыта и теории / А.Г. Шеваев, С.В. Лекарев. – М.: Издательская группа «БДЦ-пресс», 2003. – 544 с.
36. Шерковин, Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю.А. Шерковин – М.: Изд-во «Мысль», 1973. – 215 с.
37. Щедровицкий, Г. П. Избранные труды / Г.П. Щедровицкий – М.: Шк.Культ.Полит., 1995. – 800 с.
38. Ярочкин, В.И. Безопасность информационных систем / В.И. Ярочкин. – М.: Ось-89, 1996. – 320 с.

Темы семинарских занятий

1. История информационного противоборства

1. Сунь-цзы Трактат о военном искусстве.
2. 36 страгем и информационное противоборство.
3. Н. Макиавелли Государь.

2. Информационное противоборство в XX в.

1. Информационное противоборство во время Первой мировой войны. Идеология и пропаганда в Советском Союзе.
2. Информационное противоборство накануне и в период Второй мировой войны. Принципы классической пропаганды.
3. Определение и сущность информационно-психологических операций. Виды, этапы и компоненты информационно-психологических операций.

3. Современные концепции информационного противоборства

1. Концепции информационного противоборства в Российской Федерации. Доктрина информационной безопасности России.
2. Теория информационных войн в США. Информационное сдерживание.
3. Взгляды на информационное противоборство в Китае.
4. Радикальные мусульманские организации Ближнего Востока как субъект и объект информационного противоборства.

4. Информационное противоборство в XXI в.

1. Использование методов информационного противоборства для решения внешне- и внутриполитических проблем.
2. Сеть Интернет в информационном противоборстве.
3. Эволюция методов информационного противоборства.

Вопросы для обсуждения и докладов

1. Как связаны современные представления об информационных войнах с древнекитайским полководцем Сунь-цзы?
2. Почему «Тридцать шесть стратагем» популярны уже несколько тысячелетий?
3. Макиавеллизм – это политтехнология XXI века?
4. Как большевики удержали власть в стране, считавшей себя Третьим Римом?
5. Кто победил в информационной борьбе в ходе Первой мировой войны?
6. Почему «подлежащая распространению вера» католиков навсегда связана с именем Геббельса? Какие принципы этого «распространения» стали классическими?
7. Почему информационно-психологические операции получили название тайных? В чем их суть?
8. Официальные и научные взгляды на проблемы информационного противоборства в современной России.
9. Отечественная публицистика об информационных войнах.
10. Кто победил в информационном противоборстве в ходе Российско-грузинского конфликта 2008 г.?
11. Доктрины и концепции информационных войн в США.
12. Материалы Э. Сноудена и WikiLeaks, посвященные современной практике информационного противоборства.
13. Современные взгляды на информационное противоборство в Китае.
14. Как радикальным мусульманским организациям Ближнего Востока удастся противостоять в информационном противоборстве США и их союзникам (на примере ливано-израильской войны 2006 года)?
15. Информационное противоборство в ходе предвыборных кампаний (на примере г.Самары).
16. Эволюция методов информационного противоборства.
17. Роль сети Интернет в информационном противоборстве.

**Методические рекомендации по курсу
«Информационно – психологическое противоборство
и обеспечение информационной безопасности»**

Основные виды занятий при изучении курса – аудиторные лекции и семинарские занятия. Предусмотрено написание доклада (реферата) по одному из вопросов, рассматриваемых в ходе изучения курса, что позволяет на практике закрепить полученные знания. Студенческий реферат имеет два общепринятых толкования. Первое – это краткое изложение содержания научной работы (монографии, реже – статьи). Второе – доклад на заданную тему, сделанный на основе критического обзора, анализа научной литературы. Второй вид реферирования наиболее соответствует целям проведения семинарских занятий в рамках данного спецкурса.

Семинарские занятия проводятся в виде проблемных семинаров, которые строятся по следующей схеме: вначале проводится вводное занятие, на котором рассматриваются теоретико-методологические аспекты изучаемой проблемы, студенты получают необходимые сведения о написании письменного доклада, его оформлении и представлении для обсуждения в группе. В дальнейшем по предварительному согласованию с руководителем семинарских занятий по каждому занятию подготавливается один – два доклада. Вместе с тем, все участники семинара готовятся по вопросам занятий для обсуждения докладов, а также вынесенных на семинар вопросов.

