

**Министерство образования и науки Украины
Донбасская государственная машиностроительная академия**

Е. Д. Паршакова

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Утверждено
на заседании ученого
совета ДГМА
Протокол № от

Краматорск, 2012

УДК 316.774

ББК 60.56

П 18

Рецензенты:

Павлов В.И., кандидат философских наук, доцент, декан Краснолиманского заочного факультета Украинской государственной академии железнодорожного транспорта

Осипян А.Л., кандидат исторических наук, доцент кафедры истории Краматорского экономико-гуманитарного института.

Запропонований навчальний посібник містить базовий обсяг знань з спецкурсу «Інформаційні війни». В ньому розглядаються теорія інформаційної війни, різновиди інформаційної зброї, маніпулятивні технології, питання міжнародної та національної інформаційної безпеки. Посібник може бути використаний студентами всіх спеціальностей ДДМА денної та заочної форм навчання для підготовки до семінарських занять, заліків, а також для виконання контрольних та самостійних робіт.

Паршакова Е.Д.

П 18 Информационные войны : учебное пособие – Краматорск : ДГМА, 2012. – 92 с.

ISBN

Настоящее учебное пособие содержит базовый объем знаний по спецкурсу «Информационные войны». В нём рассматриваются теория информационной войны, различные виды информационного оружия, манипулятивные технологии, вопросы международной и национальной информационной безопасности. Пособие может быть использовано студентами всех специальностей ДГМА дневной и заочной форм обучения для подготовки к семинарским занятиям, зачётам, а также для выполнения контрольных и самостоятельных работ.

УДК 316.774

ББК 60.56

© Паршакова Е.Д., 2012

© ДГМА, 2012

ISBN

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
1 ЭВОЛЮЦИЯ СРЕДСТВ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ.....	6
2 ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ И НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТА.....	9
3 ЭВОЛЮЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА	13
4 ТЕОРИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ.....	26
5 ИНФОРМАЦИОННОЕ ОРУЖИЕ.....	36
6 МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ	51
7 ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ.....	68
КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ.....	85
ЛИТЕРАТУРА.....	89

ВВЕДЕНИЕ

Научно-технический прогресс приводит к ускорению социальных изменений, возникновению информационного общества, характерной чертой которого является дефицит жизненно необходимой информации для принятия решений. Все, кто принимают решения, нуждаются в более полной информации. Не зная реальное положение дел, общество и его члены не в состоянии блокировать управляемые ограниченным кругом лиц информационные войны. В этих условиях выигрывают те, кто овладел теорией и практикой управления информационным противоборством.

На рубеже тысячелетий возник кризис, обусловленный приближением необходимых скоростей принятия решений в жизненно важных социально-экономических системах к предельно возможной для человека скорости обучения и реагирования. Превышение этих скоростей над скоростью мысли превращает человека в послушного ученика, лишает его самостоятельного мышления.

Суть нового периода развития общества заключается в том, что почти все стали учениками, и поэтому никто ни за кем не успевает: предприниматели – за наёмными работниками умственного труда, государство – за предпринимателями, граждане – за государством. Наиболее ловкие научились пользоваться этим, чтобы добиваться собственных интересов с помощью информационных войн. Статус ученика стал преградой к их торможению. Одна из причин сложившегося положения – в том, что обществоведение оказалось не готово к ускорению изменений и не смогло снабдить членов общества необходимыми знаниями. Другая причина состоит в том, что обладатели этих знаний приобретают капитал и власть, а потому стремятся использовать их монопольно.

Информационные войны ведутся на разных уровнях: от предприятия и корпорации до региона, государства и мира.

Опыт показывает, что информационные войны почти одинаковы на корпоративном и государственном уровнях. Одни и те же ошибки могут совершаться везде, поэтому уроки одного сектора могут быть полезны другому.

Может возникнуть вопрос: зачем обычному студенту знать механизмы информационных войн? Да хотя бы потому, что член любой организации (тем более, руководитель) в условиях быстрых изменений должен быть в той или иной степени политиком. Он должен, решая свои задачи, учитывать экономические интересы и социальные приоритеты коллег и партнёров, которые играют решающую роль при ускорении изменений. Например, целью предпринимателя является сохранение и развитие бизнеса, а без знания информационных войн в условиях перемен этого не достичь. Для того, чтобы быть дальновидным, руководитель предприятия должен заранее распознавать механизмы и способы ведения информационных войн.

К тому же, по объективным и субъективным причинам в эпоху всеобщей информатизации общество всё в большей степени утрачивает способность к самоорганизации. Контроль информационных войн концентрируется в руках узкого круга лиц. Некоторые из них (например, эксперты-технократы) не несут никакой ответственности перед обществом за принимаемые судьбоносные решения. Ведение информационных войн становится уделом малоизвестных политтехнологов.

