

Учреждение образования
«Академия Министерства внутренних дел Республики Беларусь»

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОТИВОБОРСТВО

*Рекомендовано
учебно-методическим объединением
в сфере дополнительного образования взрослых
в качестве учебного пособия
для слушателей системы дополнительного образования взрослых
по специальности переподготовки 9-09-1032-02
«Идеологическая и кадровая работа в органах внутренних дел»*

Под общей редакцией
кандидата юридических наук, доцента О.В. Гиммельрейха

Минск
Академия МВД
2025

УДК 316.4:316:6:316.77
ББК 60.8
Г48

Авторы:

О.В. Гиммельрейх (введение, гл. 2, заключение),
Ф.А. Некрашевич (гл. 1), В.В. Стальбовский (гл. 3)

Рецензенты:

кафедра «Философия учения»
Белорусского национального технического университета;
кандидат юридических наук, доцент *А.М. Клим*

Гиммельрейх, О.В.

Г48 Информационное противоборство : учебное пособие /
О.В. Гиммельрейх, Ф.А. Некрашевич, В.В. Стальбовский ; под
общ. ред. О.В. Гиммельрейха ; Акад. М-ва внутр. дел Респ. Бе-
ларусь. – Минск : Академия МВД, 2025. – 103, [1] с.
ISBN 978-985-576-463-3.

Рассматриваются понятие и содержание информационного противоборства. Дается характеристика конкретных этапов эволюции средств передачи данных и их информационного воздействия. Целостное представление о роли и месте информационного противоборства в средствах массовой информации и социальных сетях. Раскрываются функции, механизмы и формы осуществления, основы стратегии и технологии современного информационного противоборства – информационно-технического и информационно-психологического.

Адресовано слушателям системы дополнительного образования взрослых, иным специалистам, изучающим научно-теоретические и прикладные проблемы информационно-коммуникативной деятельности в социальных системах.

УДК 316.4:316:6:316.77
ББК 60.8

ISBN 978-985-576-463-3

© УО «Академия Министерства внутренних
дел Республики Беларусь», 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
Глава 1. ЭВОЛЮЦИЯ СРЕДСТВ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ	6
1.1. Информация: сущность и содержание. Понятие средств передачи информации	6
1.2. Дописменные средства передачи информации и их информаци- онное воздействие	19
1.3. Традиционные средства передачи информации и их информаци- онное воздействие	24
1.4. Современные средства передачи информации и их информаци- онное воздействие	36
Глава 2. ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ В СРЕД- СТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ	43
2.1. Понятие и сущность информационного противоборства	43
2.2. Теории информационного противоборства	51
2.3. Средства массовой информации и социальные сети: сущность и содержание. Информационное противоборство в средствах массовой информации	54
2.4. Информационное противоборство в социальных сетях	71
Глава 3. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА	79
3.1. Основы стратегии современного информационного противоборства	79
3.2. Направления информационного противоборства в сети: информа- ционно-техническое и информационно-психологическое	83
3.3. Основные технологии информационного противоборства	89
3.4. Азбука информационного противоборства	95
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	102

ВВЕДЕНИЕ

Информационно-коммуникативные процессы, развивающиеся в последнее время, содержат опасности, представляющие угрозу для развития личности и общества. Условия кардинального научно-технического прогресса 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 внутривластной 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 граждан от противоправных информационных воздействий становится важной задачей специалистов по обеспечению информационной безопасности.

Учебное пособие «Информационное противоборство» ориентировано на развитие понимания слушателей базовых закономерностей процесса информационного противоборства и влияния методов информационного воздействия на все сферы жизнедеятельности человека.

Целью учебного пособия является наделение слушателей теоретическими знаниями в области информационно-психологического противоборства.

Освоение материала учебного пособия позволяет слушателям 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).

Существующие организации, которые по своей структуре и внутреннему содержанию представляют собой сложные социальные и экономические системы, – начиная с семьи и заканчивая человечеством в целом – далеки от совершенства, но человек может их улучшить путем совершенствования их структуры, функций, применяемых технологий, методов и средств, повышая тем самым качество своей жизни. В этом, собственно, и заключается основной смысл общей теории социальных организаций.

Результатом изучения одноименной учебной дисциплины должно стать: понимание слушателями эволюции средств передачи данных и их информационного воздействия, закономерностей развития механизмов информационного противоборства, методов и приемов информационно-психологического воздействия и средств обеспечения информационной безопасности, вооружить обучающихся научными методами системного видения общественно-экономических явлений, основными понятиями и базовыми категориями теории информационного противоборства, образующими необходимый теоретический фундамент для управления организациями, в том числе органами внутренних дел, 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.

Назначение настоящего учебного пособия состоит и в расширении кругозора слушателей управленческим навыкам в информационной сфере и освоении ими рекомендаций по решению разнообразных и часто уникальных проблем и конкретных задач информационно-психологического характера, возникающих в процессе управления социальными и экономическими системами.

Глава 1

ЭВОЛЮЦИЯ СРЕДСТВ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ И ИХ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

1.1. Информация: сущность и содержание. Понятие средств передачи информации.

1.2. Дописменные средства передачи информации и их информационное воздействие.

1.3. Традиционные средства передачи информации и их информационное воздействие.

1.4. Современные средства передачи информации и их информационное воздействие.

1.1. Информация: сущность и содержание. Понятие средств передачи информации

Информационные процессы составляют основу любого социального управления, проведения агитации и контрпропаганды, информационного противоборства. На основе поступающей информации принимаются соответствующие управленческие (организационные, кадровые), процессуальные, юрисдикционные и иные решения. Отсюда следует, что от качества поступающей информации, скорости ее прохождения и обработки, ее достоверности, компетентности должностных лиц, в полномочия которых входят функции по принятию решений, зависит и качество работы всего органа внутренних дел (ОВД).

Как обоснованно отмечал еще в советский период С.М. Крылов, «... основу управления составляет система сбора и обработки информации. Степень осведомленности о положении дел, о развитии тех или иных процессов, об особенностях оперативной обстановки, правильная оценка происходящих изменений и процессов определяют систему взглядов, методы подхода к решению возникающих вопросов. Плохая информация – плохое решение; недостаточная информация – недостаточно эффективное решение».

Характер информации, лежащей в основе принятия руководителем решений в ОВД, предопределяет оптимальность их действий, а порой и их законность. Совершенной правоохранительная и организацион-

но-управленческая деятельность ОВД может быть лишь тогда, когда она строится на базе информации, соответствующей их задачам и функциям. На современном этапе развития ОВД, несомненно, качественное управление ими невозможно без сбора, обработки информации о состоянии управляемых объектов, о постоянно меняющейся оперативной обстановке, о состоянии внешней среды в целом, о результатах взаимодействия с иными правоохранительными органами и органами исполнительной власти, общественными формированиями, другими институтами гражданского общества в обеспечении правопорядка.

С учетом изложенного, основополагающими понятиями, формирующими содержание данного вопроса, являются информационное обеспечение, информация (ее виды и свойства), данные, информационные ресурсы, информационные системы.

Наиболее общим и принятым в теории и практике управления считается следующее определение: «Информационное обеспечение управленческой деятельности – это осуществление действий по предоставлению своевременной, достоверной и полной информации субъекту управления (руководителю) с заданной периодичностью».

Как видно из представленного определения, основу данного вида обеспечения и одноименной функции управления составляют различные характеристики и свойства информации, а также производимые с нею операции, в связи с чем в контексте рассматриваемого вопроса следует уделить определенное внимание рассмотрению содержания этого понятия.

Термин «информация» произошел от латинского слова *informatio* – что переводится как «сведения», «изложение», «разъяснение», «представление», «понятие». Само понятие «информация» является одним из наиболее сложных в науке. Это связано с тем, что оно является общенаучным, т. е. используется в различных (общественных, естественных, технических) науках, таких как информатика, кибернетика, биология, социология, физика и др. При этом в каждой науке в данное понятие вкладывается разный смысл.

В национальном законодательстве, в частности в Законе Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г. № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации» дается следующее определение этого понятия: «информация – это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления» (ст. 1).

Поскольку предмет нашего исследования относится к ОВД, являющимся социальной системой, необходимо уточнить понятийный аппарат, связанный с социальной информацией. В отношении социальной

информации также имеется ряд трактовок, среди которых приведем определение В.Г. Афанасьева: «Информация, циркулирующая в обществе, используемая в управлении общественными процессами, является социальной информацией. Она представляет собой знания, сообщения, сведения о социальной форме движения материи и о всех других ее формах в той мере, в какой они используются обществом, вовлечены в орбиту общественной жизни».

Применительно к ОВД А.П. Ипакьяном было дано следующее развернутое определение: «Под информацией в органах внутренних дел следует понимать сведения, которые отражают состояние преступности и охраны общественного порядка, характеризуют силы и средства органов внутренних дел, способы и методы воздействия на управляемую систему и результаты управляющих воздействий, условия и проявления внешней среды, влияющие на состояние сферы управления и эффективность деятельности ОВД».

Таким образом, социальная информация в сфере деятельности ОВД представляет собой совокупность различных видов политической, экономической, научно-технической, оперативно-служебной и иной информации, используемой в процессе реализации задач, решаемых ОВД.

Информация, используемая в управленческой деятельности, рядом авторов определяется также как «управленческая информация» – это «любые сведения (сообщения, данные), которые использовались, используются или предполагаются к возможному использованию при осуществлении функций управления».

С понятием «информация» часто употребляется сходный по содержанию термин «данные». Данные являются результатом фиксации некоторой информации и представляют собой «застывшую» информацию после кодирования. Данные сами могут выступать источником информации. Получаемая из данных информация может подвергаться обработке, а результаты этой обработки закрепляются в виде новых сведений.

В информатике данные подразумевают под собой результат фиксации, отображения информации на каком-либо материальном носителе, т. е. зарегистрированное на носителе представление сведений независимо от того, дошли ли эти сведения до какого-нибудь приемника и интересуют ли они его.

Таким образом, если *данные* – это различного рода сведения, сообщения, не оказывающие влияния на поведение получателя, то *информация* – это только новые знания, принятые, понятые и оцененные как полезные для решения актуальных задач, побуждающие органы управления, руководителей к принятию решений и конкретным действиям.

С точки зрения принятия решений информацией являются используемые данные. Это важно помнить при создании управляющих информационных систем, поскольку лицу, принимающему решение, данные должны выдаваться в виде информации, на основании которой могут быть предприняты те или иные управленческие действия.

Для того чтобы данные стали информацией, они должны пройти три этапа семиотической фильтрации данных: *физический* (канал связи), где данные рассматриваются на синтаксическом уровне; *семантический* (тезаурус), где данные рассматриваются на семантическом уровне; *прагматический* (механизм оценки), где данные рассматриваются с точки зрения полезности их применения.

Таким образом, под информацией в управленческой деятельности ОВД можно понимать сведения, сообщения, данные, отражающие состояние и развитие субъекта и объекта управления. Так как информация составляет основу любого информационного обмена, необходимо учитывать результаты управляющих воздействий на объект управления (влияние вышестоящих субъектов управления и внешней среды).

С позиции управления наибольший интерес представляют следующие основания классификации информации: приоритетность для использования в целях управления; источник возникновения; способ восприятия человеком; способ распространения; функции управления, которые обслуживает информация; направленность движения (горизонтальная и вертикальная); характер применения; вид носителя; степень доступа и другие критерии.

По приоритетности для использования в целях управления выделяются *фиксирующая* и *методологическая информация*. *Фиксирующая информация* отражает протекание различного рода социально-политических, социально-экономических и иных процессов, явлений в реальной жизни, фиксирует наличие тех или иных аспектов реально существующих объектов, явлений, событий, процессов. *Методологическая информация* дает ключ к пониманию смысла значимых взаимосвязей между процессами, выявлению соответствующих причин и следствий, позволяет субъекту управления прогнозировать ход развития событий, делать правильный, этический выбор в конкретных жизненных ситуациях, принять единственно верное управленческое решение.

В свою очередь, в составе фиксирующей информации различаются хронологическая, фактологическая и экономическая информация.

По временному признаку принято выделять:

текущую информацию (это информация о настоящем, о том, что есть в действительности, в реальности в настоящее время в управ-

емой системе (иначе говоря, оперативная или оперативно-техническая информация));

прогностическую, плановую информацию (это сведения о будущем – предвосхищающие состояние управляемой системы в будущем);

ретроспективную информацию (отражает состояние управляемой системы в прошлом, позволяет познать историю развития системы, а значит обосновать подходы к управлению ею в настоящем).

Информация, используемая в системе управления, по способу возникновения подразделяется прежде всего на два вида: *первичная* (фактическая) и *выводная информация* (информационная продукция).

Первичная информация – сведения, данные о конкретных фактах, событиях, явлениях, имеющих отношение к деятельности управляемого объекта, системе управления в целом (заявления граждан, сообщения юридических лиц, сообщения СМИ и т. п.). *Выводная* (производная) *информация* является результатом аналитической (мыслительной, аналитико-синтетической) обработки (в том числе, проверки) первичной информации.

По функции управления, которую обслуживает информация, выделяют *исходную, организационную, регулируемую, учетную и контрольную информацию*.

Исходная информация используется при выполнении функции выработки и принятия управленческого решения. Эта информация отражает особенности управленческой ситуации, наличие проблемы, которую предполагается разрешить, а также состояние объекта управления, его готовность выполнить решение – наличие ресурсов, уровень квалификации исполнителей и т. д.

Организационная информация нужна для реализации одноименной функции управления. Эта информация относится к процессу создания состояния упорядоченности, как объекта, так и субъекта управления, к формированию прямых и обратных связей между ними. Подобная информация используется для определения и закрепления структуры системы управления, рационализации связей между субъектами и объектами управления, распределения функций между уровнями и т. д.

Регулирующая информация требуется прежде всего при выполнении функции организации исполнения принятого решения (функции регулирования). Такого рода информация, в свою очередь, разделяется на предписывающую (прескриптивную) и осведомляющую (дескриптивную) информацию.

Под *предписывающей информацией* понимаются различного рода правила, нормы, стандарты, указания, приказы, команды. Они дово-

дятся до сведения объекта управления, их исполнение контролируется. Появление предписывающей информации возможно только на основе осведомляющей информации. К *осведомляющей информации* относятся сведения о состоянии управляемой системы, об отклонениях от заданных параметров состояния объекта управления.

Контрольная информация в большей степени, чем учетная, отражает качественную сторону исполнения решения, она фиксирует степень соответствия результатов исполнения управленческого решения предписывающей информации, содержащейся в этом решении. Расхождение контрольной информации с предписывающей является основанием для оказания управляющего воздействия на объект управления.

По форме представления, способам кодирования и хранения выделяют *графическую, звуковую (акустическую), текстовую, числовую, видеоинформацию*.

По характеру применения различают информацию:

функциональную – предназначена для осуществления конкретной функции управления;

пообъектную, которая применима лишь на конкретном объекте управления (ОВД в целом, подразделение, направление деятельности и т. д.);

универсальную, которая может быть использована на любом объекте управления. Она включена в информационные ресурсы массового использования – это информационные массивы, содержащие адресные данные, сведения о работе организаций обслуживания, органов власти, транспорта, связи, об организации отдыха, обучения и т. д. Универсальный характер имеет информация, содержащаяся в библиотечной сети, архивном фонде страны.

По характеру влияния на общественное сознание: конструктивная и деструктивная.

Наряду с выделением видов информации следует остановиться на характеристике ее свойств. Свойства информации весьма разнообразны. Вместе с тем значимость этих свойств весьма различается в зависимости от сферы человеческой деятельности. С позиций социального управления необходимо выделять следующие *основные свойства информации*.

1. *Неисчерпаемость информации* – возможность использования ограниченным числом субъектов неограниченное количество раз, в том числе из разных мест и одновременно. Информация не исчезает и не уменьшается в процессе потребления. Более того, информация может быть размножена.

2. *Относительный характер объективности информации.* В ходе информационного процесса (получения, обработки и т. д.) уровень объективности информации всегда снижается. Более объективной считается та информация, в которую методы ее обработки вносят меньше субъективного.

3. *Субъективность ценности информации.* Информация имеет в значительной мере субъективную и ситуативную ценность. Ценность информации раскрывается в связи с потребностями человека (субъекта управления), который эту информацию потребляет, а также с учетом того, как и где она используется. С другой стороны, различное понимание конкретного слова, передающего и принимающего информацию, может сильно изменить смысл передаваемой информации. Восприятие человеком информации зависит не только от его чувствительности, но во многом и от имеющегося у него опыта работы в системе управления. Одним из следствий субъективной ценности информации является ее ограниченная ликвидность.

Важнейшими, с практической точки зрения, свойствами информации является ценность, полнота, точность, достоверность, доступность, своевременность.

Ценность информации определяется обеспечением возможности достижения цели, поставленной перед получателем информации.

Полнота информации. Информацию можно назвать полной, если ее достаточно для понимания и принятия решений. Неполная информация может привести к ошибочному выводу или решению.

Полнота информации характеризует возможность ее рассмотрения в качестве основы для принятия решения или создания новой информации. Информация всесторонне освещает проблему, если в ней дается история возникновения и развернутая констатация современного состояния проблемы или аргументированный прогноз развития ситуации с ответами на возникшие вопросы.

Точность информации определяется степенью ее близости к реальному состоянию объекта, процесса, явления и т. п.

Достоверность информации. Сведения квалифицируются как достоверные, если в них адекватно отображена реальная действительность в фактах, событиях, явлениях, суждениях с исчерпывающей характеристикой их скрытой, внутренней сущности, которая определяется путем ее сравнения с имеющимся информационным массивом, выявленной логикой (закономерностями) развития проблемы (события), а также с использованием дополнительных сведений по тому же вопросу.

Доступность информации отражает возможность для пользователя получить ее, которая определяется, с одной стороны, секретностью информации, по существу, а с другой – доступностью адекватных методов ее интерпретации.

Своевременность поступления информации. Под своевременностью сведений понимают соответствие информации по времени ее получения существующим в данный момент или ожидаемым информационным потребностям различного уровня руководства организации.

Среди других свойств информации выделяют общественную природу (источником информации является познавательная деятельность людей, общества), языковую природу, отчужденность информации от ее создателя (существует и вне ее создателя). Среди свойств, независимых от создателей информации, выделяют: подверженность старению (появление новой информации, с поступлением которой изначальная информация перестает адекватно передавать явления и закономерности мира, человеческого общения и мышления); рассеяние – существование во многих источниках.

Средства передачи информации. Их назначение и характеристика

Однако сама по себе информация, несмотря на ее ценность, свойства и качества, не выполнит возложенной на нее роли, если не будет получена, а затем воспринята конкретным субъектом, иными словами, доходить до конкретного адресата (адресатов).

Передача информации – это процесс пересылки информации от источника ее возникновения к приемнику. Передача информации может осуществляться посредством курьера, почтой или с использованием средств дистанционной передачи данных по каналам связи.

Все средства, осуществляющие дистанционную передачу данных по каналам связи, образуют систему передачи данных (СПД), которая включает в себя следующие элементы:

- аппаратуру передачи данных (АПД);
- каналы связи.

Аппаратура передачи данных предназначена для непосредственной связи удаленных абонентов через каналы связи и передачи информации с необходимой скоростью и достоверностью. АПД включает в себя:

- устройства преобразования сигналов (УПС);
- устройства защиты от ошибок (УЗО);
- вспомогательные устройства (устройства автоматического вызова и ответа).

УПС (устройство преобразования сигналов) – это устройство, которое обеспечивает прямое и обратное преобразование сигналов при пе-

редаче их по каналам связи. К устройствам преобразования сигналов относятся модемы. *Модем* (МОдулятор – ДЕМОдулятор) – устройство, которое преобразует цифровые сигналы персональной электронно-вычислительной машины в аналоговые сигналы и обратно для передачи их по телефонным каналам связи. УЗО (устройство защиты от ошибок) – устройство, повышающее достоверность передачи данных. Устройства автоматического вызова и ответа служат для послышки сигналов вызова и набора номера абонента при работе через АТС.

Каналы связи – это технические средства и физическая среда, предназначенные для передачи сигнала. В качестве каналов связи используются телефонные, телеграфные, телевизионные каналы, радиосвязь и специализированные каналы. В зависимости от вида используемого канала, СПД делятся:

- на низкоскоростные (телеграфные каналы);
- среднескоростные (телефонные каналы);
- высокоскоростные (некоммутируемые телефонные и специализированные каналы).

В зависимости от направления, по которым пересылается информация, различают следующие режимы передачи данных: 1) *симплексные* – информация передается в одном направлении; 2) *полудуплексные* – информация передается в обоих направлениях попеременно, т. е. в любой момент времени информация идет только в одном направлении; 3) *дуплексные* – передача и прием сообщений осуществляются одновременно в двух направлениях.

По способу соединения каналы связи делятся на коммутируемые и некоммутируемые каналы.

Коммутируемые каналы обеспечивают соединение абонентов только на время сеанса. По окончании сеанса абоненты разъединяются. Преимущества: возможность соединения с различными абонентами, низкие расходы на эксплуатацию и аренду каналов. Недостатки: использование коммутационных приборов создает помехи при передаче информации, добавление специальных УЗО увеличивает стоимость канала.

Некоммутируемые каналы обеспечивают постоянное соединение абонентов. Преимущества: не теряется время на коммутацию (соединение с абонентами), высокая достоверность передаваемой информации. Недостатки: низкий коэффициент использования каналов, большие расходы на аренду и эксплуатацию.

Подходы к периодизации изменения средств передачи информации

Информационное противоборство как средство воздействия в отношении противника используется с древнейших времен. Оно берет

свое начало одновременно с возникновением силового противостояния между объединениями людей в виде информационно-психологического инструмента ослабления военного потенциала противника и способа повышения боевого духа собственных вооруженных сил. Благодаря этому нападающая сторона лишала своего противника воли к активному сопротивлению, могла более эффективно воплощать собственные наступательные операции. Кроме того, это помогало минимизировать собственные потери.

В историографии, посвященной истории информационного противоборства, принято выделять несколько подходов в вопросе о периодизации становления и развития данной формы борьбы.

Первый подход связан с периодизацией истории информационного противоборства исходя из этапов становления определенного государства. Как правило, он характерен для авторов, которые во главу угла ставят описание и анализ форм и методов информационного противоборства на современном этапе. Примеры информационного противостояния прошлого используются лишь для наглядной иллюстрации того факта, что подобное противостояние было всегда и не является исключительной чертой современной эпохи.

Например, во многих учебных пособиях и монографиях по истории информационного противоборства, выпущенных в Российской Федерации, за основу берутся фундаментальные противостояния, которое российское государство вело на различных этапах своего становления и развития. Как правило, к ключевым из них относятся:

1) информационная война с Великим Княжеством Литовским (ВКЛ) и Речью Посполитой, связанная с борьбой за господство в восточноевропейском регионе и обоснованием концепции «Москва – Третий Рим»;

2) продолжительная информационная кампания в отношении контролируемых Турецкой империей христианских государств на Балканском полуострове и на Кавказе с целью притяжения данных территорий в российскую орбиту влияния;

3) мощная внешняя экспансия коммунистической идеологии после октября 1917 г. с целью реализации идеи мировой пролетарской революции;

4) идеологическое противостояние коммунистической и нацистской идеологий в годы Великой Отечественной войны;

5) противостояния так называемому коллективному Западу в послевоенные годы.