Подготовка студентом доклада предполагает самостоятельную аналитическую работу с научной литературой. Доклад должен содержать не пересказ фактов и событий, почерпнутых из учебной литературы, а анализ проблемы. Студент должен привлечь весь объем информации, содержащейся в научной литературе, учитывая при этом мнения специалистов по изучаемой проблематике.

Начинать работу над докладом необходимо с обращения к научной литературе, указанной в списке литературы. Это не исключает самостоятельного поиска студентом дополнительной литературы по избранной теме. При этом следует советоваться с руководителем семинара, чтобы отобрать для изучения самое необходимое.

План доклада необходимо согласовать с руководителем и окончательный его вариант приложить к тексту. План должен включать введение (содержит постановку вопроса, определение актуальности темы, формулирование задач доклада, разбор использованной литературы), распределение текста на главы и параграфы, заключение (содержит основные выводы, ответы на поставленные во введении вопросы) и список использованной литературы. Основной объем работы отводится решению поставленных задач.

Укажем также и характерные для начинающего исследователя ошибки. Чаще всего встречается несоответствие отдельных структурных частей работы: содержание не соответствует задачам, поставленным во введении; заключение не связано с введением и основным текстом и выпадает из общей логики исследования. Поэтому необходимо помнить, что основное содержание должно быть посвящено достижению цели и решению задач, поставленных во введении, а заключение – подводить итог этой работе и содержать ответ на поставленные вопросы.

Как правило, наибольшие затруднения вызывает разбор литературы. Ошибки чаще всего такие: слишком общий обзор литературы, перечисление основных работ. От студента требуется: 1) провести разбор тех специальных исследований, которые он сам использовал; 2) показать роль той или иной работы в раскрытии избранной темы.

Список литературы должен содержать только наименования использованных при написании доклада публикаций, статей, монографий и т.д., на которые имеются сноски в тексте доклада.

Необходимо отметить, что предлагаемые темы докладов носят примерный, ориентировочный характер. По согласованию с преподавателем отдельные темы могут быть изменены, поставлены новые проблемы.

**Контрольные вопросы по курсу
«Информационно – психологическое противоборство
и обеспечение информационной безопасности»**

1. Информация, ее роль и функции в социальных системах.
2. Источники информации. Свойства и виды информации.
3. Понятие информационного пространства, его свойства и структура.
4. Массовая коммуникация как социальное явление. Средства массовой коммуникации и информации.
5. Информационное противоборство до конца XIX в. Периодизация истории информационного противоборства.
6. Информационное противоборство в первой половине XX века. Периодизация истории информационного противоборства.
7. Информационное противоборство во второй половине XX века. Периодизация истории информационного противоборства.
8. Современные представления о безопасности. Природа и сущность безопасности как явления.
9. Информационная безопасность Российской Федерации. Определение, сущность и содержание государственной информационной политики.
10. Психологическое воздействие как средство управляющего воздействия в социальных системах. Виды информационно-психологического воздействия.
11. Технологии информационно-психологического воздействия в массовых информационных процессах. Роль СМИ в информационно-психологическом воздействии.
12. Информационное противоборство. Объекты и субъекты информационного противоборства.
13. Эволюция форм, средств и методов информационно-психологического противоборства.
14. Определение и сущность информационной войны. Информационно-психологическая война как средство достижения политических целей.
15. Информационное оружие как основное средство ведения информационной войны. Виды информационного оружия.

16. Основные структурные элементы информационно-психологического воздействия: манипулирование и дезинформирование.

17. Основные структурные элементы информационно-психологического воздействия: лоббирование, пропаганда, рефлексивное управление.

18. Определение и сущность информационно-психологических операций. Виды, основные этапы и компоненты информационно-психологических операций.

19. Концепции информационного противоборства и информационных войн (на примере США). Информационное сдерживание.

20. Концепции информационного противоборства и информационных войн (на примере радикальных мусульманских организаций Ближнего Востока).

Учебное издание

Рощупкин Виталий Геннадьевич

**ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ
ПРОТИВОБОРСТВО И ОБЕСПЕЧЕНИЕ
ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Учебное пособие

Редактор Т.К. Кретинина
Компьютерная вёрстка И.И. Спиридоновой

Подписано в печать 6.11.2018. Формат 60 × 84 1/16.

Бумага офсетная. Печ. л. 5,75.

Тираж 25 экз. Заказ . Арт. – 4(Р4У)/2018.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САМАРСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ АКАДЕМИКА С.П. КОРОЛЕВА»
(САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ)
443086, САМАРА, МОСКОВСКОЕ ШОССЕ, 34.

Изд-во Самарского университета.
443086, Самара, Московское шоссе, 34.