Однако общество должно реагировать на будущие вызовы и опасности, такие как угроза холода, голода, энергетического кризиса и безопасности. Во имя своего выживания и развития оно должно восстановить самоорганизацию, контролировать информационные войны. А для этого нужно понять и освоить механизмы таких войн.

Настоящее учебное пособие предназначено для более качественного и эффективного изучения спецкурса «Информационные войны» в техническом вузе и включает в себя как лекционные темы, так и материалы, рассматриваемые на семинарских занятиях.

Содержательная часть учебного пособия базируется на многочисленных исследованиях русских и украинских учёных, в частности, на трудах таких авторов как И.Н. Панарин, В.Г. Крысько, Г.Г. Почепцов, В.Ф. Прокофьев, В.Б. Толубко, А.В. Манойло, Д.А. Ловцов, Н.И. Сенченко, С.П. Расторгуев, С.Г. Кара-Мурза, В.М. Петрик, В.В. Цыганов, С.Н. Бухарин и др.

Методическая часть пособия включает в себя контрольные вопросы по отдельным темам, краткий словарь терминов, а также тестовые задания, которые могут быть использованы как студентами для осуществления самоконтроля, так и преподавателями при проведении контрольных точек. Для более углублённого изучения курса студентам предлагается целый перечень учебной и научной литературы. Чтобы студентам было легче воспринимать и понимать материал, наиболее важные, ключевые моменты текста выделяются особым шрифтом.

1 ЭВОЛЮЦИЯ СРЕДСТВ ПЕРЕДАЧИ ИНФОРМАЦИИ

По мнению известного американского футуролога Э. Тоффлера, развитие науки и техники осуществляется рывками, в его терминологии – «волнами».

Первая волна – «сельскохозяйственная цивилизация», которая прокатилась в течение последних 10 тысяч лет. Она сломала первобытно-общинные формы самоорганизации, привела к разделению труда и созданию иерархических организационных структур.

Вторая волна – «промышленная цивилизация», которая началась чуть более 300 лет назад, создала «самую могучую, сплочённую и экспансионистскую социальную систему, равной которой мир ещё не знал».

Третья волна, начавшаяся в середине 50-х годов XX столетия, связана с т.н. «информационным взрывом», т.е. лавинообразным ростом количества информации, в результате которого человек оказался не в состоянии справиться с её объёмом без помощи новых информационных технологий. Поэтому третья волна, в которую вступило человечество, была названа «технологической цивилизацией».

Каждая из волн имела свою экономику, свои социальные и политические институты, культуру, свои средства коммуникации, а также свой способ и характер ведения войны.

Связывая смену волн со сменой типов войн, можно сказать, что войны «первой волны» велись за территории, войны «второй волны» – за способность физической продуктивности (т.е. за ресурсы); возникающие войны «третьей волны» будут вестись за доступ к знаниям и контроль над ними. Это значит, что войны информационного общества будут в основном «информационными войнами».

Очевидно, что такому сложному социальному явлению как информационная война предшествовал длительный период становления средств массовой информации (СМИ) и массовых коммуникаций.

Прошедшее столетие выявило беспрецедентно возросшую роль массовых коммуникаций в жизни современного общества. Век радикальных социальных перемен и невиданного технического прогресса породил череду коммуникационных революций, которые, в свою очередь, вызвали к жизни новые отношения, формы и способы общения между людьми.

Развитие коммуникаций происходило скачкообразно, порождая качественно новые социально-культурные феномены, радикально меняя привычную направленность и наполнение информационных потоков.

Современные учёные говорят о **четырёх коммуникационных революциях XX века**.

Первая коммуникационная революция, начавшаяся, правда, в наиболее развитых странах ещё в последней четверти предшествующего столетия, была вызвана метаморфозой периодической печати. Некогда по преимуществу элитарные, обслуживавшие весьма ограниченные чита-

тельские аудитории, периодические издания – *газеты и журналы* – впервые за 300 лет своего существования приобрели поистине широкое распространение и превратились на рубеже веков в средство *массовой* информации. Под воздействием комплекса социальных, технологических и экономических факторов периодика приобрела новое качество, что способствовало резкому повышению значения журналистики как социального института. В условиях широкого распространения грамотности, введения всеобщего избирательного права степень воздействия журналистики на политические и общественные процессы во многих случаях оказалась выше, чем влияние других социальных институтов.