На наш взгляд, в истории становления современной белорусской государственности к подобным ключевым информационным противостояниям можно отнести:

1) зарождение и становление белорусской национальной идеи в XIX ст. в условиях противостояния польским и русским националистам;

2) противостояние идей национал-демократического и социалистического государств в 1917–1920 гг., которое привело к созданию Белорусской Народной Республики и Советской Социалистической Республики Белоруссии;

3) информационное противостояние на территории Советской Белоруссии в годы Великой Отечественной войны;

4) становление идеи создания суверенного государства в условиях распада СССР;

5) информационное противостояние различных политических сил в период суверенитета Республики Беларусь.

Подобная концепция может быть разработана для истории любого суверенного государства, исходя из особенностей его становления и развития. Тем не менее данный подход совершенно не отражает генезис методов и средств ведения информационной войны, а лишь передает содержание основных идеологических нарративов из истории государственной и антигосударственной пропаганды.

Второй подход связан с периодизацией средств распространения информации в соответствии с глобальными историческими эпохами в истории человечества. В соответствии с данным подходом выделяется ряд эпох:

1) Древний мир (IV тыс. лет до н. э. – V век н. э.);

2) Средние века (V – XV вв.);

3) Новое время (XVI – начало XX вв.);

4) информационное противоборство в рамках вооруженных конфликтов XX в.;

5) информационное противоборство в XXI в.¹

Преимуществом данного подхода является простота, обусловленная взаимосвязью с общепринятым делением истории на глобальные периоды. К существенному недостатку следует отнести отсутствие в ней критериев развития и изменения форм информационного противоборства. Конкретные методы информационного противостояния в ней показаны лишь в качестве примеров, характерных для определенного исторического периода. Данный подход фактически жестко разграничивает современность и прошлое. Он акцентирован на иллюстрацию современного многообразия информационного противостояния без глубокого анализа предшествующих эпох.

¹ См.: Сулейманов С.Ш., Назаров Е.А. Информационные войны: история и современность : учеб. пособие. М., 2017. С. 3.

Иной подход используется в работах современного российского исследователя А.А. Макаренкова. Он предложил разделить историю развития информационного противоборства на периоды, исходя из средств передачи информации. По его мнению, целесообразно выделить трех периодов:

натуральный, при котором психологическим объектом воздействия являлось восприятие человека;

печатный, при котором психологическим объектом воздействия являлось мышление человека;

электронный, при котором психологическими объектами воздействия являлись установки, ценности и личностные смыслы¹.

Данная периодизация позволяет четко разграничить эпохи информационного противостояния в зависимости от средств передачи информации (иллюстрированные, печатные или электронные). Тем не менее и она не лишена недостатков. Заключительный период, согласно этой концепции, растянут во времени и охватывает значительный промежуток времени от XIX в. до наших дней. Тем самым указанная периодизация не показывает всего многообразия технологического прогресса, который затронул информационную сферу в последние 150–180 лет.

Одной из наиболее популярных на сегодня является периодизация, предложенная канадским культурологом и философом М. Маклюэном (1911–1980). Он один из первых, кто обратил внимание на влияние средств коммуникации на развитие культуры, а следовательно, и общества. Исторические эпохи, по мнению М. Маклюэна, сменяются тогда, когда совершаются революционные повороты в развитии культуры и на первый план выходят новые средства коммуникации, которые, являясь «технологическим продолжением» человека, оказывают, в свою очередь, обратное влияние на самого человека и общество в целом². Исходя из этого, М. Маклюэном была предложена следующая периодизация эволюции культуры, исходя из используемых средств передачи информации:

1) дописьменная культура (с древнейших времен до IV тыс. до н. э.), для которой характерно преобладание устных форм коммуникации, основанных на принципах общинного образа жизни, восприятия и понимания окружающего мира;

2) письменная культура (IV тыс. до н. э. – XV в. н. э.), связанная с появлением письменности как средства передачи и хранения информации;

¹ См.: Макаренков А.А. Исторический анализ информационно-психологического воздействия в военном деле / Человек в современном мире. Серия «Психологические науки». 2018. Вып. 2. С. 62.

² См.: Коломейцев И.А. Эволюция представлений о роли средств массовой коммуникации в работах Маршалла Маклюэна / Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2013. № 3. С. 39–40.

3) культура, названная автором «Галактика Гуттенберга» (XV–XIX вв.), связанная с появлением и становлением техники книгопечатания;

4) современный этап (XIX в. – наши дни), для которого характерно становление так называемого электронного общества, создающего посредством развития электронных средств коммуникации многомерное восприятие мира¹.

М. Маклюэн отмечает двоякую роль новых средств массовой коммуникации, которые, с одной стороны, возвращают людей в мир тактильно-слуховых восприятий (в особенности телевидение), с другой – становятся средством манипулирования людьми. Заслуга М. Маклюэна состоит в том, что ему удалось выявить и аргументированно объяснить критерий, позволяющий выделить этапы эволюции средств передачи информации. Тем не менее данная периодизация используется далеко не всеми исследователями из-за отсутствия в концепции М. Маклюэна акцентированного внимания на современность. Начиная с 1970-х гг. информационные технологии кардинально меняют современный мир. Тем самым можно предположить, что на современном этапе происходит становление нового этапа в эволюции средств передачи информации.

На наш взгляд, наиболее адекватно историю развития информационного противоборства отражает периодизация, используемая современным российским исследователем В.Г. Рошупкиным. На основе подхода, выработанного М. Маклюэном, он выделяет четыре основные эпохи в истории информационного противоборства:

1) информационно-психологическое обеспечение боевых и повстанческих действий, связанное с использованием вербальных и иллюстративных средств коммуникации (с древнейших времен до XV в.);

2) «бумажный этап» в истории информационного противоборства (XVI – середина XIX в.), связанный с развитием книгопечатания и постепенным формированием массовой грамотности населения;

3) третий этап, связанный с изобретением фотографии и использованием электрических приборов как средства передачи информации (середина XIX в. – 1970-е гг.);

4) современный этап, связанный с развитием глобальной компьютерной сети Интернет и других современных информационных технологий (1970-е гг. – наши дни)².

¹ См.: Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003. С. 413.

² См.: Рошупкин В.Г. Информационно-психологическое противоборство и обеспечение информационной безопасности : учеб. пособие. Самара, 2018. С. 28–43.

Данная периодизация позволяет не только передать основное содержание изменения характера информационного противоборства в прошлые исторические периоды, но и выделить современность как особую эпоху стремительного развития ИТ-технологий, которые меняют уклад жизни всего человечества. Рассмотрим более подробно содержание каждого из представленного в периодизации этапов.

1.2. Дописьменные средства передачи информации и их информационное воздействие

Древний мир. 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 были 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.

Самая ранняя из известных форм воздействия на противника небоевыми средствами – устрашение его своей (иногда мнимой) боевой мощью – возникла очень рано. Ее следы мы видим в вооруженных столкновениях племен в эпоху разложения первобытнообщинного строя, в войнах рабовладельческих государств¹. Психологический эффект подобного устрашения, в случае его грамотного применения, порой был весьма велик. В условиях ведения боя, когда нет времени на раздумья, сиюминутный страх мог заставить врага бежать с поля боя.

Истоками идей информационно-психологического воздействия на противоположную сторону можно считать первоначальное осмысление правителями Древнего мира физически ненасильственного управления массами людей. О понимании важности психологического противоборства в тот период свидетельствуют взгляды египетских и ассирийских

¹ См.: Панарин И.Н. Информационная война и Россия. М. : Наука, 2000. С. 49.

военачальников, прямо связывающие развитие хода сражения с психическим состоянием бойцов. Неслучайно основной задачей воспитания считалась выработка психической устойчивости у бойца, готовности погибнуть, его лицо, а не спина, должно быть всегда обращено к врагу. В воспитательных целях военачальники широко опирались на религию, обряды, традиции и ритуалы. Этому способствовал и народный эпос. Вместе с тем уже тогда военачальники понимали, что на ход сражения оказывает влияние не только настрой своих воинов, но и психическое состояние вражеских бойцов.

Наиболее распространенными способами внесения смятения было распространение слухов о превосходящей численности и мощи своего войска (особенно часто этот способ применял Александр Македонский – IV в. до н. э.), использование устрашающих штандартов, масок, звукового сопровождения военных действий и т. п.

Важным способом являлась также дезинформация противника с целью обеспечения внезапности нападения. Классическим примером дезинформации является «троянский конь», сыгравший решающую роль в Троянской войне за раздел сфер влияния в Малой Азии между греческими племенами в XIII в. до н. э. Благодаря троянскому коню, которого, по утверждению подосланного спартанцами лица, якобы подарила городу богиня Афина, спартанцы захватили Трою и разрушили ее до основания. (Выражение «троянский конь» стало профессиональной поговоркой разведчиков для обозначения операции по дезинформации противника с последующим его военным поражением.)¹

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.

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

¹ См.: Сулейманова С.Ш., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность. С. 6–7.

искусства. Покорить противника без сражения – вот венец искусства»¹. 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»². 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 общественности»³.

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, наделенных определенными качествами, считал Сунь Цзы, они и определяют ее 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. Отметим, 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.

¹ Сунь Цзы Трактат о военном искусстве : пер. и исслед. Н.И. Конрада ; АН СССР. Ин-т востоковедения. Москва ; Ленинград : изд-во и 1-я тип. изд-ва Акад. наук СССР, 1950. С. 57.

² Там же. С. 62.

³ Там же. С. 68.

Средние века. Еще 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 отношениях¹.

Английский философ лорд-канцлер Ф. Бэкон (XVI – начало XVII в.) доказал важность психологического воздействия при дипломатических переговорах. В XVII в. «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.

Особого внимания заслуживает психологическое и идейно-пропагандистское обеспечение церковью различных военных акций (например, вооруженного отпора языческих нашествий гуннов, аваров, вандалов, отвоевания христианских святынь во время крестовых походов, межконфессиональной борьбы и борьбы с ересями). Официально целью этих походов, организованных феодальными правителями Европы и освященных Папой Римским, было освобождение «Гроба Господня» в Иерусалиме. Эта версия удовлетворяла необходимость замаскировать захватнические цели светских и церковных правителей, их стремление завладеть легендарными богатствами Востока.

Наряду со стратегической линией церковной пропаганды, изображавшей агрессивные войны как войны священные, в ходе крестовых походов отбатывались приемы, которые впоследствии стали типичными для психологической войны (дискредитация противника путем распространения версии о его зверствах, разжигание противоречий между го-

¹ См.: Сулейманова С.Ш., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность. С. 10.

сударствами Востока, отлучение от религиозной общины и проклятие, запрет захоронения на общественном кладбище и т. п.).

На территории белорусских земель появление системного и направленного информационно-пропагандистского воздействия на население связано с принятием христианства и появлением постоянных церковных учреждений на территории Полоцкого и Туровского княжеств в конце X – начале XI в.

С принятием христианства на территории Беларуси появляется письменность, а монастыри и церкви становятся центром интеллектуальной жизни восточнославянских княжеств. Согласно византийской традиции, православная церковь играла важную роль в идеологической поддержке государственной власти.

К средствам ведения пропаганды со стороны священнослужителей относились церковные проповеди, а также летописи. Во время проведения служений в церквях священники внушали прихожанам идею о божественном происхождении действующей власти и Божьей каре, которая может последовать за нарушение закона. В свою очередь, восточнославянские летописи играли важную роль в обосновании идеи закономерного происхождения государственной власти. Они показывали нужную для тогдашних правителей трактовку истории того или иного княжества, порой сознательно приукрашивая историю происхождения правящей династии. Это должно было укрепить веру подданных в силу и нерушимость действующей власти. К сожалению, памятники летописания Туровского и Полоцкого княжеств не сохранились.

Белорусско-литовская летопись 1446 г. служит ярким примером эффективности церковной пропаганды на белорусских землях. Она изначально создавалась как первая общегосударственная идеологическая концепция образования ВКЛ. В этом документе обосновывается закономерность политического объединения литовских, белорусских и украинских земель в составе ВКЛ и централизаторская политика литовских князей, проявляется стремление передовых кругов тогдашнего общества осмыслить историческую роль ВКЛ в Восточной Европе.

Не менее активно использовали религиозный аспект мусульманские завоеватели, которые держали своих подданных в состоянии перманентной «священной войны» (джихад, газават), в ходе которой догмы непримиримости к иноверию уживались с тактическими хитростями. Тем, кого стремились обратить в мусульманство, обещали различные привилегии, включая освобождение от налогов или рабства¹.

¹ См.: Сулейманова С.Ш., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность. С. 18.

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.

1.3. Традиционные средства передачи информации и их информационное воздействие

Традиционные средства передачи информации, как было изложено выше, были связаны с развитием книгопечатания и постепенным формированием массовой грамотности населения (XVI – середина XIX в.), а также с изобретением фотографии и использованием электрических приборов как средства передачи информации (середина XIX в. – 1970-е гг.). Рассмотрим подробнее их развитие и потенциал информационного воздействия.

«Бумажный этап» информационного противоборства

Данный этап информационного противоборства начался с распространением грамотности, в условиях широкого охвата населения новыми носителями информации: письмами, листовками, книгами, газетами, журналами (в Европе книгопечатание было изобретено в середине XV 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; 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.

Часть 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. Обращение, отпечатанное значительным тиражом в виде листовки, 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 во французской армии была походная типография с набором иностранных шрифтов. А фраза Наполеона: «Четыре газеты смогут причинить больше зла, чем сотысячная армия» стала хрестоматийной. 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.

На территории белорусских земель печатный этап совпал с периодом зарождения и активного становления белорусской национальной идеи. При этом печатная продукция стала важнейшим инструментом пропаганды для пионеров белорусского национального движения. Это объяснялось тем, что в XIX – начале XX в. белорусские земли находились в составе Российской империи. Царское правительство крайне негативно относилось к активистам, которые выступали с идеей обретения независимости народами, жившими на территории Российской империи. Многие деятели национально-освободительного движения стали жертвами репрессий царских властей. В связи с этим деятельность первых белорусских активистов носила анонимный характер. А главным средством пропаганды являлась печатная продукция.

В 1880-х гг. в Санкт-Петербурге действовала группа белорусских студентов под названием «Гомон», которые впервые начали вести пропаганду идей белорусской национальной государственности. Они боролись за социальное и национальное раскрепощение белорусского народа и надеялись на проведение народной революции в Российской империи. Выпускали нелегальный журнал «Гомон», агитировавший на борьбу с царским правительством. Именно в этом журнале впервые была озвучена мысль о самостоятельности белорусской нации. Активисты успели издать лишь два номера «Гомона» и затем были арестованы.

Следующий период активных действий деятелей белорусского национального движения связан с изданием в г. Вильно (современный Вильнюс) газеты «Наша Нива» в период с 1906 по 1915 г. Данное периодическое издание носило легальный характер за счет акцентирования внимания на вопросах развития белорусского языка и культуры. Формально не касаясь тогдашней политической ситуации в Российской империи, авторы издания активно продвигали идею о консолидации белорусского народа на гражданских, а не религиозных началах.

Редакция «Нашей Нивы» объединила ярчайших представителей белорусской культуры (Янка Купала, Якуб Колос, Максим Богданович и др.), создав тем самым ядро национального движения, которое в дальнейшем сыграет огромную роль в становлении белорусской государственности.

Распространение данной газеты оказало огромное влияние на самосознание населения белорусских губерний Российской империи. Творческая реконструкция национальной истории и культурного наследия, проведенная «Нашей Нивой», положительно повлияла на пробуждение исторической памяти, национального самосознания белорусов. Репрезентируя белорусскую действительность, газета, с одной стороны, отражала на своих страницах особенности речемыслительной культуры белорусского народа, с другой – активно влияла на ее формирование, ускорив процесс национальной кристаллизации¹.

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 деятельности в отдельную функцию контр-

¹ См.: Самусевич О.М. Роль газеты «Наша Нива» (1906–1915) в формировании национальной речемыслительной культуры / Національна періодика початку ХХ століття: розвиток і реалізація української ідеї державотворення : матеріали Міжнар. наук. конф., Київ, 8 грудня 2006 р. // Кієв. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Ін-т журналістики ; за ред. Н.М. Сидоренко. К., 2006. С. 44.

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

Изобретение фотографии и использование электрических приборов

Данному 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 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.

Самой подготовленной к информационному противоборству в ходе Первой мировой войны (1914–1918 гг.) 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 неприятельских стран;

- ведение пропаганды от имени патриотических сил противника.

Система пропаганды нацистской Германии. С первых шагов своей политической деятельности А. Гитлер стал уделять особое внимание

информационному воздействию на массовое сознание, особенно молодежи, эксплуатируя во внутривнутриполитической жизни идеи необходимости взятия реванша за поражение в Первой мировой войне, за унижение авторитета Германии. Уже в 1933 г. Германия стала первой страной в мире, которая создала Министерство пропаганды и народного просвещения. Восхождение национал-социалистов к политической власти и весь период существования «Третьего рейха» сопровождались интенсивной пропагандистской кампанией во главе которой стоял Й. Геббельс. Он был министром народного просвещения и пропаганды.

Задача Й. Геббельса была держать народ в состоянии нервного возбуждения. Прямолинейные, броские, максимально адаптированные тексты патриотических пассажей разрабатывались экспертами Министерства пропаганды и народного просвещения и адресовались в первую очередь не обремененной интеллектом молодежной аудитории, где они и получили широкую поддержку. Некоторые из его пассажей звучали так: «Мы являемся свидетелями величайшего чуда в истории. Гений сотворит мир!», «Мы слышали его голос, когда Германия спала. Благодаря ему мы снова стали нацией. Его воля вернула нас в Отечество. Всю нашу жизнь без остатка мы отдаём фюреру!» Министр пропаганды сумел подчинить своей власти все сферы идеологического воздействия на сознание масс: прессу, радиовещание, литературу, музыку, кинематографию, театр, изобразительное искусство, коммерческую деятельность, туризм. Под его началом работало тысячи официальных пропагандистов.

Й. Геббельс придумывал множество лозунгов, которые стали известны всей Германии: «Евреи – наше несчастье», «Кровь и почва», «Народ без пространства», «Не покупай у еврея – не продавай нацию», «Осторожно, враг подслушивает. Знай, твоим соседом может оказаться еврей», а также надписей в местах массового отдыха: «Не для евреев», «Евреи нежелательны» и пр. Именно поэтому концепция «все беды Германии – от евреев» публика воспринимала «на ура», немецкий народ верил в эту идею и поддерживал Гитлера и его антисемитскую политику¹.

Нацистам удалось создать в массовом сознании образ «вездесущего и всевластного», но очень уязвимого врага, направив на него безудержный гнев толпы. Они утверждали, что евреи разлагают расу, оскверняют мораль, портят обычаи немцев и разрушают мощь великой Германии. Большинство жителей Германии были уверены, что неугодных (евреев) просто выселяли за пределы страны и оставляли в покое. В реальности, почти все оказались в концентрационных лагерях, пройдя через пытки

¹ См.: Сулейманова С.Ш., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность. С. 20.

и испытывал ужас и страх перед смертью. Такие нацистские призывы внушали всему немецкому народу, что фюрер – личность очень сильная, без комплексов и человеческих слабостей. Немцы равнялись на него, с большой радостью и преданностью в глазах уходили на фронт и вступали в ряды СС. Нацистское приветствие «Хайль Гитлер!» стало таким же обязательным, как для христианина перекреститься возле храма. Все жители страны были обязаны приветствовать друг друга только так и никак иначе. А детям с малых лет вбивали в голову, чтобы они делали замечания родителям, которые забывали приветствовать друг друга гитлеровским салютом.

Информационное противоборство в годы Великой Отечественной войны. В 1935–1938 гг., в период интенсивной подготовки немецко-фашистской экспансии, произошло официальное закрепление ряда важнейших положений подрывной деятельности фашистской Германии. Подрывная деятельность была признана важнейшим средством политической борьбы, с помощью которого возможно решение стратегических внешнеполитических задач. В материалах директивы Объединенного командования вермахта 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 народного просвещения и штабом Верховного командования вермахта было подписано соглашение «О ведении пропаганды в период войны». Пропаганда рассматривалась и в 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 ор-

ганизация «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 (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, отводилось 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 И. 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 незадолго до нападения на СССР. В частности, при проведении подрывной пропа-

ганды 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.

Советская пропаганда в печати. Начало Великой Отечественной войны потребовало от государства перестройки печати, а также создания новых органов центральной прессы и информации. В этих целях был сокращен выпуск отраслевых изданий, изменялись их периодичность и объем. Были разработаны рекомендации для областных и местных газет, где указывалось, что особое внимание необходимо обратить на трудовой и боевой героизм народа. Произошло также и сокращение сети журналов¹. Содержание выходивших в свет журналов было сосредоточено на показе захватнических целей фашизма, укреплении антигитлеровской коалиции. На страницах журналов были размещены статьи на военно-исторические темы, раскрывались героизм и мужество российского народа в борьбе за свою национальную независимость.

Расширялась сеть военных газет. Если в 1941 г. в июле их выходило 465 наименований, то уже в 1944 г. – 757. Газеты издавались не только на русском языке, но и на языках народов СССР. Главной их целью было агитационно-пропагандистское воздействие на воинов.

Наряду с газетами Главное политическое управление Красной Армии издавало журналы «Агитатор и пропагандист», «Блокнот агитатора», а также ряд специальных военных журналов. В военное время выпускались и юмористические журналы – «Фронтовой юмор», «Сквозняк». Материалы журналов помогали пропагандистам и агитаторам в организации и проведении агитационной и пропагандистской работы. Теоретические и общественно-политические журналы «Большевик»,

¹ См.: Сулейманова С.Ш., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность. С. 32.

«Пропагандист», «Партийное строительство», «Пропагандист и агитатор Красной Армии» и другие сосредоточили свое внимание на показе захватнических целей фашизма, его человеконенавистнической идеологии, описании зверств, творимых гитлеровскими войсками на оккупированной территории; публиковали материалы об укреплении антигитлеровской коалиции, помещали статьи на военно-исторические темы, в которых раскрывались героизм и мужество советского народа в борьбе за свою национальную независимость, говорилось о военном искусстве воинов армии и ее полководцев в боях с врагами. Авторами многих публикаций являлись известные советские историки, философы, экономисты, писатели, публицисты. Расширение сети военной печати требовало пополнения кадрами военных журналистов, и с этой целью многие из них были отправлены на фронт. Если в самом начале войны средства массовой информации активно освещали весь ход войны, способствовали укреплению патриотических чувств как на фронтах, так и в тылу, то с началом наступательных операций медленно реагировали на изменения в боевой обстановке и недостаточно активно пропагандировали значение побед Красной Армии.

На протяжении всей войны работа военной печати постоянно корректировалась Главным политическим управлением Красной Армии. 24 июня 1941 г. было создано Совинформбюро. Одна из его главных задач – краткое изложение военно-оперативных сводок. Кроме фронтовых событий, Совинформбюро информировало о работе тыла, руководило освещением международных событий и внутренней жизни в стране.

Материалы Совинформбюро печатались и в зарубежной прессе. В начале войны были созданы два новых пропагандистских отделения – по Германии и ее союзникам и по работе с населением оккупированных немцами стран.

Вся эта работа среди войск и населения противника подразделялась на общеполитическую и оперативную. Советская пропаганда для достижения своих целей нередко обращалась к немецким авторитетам. Например, приводились слова Фридриха Великого: «Всякая вражеская армия, которая отважилась бы проникнуть в Россию и пойти дальше Смоленска, безусловно, нашла бы там, в степях, свою могилу».

Одна из главных причин неудач советской пропаганды среди войск противника – недостаточное знание Германии. В связи с этим было привлечено большое количество специалистов-германистов различного профиля и были заведены формуляры на каждое противостоящее вражеское соединение.

С первых дней войны возникла необходимость издания политорганами СССР специальных газет для населения, оставшегося на захва-

ченной врагом территории. Поэтому политорганы издавали и распространяли в тылу противника большое количество листовок, плакатов, обращений и других печатных материалов. По подсчетам, за годы войны общее число изданий для населения оккупированных территорий (в том числе и партизан) составило 3 млрд экземпляров. Однако нерегулярно осуществлялась доставка этих изданий в тыл противника. Было немало случаев, когда отпечатанная литература залеживалась на аэродромах и устаревала. Газеты, листовки, поступавшие за линию фронта, неравномерно распределялись по всей оккупированной территории. Тиражи газет и листовок были небольшими, их полиграфическое исполнение несовершенно. Воздействие листовок или газет, издаваемых в подполье, было более эффективным.

Приоритетное значение имели фронтовые листовки. Они выпускались в связи с важными событиями на фронтах, посвящались воинам, совершившим подвиги. Листовки, которые предназначались для личного состава фронта, армии, печатались большими тиражами. Начальный период войны показал, что листовки обладали рядом преимуществ по сравнению с другими видами печатной продукции. В пропагандистской работе немало внимания уделялось изданию брошюр, значительных по объему публицистических материалов, выпуску радиопередач, в том числе и на немецком языке.

Радиопропаганда в годы Великой Отечественной войны. В ходе ведения фашистской пропаганды большое внимание уделялось использованию радиосредств. Передачи транслировались на девяти 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 общевойсковой союз, Национальный трудовой союз нового поколения, Русско-фашистский союз, Братство русской правды.

Советское руководство обладало большим опытом военной пропаганды, но из-за внезапности наступления Германии не смогло применить методы антифашистской пропаганды в полной мере в первые дни войны. Отдел ТАСС по пропаганде в адрес противника представлял собой авторитетную организацию, которая могла явиться очень мощ-

ным рычагом власти. Возникающие здесь идеи в основном распространялись при помощи радио. Но такой же технической возможностью в равной мере обладал и противник, поэтому для войны в эфире границы СССР были с самого начала совершенно открыты. Закрывать доступ в СССР чужой информации в виде газет, журналов и т. п. не представляло сложности, но ограничить проникновение радиоволн и сделать их безвредными было труднее. Для этого имелись два средства: мешающие радиостанции и официальное запрещение слушать иностранные радиопередачи. Но указанные средства были неэффективны и не исключали возможности проникновения вражеской пропаганды.

Мероприятия, направленные на запрещение слушать радиопередачи противника, периодически проводились интенсивно. Нарушение запрета влекло за собой самые различные наказания: от тюремного заключения до смертной казни, в зависимости от того, слушались передачи в одиночку или коллективно, и передавалось ли услышанное другим. Небольшого дополнительного приспособления было достаточно, чтобы слушать радиопередачи противника на территории СССР. Радио позволило объединять в определенное и самое короткое время миллионы людей в одну напряженно слушающую аудиторию.

Как показал опыт, психологически наиболее действенной была та форма, в которой передавались особо важные сообщения (перед началом передачи оркестр фанфаристов из 100 человек исполнял определенную мелодию). Такое оформление заставляло прислушаться к голосу диктора даже тех, кто не проявлял к этому никакого интереса и кто полностью отвергал всякую пропаганду, в какой бы форме она ни распространялась. Театрализованная передача особых сообщений (повторяющиеся позывные с промежутками в несколько минут, прерывание программы маршевой музыкой, паузы и т. п.) стала основной формой всех пропагандистских передач до самого конца войны. Кроме того, каждый день, начиная с 5 часов 30 минут утра и до полуночи, радиослушатель регулярно прослушивал передачи последних известий «От Советского Информбюро...». Главная передача последних известий начиналась в 20 часов и продолжалась нередко до 20 минут.

Практиковались также и регулярные обзоры радиокорментаторов сухопутных сил, военно-морского флота и авиации, а также фронтовые репортажи пропагандистов с передовой линии, с подводных лодок и бомбардировщиков, находящихся в момент передачи над территорией противника. Поскольку такие репортажи были умело организованы и подавались в виде радиомонтажа, они производили очень сильный эффект. Абсолютная централизация и высокий уровень цензуры радиове-

щения не давали возможности гражданам получить достоверную информацию с фронта¹.

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 Государственного комитета обороны 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. У населения с начала и до конца войны были изъяты радиоприемники, запрещалось читать вражеские листовки.

Получив тяжелый урок дезинформации перед нападением на Советский Союз, советская контрразведка стала проводить мероприятия по дезинформации фашистского командования о дислокации, численном составе и вооружении советских войск, истинных замыслах командования, положении в тылу. Эффективным способом дезинформации про-

¹ См.: Сулейманова С.Ш., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность. С. 32.

тивника 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 теоретический 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. 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.

1.4. Современные средства передачи информации и их информационное воздействие

Современный этап развития информационного противоборства начался с появления персональных компьютеров (70-е гг. XX в.) и междо-сударственных телекоммуникационных сетей (ТКС), Интернета (пре-вращение этой сети в глобальную произошло в конце 80-х гг. XX в.). В качестве основного носителя информации стали выступать компью-терные носители, а важнейшим средством доведения информации – ТКС.

Стало возможным оказание скрытого персонального информаци-онного 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 процес-сов появились программно-технические средства информационного противоборства. Появление новых программно-технических возможно-стей у человечества обусловило разработку особого вида оружия – ин-формационного.

Для этого этапа информационного противоборства характерны сле-дующие обязательные условия:

- наличие у противостоящей стороны определенного компьютеризи-рованного уровня развития информационной инфраструктуры;

- компьютерная грамотность большинства населения и его свободный доступ к сети Интернет или иным глобальным ТКС;

- наличие у нападающей стороны соответствующих программно-тех-нических средств нападения и средств обеспечения собственной инфор-мационной безопасности.

Например, в арабо-израильской войне 6 июня 1967 г. путем вхожде-ния в радиосеть арабских войск был полностью сорван удар 4-й танко-вой дивизии Египта. Командиру дивизии израильскими дезинформато-рами был передан по радио приказ о выходе из боя и отходе за Суэцкий канал. Комплексное использование Израилем всех видов разведки, согласованные действия по уничтожению и подавлению систем опове-щения и управления ПВО противника явились основными элементами, позволившими дезорганизовать всю его систему управления.

В захвате десантом англичан Фолклендских островов элементы ин-формационной войны явились одной из важнейших частей подготовки и проведения операции. В частности, благодаря полученной с разведы-вательных спутников США информации английской подводной лодке удалось потопить крейсер «Генерал Белграно» и дезорганизовать дей-ствия аргентинского флота в целом.

В ходе операции «Эльдорадо Каньон» в Ливии (1986 г.) для дости-жения внезапности массированных авиационных ударов эффективно использовались меры оперативной маскировки: дезинформация, режим радиомолчания, обход зон обзора кораблей, радиомаскировка и др. Для дезорганизации системы ПВО Ливии была задействована агентура, по-дававшая ложные команды на выключение средств разведки¹.

Для высокоскоростной передачи данных предпочтительно создавать и использовать специальные каналы и сети передачи данных. В сетях передачи данных используют специальные программно-технические

¹ См.: Петров В.П., Петров С.В. Информационная безопасность человека и общества : учеб. пособие. М., 2007. С. 18.

средства, обеспечивающие соединение сетей между собой и с абонентами, а также высокоскоростную, надежную и, как правило, защищенную передачу различной информации. С учетом изложенного есть необходимость кратко остановиться на современных средствах и технологиях передачи данных.

Интернет. Всемирная система объединенных компьютерных сетей, построенная на базе протокола IP и маршрутизации IP-пакетов. Интернет образует глобальное информационное пространство, служит физической основой для Всемирной паутины (World Wide Web, WWW) и множества других систем передачи данных. Интернет состоит из многих тысяч корпоративных, научных, правительственных и домашних компьютерных сетей.

Витая пара. Витая пара – один из компонентов современных структурированных кабельных систем. С потребностью высокой и сверхвысокой четкости изображения, спектр передаваемого сигнала расширяется в область более высоких частот. Кроме того, все чаще возникает необходимость передачи аудио- и видеосигнала на сравнительно большие расстояния.

Технология MoCA. Указанная технология была разработана ассоциацией производителей и продавцов электронного оборудования и сервис-провайдеров (Multimedia over Coax Alliance) с целью создания и продвижения нового стандарта домашних сетей, работающих с использованием коаксиального кабеля. Членами альянса являются такие вендоры, как Cisco, Alcatel, Westell, Actiontec, Motorola и др. (MoCA), для передачи данных используется диапазон 875–1525 МГц. Данная технология позволяет подключать до 16 абонентских устройств к одному мастер-модему.

Технология EoC. Эта технология позволяет подключить абонента по коаксиальной линии без протяжки новых кабелей в существующей кабельной сети. В качестве наиболее привлекательного стандарта для использования на российских кабельных сетях был выбран стандарт HomePlugAV. Оборудование, работающее по данному стандарту, используется для передачи данных диапазон частот 2–30 МГц и может быть установлено на большинстве отечественных сетей без замены или перенастройки существующих усилителей обратного канала или строительства обходов усилителей.

Оптический кабель из воздуха. Представьте себе, возможность мгновенно провести оптический кабель или волокно в любую точку на земле, или даже в атмосфере. Профессор Университета штата Мэриленд (США) Говард Милчберг уверен, что вскоре это будет возможно. Он

опубликовал отчет о работе своей лаборатории по созданию «воздушных волноводов» для усиления световых сигналов, полученных от удаленных источников. Эти воздушные волноводы могут иметь множество применений, в их числе – лазерная связь большой дальности. Каждый год ученые представляют новые типы волоконно-оптических кабелей, инновационные решения по использованию и монтажу ВОЛС, а в прошлом году компания AT&T Labs-Research разработала технологию, благодаря которой можно передавать информацию со скоростью 400 Гб/с на расстояние более 12 000 километров.

Еще одну интересную новинку представила компания AFL, один из крупнейших производителей оборудования для волоконно-оптических сетей. Это решение, позволяющее снизить затраты на прокладку и эксплуатацию сетей. Для этого волоконно-оптические кабели объединяются в «многоволоконные световоды» («multicore fibers»). Разработанная технология позволяет соединить вместе до 19 отдельных волокон, увеличив таким образом пропускную способность линии связи в 19 раз.

Беспроводные каналы связи. Альянс крупнейших IT-компаний, в число которых входят Broadcom, Dell, Intel, LG Electronics, Microsoft, NEC, Nokia, Panasonic, Samsung и другие, опубликовал финальную версию спецификации беспроводной связи ближнего действия нового поколения. Основным преимуществом связи WiGig называется скорость передачи данных (до 7 Гб/с), которая будет позволять бесплатно скачать конструктор jimm на телефон в считанные секунды.

Wi-Fi. В настоящее время ведется разработка стандарта 802.11n, сможет обеспечить скорость передачи данных до 320 Мбит/с. Центром беспроводной сети Wi-Fi является точка доступа (Access Point), которая чаще всего подключается к Ethernet-сети. После подключения вокруг точки доступа образуется зона Wi-Fi (хот-спот) радиусом от 50 до 100 метров, в пределах которого можно использовать беспроводную сеть. Главными преимуществами Wi-Fi являются свободный доступ пользователей, находящихся в зоне охвата, к сети Интернет, высокая скорость передачи данных и совместимость между устройствами Wi-Fi разных производителей.

Современная технология WiMAX. Технология WiMAX – это стандарт беспроводной связи. Уже на первых этапах разработки и внедрения технологии стало очевидным, что информационное покрытие, основанное на архитектуре WiMAX, эффективно решит задачи соединения нескольких точек Wi-Fi друг с другом, станет прогрессивной альтернативой выделенным линиям и DSL-соединениям для обеспечения широкополосного доступа.

Технология LTE (4G-сети). Была разработана с целью повышения скорости передачи данных и уменьшения задержки при передаче пакетов данных. Сам термин LTE означает «долгосрочная эволюция», что подразумевает долговременное использование технологии в будущем. Основным достоинством, отличающим LTE от своих предшественников, является высокая скорость передачи данных. Она составляет до 320 Мбит/с в нисходящем потоке и до 173 Мбит/с в восходящем потоке.

14 декабря 2009 г. шведская телекоммуникационная компания TeliaSonera объявила о запуске первой в мире коммерческой сети четвертого поколения стандарта LTE в Стокгольме и Осло. С технической точки зрения, основное отличие сетей четвертого поколения от третьего заключается в том, что технология 4G полностью основана на протоколах пакетной передачи данных, в то время как 3G соединяет в себе передачу голосового трафика и пакетов данных.

Bluetooth. 17 июня 2016 г. консорциум Bluetooth Special Interest Group (Bluetooth SIG) представил следующую версию стандарта Bluetooth-5, который предложил вчетверо больший радиус действия, вдвое большую скорость передачи данных и восьмикратно увеличенную емкость сообщения бесконтактной радиопередачи.

С увеличением емкости радиосообщений стала возможна передача более сложной, интеллектуальной информации. Это привело к изменению способа передачи информации Bluetooth-устройствами, бесконтактному соединению.

Томские ученые разработали высокоскоростной цифровой спутниковый модем, не имеющий полнофункциональных аналогов в России. Пропускная способность одного канала устройства – до 1 Гбит/с. Модем, разработанный научно-производственной фирмой «Микран», – оборудование для наземной станции, которое позволяет вести двустороннюю связь со спутником. По информации разработчиков, в настоящее время скорости спутниковых модемов в России достигают 155 Мбит/с, зарубежных – до 314 Мбит/с. В мире также есть наработки по модемам до 800 Мбит/с. Модем, разработанный учеными Томска, реализованный по идеологии Software Defined Radio (SDR), стабильно работает даже при скоростях движения источника сигнала 45 километров в секунду.

Спутниковые каналы. Основное преимущество спутниковых каналов – всеохватность. Передача данных может быть осуществлена при их задействовании практически в любое место. Например, на территории США для абонентов сетей VSAT используются скорости передачи информации от 384 Кбит/с до 3,088 Мбит/с. А широкополосная спутниковая сеть Инмарсат BGAN обеспечивает высокоскоростную передачу данных до 492 Кбит/с.

Компании Gilat и ООО «Гилат Сателлайт Нетворкс Евразия» представили новейшие разработки, в том числе гибридный спутниковый терминал SkyEdge II-с Libra, позволяющий операторам сотовой связи использовать существующее сотовое покрытие для предоставления надежного фиксированного широкополосного доступа в интернет без перегрузки сотовой сети, уникальный высокоскоростной (до 200 Мбит/с) VSAT-терминал стандарта TDMA SkyEdge II-с Capricorn для быстрого развертывания LTE-сетей.

iBurst. Это современная технология американской компании AgrayComm, обеспечивающая скоростную беспроводную связь. Она имеет низкую себестоимость транспортировки информации. В настоящее время технология iBurst поддерживается только беспроводными модемами в переносных компьютерах. Внедренные системы iBurst позволяют передавать данные со скоростью до 1 Мбит/с для каждого подписчика. В будущих версиях протокола ожидается увеличение этой скорости до 5 Мбит/с.

UWB. Это беспроводная технология, предназначенная для передачи данных на короткие – до 10 метров, расстояния, с высокой пропускной способностью (до 480 Мбит/с) и низкой потребляемой мощностью. При передаче данных по радиоканалам UWB используется технология мультиплексирования по ортогональным несущим частотам в сочетании с несколькими частотными диапазонами, что требует использования широких частотных диапазонов.

Таким образом, состояние форм и методов информационного противоборства зависело как от качества содержания самой информации, так и в существенной мере от средств передачи данных. В истории эволюции средств передачи информации (в контексте информационного противоборства) принято выделять ряд периодов. Основанием для их выделения могут служить как периоды в истории развития человечества и отдельно взятых государств, так и становления технологий передачи и распространения информации. В рассмотрении этого вопроса значительную роль сыграл канадский исследователь М. Маклюэн, который предложил собственную оригинальную периодизацию эволюции средств передачи информации. Тем не менее данная концепция не учитывала особенностей стремительного развития информационных технологий в последние 50 лет истории человечества. В связи с этим историю информационного противоборства рационально подразделять на ряд периодов, отражающих важнейшие технологические изменения.

Первый этап в развитии информационного противоборства характеризуется преобладанием вербальных методов воздействия на против-

ника. Несмотря на существование письменности, на данном этапе они не играли определяющей роли ввиду отсутствия технологии массового распространения печатной информации.

Традиционные средства передачи информации обусловлены двумя факторами:

появлением печатного станка и постепенным ростом грамотности среди населения. В связи с этим листовки, газеты и книги становятся действенным инструментом информационного воздействия на противника;

появлением электрических приборов и технологии фотографии. Данные изобретения позволили существенно повысить образность и наглядность методов и средств информационного воздействия на потенциального противника.

Наконец, бурное развитие компьютерных технологий и телевидения привело к началу современного этапа информационного противоборства. Для него характерен перенос инструментов пропаганды в информационно-коммуникативную сферу.

Глава 2

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОТИВОБОРСТВО В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

2.1. Понятие и сущность информационного противоборства.

2.2. Теории информационного противоборства.

2.3. Средства массовой информации и социальные сети: сущность и содержание. Информационное противоборство в средствах массовой информации.

2.4. Информационное противоборство в социальных сетях.

2.1. Понятие и сущность информационного противоборства

«Противоборство» – в философском смысле понятие динамического мировоззрения, означающее борьбу двух или более субъектов за удовлетворение собственных потребностей и интересов с помощью различных методов и средств. Созидательная функция противоборства была впервые подчеркнута Гераклитом («Борьба – отец всех вещей»). В науке также существует позиция осуждения противоборства как разрушающего, дестабилизирующего начала.

Так как центральной категорией информационного противоборства является **информация**, которая пронизывает все сферы жизнедеятельности общества, само понятие «информационное противоборство» является сложным системным образованием¹.

В контексте изложенного необходимо отметить чрезвычайно важное фундаментальное свойство информации – ее сигнальность. Иными словами, информация, с одной стороны, позволяет малым количеством вещества или энергии запускать, контролировать и регулировать процессы, вещественно-энергетические параметры которых на много порядков выше. С другой стороны, определенный вид информации может иметь также позитивную или негативную интеллектуально-духовную побуждающую силу, а также может носить и нейтральный характер. Именно это свойство определенной информации (в частности, социальной информации) позволяет управлять поведением социальных субъектов.

¹ См.: Коваленко Б.В. Методологические основы формирования государственной информационной политики в деятельности ФПС РФ. М. : Акад. ФПС, 1997. С. 23.

Кроме того, возможность человека накапливать и удерживать (сохранять) такую информацию позволяет кратковременно или долговременно регулировать его поведение.

В дальнейшем мы будем опираться на определение, которое рассматривает информацию как всеобщее свойство материальных и идеальных объектов, их способность передавать (отражать) неоднородность, разнообразие при взаимодействии. Данное свойство проявляется в *структурном (память)* и *процессуальном (сигнал)* аспектах.

Именно поэтому для уточнения понятия «информационное противоборство» простое сопоставление категорий «информация» и «противоборство», на наш взгляд, является недостаточным. Обмен информацией в той или иной степени присутствует практически во всех отношениях между людьми и выделение в качестве отличительных признаков информационного противоборства использование информации в политических, экономических и других целях неоправданно расширяет данное понятие до объемов понятия «информационная политика».

По мнению авторов учебного пособия, в качестве дополнительного критерия определения информационного противоборства, его отличительной черты, необходимо выделить использование для достижения целей специфических **информационных средств** – объектов информационной инфраструктуры, к которым следует отнести средства массовой информации, глобальные и локальные компьютерные сети, разнообразные средства хранения и обработки информации, средства связи и коммуникации и др.

Кроме того, эффективное использование специфических информационных средств предполагает применение соответствующих специальных **технологий**. Понятие «технология» (от греч. *technē* – искусство, мастерство, умение и *logos* – учение, наука) – совокупность приемов и способов ...получения, определения и использования на практике наиболее эффективных процессов, требующих наименьших затрат времени и материальных ресурсов¹, – сегодня достаточно прочно вошло в понятийный аппарат не только технических, но и гуманитарных дисциплин. Используются понятия: «социальные технологии», «гуманитарные технологии», «политические технологии», «психологические технологии», «информационные технологии» и др.

Исходя из вышеизложенного, авторы предлагают следующее уточняющее понятие информационного противоборства.

Информационное противоборство – специфическая целенаправленная деятельность государства в условиях соперничества социальных

систем (стран, партий, других институтов политической системы общества), связанная с использованием информационных средств и технологий по поводу влияния на те или иные сферы социальных отношений и установление контроля над источниками стратегических ресурсов, удержание политической власти, в результате которого одна группа участников соперничества получает преимущества, необходимые им для дальнейшего развития.

В содержательном плане информационное противоборство включает в себя множество взаимодействующих или противоборствующих субъектов, которые условно можно объединить в две подсистемы: государственные и негосударственные.

Информационное противоборство осуществляется государством на основе информационной политики. Информационная политика государства, являясь составной частью общей информационной политики, строится исходя из интересов и целей государства в различных сферах жизни и деятельности общества.

Путем передачи определенных потоков информации политическая система стремится сформировать человека и его сознание нужным ей образом, привить ему необходимые установки и ценности.

Полученная вовремя соответствующая информация, с одной стороны, позволит сформировать определенным образом общественное мнение по отношению к политическим проблемам как локального, так и глобального порядка. С другой стороны, имеющееся или сформировавшееся на основе информационного воздействия общественное мнение о политическом и социальном значении того или иного факта, события или конфликта не может не влиять на процесс принятия органами государственного и военного управления соответствующих политических и военно-политических решений.

В основе информационной политики государства должны лежать согласованные, комплексные системные цели политического, экономического, социального, научно-технического, военного и др. развития государства. В цели именно предвидится, полагается желаемый будущий результат деятельности. Но как сама цель, так и путь ее достижения должны быть определены, выбраны. В этом преодолеваемом, снимающим неопределенность выборе – суть принятия решения. Следовательно, политическая система, с точки зрения функционирования в ней информации, выступает как система технологий, перерабатывающая требования и запросы общества в готовый информационный продукт, используемый в системе принятия и реализации решений. Использование этих технологий определяет прохождение информации по вер-

¹ См.: Большая советская энциклопедия. М.: Совет. энцикл., 1976. Т. 25. С. 537.

тикальным и горизонтальным каналам, соотношение официальных и неофициальных каналов информирования.

Вместе с тем, как было отмечено выше, в настоящее время информационные средства и технологии также активно используются и другими участниками политического процесса. При этом, располагая мощным информационным ресурсом, может быть выработан такой продукт, который будет служить не во благо, а во вред государственным и общественным интересам.

При таких условиях основой реализации функции регулирования и контроля государством использования информационных средств в политических целях будет выступать, по мнению ряда ученых, правовое регулирование, реализуемое через информационное законодательство, которое должно формироваться на республиканском и местном уровнях как единая система взаимоувязанных правовых норм, структурированная по уровням законодательства, методам нормативного регулирования отношений и степени охвата предмета регулирования и включающая как специальные акты, посвященные регулированию информационной сферы, так и отдельные нормы по данному предмету в иных нормативных актах.

Стратегическим документом информационной политики Республики Беларусь является Концепция информационной безопасности, которая представляет собой систему официальных взглядов на сущность и содержание обеспечения национальной безопасности в информационной сфере, определяет вызовы и угрозы в информационной сфере, стратегические задачи и приоритеты в области обеспечения информационной безопасности, обеспечивает комплексный подход к проблеме информационной безопасности, создает методологическую основу для совершенствования деятельности по ее укреплению, служит основанием для формирования государственной политики, выработки мер по совершенствованию системы обеспечения информационной безопасности, конструктивного взаимодействия, консолидации усилий и повышения эффективности защиты национальных интересов в информационной сфере. В Концепции информационной безопасности Республики Беларусь отмечается, что в современных условиях в целом белорусскому информационному пространству в полной мере свойственны мировые тренды информатизации, в том числе перевод СМИ в цифровой формат (дигитализация), сочетание их различных типов (мультимедийность), адаптация информационного продукта к распространению через интернет, сближение и слияние в нем различных типов СМИ (конвергенция).

По интенсивности, масштабам и средствам, которые используются, выделяют следующие степени информационного противоборства: информационная экспансия, информационная агрессия и информационная война.

Информационная экспансия – деятельность по достижению национальных интересов методом бесконфликтного проникновения в информационную сферу с целью:

постепенного, плавного, незаметного для общества изменения системы социальных отношений по образцу системы источника экспансии;

вытеснения положений национальной идеологии и национальной системы ценностей и замещение их собственными ценностями и идеологическими установками;

увеличения степени своего влияния и присутствия, установления контроля над стратегическими информационными ресурсами, информационно-телекоммуникационной структурой и национальными СМИ;

наращивания присутствия собственных СМИ в информационной сфере объекта проникновения и т. п.

Информационная агрессия – незаконные действия одной из сторон в информационной сфере, направленные на нанесение противнику конкретного, осязаемого вреда в отдельных областях его деятельности путем ограниченного и локального по своим масштабам применения.

Признаки информационной агрессии:

1) исключение из средств информационного воздействия самых опасных видов не позволяет надежно контролировать размеры, наносится ущерб – информационного оружия;

2) ограничение размеров пространства, объектов информационной инфраструктуры и социальных групп, подвергающихся поражению информационным воздействием (агрессия затрагивает информационное пространство государства-жертвы не целиком, а только его часть);

3) ограничения по цели (преследует локальную, частную цель) и времени (как правило, агрессия прекращается после полного достижения агрессором всей поставленной конкретной цели и редко приобретает затяжной характер).

Информационная война – высшая степень информационного противоборства, направленного на решение общественно-политических, идеологических, а также национальных, территориальных и других конфликтов между государствами, народами, нациями, классами и социальными группами путем широкомасштабной реализации средств и методов информационного насилия (информационного оружия).

Можно считать, что в информационной сфере агрессия перерастает в войну в том случае, если одна из сторон конфликта начинает широко применять против своих противников информационное оружие. Этот критерий позволяет выделить из всего многообразия процессов и явлений, происходящих в информационном обществе, такие, которые представляют для его нормального (мирного) развития наибольшую опасность.

Сейчас отсутствуют международные и национальные правовые нормы, которые позволяют в мирное время (при отсутствии официального объявления войны со стороны агрессора) юридически квалифицировать враждебные действия иностранного государства в информационной сфере, сопровождающиеся нанесением ущерба информационной или другой безопасности страны, как акции информационной агрессии или информационной войны. Кроме того, отсутствуют четкие, однозначные, закреплённые юридически критерии оценки полученного в результате информационной агрессии или информационной войны материального, морального, иного ущерба. Это позволяет в мирное время активно использовать самый опасный и агрессивный арсенал сил и средств информационной войны – как основное средство достижения политических целей.

Безоговорочным лидером на пути внедрения в практику концепции информационного противоборства являются США. Разработанная в 2005 г. в США концепция информационного противоборства предусматривает его ведение на военном и государственном уровнях. На государственном уровне целью информационного противоборства является ослабление позиций конкурирующих государств, подрыв их национально-государственных основ, нарушения системы национального управления за счет информационного влияния на политическую, дипломатическую, экономическую и социальную сферы жизнедеятельности страны, проведение психологических операций, подрывных и других деморализующих пропагандистских акций. Оно направлено на обеспечение национальных интересов США, предупреждение международных конфликтов, террористических акций, обеспечение информационной безопасности страны. Оно рассматривается как вид стратегического противоборства стран.

По заключению аналитиков американской корпорации «Рэнд», оно предполагает решение следующих задач:

- создание в стране противника атмосферы бездуховности, негативно-го отношения к культурному наследию;

- манипулирование общественным сознанием и политической ориентацией групп населения государства с целью создания политической напряженности и хаоса;

- дестабилизация политических отношений между партиями, объединениями и движениями с целью провокации конфликтов, разжигание недоверия, подозрительности, обострения политической борьбы, провоцирования репрессий против оппозиции и даже гражданской войны;

- снижение уровня информационного обеспечения органов власти и управления, инициация ложных управленческих решений;

- дезинформация населения о работе государственных органов, подрыв их авторитета, дискредитация органов управления;

- провоцирование социальных, политических, национальных и религиозных столкновений;

- иницирование забастовок, массовых беспорядков и других акций экономического протеста;

- осложнение принятия органами управления важных решений;

- подрыв международного авторитета государства, его сотрудничества с другими странами.

Основными формами информационного противоборства на государственном уровне являются:

- политические, дипломатические и экономические акции;

- информационные и психологические операции;

- взрывные и деморализующие пропагандистские действия;

- содействие оппозиционным и диссидентским движениям;

- предоставление всестороннего влияния на политическую и культурную жизнь с целью развала национально-государственных устоев общества;

- проникновение в систему государственного управления.

С указанными элементами информационного противоборства в полной мере столкнулась Республика Беларусь во время подготовки и проведения общественно-политического мероприятия – выборов Главы государства в августе 2020 г.

На военном уровне целесообразно использовать термин «информационная борьба» по аналогии радиоэлектронная борьба, психологическая борьба. Информационная борьба определяется как комплекс мероприятий, которые проводятся в масштабах ВС для достижения информационного превосходства над противником путем воздействия на информацию, которой он владеет, процессы, зависящие от информации, информационные системы, компьютерные сети с защитой от аналогичных воздействий со стороны противника. Выделяются наступательная и оборонительная составляющие информационной борьбы. Кроме того, перед ВС впервые поставлена задача влияния на противника еще в угро-

жаемый период с тем, чтобы обеспечить выгодное для США направление процессов управления и принятия решений противоположной стороной.

Итак, основными задачами информационной борьбы являются:

получение разведывательной информации путем перехвата и расшифровки информационных потоков, передаваемых по каналам связи, а также по побочным излучениям, а также за счет специального воплощения технических средств перехвата информации;

получение нужной информации путем перехвата и обработки открытой информации, передаваемой через незащищенные каналы связи, циркулирует в информационных системах, а также опубликованной в открытых источниках и СМИ;

электромагнитное воздействие на элементы информационных и телекоммуникационных систем;

психологическое воздействие, направленное против персонала и лиц, принимающих решения;

формирование и массированное распространение через информационные каналы противника и глобальные сети дезинформации и тендециозной информации;

огневое подавление (в военное время) элементов инфраструктуры государственного и военного управления;

осуществление несанкционированного доступа к информационным ресурсам с последующим их искажением, уничтожением или похищением или нарушением нормального функционирования таких систем;

защита от аналогичных воздействий со стороны противника.

Новизна американского подхода заключается в комплексном использовании разнородных сил для достижения глобальной цели – информационного превосходства.

В качестве форм реализации информационного противоборства на военном и государственном уровнях можно выделить шесть основных составляющих:

борьба с системами управления противника (command and control warfare);

борьба на основе разведывательных технологий (intelligence-based warfare – IBW), электронная борьба (electronic warfare);

психологическая борьба (psychological warfare);

экономическая информационная борьба (economic information warfare – EW);

кибернетическая борьба (cyberwar);

борьба с использованием хакеров (hackerwar).

Опыт проведения последних локальных войн и вооруженных конфликтов в Югославии, Афганистане, Ираке, Ливии, Сирии показал неизбежность принятия и высокую эффективность мер информационной борьбы.

Учитывая это, прогнозируется дальнейший рост роли информационных и психологических операций в обеспечении национальных интересов ведущих стран мира. По оценкам экспертов, информационное оружие является одной из главных угроз информационной безопасности государства.

2.2. Теории информационного противоборства

Проблемам информационного противоборства уделяли значительное внимание многие военные и государственные деятели, политики, ученые.

Различные аспекты теории информационного противоборства представлены несколькими научно-исследовательскими направлениями.

При самом общем подходе можно выделить два вида информационного противоборства (борьбы): информационно-техническое и информационно-психологическое.

При информационно-техническом противоборстве главные объекты воздействия и защиты – информационно-технические системы: системы передачи данных, системы защиты информации и т. д.

При информационно-психологическом противоборстве главными объектами воздействия и защиты являются:

- 1) система принятия политических и экономических решений;
- 2) система формирования общественного сознания;
- 3) система формирования общественного мнения;
- 4) психика политической элиты и населения противостоящих сторон.

Если выделить труды так называемого алармистского уклона, нацеленные на привлечение внимания к мнимым или реальным опасностям информационных войн, концепциям информационно-духовного развития в условиях информационной агрессии, то следует назвать имена А. Грешневикова, В. Лисичкина, А. Мухина, И. Панарина, В. Цыганкова, Б. Вербенко, Ю. Шершневой.

Самым распространенным является технико-технологическое направление, которое уделяет особое внимание формальному описанию поведения информационных систем и построению моделей мира, основанных на технологиях манипулирования средствами автоматизации, проблемах защиты информационных сетей, несанкционированной утечке информации и т. п. Лучшие работы в этом направлении связаны

с именами В. Герасименко, С. Гриняева, С. Модестова, В. Прокофьева, В. Незнамова, С. Расторгуева, А. Стрельцова, А. Фатянова, Н. Яковлева.

Однако большинство трудов по проблемам информационного противоборства объединяют технические вопросы защиты информации с осмыслением «гуманитарного материала» и проблем социальных технологий, образуя когнитивное направление.

Это направление представляют У. Найсер, Р. Солсо, И. Масуда, Дж. Стейн, Т. Томас, Р. Шафранский, У. Швартоу; украинские исследователи: Г. Почепцов, Ю. Сурмин, Н. Туленков; отечественные исследователи: И. Меркулов, Г. Грачев, Н. Костин, В. Крысько, А. Приходько, Д. Черешкин, В. Цыгичко и др.

По мнению Р.С. Выходца и К.А. Панцерева, в настоящее время теория информационного противоборства дифференцировалась и получила развитие в ряде оригинальных концепций, акцентирующих свое внимание на различных аспектах противостояния в информационной среде и использовании ИКТ в военном противостоянии. В научной работе они выделяют и проводят (по времени появления, цели, направленности воздействия и характеристик применяемых средств) сравнительный анализ предметных полей основных современных концепций информационно-психологического противоборства и дают характеристики следующим теориям (концепциям) информационного противоборства¹:

информационная война (1976) – информационные операции включают в себя следующие элементы: радиоэлектронная борьба, операции в компьютерных сетях, психологические операции, военный обман и оперативная безопасность;

сетевая война (1996) – направлена на разрыв коммуникаций и связи в войсках противника и его гражданской сфере. Поэтому в современных конфликтах на первый план выходят управление и контроль над сетью, позволяющие добиться доминирования и превосходства в сетевой войне;

концепция сетецентрических войн (конец 1990-х – начало 2000-х гг.) – содержит две ключевые особенности новых войн: быстрота управления и самосинхронизация. Первая обеспечивает достижение информационного превосходства над противником и направлена на лишение его возможности осуществлять системные и скоординированные действия, а вторая – способность военной структуры к самоорганизации снизу, что кардинально отличает сетецентрическую организацию от классической модели, основанной на принципе иерархичности и централизации;

¹ См.: Выходец Р.С., Панцеров К.А. Сравнительный анализ современных концепций информационного противоборства // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2022. № 16. С. 139–148.

концепция кибервойны (2013) – концентрируется на теоретическом осмыслении использования компьютеров и сети Интернет для нанесения ущерба противнику, а также выработке механизмов защиты от угроз в противодействии кибератакам, которые включают в себя финансовые преступления и шпионаж против человека, организаций и государства (киберпреступность), действия негосударственных акторов, направленные на взлом компьютерных систем критически важных объектов, государственных органов, транспорта и т. д. (кибертерроризм), использование киберпространства против ВС противника, инфраструктуры и населения (кибервойна);

информационно-психологическое противоборство (1954) – основной предмет концепции информационно-психологического противоборства, прежде всего концентрируется на изучении систем и инструментов формирования общественного мнения, а также особенностей восприятия человеком информации. В настоящее время особую актуальность приобретают исследования использования «фейков» для воздействия на индивидуальное сознание и манипулирование общественным мнением противника, а также использования технологий искусственного интеллекта и специальных приложений для создания заведомо ложного визуального изображения и дальнейшего его использования с целью дискредитации противника, а также способов блокирования подобной информации. Отдельного внимания заслуживают междисциплинарные исследования особых информационно-смысловых конструкций, способствующих селективному восприятию человеком внешней информации, подкрепляемому внутренними стимулами организма и (или) социокультурной среды;

ментальная (когнитивная) война (2021) – осмысление феномена когнитивной войны опирается на признание человеческой психики и разума в качестве новой шестой сферы ведения войны, наряду с воздушной, наземной, морской, космической и кибернетической. Ключевым принципом когнитивной войны выступает так называемый взлом личности, суть которого состоит в использовании современных информационных и когнитивных технологий для глубокого понимания человеческой психики, особенностей восприятия информации и достаточно точного прогнозирования поведения человека, что открывает широкие возможности для манипуляции сознанием и действиями людей. Таким образом, концепция когнитивной войны привносит на поле боя современных конфликтов третье измерение: к физическому и информационному измерениям теперь добавляется когнитивное измерение. В мире, пронизанном технологиями, война в когнитивной области мобилизует

более широкий спектр боевых возможностей, чем это могут сделать физические и информационные измерения.

Так как в информационном противоборстве немаловажную роль играют средства передачи информации, имеющие большую степень охвата аудитории и оперативность передачи информации, то в заявленном контексте следует рассмотреть средства массовой информации и социальные сети.

2.3. Средства массовой информации и социальные сети: сущность и содержание. Информационное противоборство в средствах массовой информации

Основы информационного противоборства в СМИ и социальных сетях

Суть колоссального влияния информации, в первую очередь через интернет, как раз и заключается в ее способности «точечно» контролировать социальные процессы, влиять на параметры, которые намного порядков выше самой управляющей информации.

Специалист в области коммуникационных технологий Г.Г. Почепцов подчеркивает тот факт, что информационное пространство играет все более важную роль во всех типах задач, стоящих перед современным обществом (социальные, экономические, политические и военные)¹. Используя силу коллективного сознания, различные информационные технологии на основе технологий интернета облегчают расширение информационной сферы в другие области, при этом основное внимание ИТ уделяется их влиянию на сферу принятия решений.

Особое значение имеет использование инфологем.

Инфологема – это ложная, искаженная или неполная информация, представляющая реальные события идеологическими мифами, политическими пропагандистскими измышлениями.

Инфологемы появляются на свет как результат сознательных, целенаправленных манипулятивных воздействий или, что значительно реже, – неосознаваемых заблуждений. Инфологемы способны к расширенному самовоспроизводству, самоумножению. Они формируют картины мира в индивидуальном, групповом и массовом сознании, устойчивые стереотипы индивидуального и социального поведения, ценностные установки и ориентации будущих поколений.

Производство инфологем всегда носит деструктивный характер. Они ложатся на благодатную почву взвинченной психологии масс, схо-

ду вводятся в информационные каналы и легко перетекают в различные области духовной жизни. Особенно эффективны инфологемы во время выборов, т. е. в период обострения политической ситуации, неизбежного в ходе избирательного процесса. Тогда они являются основным продуктом деятельности политтехнологов.

Политические консультанты, в том числе журналисты, предоставляющие свои материалы в печатные и электронные СМИ и сеть Интернет, широко используют инфологемы предвыборного назначения. Так, один из часто встречающихся примеров – «фигура умолчания» (сообщается, что кандидат привлекался к суду, но ничего не говорится о сути и времени правонарушения). Вообще, тщательно дозированная информация может существенно исказить представления избирателей о кандидатах и их программах.

Итак, используемые манипулятивные приемы, их варианты и видоизменения очень разнообразны.

Для определения «ядра» технологических элементов системы манипулятивного воздействия используется комплексный критерий, который основывается на учете сочетания трех основных факторов:

частоты использования приемов в различных манипулятивных технологиях;

широты их применения в разнообразных информационно-коммуникативных ситуациях;

степени действенности, связанной с повышением эффекта манипулятивного воздействия на человека¹.

С точки зрения истории справедливо отметить, что одной из первых попыток систематизации приемов информационного воздействия на массовое сознание с помощью пропаганды явилось описание в ряде зарубежных и отечественных источников технологий стереотипизации и «большой лжи», а также выделение следующих основных приемов информационного противоборства (воздействия), достаточно широко известных специалистам как «азбука пропаганды».

Технологии позволяют, с одной стороны, более эффективно использовать ресурсы для получения желаемых результатов, а с другой – эффективно перемещать уже существующие инструменты из одного места в пространстве-времени в другое. Так современные технические основы породили явления управления виртуальной реальностью.

Информация, являясь важным инструментом динамичного развития общества, при бесконтрольном к ней отношении может превратиться в

¹ См.: Почепцов Г.Г. Информационно-политические технологии. М.: Центр, 2003. 384 с.

¹ См.: Дворянкин О.А. Технологии информационного противоборства, в том числе в Интернете // Тенденции развития науки и образования. 2023. № 93-9. С. 23–34.

опасное оружие, негативно воздействующее на человека и общественную жизнь в целом. Именно поэтому в условиях современного глобализирующегося мира информационная безопасность выступает ключевым инструментом обеспечения национальной безопасности в целом.

Технологии производства и социализации информации становятся, таким образом, главным объектом внимания как общественных, так и государственных структур. Различия в возможностях владения подобными технологиями определяются понятием информационного или цифрового разрыва (неравенства), который воспринимается как новый вид социальной дифференциации. В глобальном контексте такая дифференциация способна вызвать неравенство между людьми, странами и регионами мира, что в свою очередь приведет к дальнейшему росту нестабильности, как в отдельных государствах, так и в мире в целом.

Актуальной проблемой информационной эпохи является возникновение и активное функционирование феномена виртуальной реальности, обусловленного общей тенденцией доминирования идеально-знаковых / символических «референтов» реального (материального) бытия на основе прогрессивного развития информационных технологий.

Стремительное развитие человеческой мысли, выражающееся в возможностях информационно-технологического прогресса, в неограниченных субъективных интерпретациях и знаково-символических репрезентациях объективного мира, столкнулось с тем, что для отражения конструируемых этой мыслью реальностей уже не хватает обычных понятий и соответствующих терминов.

Именно в этом контексте следует рассматривать быстрорастущую популярность понятия «виртуальное» в осмыслении различных процессов и проблем современного общества.

«Виртуальная деятельность», «виртуальные способности» (А.Н. Леонтьев), «виртуальное общение», «виртуальный менеджмент», «виртуальные деньги», «виртуальный театр», «виртуальное удовольствие» – все это становится атрибутом нашей современной жизни.

Отличительной чертой постиндустриального информационного общества выступает качественно иная его основа – интеллектуальные технологии, информация и знания как важнейшие факторы уже нематериального, в сравнении с ценностями индустриализма, характера. Объективное изменение базисных элементов организации общества в сторону их нематериальных проявлений выступает важнейшей предпосылкой виртуализации сознания и бытия.

К настоящему времени сложилось несколько трактовок понятия виртуальной реальности. Одна из них состоит в том, что виртуальные ре-

альности рассматриваются как сложные технические системы, т. е. их относят к физической или технической реальности; вторая предлагает рассматривать такие реальности, как состоящие из двух подсистем – физической и нефизической; третья исходит из того, что разработка систем виртуальной реальности требует интеграции парадигм, методов и средств, используемых в компьютерных технологиях искусственного интеллекта, робототехнике, психологии, эргономике и синергетике; четвертая рассматривает виртуальные реальности как один из видов реальностей (чаще всего как психологические виртуальные реальности).

Технологии виртуальной реальности обуславливают и соответствующие виды социальной коммуникации, среди которых наиболее популярны электронная почта, социальные сети, чаты, блоги и т. д.

Риски увлечения технологиями виртуальной реальности, сопряженные с процессами становления и развития информационного общества, должны приниматься во внимание, даже если они оправданы созданием новых коммуникационных возможностей обмена культурным опытом, новых механизмов организации и управления общественными процессами. Но проблема не должна решаться сугубо директивными, тем более ограничительными методами, например, путем сдерживания технологических перспектив развития информационного общества. Речь, скорее, следует вести о формировании и развитии информационной культуры общества и личности.

Информационная культура включает в себя по меньшей мере такие составляющие, как логико-методологическая культура, определяющая степень инструментальной адекватности оперирования информацией; правовая культура, регламентирующая процессы социализации информации и деятельность субъектов информационных отношений, этическая культура, а также языковой компонент как форму репрезентации той или иной информации. Это означает, что информационная культура как приоритетный инструмент социального развития в цифровую эпоху является многоаспектным феноменом, требующим пристального внимания и со стороны отдельного человека, и со стороны общества и государства в целом.

Информационное противоборство в средствах массовой информации и социальных сетях является своеобразной матрицей, отражающей особенности государственной идеологии и подчеркивающей мощь и независимость страны на международной арене.

Информационное противоборство в зеркале политической медиаметрии стало центральным звеном, отвечающим за внутреннюю стабильность в контексте национальной безопасности Республики Беларусь.

В динамичном поле политического анализа информации и медиа понимание феномена информационного противоборства тесно сопряжено (а иногда эквивалентно) с интерпретацией и трактовкой понятия «информационная война». Многомерность и всепроникающий характер информационных войн затрудняют сведение их характеристик в общепринятое понятие, которое отражало бы все аспекты противостояния между субъектами с целью достижения превосходства над противником путем манипуляций с информацией и общественным сознанием. В связи с этим происходит расщепление понятия «информационная война» на несколько близких по существу, но разных явлений, а также исчезает его дифференциация по сферам применения¹.

С одной стороны, понятие тщательно разрабатывается в военной сфере применительно к задачам нарушения управления боевыми действиями и т. п.

С другой стороны, оно активно применяется журналистами, экспертами по массмедиа и политическими публицистами для обвинения отечественных и зарубежных СМИ в публикации материалов, недружественных по отношению к государству или сегментам его элиты.

В этой связи важно отметить, что анализ вооруженных конфликтов XXI в. свидетельствует о появлении нового вида боевых действий – гибридных войн. Интенсивность проводимых в данном направлении исследований позволяет сделать вывод о высокой значимости такого вида противоборства в современном мире и том существенном влиянии, которое оказывают гибридные войны на расстановку сил на геополитической карте мира. Особенностью гибридных войн является их комбинированный характер, который, согласно мнению О.В. Столетова, обусловлен тем, что классическое военное насилие в них сочетается с иррегулярными формами противостояния, в частности террористической деятельностью, кибернетическими атаками, экономическими и дипломатическими санкциями, информационными диверсиями, другими составляющими деструктивного воздействия. При этом стоит отметить, что участником конфликта в гибридной войне является комбинированный субъект, включающий в себя как государства, принимающие прямое или косвенное участие в конфликте, так и различные негосударственные образования. Анализ гибридных войн последних десятилетий показал, что часто негосударственные участники конфликта играют ключевую роль. Негосударственными участниками и проводниками гибридных войн могут быть СМИ, террористические организации, вооруженные

¹ См.: Информационная война. Информационное противоборство: теория и практика / под ред. В.М. Щекотихина. М., 2011. С. 10.

экстремистские группировки, политическая оппозиция, военизированные структуры.

СМИ и социальные сети – самостоятельный феномен в системе социальных и политических отношений. Высказывания в прессе не директивны, они не оказывают прямого влияния на социум и различные его сферы действия, но косвенно СМИ воздействуют на потребителей своего продукта как в явной, так и скрытой форме. Поэтому информационная политика и воспринимается в качестве неотъемлемого элемента государственной политики. Средства массовой информации можно называть зеркалом, в котором отражаются общественные процессы¹.

Но суть здесь в том, что это «зеркало» может отображать предметы и события выборочно и с разной интерпретацией в угоду определенным властным кругам. Как следствие, СМИ становятся инструментом информационного противоборства между государствами. На основании полученных сведений целевая аудитория формирует мнение о политических субъектах и событиях. В этом проявляется манипулятивное свойство массмедиа и социальных сетей и мессенджеров. Посредством передачи информации через ее источники происходит влияние на выбор современного общества и сознание индивидов различными субъектами: политическими деятелями, партиями и целыми государствами.

Республика Беларусь занимает исключительное геополитическое положение и, являясь европейской державой, остается центральным объектом сферы информационного противоборства, как плацдарм противоборства Запада и Востока. Значительный сбой в системе защиты информации, происшедший в нашей стране после 1991 г., явился следствием чрезмерной либерализации политики государства, абсолютизовавшего прозападную ориентацию и создавшего возможность свободной и бесконтрольной передачи даже закрытой информации, которая была связана с национальной безопасностью. Серьезное воздействие на общественное мнение и на конкретную личность в отдельности оказали факты рассекречивания важных государственных документов, различного рода подслушивающих устройств, передача сверхсекретных архивных материалов в другие страны из чисто популистских конъюнктурных соображений. В результате у общества и граждан, да и в государственных структурах в целом, стал складываться синдром информационной беззащитности.

Объективно растущая глобальность информационной сферы приводит к тому, что создаваемая информационно-коммуникационная ин-

¹ См.: Сулейманов Э.А. Отражение политической реальности в СМИ // Коммуникология: электронный научный журнал. 2017. № 3.

фраструктура страны и национальные информационные ресурсы оказываются объектами, весьма уязвимыми для воздействия со стороны геополитических конкурентов, террористических организаций, криминальных групп и отдельных злоумышленников. С учетом этих факторов информационное развитие Беларуси, которое заметно отстает от ведущих промышленно-развитых стран, должно осуществляться в рамках системной и сбалансированной государственной информационной политики, направленной на активное противодействие информационной агрессии.

Важнейшими объектами и инструментами информационной политики являются СМИ и социальные сети. Они неизбежно включены в систему отношений по линии «власть – общество», оказывая серьезное влияние на их формирование и развитие.

Республика Беларусь в 1990-х гг. не уделяла достаточного внимания роли средств массовой информации, особенно телевидения, в мировой политике. Органы государственного и военного управления далеко не в полной мере понимали, что от позиции СМИ все чаще зависит, выглядит ли политическая акция победой или поражением, и практически не учитывали это при планировании реальных политических действий. Такая недооценка организационных аспектов взаимодействия государства и СМИ крайне негативно отражалась на международном имидже, снижала эффективность его внешнеполитической активности.

Думается, важно найти так называемую золотую середину при выстраивании отношений власти и СМИ. При этом следует иметь в виду, что это отношения не только между управляемыми и управляющими (такие отношения встречаются нередко), но и отношения партнерства и оппозиции. На смену командно-административному руководству СМИ приходит паритетность отношений на основе конституционно-правовых и договорных принципов, что, в свою очередь, требует новых подходов к организации взаимодействия государства и СМИ, в том числе и в области противодействия негативному информационному влиянию.

Правомерность такого подхода подтверждает отечественный и зарубежный опыт информационной политики в вооруженных конфликтах. Так, в последние два десятилетия руководство НАТО обозначило ряд проблем, которые необходимо учитывать при информационном противодействии в условиях кризисов:

высокие общественные ожидания «чистой, высокотехнологичной войны». Например, во время операции на Балканах в 1999 г. НАТО сбросило 23 тыс. бомб, из которых только около 30 не поразили намеченные цели (это одна десятая процента прежде недостижимая степень

точности). Но СМИ и общественное мнение в целом были шокированы: они игнорировали 99,9 % успешных действий, а из 0,1 % промахов сделали центральную драму и мерило оценки военной и моральной эффективности НАТО;

широкое использование цензуры и контрпропаганды, как в теле-, радиоэфире, так и в интернете. Например, в США и других странах НАТО достаточно четко отработан механизм и принципы информационной политики во время вооруженного конфликта. Для журналистов и других представителей СМИ отрабатываются специальные правила и руководства для работы по освещению боевых действий. По этому поводу в свое время Э. Месснер писал: «Агитация во время войны должна быть двуликой: одна полуправда для своих, другая для неприятеля. Но одного лукавства мало – нужна, так сказать, многоликость: для каждого уровня сознания, для каждой категории характеров, склонностей, интересов – особая логика, искренность или лукавство, рассуждения или сентиментальность». Это содержательное различие, но не меньшее разнообразие существует и в вариантах каналов коммуникации, которые должны донести избранное сообщение до целевой аудитории;

стремление СМИ к непосредственному наглядному освещению событий. СМИ заинтересованы в новостях, причем в ярких новостях, подкрепленных «картинкой». Представители США во время войны в Ираке ежедневно тратили тысячи слов, чтобы разъяснить, что происходит, но многим словам не верили, поскольку не были представлены фотографические свидетельства;

фрагментарность в освещении событий, которые во многом специально организовываются военным командованием. СМИ отражают конфликт как серию отдельных ярких инцидентов. При этом теряется или стирается общий контекст, фундаментальная динамика события. Люди оказываются недостаточно информированы о дипломатических и политических усилиях;

неподготовленность пресс-служб к ситуациям, когда конфликт приобретает несколько затяжной характер. В этом плане интересна мысль бывшего министра обороны США Д. Рамсфелда, высказанная им на встрече с редакторами газет: следует готовить специалистов по разным регионам со знанием языка и культуры, их следует вознаграждать за это знание, а не наказывать, поскольку это определенное отклонение от нормальной армейской карьеры. Здесь важно внимание к снятию сопротивления воинской среды для такого типа специалиста.

Одной из главных проблем взаимодействия власти, общества и СМИ является процесс постепенной концентрации психологического, а затем

и политического влияния СМИ, чему способствуют объективные экономические и технические причины. В настоящее время в мире отмечается борьба за усиление влияния в сфере СМИ. В этой связи в большинстве стран Западной Европы введен контроль за слиянием предприятий печати и введены ограничения удельного веса общего тиража издательств на рынке. Так, в Германии установлен предельно допустимый удельный вес общего тиража. В Швеции проводится политика экономической поддержки мелких и средних издательств. Во Франции в 1984 г. Национальное собрание приняло Закон «Об ограничении концентрации и обеспечении финансовой ясности и плюрализма предприятий печати».

Особенностью нашей действительности является то, что СМИ – не только средство тиражирования информации для общественности, но и канал, по которому к власти «снизу» поступает информация об общественных настроениях. Сегодня структуры государственного управления все больше заинтересованы в разъяснении и популяризации своей деятельности, в том, чтобы подготовленная ими информация доводилась до сведения общественности, ибо необходимым условием достижения целей деятельности государства является общественная поддержка. В этом плане может быть полезен опыт западных стран, и прежде всего США, которые, в частности, свою военную политику в обязательном порядке соотносят с основательной подготовкой национального и мирового общественного мнения. На практике это находит отражение в сформировавшемся принципе американской политики в отношении населения своего государства – «делать не только правильно, но и так, чтобы тебя правильно понимали». Соответствующий опыт накоплен уже и в Республике Беларусь. Так, в заслугу средствам массовой информации можно поставить тот факт, что согласно результатам социологических опросов 78 % граждан одобряют и поддерживают позицию и действия руководства.

Этот опыт позволяет заключить, что основными направлениями работы со СМИ в сфере информационного противоборства являются:

оперативное распространение полной и объективной информации о деятельности политического и военного руководства;

подготовка и распространение в СМИ готовых справочных и разъяснительных печатных, видео-, аудио- и фотоматериалов с информацией, в которой заинтересованы власти и силовые структуры;

оценка общественной реакции на действия Республики Беларусь на основе анализа публикаций СМИ в целях своевременного принятия мер по предупреждению появления в СМИ материалов, тенденциозно освещающих деятельность органов государственной власти, а также выра-

ботка предложений по темам, характеру и содержанию информации, которую целесообразно разместить в СМИ;

организация стратегического и оперативного взаимодействия со средствами массовой информации (зарубежными) на основе поддержания деловых и доброжелательных отношений с представителями СМИ;

важнейшую роль в процессе распространения информационно-психологических воздействий (составляющая информационного противоборства) занимает киберпространство (о чем мы будем вести речь ниже).

целесообразным представляется рассматривать киберпространство как один из театров ведения гибридных войн, т. е. под углом информационно-психологических воздействий.

Республика Беларусь является страной с достаточно высоким уровнем «компьютеризации» населения, повсеместным доступом к сети Интернет (количество интернет-пользователей в 2022 г. составляло 85,3 %, в 2013 г. – всего 58,4 %).

Следует отметить, что принята Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы, утвержденная постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 2 февраля 2021 г. № 66, которая направлена на внедрение информационно-коммуникационных и передовых производственных технологий в отрасли национальной экономики и сферы жизнедеятельности общества. Данная тенденция свидетельствует о том, что информационное противоборство в СМИ и социальных сетях выходит на совершенно новый уровень формирования у общества пласта знаний о манипулятивных технологиях и стратегиях «игры» с информацией и сознанием, является своеобразной базовой потребностью национальной безопасности страны.

СМИ Республики Беларусь и зарубежных стран в условиях информационного противоборства: состояние и перспективы

В Беларуси активно развиваются национальные средства массовой информации.

СМИ делятся:

на печатные;

телевизионные и радиовещательные;

сетевые издания.

Основополагающими нормативными правовыми актами, регулирующими взаимоотношения в медийной сфере, являются законы Республики Беларусь от 17 июля 2008 г. № 427-З «О средствах массовой информации», от 10 ноября 2008 г. № 455-З «Об информации, информатизации и защите информации».

На 1 сентября 2023 г. в стране зарегистрировано:

921 печатное средство массовой информации (371 газета, 561 журнал, 14 бюллетеней, 1 каталог), из них 400 государственных и 521 негосударственное;

7 информационных агентств: 2 государственных и 5 негосударственных;

52 сетевых издания (45 государственных, 7 негосударственных);

182 телерадиовещательных СМИ, из них 104 государственных (63 радиопрограммы и 41 телепрограмма) и 78 негосударственных (26 радиопрограмм и 52 телепрограммы).

Для сравнения: на 1 ноября 2021 г. в стране было 1 608 печатных и 261 телерадиовещательное средство массовой информации, 9 информационных агентств и 37 веб-сайтов, выполняющих функции СМИ.

Полемика о ведении информационных войн в СМИ на сегодня носит глобальный характер, поскольку именно медийные средства развиваются за последние 15–20 лет стремительнее других сфер человеческой деятельности. Применяется информационно-психологическое воздействие с очень давних времен. В мировой политике основы ведения информационного противоборства были сформулированы еще сотни лет назад.

На рубеже XX–XXI вв. ключевым механизмом ведения информационной и психологической войны названа деятельность массмедиа и особенно «электронных» средств массовой информации, а именно: радио, телевидения и интернет-ресурсов. Преимущественно это объясняется тем фактом, что «электронные» СМИ владеют таким приемом, как эффект присутствия, т. е. создание при помощи выразительных средств журналистики картины, которая позволяет аудитории ощутить себя на месте события. Используется также понятие «эффект реальности», который также дает хороший результат в данной деятельности.

С учетом вышеизложенного вопросы информационной безопасности в системе СМИ начали рассматриваться уже десять лет назад¹, в том числе основания правовых ограничений в деятельности СМИ, правовые режимы ограничения доступа к информации и распространения информации, ряд других аспектов.

Очевидно, что средства массовой информации играют все более значимую роль как в решении вооруженных конфликтов, так и непосредственно в их ходе. «В настоящее время в развитых странах любое действие невозможно без соответствующей информационной подготовки. Войны должны выглядеть справедливыми, враг – жесточайшим,

¹ См.: Довнар Н.Н. Информационная безопасность в системе СМИ (теоретико-правовой аспект). Минск : БГУ, 2013. 192 с.

собственные воины – настоящими героями». Вышеизложенное дает основания утверждать, что именно СМИ становятся перспективной мишенью для «революционеров XXI века». Эксперты утверждают: если традиционный терроризм не угрожал обществу как целостной системе, то высокотехнологический терроризм новой эпохи вполне может спровоцировать кризис государства с развитой инфраструктурой информационного общества».

На данном этапе средства и каналы информационной войны являются очень важным аспектом, ведь именно сейчас надо быть предельно внимательным в информационной сфере.

К методикам манипуляции общественным сознанием относят, в частности, следующие:

- перенос частного факта в сферу общего;
- использование внушения;
- использование домислов и слухов, интерпретаций в неясной политической или социальной ситуации;
- метод «страшилок»;
- метод фрагментации;
- замалчивание одних событий и чрезмерное освещение других;
- многократные повторы («метод Геббельса»);
- метод чередования представления новостей по принципу «правда, правда, правда, неправда, правда»;
- мистификация или создание ложных событий.

Сегодня уже ни для кого не секрет, что СМИ является важнейшим институтом в обществе, который так или иначе формирует и создает определенное мнение по той или иной теме. СМИ считается идеальной площадкой для конкуренции, для быстрого и массового доведения информации населению.

Перечисляя все положительные стороны СМИ, не стоит забывать, что именно массмедиа продолжают быть местом существования долговременных и масштабных информационных войн. СМИ оказывают свое непосредственное влияние на все сферы жизни: политика, образование, религия, искусство и др. Стоит сказать, что именно СМИ играют значительную роль в формировании мнения масс.

Более того, СМИ формируют восприятие и интерпретируют события и явления, которые происходят в стране и не только. Уже сейчас многие специалисты утверждают, что мир подвержен определенному правилу: реальное событие только тогда существенно, когда о нем широкой публике освещено в СМИ.

Информационная война действительно не является для человечества чем-то новым. Если боевое оружие на время прекращает свое дей-

ствие, то информационные баталии между государствами существовали всегда. Современность не исключение. Так, Россия, которая обладает второй по силе армией в мире и занимает одну восьмую часть суши земного шара, втянута в ряд информационных конфликтов, инициируемых разными государствами. При этом в указанном ключе особо следует выделить англосаксонские страны, в частности Великобританию и США. В последние десятилетия в данной информационной войне с Республикой Беларусь эти страны, помимо собственных средств массовой коммуникации, достаточно активно используют не только спонсируемые ими силы внутри Республики Беларусь (русофобские СМИ и несистемную оппозицию), но и СМИ, и антироссийски настроенные элиты в некоторых соседних с Россией странах (в Польше, Украине, Грузии, Латвии, Эстонии, Литве).

Информационное оружие – прежде всего атакующее оружие. Ведя с его помощью необъявленную, невидимую миру войну, используются особые технологии, с помощью которых и достигается поставленная задача, а именно: создание нужного для Запада образа нашей страны в СМИ.

В исследовательской литературе именно в силу особой важности печати, радио и телевидения в жизни государства и общества с точки зрения возможностей идеологического воздействия и формирования общественного мнения нередко акцентируется внимание на общественно-политической составляющей функционирования средств массовой информации.

Под системой СМИ понимается некая совокупность печатных, аудиовизуальных, электронных изданий. И с учетом этого система СМИ характеризуется как «совокупность изданий, с одной стороны, определяемая политикой государства, а с другой – потребностями общества на каждом историческом отрезке времени».

Типологическая характеристика СМИ – это их классификация по общности каких-либо признаков. При изучении журналистики задача заключается в том, чтобы профессионально грамотно ориентироваться в тенденциях развития СМИ и уметь правильно описать тип конкретного издания или программы вещания. А для этого необходимо знать критерии типологизации. Каковы же они? Как правило, за основу принимаются носитель, регион распространения, форма собственности, аудитория, время выхода, периодичность, формат. Принято классифицировать прессу по вертикальному принципу: национальная (федеральная или общенациональная).

В Соединенных Штатах Америки общепринят термин – общенациональные издания (NYT, WP, WallStreet Journal), региональная, местная

пресса. За основу берется не место издания, а обслуживаемая территория. Например, газеты, выходящие в провинции, нередко претендуют на распространение по всей территории государства (Frankfurter Allgemeine Zeitung). В ФРГ принято считать, что к традиционным надрегиональным относятся следующие газеты: Züddeutsche Zeitung, Die Welt, Frankfurter Randschau, Bild и Tageszeitung. Они отличаются друг от друга и по адресности аудитории, и по тиражам, и по количеству собственных изданий для страны.

Аналогом The New York Times можно назвать немецкую газету Frankfurter Allgemeine Zeitung, французскую Le Mond, английскую The Times, российскую «Известия». Все они являются качественными изданиями, рассчитанными на «политический и экономический истеблишмент» страны. В настоящее время выделяют новый тип издания – *глобальная газета*. Всего их четыре: IHT (The International Herald Tribune), FT (The Financial Times), WSJ (The Wall Street Journal), The USA Today. The New York Times (NYT), как одну из крупнейших газет в мире, можно прочесть в Берлине, Москве, Риме, Токио и в любом другом крупнейшем городе мира. Она собирает информацию, поступающую из разных уголков света, и распространяет ее также по всему миру. Имеет в наличии сеть глобального распространения – один из важнейших факторов глобального издания. Однако существуют определенные критерии и признаки, по которым NYT является именно общенациональным изданием.

Глобальное издание имеет:

более целостную внутреннюю структуру по сравнению с национальными и региональными газетами, т. е. не более двух секций (например, The Financial Times, The Wall Street Journal, The USA Today) или полное их отсутствие (International Herald Tribune). Ежедневный номер NYT состоит примерно из 6–7 секций (всего их в газете 18);

небольшой объем рекламы, не превышающий 30 % всей печатной площади;

компактный объем газеты, не превышающий 20–24 полос (размер The New York Times представляет собой от 64 до 160 страниц)¹.

На протяжении 1990-х гг. развитие прямого спутникового вещания и кабельного телевидения способствовало увеличению числа телевизионных каналов и их диверсификации. Глобальные телеканалы, вещающие практически во всем мире, повлекли за собой существование новых ау-

¹ См.: Маркина Ю.В. Газета «The New York Times»: эволюция типа издания : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Маркина Юлия Валерьевна ; Ростов. гос. ун-т. Ростов н/Д, 2004. 190 л.

диторий, отличающихся друг от друга ценностями, вкусами и стилями жизни.

Новостные телесети 24-часового вещания делятся на две группы: многоцелевые телевизионные каналы новостей – основное эфирное время вещают новости политики, экономики, культуры, спорта. Это, например, CNN International, BBC World, Euronews, Russia Today, Al-Jazeera, Al-Arabiya, Sky News, Deutsche Welle;

специализированные телевизионные каналы, например, спортивные, музыкальные, финансово-экономической направленности. К последним относятся Bloomberg TV, CNBC.

Аудитория, которая интересуется международными новостями, очень изменилась за последние десять лет. Раньше зрителя можно было назвать пассивным «телеглотом», в то время как сейчас это уже непосредственный «участник» событий реального времени. Требования и взгляды аудитории телевещаний повлияли на образ и концепцию новостной ленты. Сейчас, для того чтобы привлечь внимание зрителя, работники СМИ упорно заняты разработкой стратегий вещания новостей. Исследования медиааналитиков показывают, что большинство их аудитории не проявляет интереса к мировым новостям. В большинстве случаев новости международного уровня играют второстепенную роль для зрителя, больший интерес проявляется именно к новостям внутри своей страны.

Сегодня, учитывая напряженную ситуацию в мире и сложную геополитическую обстановку, более востребованными оказались информационные репортажи и аналитические обзоры. Глобальные новостные телеканалы могут влиять на принятие политических, экономических и дипломатических решений. Исследователи СМИ считают спутниковое телевидение таким же неотъемлемым атрибутом великой державы, как и обладание ядерным оружием¹.

Вот некоторые из используемых технологий ведения западными СМИ информационного противоборства, которые могут быть как оборонительными, так и наступательными:

1. *Пропаганда в СМИ.* Данный метод используется как на территории Республики Беларусь, так и в западных странах. Западная пропаганда – как пропаганда США, так и пропаганда других враждебных Республике Беларусь государств – традиционно концентрирует свое внимание на нескольких аспектах.

2. *Точечная травля Президента страны и главных его сподвижников.* Говоря об образе Республики Беларусь в западных СМИ, невозмож-

¹ См.: Короченский А.П. Мировая журналистика: история, теория, практика : монография. Белгород, 2015. 240 с.

но не отметить одну из важных особенностей восприятия нашей действительности, которая присуща исключительно для западных средств массовой информации, нежели для российских СМИ. Так, если, к примеру, брать печатную прессу (New York Times, Times, Economist, Time, Мунд, Liberacion, Welt, Die Zeit), то по большей части в статьях и публикациях о стране в западных печатных СМИ главная роль отводится Президенту.

Поэтому можно утверждать, что для западного народа Президент фактически отождествляется с Республикой Беларусь.

Если обратить внимание на внешнюю политику, то здесь можно отчетливо увидеть непосредственные указания на действия самого Президента.

3. *Пропаганда достижений Запада:* как реальных, так и вымышленных, которые направлены в том числе и на пропаганду эмиграции из Беларуси на Запад.

4. *Создание в западных странах образа нищей и отсталой Республики Беларусь,* которая во всем уступает Западу, в особенности экономическим показателям, которые обуславливают благосостояние народа. Как и в печатных СМИ, так и в телевизионном контенте используется один прием для осуществления пропаганды. Так, внедрение различной агитации осуществляется посредством многократного повторения через различные каналы информации.

5. *Наклеивание ярлыков.* Метод аналогичен приему «Перенос неодобрения и негативного образа» и состоит в создании предрассудков и стереотипов населения с помощью «наклеивания ярлыка» и приписывания каких-то определенных особенностей или стереотипов. Данный ярлык представляет этот объект как что-то, чего аудитория боится, ненавидит, испытывает отвращение, находит подозрительным или нежелательным. Этот метод можно назвать «фокус внимания на негативе».

Таким образом, при изучении составляющих, которые так или иначе формируют образ Республики Беларусь в сознании западных стран, были выделены подобные стереотипы в адрес государства:

- антидемократичность и тоталитаризм государства;
- ксенофобия (страх и ненависть к чему-либо чужому);
- техническая и технологическая неразвитость;
- незнание норм деловых взаимоотношений и нецивилизованность;
- слабость в военном отношении, сочетающаяся с агрессивностью и неконкурентоспособностью как участника международных отношений.

Следует отметить, что информационная война против Республики Беларусь в настоящее время ведется в условиях, когда объем информа-

ционно-коммуникационных продуктов Запада (включая и кинофильмы), распространяемых в стране, многократно превосходит объем национального продукта, который распространяется на Западе. При этом значительная часть медийных продуктов Запада распространяется в Республике Беларусь собственными же средствами: кинотеатрами, шоу-бизнесом, средствами массовой коммуникации.

Не стоит также забывать, что информационные технологии, применяемые в психологических операциях, воздействуют на когнитивные структуры человека. В результате у него образуется новая модель (картина) мира, как правило, выгодная для манипулятора. В этом и заключается основная цель и задача в информационной войне: изменить и повлиять на мнение нужной для манипулятора аудитории, при этом создав определенную идею или идеологию, которую старательно пытаются представить широким массам при помощи средств массовой информации. Так, СМИ выступают отличной площадкой и местом для распространения той или иной информации, которая и является главным звеном в процессе ведения подобных войн.

В современном глобализирующемся обществе все больше возрастает роль информационных технологий в интерпретации международных событий. Мировые новостные телесети, крупные зарубежные печатные, цитируемые интернет-издания формируют международное общественное мнение, создавая приоритеты происходящим в мире событиям. Многие как отечественные, так и зарубежные исследователи убеждены, что фактически в формировании мирового общественного мнения значительную роль играют монополисты информационного пространства, владельцы финансово-информационных конгломератов, влиятельные участники международных отношений. Поэтому часто международное общественное мнение – это скорее искусственно сконструированный инструмент наиболее заинтересованных экономически развитых держав. Концепт «мировое общественное мнение» является достаточно объемным и дискуссионным понятием, которое соотносится в современности с понятием «мировая политика».

Таким образом, информационное противоборство в первую очередь влияет на человеческое сознание, и политики, ведя подобные войны, виртуозно играют на струнах человеческой души, тем самым достигая поставленных целей. Можно сказать, что человек беззащитен перед информационным воздействием, а СМИ, манипулируя человеком, становятся орудием контроля информации в обществе¹.

¹ См.: Маркина Ю.В. Информационное противоборство в современных мировых средствах массовой информации / Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. 2017. № 1. С. 61–67.

Несмотря на растущую конкуренцию на информационном рынке, отечественные СМИ по-прежнему остаются главным источником информации для белорусов. Крупнейшими национальными медиа являются Белтелерадиокомпания, ЗАО «Второй национальный телеканал», ЗАО «Столичное телевидение», издательский дом «Беларусь сегодня», издательский дом «Звезда», Белорусское телеграфное агентство. В условиях изменения мирового информационного пространства и динамичного развития технологий, форматов, методов подготовки и передачи информации медийная отрасль Беларуси сегодня активно движется в направлении объективного освещения событий и противодействия ложным фактам.

2.4. Информационное противоборство в социальных сетях

В последнее время ареной для информационного противоборства становятся социальные сети. Уже сейчас они – существенный инструмент информационного влияния, в том числе – средство для манипулирования личностью, социальными группами и общества в целом. Увеличение числа пользователей сети Интернет и аккаунтов в социальных сетях ставит необходимость проведения мониторинга социальных сетей на предмет распространения информационных вбросов.

В связи с этим и возникает необходимость изучения моделей влияния в социальных сетях как одного из основных методов информационного противоборства.

Рассмотрение стратегий информационного противоборства в социальных сетях интернета необходимо начать с определения того, что понимается под социальной сетью. Ведь хотя понятие «социальная сеть» сегодня, как правило, и употребляется в отношении отдельных интернет-сервисов, оно родилось задолго до самого интернета и имеет различные толкования.

В научном обиходе понятие укоренилось достаточно давно, и впервые стало употребляться в области психологических, социологических и антропологических исследований.

Отображение социальных связей между людьми как сетевых структур фигурирует в серии работ психолога Я.Л. Морено, в 1938 г. им введена концепция социограмм графов, в которых вершины – это люди, а ребра, связывающие их, – отношения.

Анализу социальных и биологических систем как сетей посвящены работы А.Б. Рапопорта, одного из предтеч современного социально сетевого анализа как самостоятельного научного направления. В своих трудах он применяет социограммы.

Заметные исследования, где сетевой подход применялся к описанию социальных структур, проводились как в первой, так и во второй половинах XX в. Однако непосредственно появление термина «социальная сеть» принято ассоциировать с работой социолога и антрополога Дж. Барнса, где он, исследуя взаимоотношения внутри островного приходского сообщества в Норвегии, приводит следующий тезис: «Каждый человек имеет определенный круг друзей, а эти друзья имеют, в свою очередь, собственных друзей. Некоторые из друзей одного человека знают друг друга, другие – нет. Я нашел удобным говорить о такого рода социальных полях как о сетях. Под этим мне видится система точек, некоторые из которых соединены между собой. Точками этой системы являются люди, и линии соединения этих точек указывают, какие люди и как взаимодействуют друг с другом». Здесь Дж. Барнс описывает не что иное, как уже известную на тот период времени социограмму¹.

Д.А. Губанов, Д.А. Новиков, А.Г. Чхартишвили приводят понимание феномена социальной сети на качественном уровне: «Социальная структура, состоящая из множества агентов (субъектов индивидуальных или коллективных, например, индивидов, семей, групп, организаций) и определенного на нем множества отношений (совокупности связей между агентами, например, знакомства, дружбы, сотрудничества, коммуникации)»².

С конца 1990-х гг. получают бурное развитие интернет-сервисы, предоставляющие людям возможности создания виртуальных профилей и коммуникации с другими людьми посредством этих профилей. На первый план выходит понимание социальной сети как интернет-сервиса.

Такая, более узкая, интерпретация понятия «социальная сеть» приводится, например, в работе Д. Бойд, Н. Элисон: «сетевые услуги, которые позволяют частным лицам строить общественные или полупубличные профили в пределах ограничений, наложенных системой, определять список других пользователей, с которыми они могут общаться и делиться информацией, просматривать и связывать их список контактов с другими, созданными пользователями внутри системы».

Таким образом, следует отметить двойственность в трактовке понятия «социальная сеть»: с одной стороны социальная структура, с другой стороны специфическая реализация такой структуры при помощи интернет-технологий.

¹ См.: Barnes John Arundel. Class and Committees in a Norwegian Island Parish // Human relations. 1954. V. 7. P. 39–58.

² Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства / под ред. чл.-корр. РАН Д.А. Новикова. М.: Изд-во физико-математ. лит., 2010. 228 с.

Общность двух толкований рассматриваемого понятия социальной сети раскрывается в научной литературе, где отмечается 21 свойство социальной сети реального мира, которые необходимо учитывать при анализе информационных процессов в социальных сетях интернета. Эти свойства в основном связаны со следующими интегральными характеристиками сети:

отсутствие иерархической организационной структуры и равные стратегические возможности для всех участников;

теоретико-игровые взаимодействия агентов, каждый из которых стремится извлечь выгоду из социальных интеракций, обрести более высокую репутацию, оказаться в конформной ситуации относительно окружения;

субъектность агентов, подразумевающая у каждого участника сети своей системы ценностей (мнения о распространяемой в социальной сети информации), наличия собственного набора стратегий по распространению информации в сети и множества предпочтений на этом наборе (например, бездействовать, распространять информацию, активно препятствовать ее распространению), социального статуса (репутации, показывающей, в какой мере к его мнению прислушивается окружение), отдельного мнения о репутации каждого участника своего окружения, а также уровня конформизма (характеристика, показывающая в какой мере агент склонен жертвовать своим собственным мнением в угоду мнениям окружения);

значимое влияние структуры социальной сети на результаты распространяемых информационных влияний;

возможность образования коалиций агентов.

Кроме характеристик, общих для социальных сетей в широком смысле и для социальных сетей интернета, следует обратить внимание и на существенные **различия**, обусловленные особенностями последних:

формализованность взаимоотношений агентов, предполагающая ограниченный спектр возможных стратегий поведения агента по отношению к окружению, размещение публичных сообщений и направление частных сообщений, комментирование чужих публичных сообщений, добавление других пользователей в друзья, оформление подписок, вступление в группы и пр., все это осуществляется при помощи детерминированных процедур и интерфейсов интернет-сервиса;

нечеткая субъектность и нечеткая активность агентов, обусловленные, во-первых, необязательностью принадлежности профиля социальной сети равно одному реально существующему человеку, равно как и необязательностью принадлежности одного человека равно одному

профилю, во-вторых, наличием в социальной сети большого количества малоактивных или совсем неактивных агентов, например, профилей, принадлежащих умершим людям;

сохранение истории активности агентов, которая совместно с формализованностью отношений позволяет проводить существенно более эмпирически подкрепленные научные изыскания в отношении социальной сети интернета, нежели это было возможно в отношении социальных сетей реального мира.

Таким образом, социальную сеть в понимании интернет-сервиса можно рассматривать как частный случай социальной сети в общем, но с учетом наложенных на нее допущений и ограничений, связанных с технологиями реализации и функционирования.

Иными словами, социальную сеть можно определить как социальную структуру, состоящую из множества индивидуальных или коллективных субъектов и их отношений, таких как знакомства, дружба, сотрудничество и коммуникации. Социальные сети предоставляют пользователю возможность организовать социальные коммуникации и удовлетворить базовые социальные потребности. Одной из причин привлекательности социальных сетей является возможность получения информации от других членов социальной сети, верификации идей через участие во взаимодействиях в социальной сети, получения социальной выгоды от контактов и отдыха¹.

Учитывая описанную выше модель социальной сети и наличие указанных взаимоисключающих, а значит противоборствующих, влияний, можно говорить о ситуации информационного противоборства. Если в ситуации информационного противоборства за каждым из имеющихся влияний стоит некий интересант – центр влияния, то это информационное противоборство разворачивается между данными центрами. Какие цели могут преследовать эти центры?

Логично предположить, что глобально таких целей может быть две: максимизация собственного влияния, т. е. количества участников сети, принявших действие в пользу влияния, инициированного центром; минимизация противоборствующего влияния или противоборствующих влияний. Очевидно, что в реальном информационном противоборстве каждый из центров будет преследовать некоторую композицию приведенных целей. Далее на уровне описания рассмотрим, какими способами центры могут пытаться достигать своих целей.

¹ См.: Саркисян Г.Г., Булгаков С.С. Деструктивное информационное воздействие в сети Интернет: постановка проблемы // Труды Академии управления МВД России. 2023. № 2. С. 138–144.

Элементы стратегического взаимодействия центров информационного влияния в социальных сетях:

1. «Вброс» («посев») собственного информационного влияния. Этими жаргонными терминами описывается первичное появление информационных сообщений, инициированное центром влияния. В терминах рассмотренного описания социальной сети – это манипулирование действиями Т, которые выбирают участники сети, отобранные для осуществления влияния.

2. Блокирование участников социальной сети – представителей противоборствующего влияния. В терминах теории графов изоляция подмножества вершин $V \setminus V'$.

3. Исключение или ослабление связей между участниками социальной сети, в результате чего отдельные сообщения становятся недоступны к прочтению отдельными участниками. В терминах теории графов исключение из графа подмножества ребер $E \setminus E'$ или (в случае ослабления связей) манипулирование весами ребер, принадлежащих к E' .

4. Создание информационного шума, предполагающее со стороны центров инициацию новых «шумовых» влияний, которые снижают вероятность принятия участниками сети истинных изначально иницируемых влияний.

Приведенный перечень элементов стратегий центров информационного влияния, безусловно, можно расширять и детализировать.

Однако совокупности приведенных элементов могут определять те или иные стратегии информационного противоборства. Рассмотрим некоторые, наиболее очевидные из них.

Прямое «честное» информационное противоборство предполагает использование «вбросов» («посевов») с отбором наиболее влиятельных участников социальной сети для их инициации, что позволит в короткие сроки обеспечить большой охват аудитории и за счет этого повысить количество полученных сторонников.

Информационное подавление предполагает со стороны центра блокирование участников сети и исключение связей между участниками с тем, чтобы как можно сильнее снизить эффективность противоборствующих влияний.

Информационное «размывание» предполагает создание одного или нескольких «шумовых» влияний, которые отвлекают внимание участников сети и снижают вероятность их подверженности противоборствующим влияниям. Причем инициация каждого нового «шумового» влияния вновь требует использования «вбросов» («посевов»).

В заключение можно предположить, что в реальных ситуациях информационного противоборства центры прибегают к некоторым комби-

нациям рассмотренных стратегических элементов и, соответственно, формируют некоторые комплексные стратегии.

Актуальной научно-практической задачей сегодня является повышение эффективности рассмотренных стратегических элементов применительно к реальным социальным сетям или отдельным группам пользователей этих сетей. Дело в том, что реализация каждого из описанных стратегических элементов предполагает отбор вершин / ребер социального графа для их задействования в информационном противоборстве либо для исключения из графа, также в интересах достижения целей противоборства.

Однако важно иметь в виду, что цифровая среда, представленная множественными социальными сетями, сайтами, поисковыми системами, мессенджерами, является сферой электронного (цифрового) слеδοобразования, представляющая интерес для реализации целей и задач информационного противоборства. Цифровой след, оставляемый человеком в информационном пространстве, становится с каждым годом все более значительным, и разобраться в таком объеме информации без применения специально созданных систем, таких, например, как система искусственного интеллекта, становится уже невозможно.

В сети Интернет существует множество угроз для общественной безопасности, а злоумышленники используют различные механизмы для их реализации, и социальные сети играют все большую роль в этом процессе, поскольку не только обеспечивают коммуникацию, обмен мнениями и информацией между участниками, но также могут быть использованы для манипулирования личностью, социальными группами и обществом в целом. Кроме того, особо восприимчивые люди могут стать объектами информационного управления и даже использоваться в информационных войнах. Особое место в противодействии негативным информационным угрозам занимает работа в социальных сетях.

Социальные сети используются для воздействия на граждан различными приемами и средствами, от информационных до манипулятивных. Основная цель такого воздействия – управление общественным мнением, настроениями и чувствами граждан, а также трансформация привычных моделей поведения. Социальные сети становятся организующим пространством, где уровень социальной и эмоциональной напряженности групп изменяется в зависимости от потребностей. Негативное мобилизационное воздействие на большие группы людей с помощью социальных сетей можно разделить **на три этапа**.

На первом этапе граждане проявляют интерес к проблеме, которую обсуждают в социальных сетях. Информационная среда формируется с

помощью сообщений, идей и мемов, которые наполняют группу. В результате свободного и открытого обсуждения любой темы гражданская активность увеличивается, а горизонтальные связи внутри группы расширяются и укрепляются.

На втором этапе происходит дальнейшее расширение аудитории группы и повышение посещаемости за счет «эффекта эха» и «кластеризации». Это приводит к более четкому концентрированию информации, содержащей конкретную идею, и развитию коллективного мышления. Внутригрупповые коммуникации начинают управляться, появляются участники, выполняющие определенные роли.

На третьем этапе происходит управление группой, которое включает в себя развитие активных и согласованных форм поведения граждан и их выход за рамки информационного поля. Призывы к коллективным действиям, развитие феномена «группового мышления» и закрепление нужного «образа» в сознании граждан подготавливают их к участию в массовых акциях, митингах, выступлениях и других событиях.

В результате информационной войны и манипуляций группы граждан могут принимать некорректные или опасные решения, которые могут нанести вред обществу. Поэтому важно пропагандировать здравый и критический подход к информации, развивать навыки анализа и проверки источников, а также обучать граждан коммуникативным навыкам и правилам поведения в сети.

Взаимозависимость между организацией сетевого взаимодействия граждан и политическими событиями очевидна. Некоторые политические решения, принятые властью, могут вызвать негативную реакцию среди населения, что нередко используется оппозиционными силами для разжигания конфронтации.

Социальные сети имеют отрицательные последствия не только для общества в целом, но и отдельно взятого человека. Они могут приводить к отрыву от реальности, сужению круга живого общения, а также непродуктивному расходованию времени на бесполезное общение, включая общение с незнакомыми людьми, террористами, что отрицательно сказывается на работе, учебе и личной жизни пользователя.

Но не только это является проблемой. Поскольку социальные сети могут использоваться для информационного управления, то встает вопрос о необходимости обеспечения информационной безопасности. В этом контексте возникает необходимость соблюдения конституционных прав и свобод граждан, связанных со свободным поиском, получением, передачей, производством и распространением информации любым законным способом, свободой массовой информации, гарантий

на свободу мысли и слова. Например, вытеснение отечественных информационных агентств и средств массовой информации из внутреннего информационного пространства и усиление зависимости духовной, экономической и политической сфер и общественной жизни Республики Беларусь от зарубежных информационных структур может стать угрозой для конституционных прав и свобод граждан и национальной безопасности. В этом контексте информационная безопасность, обеспечиваемая в том числе с помощью социальных сетей, должна находиться под постоянным вниманием.

Сегодняшняя переориентация на работу в сети Интернет и приобретение новых практических навыков для борьбы с деструктивными проявлениями является необходимой мерой. Следует развивать национальные информационные ресурсы и стимулировать производство отечественных информационных продуктов, а также обеспечивать доступность и качество информации для граждан.

Кроме того, необходимо проводить просветительскую, образовательную и воспитательную работу среди населения, направленную на повышение культуры информационной безопасности и формирование критического отношения к информации. Еще одним важным аспектом является совершенствование законодательства в сфере информационной безопасности и его более эффективное применение. Нужно ужесточить ответственность за распространение ложной информации и манипулирование общественным мнением, а также улучшить механизмы обеспечения безопасности государственных информационных систем.

В целом решение проблем, связанных с информационной безопасностью, требует комплексного подхода, включающего в себя технические, организационные, информационно-просветительские и правовые меры. Только при совместных усилиях государства, бизнеса и гражданского общества можно обеспечить эффективную защиту от угроз информационной безопасности.

Глава 3

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА

3.1. Основы стратегии современного информационного противоборства.

3.2. Направления информационного противоборства в сети: информационно-техническое и информационно-психологическое.

3.3. Основные технологии информационного противоборства.

3.4. Азбука информационного противоборства.

3.1. Основы стратегии современного информационного противоборства

Существующие реалии постиндустриального общества, которое нередко называют информационным, привнесли много качественных трансформаций в функционирование индивидуумов, социальных групп, народов и цивилизации в целом. Одним из феноменов данной эпохи стали информационные противоборства, которых нередко оказывается в значительной и порой определяющей степени в достижении соответствующих политических, экономических, военных и иных целей определенного субъекта, будь то личность, корпорация, государство или союз государств.

Стремительное развитие инфраструктуры и информационных технологий, а также глубокое проникновение сети Интернет, в особенности социальных сетей (в десяти крупнейших социальных сетях зарегистрировано более 4,5 млрд пользователей, что составляет более 60 % населения Земли), в общество, сформировали новую человеческую и одновременно техническую среду. Речь идет о кибернетическом пространстве¹, работа с которым требует особых информационных технологий противоборства, которые должны быть сверхактуальны и суперсовременны, так как процессы информационного развития поражают своей интенсивностью (искусственный интеллект, метавселенные).

Информационные ресурсы, к сожалению, все чаще стали использоваться объединенным Западом в ущерб интересам человека, общества и

¹ См.: Стадник А.Н., Лозовский В.В. Информационное противоборство: разработка рекомендаций по подготовке военных специалистов по защите от информационных воздействий в киберпространстве // Вестник военного образования. 2021. № 2. С. 33–39.

Республики Беларусь. Информационная война (противоборство) таким образом стала неотъемлемым атрибутом мировых цивилизаций.

Под кибернетическим пространством (киберпространство) понимается глобальная область информационной среды, состоящая из взаимосвязанной совокупности информационных структур, в том числе компьютерной сети Интернет, телекоммуникационных сетей, вычислительных систем, а также процессоров и контроллеров, встроенных в технические средства.

Кибернетическое пространство, не имея границ, покрывает практически всю планету. Оно позволяет отдельным людям, общественным организациям, государственным структурам практически мгновенно устанавливать связь между собой, получать и передавать любую информацию, и что важно, высказывать, по сути, без ограничения свое мнение. Все это отводит кибернетическому пространству, делая его фактически отдельным театром ведения боевых действий, важнейшую роль в процессе информационного противоборства в целом и информационно-психологических воздействий в частности. Последнее подтверждается созданием органов управления ВС США боевыми действиями в киберпространстве, в задачи которых входят планирование и ведение объединенных информационных операций, в том числе проведение психологических операций военного характера, а также разработка и осуществление мероприятий по введению противника в заблуждение относительно истинных планов.

Так, «Республика Беларусь никому не угрожает, наша страна просто хочет жить по собственным правилам, а не по тем, которые разработали где-то за рубежом», в том числе с помощью технологий информационного противоборства. Это подчеркнул генеральный директор Национальной библиотеки Вадим Гигин в эфире ток-шоу «Будни» на «Альфа Радио». И это действительно является своеобразной идеологией нашей национальной стратегии информационного развития и противоборства.

В 2020 г. наблюдался существенный прирост просмотров интернет-сайтов государственных СМИ: так, количество просмотров сайта Белтелерадиокомпания достигло 71 млн (в 2019 г. – 49 млн), сайта ОНТ – 90 млн (в 2019 г. – 39 млн), сайта СТБ – порядка 80 млн (в 2019 г. – 60 млн).

2020 г. для медийной сферы оказался непростым: страну захлестнул поток фейковой информации, на сотрудников СМИ оказывалось психологическое и моральное давление. Этот год многому научил, признал Министр информации Игорь Луцкий и констатировал, что в условиях

информационной войны белорусская журналистика вышла на новый уровень:

«Сейчас никому уже не надо говорить о значении медийной отрасли. События последних шести месяцев – яркое тому подтверждение. Коллективы и редакции лихорадило, некоторые не устояли. Поэтому трижды ценны те, кто смог выстоять и не сломаться. Это время не просто показало, кто есть кто: оно стало временем конкретных журналистов, тех, кто не побоялся открыто демонстрировать свое лицо, временем ярких авторских проектов, временем смелых решений и поступков. Мы увидели, что журналистика в 2020 году стала другой, и нам не надо останавливаться. Мы находимся в острой стадии информационного противоборства, и, может быть, это даже еще не пик...».

Особое значение в текущих условиях приобретает работа в интернете: именно медиапространство сегодня формирует картину мира множества людей, в особенности молодых.

В настоящее время полностью очевидно, что газетам и журналам, как республиканским, так и региональным, надо активно работать в интернет-пространстве, причем не только посредством развития собственных порталов и сайтов, но и на площадках иных интернет-ресурсов. Мы с вами являемся свидетелями того, как буквально в считанные часы телеграм-каналы становились для белорусских граждан источником получения оперативной информации. Некоторые из них прибавляли в численности за месяц на миллион пользователей. Одновременно резко выросло число различного рода фейков. И в этом поединке, к сожалению, государство пока уступает недружественным мессенджерам хотя бы из-за неравенства количества субъектов, осуществляющих руководство и администрирование подобных источников информации. Одним из решений данной проблемы должно стать появление новых государственных сетевых изданий, а также активизация работы министерств, местных органов власти в соцсетях, мессенджерах.

Серьезные задачи возложены и на региональные СМИ: потребителей печатной продукции в Беларуси по-прежнему немало, и каждая районная газета имеет свою аудиторию.

Но, тем не менее, сегодня в число сфер ведения противоборства, помимо земли, моря, воздуха и космоса, необходимо включать информационное пространство, где оружием является информация и борьба ведется за целенаправленное изменение индивидуального и общественного сознания. В современных условиях под информационным противоборством следует понимать «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 для дальнейшего развития, а другие их утрачивают».

Тенденцией последних лет в геополитическом информационном противоборстве является выход на первый план глобальной сети Интернет, социально-технические ресурсы которой позволяют рассматривать интернет как важную составную часть всего идеологического инструментария трансформации мирового и отечественного общественного сознания.

Основываясь на анализе различных точек зрения на природу и виды информационного противоборства, предложенных отечественными учеными, можно дать определение понятию «сетевое информационное противоборство», или «информационное противоборство в сети Интернет», включающее в себя как черты традиционной информационной борьбы, так и особенности их использования в киберпространстве.

Таким образом, сетевое информационное противоборство – это соперничество государств посредством использования информационно-технических ресурсов интернета для воздействия на информационную среду, аудиторию и различные сферы социальных отношений противостоящей стороны с целью установления контроля над источниками ее виртуальных и электронных стратегических ресурсов и достижения информационного превосходства.

И.А. Николайчук рассматривает информационное противоборство в разрезе «информационно-психологических действий» (ИПД), которые опираются на использование прикладных научных знаний из областей, связанных с изучением человека и общества¹. Согласно его концепции, ИПД в организационном плане делится по объекту воздействия на информационные операции и на работу с населением.

В рамках информационного противоборства стратегические информационные операции имеют целью убеждение населения того государства, которое является объектом воздействия. Обязательным условием для успешного проведения подобных акций является социальный опыт граждан «страны-жертвы». Работа с населением предусматривает трансформацию общественного мнения внутри той страны, которая эту операцию проводит. Например, иностранные граждане, не имеющие опыта жизни в Республике Беларусь, склонны некритично воспринимать привносимые в их сознание конструкты, сформированные на основе мифов и стереотипов.

¹ См.: Николайчук И.А. Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России. М., 2015. С. 20.

Как отмечает И.А. Николайчук, в системе генерирования внешних угроз ИПД эффективно работают именно потому, что агрессивно воздействуют на слабо защищенное массовое сознание ввиду имманентно присущих ему свойств информационной обусловленности и манипулируемости. Инструментами доведения информации до социального объекта воздействия в целях манипуляции его сознанием наиболее часто выступают средства массовой информации.

Сетевое информационное противоборство главным образом базируется на тех же закономерностях, носит те же цели и использует те же средства и методы, что и традиционное, однако спецификой сетевой борьбы является глобальность пространственных масштабов информационного влияния. Целью информационного противоборства в сети Интернет является воздействие на общественное мнение всего международного сообщества, стремление склонить его на свою сторону, с помощью пропаганды и контрпропаганды убедить в своей версии событий, результатом чего является завоевание глобального информационного пространства и, в перспективе, достижение глобального информационного доминирования.

3.2. Направления информационного противоборства в сети: информационно-техническое и информационно-психологическое

Опираясь на положение о том, что интернет представляет собой комплексное социотехническое явление, можно определить, что объектами информационного противоборства в сети Интернет являются как социальные, так и технические ресурсы государства. В соответствии с этим выделяются два основных направления сетевого информационного противоборства – **информационно-техническое и информационно-психологическое**. Информационно-техническое противоборство основано на использовании технических средств и различных атакующих технологий на глобальную сеть, а информационно-психологическое, в свою очередь, оперирует методами пропагандистского влияния и манипулирования общественным сознанием.

Рассмотрим подробнее основные технологии ведения информационно-технического противоборства (ИТП) и информационно-психологического противоборства (ИПП) в интернете.

Наиболее часто применяемыми приемами информационно-технического воздействия, способствующими нарушению эффективности функционирования работы сети Интернет, являются:

1) «бомбардировка» сети электронными письмами, представляющая собой одну из форм «виртуальной блокады», поскольку отправка большого количества электронных посланий на один адрес в течение короткого времени затрудняет получение адресатом «легальных» писем из общего их массива и может привести и к нарушению работы обслуживающих серверов;

2) DDOS-атаки, суть которых заключается в генерации огромного числа обращений к выбранному сайту, что приводит к замедлению работы сервера или полному прекращению внешнего доступа к нему;

3) компьютерные вирусы, отличающиеся высокой способностью проникновения в программы, закрепления, размножения в них и вывода их из строя. В ведущемся в сети ИТП используются всевозможные способы внедрения различных видов вирусов и их модификации и разрабатываются специальные «боевые» разновидности компьютерных вирусов;

4) «логические бомбы», «программы-оборотни», «программы-убийцы информации», способные по сигналу уничтожить информацию противника или дезорганизовать работу программно-технических средств;

5) средства внедрения вирусов, логических бомб, программ-оборотней, программ-убийц информации в информационные системы (вирусные пушки, международные компьютерные сети и др.).

В сети Интернет также встречаются и другие специфические нелегальные приемы информационно-технического воздействия:

незаконное вмешательство посторонних лиц в работу компьютерных систем;

хакерский взлом с кражей паролей и рассылка подложных писем;

подмена «неприятельского» веб-сайта посредством кражи доменного имени и т. д.

Как правило, все эти действия связаны с работой так называемых взломщиков-профессионалов, для которых характерны системность и организованность действий (исследование вычислительной системы с выявлением изъянов в ней, разработка программной реализации атаки и непосредственное ее осуществление). При этом атакующая сторона точно рассчитывает рациональность методов взлома защиты компьютерной системы, разрабатывает программы действий, обеспечивающих анонимность атаки, никогда не действуя под собственным именем и тщательно скрывая свой сетевой адрес.

Таким образом, системная подготовка взлома, широкое использование агентурных и оперативно-технических методов, предварительная апробация системы методов взлома и предельно быстрое осуществле-

ние атаки, исключающее возможность зафиксировать факт ее осуществления и принятие контрмер по отражению, выявлению личности и местонахождения атакующего типичны для сетевого информационного противоборства.

В свою очередь, объектами ИПП являются психика отдельной личности (организационные структуры формирования общественного сознания); психологические явления и процессы в социальных общностях различного масштаба, что и обуславливает выбор соответствующих технологий сетевого ИПП.

Одним из вполне легальных способов воздействия на пользователей сети Интернет является распространение пропагандистских материалов с помощью различных технологий привлечения внимания, организации виртуальных групп по интересам, сбора адресов электронной почты для организации массовых рассылок.

Сам по себе сбор электронных адресов также формирует основу проведения целенаправленного воздействия на большие группы людей, поскольку позволяет создавать значительные базы данных с информацией персонального характера, что дает возможность выделять группы влияния и при необходимости высылать им материалы пропагандистского характера. Так, например, в ходе военных конфликтов последних лет широко применяется практика рассылки электронных писем интернет-пользователям, правительственным чиновникам и информационным агентствам, содержащих информацию о результатах бомбардировок и ракетных ударов по гражданским объектам, числе жертв среди мирного населения, заставляя тем самым сомневаться в правильности официальной пропаганды.

Целью таких методик, содержащих «весомые» доводы и аргументы, либо же прямые угрозы, является призыв к действию (оказать помощь в предотвращении применения оружия массового поражения, обозначить местонахождение складов химического, биологического и ядерного оружия «световыми сигналами») или, наоборот, бездействию (не выполнять приказы), путем воздействия на гражданские, патриотические, религиозные чувства пользователей.

Другим способом информационного влияния является размещение в сети специальных сайтов определенной идеологической направленности, освещающих военные операции. Множество таких сайтов, созданных организациями и частными лицами на серверах разных стран, содержат статьи, фото и видеоматериалы с соответствующими комментариями, призывами, а также ссылки на сообщения крупнейших мировых информационных агентств, в которых критикуется политика противоборствующей страны и ее действия в зоне конфликта.

Создание различных виртуальных групп по интересам в сети Интернет также служит легальным способом для проталкивания тех или иных мнений. Образовавшаяся постоянная виртуальная группа свидетельствует о наличии людей, способных к восприятию продвигаемых идей, а рост численности группы показывает эффективность воздействия.

Поэтому важную роль в расширении возможностей манипулирования мнениями людей играют интернет-форумы. Считается, что на форумах звучат искренние мнения, что и обеспечивает высокую степень доверия к ним. Однако сегодня в сети Интернет есть заказчики, готовые финансировать это манипулирование в своих интересах, и исполнители, готовые выполнять подобные манипуляции за деньги или по идейным соображениям.

Еще одним способом сетевого информационного воздействия являются семантические атаки, заключающиеся во взломе страниц и последующем аккуратном (без заметных следов взлома) размещении на них заведомо ложной информации.

Подобным атакам, как правило, подвергаются наиболее часто посещаемые информационные страницы, содержанию которых пользователи полностью доверяют.

В целях осуществления информационно-психологического воздействия противоборствующие стороны также используют специальный вид хакерства. Это так называемые хакеры-«вербовщики», которые широко применяют методы социальной инженерии, уделяя повышенное внимание манипулированию людьми и созданию программируемой модели поведения человека. Они используют и целенаправленно формируют факторы, способные привести к сознательному или неумышленному соучастию в разрушении систем информационной защиты населения государства. Такими факторами могут послужить неудовлетворенность основной части населения социальным статусом или материальным положением, формирование политико-идеологических, нравственных, религиозных ориентаций, противоречащих установкам государства, и т. д.

Все вышеперечисленное говорит о применении технологий «контроля сознания», т. е. сознательном насильственном управлении психикой и поведением человека, психологическом воздействии посредством скрытого побуждения людей к совершению определенных действий (в пользу манипулятора), с использованием ненасильственного (насильственного) внедрения убеждения или техники модификации поведения.

Все эти технологии ведения сетевого информационного противоборства, активно используемые в современных конфликтах, в перспективе могут представлять собой реальную угрозу сетевой информационной

экспансии Республики Беларусь со стороны более развитых в информационном плане стран и коалиций. Возникает прямая необходимость оптимизации государственной политики по отношению к интернету, а также необходимо совершенствование имеющихся и применения новых стратегий ведения информационного противоборства в сети Интернет по двум основным направлениям: информационное воздействие, информационное противодействие, в первую очередь в интересах государственного управления, информационной защиты и обеспечения психологической безопасности белорусского населения.

Актуальность изучения внешних угроз и способов их нейтрализации возрастает, в научной среде появляются все новые исследования, посвященные анализу информационного пространства в контексте противоборства.

Значительный методологический и содержательный интерес к вопросам данного круга обусловлен серьезными социально-политическими последствиями для страны и (или) политической фигуры, оказавшейся в фокусе информационных манипуляций. При этом моделирование обобщенной сети концептов (которые и являются основой информационной кампании) количественными методами на большом массиве данных представляет определенную сложность с точки зрения методологии и использования статистического инструментария.

В настоящее время исследователи чаще всего используют методы сетевого анализа в сочетании с лингвистическим и математическим анализом, которые могут быть адаптированы для решения различных по содержанию задач. Следует отметить, что в практической деятельности выявлению тенденций в сфере информационных угроз, в том числе персонифицированных, способствует обращение к автоматизированным системам, которые обрабатывают большой объем публикаций СМИ и генерируют результаты. Подобные примеры имеются в российском опыте, они описаны в специальной литературе¹.

Вместе с тем потребность в совершенствовании методических подходов сохраняется, и ниже мы представим один из примеров эффективного решения данной задачи. Для организации работы по выявлению, мониторингу и анализу результатов совокупности проектов информационного противоборства Российский институт стратегических исследований в 2010-м г. разработал специальную информационно-аналитическую систему (ИАС), которая давала возможность усовершенствовать

¹ См.: Николайчук И.А. Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России. С. 29.

процесс накопления исходных данных. Функционал системы предусматривал выбор из мирового информационного потока значимых публикаций о России, их разметку по динамическому предметному рубрикатору, определение тональности публикаций (позитивная, негативная или нейтральная).

Один из важнейших критериев – «индекс агрессивности» – был введен для определения уровня информационной напряженности и обстановки. Ежедневные обзоры подобного рода составляли примерно 16-полосный номер современной качественной газеты. Основными пользователями ИАС являлись Администрация Президента Российской Федерации и Министерство иностранных дел Российской Федерации. Довольно быстро процесс подсчета публикаций мировых СМИ, определения их тональности и выведения итогового результата на основе полученных данных оформился в особый метод, который обрел прикладной дисциплинарный статус и тем самым дополнил совокупность методов политических и социальных наук. Речь идет о политической медиаметрии. Согласно определению разработчиков, это комплексная методика анализа зарубежных СМИ, ядром которой является исследование актуальных политических и социальных процессов в мире на основе индикаторов, учитывающих количественные характеристики совокупности упорядоченных во времени публикаций бумажной, эфирной и сетевой прессы.

Прогнозируя дальнейшее развитие медиаметрического метода, следует отметить, что его возможности могут быть использованы как на микроуровне (для анализа условий медийной активности политиков, новых подходов к вопросу функционирования СМИ, в том числе с позиции экспертной оценки и влияния на аудиторное восприятие), так и на макроуровне (для отображения динамики развития внешнеполитической ситуации с целью корректировки стратегии информационной политики). В исследовательской среде методика оценки уровня информационной напряженности с точки зрения применения «индекса агрессивности» продолжает развиваться¹.

Но тем не менее в мировом опыте информационного противоборства существует множество современных технологий информационного противоборства, не ограничиваясь лишь методами медиаметрии.

¹ См.: Лабуш Н.С. Индекс агрессивности как критерий информационной войны // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения : материалы 57-го междунар. форума, 19–20 апр. 2018 г. : в 2-х т. / отв. ред. В.В. Васильева. СПб., 2018. Т. 1. № 2. С. 285–286.

3.3. Основные технологии информационного противоборства

Говоря о современных технологиях информационных противоборств, обратимся к анализу наиболее используемых не с точки зрения их качественности, но – эффективности. Например, дезинформация как технология куда «умнее» (т. е. насыщеннее смысловыми и аналитическими конструкциями, разносторонностью, содержательностью, долговременностью и т. д.), чем фейк. Но именно сегодня фейк является наиболее употребляемой технологией при всей его примитивности, ибо современное общество в силу деградации когнитивного и интеллектуального восприятия действительности «впитывает» именно такие фальсификации¹.

Очевидно, что технологии – основные ресурсы любого процесса. Применяя совершенные и эффективные технологии, можно быть уверенным в успешном результате процесса, и наоборот. В информационных войнах, особенно в условиях функционирования глобального информационного сообщества, используемые технологии непременно должны быть совершенны, как при подготовке контентов, так и в их ретранслировании на целевые аудитории.

Мы охарактеризуем наиболее встречающиеся технологии информационных противоборств, применяемых в настоящее время.

Фальсифицированная информация (fake) – это информация, в которой наряду с достоверными фактами, событиями, сведениями и явлениями содержатся недостоверные. Недостоверные факты, события, сведения и явления при этом являются следствием не ошибочности, недосмотра или некомпетентности автора материала, а сознательно вносятся в материал, т. е. умышленно.

Фальсифицированная информация всегда строится на определенной дозировке достоверной и надуманной информации. Степень подобной дозированной бывает различной, и все зависит от конкретной ситуации и конкретных целей в каждом случае.

Фальсифицированная информация из всех видов негативной информации является самой специфической, требующей самого серьезного осмысления и аналитического разбора, потому что данный вид негативной информации наиболее эффективно способен нанести ущерб имиджу (репутации) субъекта. Добротной изготовленная фальшивка может создать определенное общественное мнение или скорректировать его в интересах заказчиков и исполнителей фальсификации.

¹ См.: Марков А.А., Краснова Г.В. Интернет как актуальная угроза информационной безопасности личности // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. Периодический научный журнал. 2018. № 2. С. 102–109.

Практически любой фальсифицированный материал начинается достоверными сведениями. Делается это намеренно, чтобы создать иллюзию того, что автор обладает необходимыми собранными данными и преисполнен желанием объективно отразить тему материала. Опираясь на реальные и вымышленные факты в конструкции материала, достаточно легко создать окончательную убедительную картину для непосвященного (неознакомленного со спецификой, нюансами и особенностями деятельности субъекта) читателя, слушателя или зрителя.

Пример. *После известного случая со сбитым над Донецкой областью малайзийским самолетом МН-17 сначала в соцсетях, затем на ряде украинских, а вслед – и рядом европейских телеканалов была показана частная съемка свидетеля, запечатлевшего едущий по населенному пункту военный комплекс «Бук» (именно подобному комплексу приписывалась главная версия уничтожения лайнера). Сопровождающий данное видео текст во всех случаях его демонстрации утверждал, что этот комплекс едет по территории ДНР, и это доказательство, что именно он и стрелял по самолету. На деле же все снова оказалось фальшивкой. На две секунды в кадре, где движется «Бук», на заднем плане появляется рекламный щит некой продукции, где отчетливо виден адрес (название населенного пункта, улицы и т. д.) производителя. Оказалось, что это – территория Украины. После обнародования этого факта ролик исчез с экранов.*

Подобные технологии в настоящее время стало модно называть фейками (от англ. fake). Именно такие технологии, основанные на вставках в информационный материал вымышленных и ложных сведений, делают их чрезвычайно опасными в отношении противодействующих субъектов, что требует немедленного и надлежащего контрреагирования. В противном случае у целевых аудиторий вполне может создаться соответствующее мнение, которое способно при отсутствии или плохой контрреакции превратиться в стереотипное представление, бороться с которым чрезвычайно тяжело и малопродуктивно.

Технологии использования VIP-персон. Подобные технологии рассчитаны на эффективность восприятия массовой аудиторией высказываемых сообщений, утверждений, фактов и т. д., лицами, имеющими высочайший уровень востребованности. К таковым можно отнести топ-руководителей (главы государств, премьер-министры, министры обороны, чиновники соответствующих ведомств и пр.), а также известных или знаменитых персон (общественные деятели, спортсмены, актеры, писатели и др.). Суть заключается в том, что произносимые ими позиции, утверждения, сведения или факты априори не нуждаются в подтверждении доказательствами, учитывая их социальный статус. Потребитель информации подсознательно считает, что если «это» говорит

президент страны, значит это правда, потому что кому, если не ему, известна соответствующая конфиденциальная информация и секретная подспудность произносимого утверждения. Так, опять же сразу после известия о сбитом малайзийском самолете, президент США Б. Обама и президент Украины П. Порошенко гласно заявили об уверенности в том, что самолет был сбит при участии России боевиками армии ДНР. Доказательств не привели. Но на фоне всеобщего потрясения данным случаем эти выступления сыграли ведущую роль в создании антироссийского вектора общественного мнения.

Стоит принять в расчет и существующую де факто определенную инфантильность и легковерность западных европейцев и тех же англичан к восприятию информации из официальных источников, разворачиваемых затем в СМИ как информационной кампании. Это связано с доверием к своей прессе на генном уровне, привитом демократическими ценностями прошлых столетий. Поэтому рациональное мышление, предполагающее аналитическую работу мозга, у большинства обывателей не срабатывает, когда речь идет о восприятии информации от официальных лиц, которую «помогают» верно усвоить профессиональные специалисты массмедиа.

В современном информационном противоборстве значение VIP, как технологических элементов, нужно понимать и воспринимать как одно из самых серьезных в достижении целей участников такого противоборства. Целевая группа усваивает слова своих лидеров и кумиров куда быстрее, чем осознает их степень достоверности. И формирует свое отношение на основании мнений и предпочтений данных субъектов легко и бесповоротно. Особенно это касается молодых аудиторий, имеющих своих обожаемых кумиров, которым верят безоглядно, и готовы «провернуть» свое сознание и мировоззрение в ту сторону, в которую указывает соответствующий лидер. Убедиться в этом можно просто просмотрев количество подписчиков в социальных сетях тех или иных обожателей. Счет идет на миллионы человек. И многие из них, обладая клиповым, а не аналитическим мышлением, будут совершенно глухи к любым доводам разума, более того – будут отвергать их, если они противоречат взглядам и позициям своего кумира.

Следующая технология – highly likely – становится сегодня самой деликатной и при этом весьма эффективной формой формирования общественного мнения не доказательной базой события, а его версификацией, допустимостью, возможностью. Важнейшим остается уровень социального статуса VIP. Но при этом данное лицо как бы обеспечивает себе необходимую безопасность, в случае если вскрыется обман. И виновность его резко уменьшается – оно ошиблось, допуская. Это куда

удобнее для политика, нежели чем, оно ошибалось – утверждая. В последнем случае цена такой ошибки может стоить карьеры, в первом же – легкого общественного порицания. Поэтому highly likely, на наш взгляд, будет и дальше развиваться, модифицироваться и совершенствоваться, и станет очень действенным приемом и даже методом при использовании технологии VIP.

IT-технологии. Уже сегодня интернет в медиaprостранстве становится реальной конкурирующей силой традиционным информационным и коммуникационным средствам. В информационном плане мы вообще становимся свидетелями возникающей конкурентной конфронтации между интернет-коммуникаторами и традиционными СМИ. Показательна в этом плане предвыборная кампания на пост президента США в 2016 г., между Хилари Клинтон и Дональдом Трампом, где в пользу первой была задействована вся могущественная индустрия традиционных СМИ – печатных изданий, радио и телевидения (в том числе, известнейших медийных брендов – CNN, NBC, The New York Times, The Washington Post и др.), а в пользу второго – интернет-коммуникаторы, прежде всего Facebook и Twitter). Роль IT-технологий в информационных войнах чрезвычайна.

Именно высокая технологичность, заложенная в механизмах и способах ведения информационных войн, определяет ее коэффициент полезного действия. Сегодня в информационной войне задействованы технологии, воздействующие не на общество в целом, а на индивидуальность, на ее зомбирование, так как соответствующая обработка личности, особенно незрелой, помогает создавать из таких личностей целевые группы (например, сообщества в социальных сетях), и затем через такие целевые группы с активной установкой воздействовать на общество, формируя в нем надлежащие позиции и модели поведения. Результат такой IT-стратегии мир уже видел в 2011 г. в событиях на площади Тахрир в Египте, иначе говоря – в государственном перевороте в этой стране. Это была первая электронная революция в мире. Переворот, совершенный с помощью IT-коммуникаторов.

Востребованность в IT возникает не только из-за его коммуникационных преимуществ, но и – соблазнов. Одним из таких соблазнов является простота и легкость собственного самоутверждения.

Эта кажущаяся демократизация медиaprостранства предельно упрощает появление такой интернет-продукции, которая способна формировать асоциальные ценности, корректировать существующие онтологические приоритеты, отуплять, оглушать, пропагандировать девиантность поведения. Учитывая, что в глобальном интернет-мире

сложно отследить адресность создателя того или иного контента. Он вполне может быть за пределами любой страны, на которую проецирует свои материалы. Логично предположить, что используя притяжение к интернету, прежде всего несовершеннолетних, с помощью такой массовой продукции можно формировать соответствующие общности примитивных особей, индифферентных к окружающему миру, отрицательно настроенных к своей стране, духовно ущербных, склонных к мутации сознания, негативным и криминальным деяниям, к суициду и пр. При этом инициатор вброса подобных контентов, которые при умелой их подаче активно впитываются потенциальными аудиториями, анонимен, но вот нравственный и духовный удар реален.

Жуткий пример касается интернет-квеста «Синий кит». По смыслу этой квазиигры необходимо было выполнять в течение 50 дней различные задания. Началом игры являлся момент, когда пользователь (как правило, подросток) на страницах в социальной сети обнаруживал хештеги #Синийкит, #Явигре, #Хочувигру, #Разбудименяв420. После этого с подростком связывался так называемый куратор и давал задания игроку. Сами задания представляли собой набор бессмыслиц, например, – «вырежи на руке ножом f57», «сходи на крышу и постой на краю», «изобрази свой суицид». При этом нужно было проиллюстрировать как подтверждение выполнения задания фото или видео. Последнее задание содержало в себе инструкции, как следует совершить суицид реально. Одумавшихся и желавших выйти из игры запугивали расправой над ними или родителями и т. д., в результате – десятки детских жертв. Опасность этой игры, к сожалению, поздно была осознана властями нашей страны, а ее международная угроза по-прежнему актуальна, именно поэтому, например, в Индии, временно заблокирована российская соцсеть «ВКонтакте». Подобных примеров, к сожалению, много. Все они свидетельствуют о реальной серьезной угрозе информационной безопасности личности, прежде всего – формирующейся личности, выражающейся в ее деформации и подмене ее естественных интересов в информационной сфере и направленной на ее психофизическое и социальное самочувствие. Это весьма коррелируется возможностями информационного воздействия.

Эффективно используемой технологией в целях создания информационного деструктивного поля может служить так называемая **технология ботов**. Изначально в создании ботпрограмм закладывалось позитивное значение, т. е., с помощью такой программы пользователь может взаимодействовать и общаться в своих интересах, боты активно используются как автоматические регистраторы во многих учреждении-

ях, они способны расшифровывать сообщения в мессенджерах, а также выполнять действия на основе полученных сообщений (чат-бот). Среди известных мессенджеров (коммуникаторов) – Telegram, Facebook, Slack. Активно пользуются в этом плане чат-ботами в Беларуси (Viber). Вместе с тем, если руководствоваться целями и задачами информационного деструктива, то боты могут выполнять совершенно иную – манипулятивную – функцию, суть которой заключается в формировании искаженных сведений и данных по соответствующему контенту, событию, дате, действию и пр. Для этого создается, если так можно сказать, сеть ботов, которые могут находиться в «замороженном» состоянии, а при необходимости включаться и создавать якобы общественное мнение по соответствующему поводу. С помощью таких ботов можно получить оценочное представление вымышленных абонентов с позитивным или негативным отношением к конкретному субъекту или его действию.

Trolling-технологии. Данные технологии стали достаточно популярны в нынешнем веке. Суть их заключается в формировании среди целевой аудитории соответствующего оценочного отношения к выбранному в качестве «троллинга» субъекту путем использования характеристик в отношении его действий (деятельности, высказываний, поступков и т. д.), образа (внешнего вида, морально-нравственных позиций, исповедуемых принципов и идеологией и т. д.) и пр. Trolling применяется в обычных коммуникациях между индивидуумами и группами, сообществами и организациями нередко в качестве розыгрыша, так называемых приколов, а также намерения поддеть, раздражить, активизировать на ответные действия противоположную сторону. Именно «брутальность» используемых средств (словесные контенты, фотоиллюстрации, анимация, видеосюжеты, рисунки, аудиоматериалы, мемы и т. д.) и их качество способны привлечь массовый интерес, так как чисто психологически у людей всегда повышенное внимание к необычным, скандальным, оригинальным вещам. Разумеется, в информационных противоборствах подобные технологии не могут быть не востребованы.

Ярким примером использования trolling-технологии является возникшая в 2017 г. в результате острого политического конфликта между КНДР и США информационная схватка, выразившаяся в том числе в яростной словесной пикировке между лидерами этих государств – Ким Чен Ыном и Дональдом Трампом. Участники этого «поединка» давали нелестные характеристики друг другу, порой доходя до крайности в описаниях внешнего вида, действий, образа мышления и пр. противника. В определенной мере создавался портрет обоих лидеров в зависимости от предпочтений соответствующих целевых аудиторий.

Относительно новое явление в медийной сфере и несколько от него обособленное – **пранкеры**. Имитируя ту или иную персону (предпочтительно со статусом VIP) для коммуникации с аналогичной личностью, первоначально идея этой затеи состояла в приколе, выложенном в сеть. Иными словами, некая шутка, забава, подтрунивание. Со временем эта забава стала достаточно эффективной формой получения конфиденциальной информации со всеми вытекающими последствиями, нередко используемая в контрдействиях в информационном противоборстве. Очевидно, когда ничего не подозревающий собеседник полагает, что он делится информацией с известным, скажем, политиком или государственным деятелем, он способен позволить себе вольность или даже раскрытие самой запрещенной к публичности информации. Таким образом, общедоступными становятся истинные намерения и цели участников информационного противоборства. Из российских пранкеров стоит выделить наиболее известных своими разоблачениями и скандалами Вована и Lexus. Их удивительная способность к актерской и политической мимикрии оказалась весьма эффективной в раскрытии многих тайн и ставшие затем конфузами откровения многих известных политиков и руководителей высшего уровня. В любом случае пранкеризм – не совсем моральная или нравственная, но достаточно эффективная, хотя и особая форма медийного противодействия в информационной войне.

Разумеется, вышеизложенным не определяется перечень современных технологий информационных войн. Так, мы не стали описывать технологии хакерства, весьма интересные технологии создания фетиша (наглядный пример – Зеленский) и пр., что не позволяет ограниченность формата данной работы. Подводя итог, мы можем констатировать, что использование в информационном противоборстве выбранных технологий в огромной степени способствует эффективности в реализации целей и задач данного противоборства всеми его участниками.

Выбор тех или иных технологий определяется имеющимися и привходящими обстоятельствами, особенностями, конъюнктурой и спецификой на «полях сражений», и умение оперативно менять технологии также повышает оптимальность их реализации. В равной степени это же относится и к контрреагированию в информационной схватке.

3.4. Азбука информационного противоборства

С точки зрения истории справедливо отметить, что одной из первых попыток систематизации приемов информационного воздействия на массовое сознание с помощью пропаганды явилось описание в ряде

зарубежных и отечественных источников технологий стереотипизации и «большой лжи», а также выделение следующих основных приемов информационного противоборства (воздействия), достаточно широко известных специалистам как «азбука пропаганды»:

«приклеивание или навешивание ярлыков» (name calling);
«сияющие обобщения» или «блистательная неопределенность» (glittering generality);
«перенос» или «трансфер» (transfer);
«ссылка на авторитеты», «по рекомендации», «свидетельства» или «свидетельствование» (testimonial);
«свои ребята» или «игра в простонародность» (plain folks);
«перетасовка» или «подтасовка» карт (card stacking);
«общий вагон», «общая платформа» или «фургон с оркестром» (band wagon)¹.

1. **«Приклеивание или навешивание ярлыков».** Этот прием заключается в выборе оскорбительных эпитетов, метафор, названий, названий – так называемых ярлыков – для обозначения, наименования человека, организации, идеи, любого социального явления. Эти «ярлыки» используются для дискредитации человека, его идей и предложений, учреждения, социальной группы или предмета, вызывая в сознании окружающих эмоционально неприятное мнение и связывая с плохой (нечестной и социально отвергаемой) деятельностью.

2. **«Сияющие обобщения» или «блистательная неопределенность».** Этот прием заключается в замене названия, обозначения определенного социального явления, идеи, организации, социальной группы или конкретного человека более общим родовым именем, которое имеет положительную эмоциональную окраску и вызывает доброжелательное отношение окружающих. Он основан на эксплуатации положительных чувств и эмоций людей к определенным понятиям и словам, например, таким, как «свобода», «демократия», «патриотизм», «содружество», «мир», «счастье», «любовь», «успех», «победа», «здоровье» и т. д. Позитивно вызывающий воспоминания слог используется, чтобы побудить людей принять курс действий, который принесет пользу им самим, их сообществу или их организации.

3. **«Перенос» или «трансфер».** Суть данного приема заключается в искусном, ненавязчивом и незаметном для большинства людей распространении авторитета и престижа того, что ими ценится и уважается, на то, что ей преподносит источник коммуникации. Использованием

¹ См.: Семь основных приемов информационно-психологического воздействия или «азбука пропаганды». URL: <https://psy.bobrobro.ru/34393> (дата обращения: 18.10.2023).

«трансфера» инициируются ассоциации, формируются ассоциативные связи преподносимого объекта с кем-либо или чем-либо, имеющим ценность и значимость у тенденции развития науки и образования окружающих. Используется также и негативный «трансфер» посредством побуждения к ассоциациям с явно отрицательными понятиями и социально неодобряемыми явлениями, событиями, действиями, фактами, людьми и т. д. Он используется для дискредитации конкретных лиц, идей, ситуаций, социальных групп и организаций.

4. **«Ссылка на авторитеты», «по рекомендации», «свидетельства» или «свидетельствование».** Суть данного приема заключается в том, чтобы осуществить манипулятивное воздействие с помощью различных цитат авторитетных людей. Таким образом, если нам необходимо, к примеру, вызвать у объекта влияния отрицательную реакцию, то ставятся в пример те авторитетные личности, которые могут спровоцировать соответствующую реакцию. Используемые высказывания обычно содержат оценочные суждения в отношении людей, идей, событий, программ, организаций и выражают их осуждение или одобрение. Таким образом, у человека как объекта манипулятивного воздействия инициируется формирование соответствующего отношения – эмоционально-позитивного или отрицательного.

5. **«Свои ребята» или «игра в простонародность».** Иногда также используются такие названия, как «рубаха-парень», «простонародность» и «простой». Цель этой стратегии состоит в том, чтобы заставить слушателя почувствовать, что он или она находится рядом с близким по духу человеком, и убедить слушателя в том, что говорящий заслуживает доверия и что его или ее идеи, предложения и заявления имеют силу, потому что выступающий перед публикой является представителем простого народа. Цель этой стратегии – повлиять на людей, чтобы у них сложилось благоприятное впечатление о цели рекламно-информационного продвижения, или «человеке из народа», посредством использования тщательно продуманной пропагандистской кампании.

6. **«Перетасовка» или «подтасовка» карт.** Прием включает в себя выбор положительных или негативных доказательств и аргументов и игнорирование или преуменьшение значения другой стороны. Его основная цель – продемонстрировать приемлемость или неприемлемость конкретной точки зрения, программы, идеи и т. д., представляя только одну сторону зрения.

7. **«Общий вагон», «общая платформа» или «фургон с оркестром».** При использовании данного приема осуществляется подбор суждений, высказываний, фраз, требующих единообразия в поведении, создающих впечатление, будто так делают все. Сообщение, например,

может начинаться словами: «Все нормальные люди понимают, что...» или «Ни один здравомыслящий человек не станет возражать, что...» и т. д. В результате «общей платформы» человек с большей вероятностью поверит, что подавляющее большинство людей в определенном социальном сообществе, с которым он себя отождествляет или чье мнение имеет для него значение, принимают набор постулатов или принципов или одобряют его.

В технологиях информационного противоборства применяется множество других приемов, которые также имеют высокую эффективность воздействия на людей.

1. **«Осмеяние».** При использовании этой технологии осмеянию могут подвергаться как конкретные лица, так и взгляды, идеи, программы, организации и их деятельность, различные объединения людей, против которых идет борьба. Выбор объекта осмеяния осуществляется в зависимости от целей и конкретной информационно-коммуникативной ситуации.

2. **«Метод отрицательных групп отнесения».** Технология пользования этим методом, независимо от содержания взглядов и идей, одинакова. В каждом случае утверждается, что данная совокупность взглядов является единственно правильной. Все те, кто разделяет эти взгляды, обладают какими-то ценными качествами, в определенном плане лучше тех, кто разделяет другие (часто противоположные или принципиально отличные от пропагандируемых).

3. **«Повторение лозунгов» или «повторение шаблонных фраз».** Прежде всего для того, чтобы этот прием был эффективным, необходим броский «соответствующий слоган» или короткая фраза, созданная для того, чтобы привлечь внимание читателя или слушателя и вызвать эмоциональный отклик. В его построении используются психолингвистические приемы, в частности символическая нагрузка фоном (мельчайших значимых единиц языка) в выбранных словах. Идея стратегии «повторение лозунгов» заключается в том, что аудитория не остановится, чтобы задуматься, верна ли эта фраза, или верны ли конкретные слова.

4. **«Эмоциональная подстройка».** Эту технологию можно определить, как способ создания настроения с одновременной передачей определенной информации. Настроение создается сочетанием факторов социальной обстановки (соответствующая внешняя обстановка, определенное время суток, освещение, световые стимуляторы, различные театральные формы, музыка, песни и т. д.). При этом передаются важные данные, но принимаются меры по ограничению объема передаваемой информации. Наиболее распространенными местами для применения такой технологии являются исполнительское искусство, телевизионные игровые и шоу-программы, религиозные (культовые) собрания и т. д.

5. **«Продвижение информации через медиаторов».** Исследования показывают, что эта техника основана на концепции, согласно которой процесс восприятия важной информации, в частности конкретных ценностей, мнений, идей и суждений, обычно имеет двухэтапный характер. Это означает, что люди, которые наиболее важны для человека, часто оказывают большее влияние, чем сами средства массовой информации, с точки зрения формирования его восприятия и убеждений. В различных контекстах и для различных социальных групп и слоев роль посредника (медиатора) могут играть неформальные лидеры, политики, представители религиозных конфессий, деятели культуры, ученые, художники, спортсмены, военные и т. д. Прямая или косвенная критика лидеров и текущих событий, разбросанная по развлекательным программам и интервью, помогает добиться желаемого эффекта на подсознательном уровне человеческого разума.

6. **«Мнимый выбор».** Методология данной технологии заключается в том, что слушателям или читателям сообщается несколько разных точек зрения по определенному вопросу, но так, чтобы незаметно представить в наиболее выгодном свете ту, которую хотят, чтобы она была принята аудиторией.

7. **«Инициирование информационного противоборства».** Инициирование вторичной информационной волны, суть которой заключается в проведении пропагандистской кампании с принудительным освещением в различных средствах массовой информации, является одним из эффективных методов информационного воздействия на огромные группы людей. Возможно, что не содержание самой акции, а ее освещение в определенных СМИ сделано таким образом, что вызывает ремарки большого количества СМИ на оригинальные сообщения, тем самым усиливая силу информационно-психологического воздействия. При этом генерируется основная информационная волна, состоящая из первоначального распространения сообщения по нескольким медиаплатформам.

Основная цель использования этой стратегии – создание вторичной информационной волны на уровне межличностного контакта путем инициирования соответствующих дискуссий, оценок и появления соответствующих слухов. Все это способствует достижению и улучшению информационно-психологического воздействия на целевую аудиторию.

Нельзя сказать, что вышеупомянутые стратегии и тактики способны убедить подавляющее большинство людей в чем-либо. Конечно, при их поддержке можно добиться значительных результатов, особенно если это делается по тщательно разработанной и долгосрочной программе с привлечением высококвалифицированного, компетентного персонала. Знание технологии манипулятивного воздействия и наличие опыта це-

ленаправленной социально-психологической защиты значительно снижает воздействие манипулятивных тактик, как простых, так и изощренных, на информированную аудиторию, обладающую некоторым опытом целенаправленной социально-психологической защиты.

8. **«Слухи»** как технология информационного противоборства. Поскольку реализация этой технологии является результатом комбинации методов, представляется целесообразным рассматривать ее как отдельную методику. Для развития и распространения слухов также необходимы разнообразные социально-психологические условия. Уже довольно давно ученых интересует изучение психологических факторов, лежащих в основе создания и распространения слухов. Воздействие от распространения дезинформации обычно временное, и то в то время, когда реализуется пропагандистский эффект в условиях дефицита информации. Подсознание человека настроено в первую очередь воспринимать именно то, что он ожидает, и эксперименты, проведенные экспертами, показали, что природа этих искажений тесно связана с общественными взглядами, которые имеют люди, так называемыми antecedentes факторами (т. е. временными). Динамика между людьми и природа их систем восприятия и коммуникации играют роль в формировании степени искажения истины. Целью системы слухов является влияние на общественное мнение и распространение любой информации среди населения. Можно продвигать «темы», снижающие рейтинг оппонента, или отыгрывать клеветнические материалы с помощью слухов. Через сеть Интернет, используя технологию «слухи», задаются информационные поводы, которые в дальнейшем отыгрываются в СМИ. Например, «Население говорит, что..., а правда ли это?» Существуют и другие формы, но все зависит от слуха и от того, что конкретно преследовалось при его создании и распространении.

9. **«Организованный хаос»** как технология информационного противоборства. Она эффективна при применении как относительно государств, так и цивилизаций. Цель этой технологии – заставить противника почувствовать себя перерожденным в своей новой роли «осваиваемого пространства и ресурса». Все то, что делает нацию нацией, народ народом, а цивилизацию (эту особую и высшую форму человеческого сообщества) цивилизацией, может быть стерто и возрождено, что делает это самым страшным из всего спектра технологий и новейших операционных средств информационной войны. Основной технологией смены знака национальной культуры является придание всем явлениям жизни и культуры товарной (отчуждаемой, обменной) формы, что ведет к превращению всех прежних национальных святынь и ценностей в прозаический товар. Все исторические традиции и сама история народа

(объекта осваивания) подвергаются осмеянию, оглуплению и иронической интерпретации.

Главными технологиями по заявлению прав народов внутри собственной страны, в том числе их права выступать в качестве полноправного политического суверена и единственного легитимного источника власти, являются:

- 1) насильственная (принудительная) люмпенизация (процесс превращения кого-либо в пролетария);
- 2) «кланирование» политической жизни страны;
- 3) всемогущество «административного ресурса власти», при котором воля народа ей просто неинтересна, так как власть может всегда получить необходимый ей результат.

«Кланирование» населения страны приводит к тому, что выживать будут только члены кланов. Они же и будут продвигаться по жизни, как правило, в иерархии собственных кланов. Борьба кланов (их представителей и лоббистов) заменяет борьбу политических партий, т. е. представительную народную демократию. В этом случае оказывается ненужным и сам народ как основной носитель политической суверенности и единственный источник легитимности власти.

Эффективным методом внедрения технологии «организованного хаоса» и предпосылкой ее эффективности является снятие у нации (и ее элиты) знания и ощущения ведущейся против страны войны. Таким образом, становится очевидно, что на сегодня существует достаточно большое количество методов информационного противоборства.

При этом мы можем отметить тот факт, что информационное противоборство в современных условиях активно переходит в сеть Интернет и интернет становится его основной «ареной». Сетевое информационное противоборство главным образом базируется на тех же закономерностях, носит те же цели и использует те же средства и методы, что и традиционное, однако спецификой сетевой борьбы является глобальность пространственных масштабов информационного влияния. Целью информационного противоборства в сети Интернет является воздействие на общественное мнение всего международного сообщества, стремление склонить его на свою сторону, с помощью пропаганды и контрпропаганды убедить в своей версии событий, результатом чего является завоевание глобального информационного пространства и, в перспективе, достижение глобального информационного доминирования.

Опираясь на положение о том, что интернет представляет собой комплексное социотехническое явление, можно определить, что объектами информационного противоборства в сети Интернет являются как социальные, так и технические ресурсы государства.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интенсивное внедрение информационных технологий, рост удельного веса безопасности информации в обеспечении национальной безопасности государства привели к тому, что информационный ресурс становится одним из главных богатств страны.

Превращение информации в товар привело к резкому обострению международной конкуренции за обладание информационными рынками, технологиями и ресурсами, а информационная сфера в значительной мере определяет и эффективно влияет на состояние экономической, оборонной, социальной, политической и других составляющих национальной безопасности страны. Возросшее и принимающее все более острые формы за последние годы соперничество в информационной сфере позволяет назвать это соперничество информационным противоборством. В связи с переходом от силовых методов борьбы к несиловым, мягкой силе и сетевым войнам изменился характер воздействия. Сегодня главным оружием является информационное влияние с целью подрыва государственного суверенитета.

Современная социология управления концентрирует усилия на внимании государственной службы и общества к тем явлениям, которые ставят под угрозу существование суверенного государства, – депопуляции, информационной войне, растущим межэтническим напряжениям, масштабной бедности, внутренней «утечке мозгов», ослабляющей систему образования. Соответственно, возможностью для продолжения стратегического научного социологического изучения механизмов и технологий является формирование моделей повышения коллективной и индивидуальной устойчивости при принятии решений в таких ситуациях или условиях неопределенностей, которые задают массовую необходимость индивидуальной синкретичной или интегративной деятельности¹.

В условиях попыток разложения государственности посредством использования информационных средств актуальной задачей для государственной власти становится расширение влияния белорусских СМИ на международной арене. Одним из эффективных элементов системы противодействия угрозам информационной безопасности является создание государственного сегмента в интернете, который объективно

должен относиться к критической информационной инфраструктуре Республики Беларусь.

Через него государственные органы должны осуществлять доступ в интернет и публикацию в сети Интернет информационных материалов. За счет использования зашифрованных каналов связи и обслуживания со стороны квалифицированного персонала госведомства должны получить безопасный доступ в интернет, защищенный от вирусов и хакерских атак, а граждане – доступ к публикуемым ими материалам.

Продвижение внедрения должно осуществляться и на региональные и отраслевые органы власти, с привлечением к работе квалифицированных специалистов в области информационной безопасности. С изменением характера информационного воздействия возникает необходимость обеспечения информационной безопасности, т. е. способности государства сохранить свои потенциалы в условиях угрозы.

В результате оценки методов и технологий информационного воздействия на потенциалы государственности Республики Беларусь были определены направления совершенствования государственного управления в ответ на оказываемое информационное воздействие. Представленные направления совершенствования государственной политики в сфере противодействия информационным угрозам и предложенные меры по их реализации при условии системного применения будут способствовать осуществлению эффективной политики государства в сфере информационного противоборства.

¹ См.: Шарков Ф.И., Горохов А.М., Нечаева И.И. Применение принципа социальной технологии в исследовании особенностей коммуникации на примере информационного противоборства // Коммуникология: электронный научный журнал. 2018. Т. 3. № 3. С. 51–60.

Учебное издание

ГИММЕЛЬРЕЙХ Олег Викторович,
НЕКРАШЕВИЧ Филипп Анатольевич,
СТАЛЬБОВСКИЙ Вадим Викторович

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОТИВОБОРСТВО

Учебное пособие

Технический редактор *А.В. Мозалевская*
Корректор *М.С. Прушак*

Подписано в печать 18.03.2025. Формат 60×84 ¹/₁₆.
Бумага офсетная. Ризография. Усл. печ. л. 6,04. Уч.-изд. л. 5,94.
Тираж 155 экз. Заказ 74.

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«Академия Министерства внутренних дел Республики Беларусь».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий № 1/102 от 02.12.2013.
Пр-т Машерова, 6А, 220005, Минск.