Вторая коммуникационная революция связана с появлением *радио* и превращением нового средства обеспечения связи – «беспроволочного телеграфа», каковым оно было в самом начале века, в средство *массовой* информации, использующее ресурсы устной коммуникации и звуковой экспрессивности. В 20–30-е годы вследствие повсеместного развития радиовещания формируется ещё один канал систематического воздействия на массовую аудиторию, насчитывающую миллионы радиослушателей. Постепенно в системе взаимоотношений между печатной прессой и радиовещанием образовался баланс, основанный на отношениях конкуренции и сотрудничества.

Третью коммуникационную революцию знаменовали переход от стадии экспериментов по дистанционной передаче изображения к регулярным трансляциям и последовавшее за этим превращение *телевидения* в средство *массовой* информации. Формирование телевидения как средства массовой информации, происходившее в основном в 50–60-е гг., вновь революционно изменило коммуникационную ситуацию, нарушив сложившееся мобильное равновесие между периодической печатью и радиовещанием. По завершении стадии становления телевидение превращается во многих странах мира (преимущественно индустриальных) в основное средство массовой информации, имеющее самую многочисленную аудиторию и оказывающее наиболее эффективное воздействие, поскольку располагает широким диапазоном визуальных, акустических и текстовых ресурсов. Развитие телевидения породило кризисные явления в периодической печати и радио. Происходило приспособление прессы и радиовещания к условиям конкуренции с телевидением.

Четвёртая коммуникационная революция, качественно преобразившая сферу массовых коммуникаций, произошла в последней четверти XX века в связи с развитием *спутниковых и кабельных телекоммуникаций*, а также созданием *компьютерных сетей*, способных обеспечить накопление и передачу огромных массивов информации в глобальном масштабе. Это период революционного технологического обновления СМИ за счёт внедрения цифровых технологий в деятельность медийных организаций и в коммуникации. Быстро развивалась компьютеризация редакционных процессов сбора, обработки и распространения информации, широкое развитие получило кабельное и спутниковое телевидение, про-

изошло стремительное становление *Интернета* – глобальной компьютерной сети, быстро расширилось применение *цифровых технологий* в журналистике и в массовых коммуникациях. Новые коммуникационные возможности позволяют передавать текстовую, звуковую и визуальную информацию в режиме реального времени, обеспечивая не свойственный «традиционным» СМИ интерактивный характер коммуникации и возможность более адресной доставки медийной информации с учётом специфики отдельных аудиторных групп и индивидуальных запросов потребителей.

Учитывая вышесказанное, можно отметить некоторые **особенности современных средств массовой информации.**

1. «Демассификация» традиционных СМИ.

В постиндустриальном обществе наступает эпоха СМИ, ориентированных на «микроаудитории» в соответствии с разнообразными интересами и потребностями различных аудиторных групп. Считается, что в итоге наблюдающегося разделения массовой аудитории на отдельные группы с чётко выраженными запросами, предпочтениями, вкусами, каждый конечный потребитель информации, распространяемой через СМИ, будет получать только то, что ему необходимо.

Одним из основных факторов «демассификации» в 1980–1990-е гг. стало развитие кабельного и спутникового телевидения, предлагающего телезрителям широкий набор из десятков каналов, специализированных по содержанию (новостных, спортивных, комедийных, научно-популярных, мультипликационных и пр.).

Вторым важным фактором «демассификации» СМИ выступает заинтересованность современного рекламного бизнеса. Именно рекламный бизнес заинтересован в том, чтобы реклама адресно доставлялась аудиторным группам с чёткими, хорошо изученными параметрами (половыми, возрастными, профессиональными, религиозными), с точно определёнными запросами и предпочтениями, ценностными и мировоззренческими установками, и была целенаправленно подстроена под эти характеристики, что является условием высокой эффективности рекламного воздействия.

2. Интерактивность массмедиа.

Это свойство СМИ изменяет сущность взаимоотношений коммуникаторов и получателей информации. Телезритель, например, превращается из пассивного наблюдателя всего, что видит на экране, в соучастника происходящего, в соавтора разворачивающегося телевизионного действия. Зритель интерактивного ТВ может выводить на экран дополнительную текстовую информацию, изменять ракурс съёмки отображаемого события, выбирая картинку с той или иной телекамеры, установленной на месте события, редактировать план кадра, применять повтор интересующих его фрагментов передачи, участвовать в электронных опросах и голосованиях по проблемам, затронутым в передачах.

3. Глобализация СМИ.

Интернет, задуманный как новая технология передачи информации, быстро трансформировался в принципиально новое явление. Начавшееся

в 90-е гг. XX века взрывообразное развитие «мировой паутины» – глобальной сети компьютеров, связанных между собой посредством новейших коммуникационных технологий – привело к тому, что уже к середине 1990-х гг. миллионы людей получили доступ к невообразимо обширным сетевым информационным ресурсам. Есть данные, что к началу 2005 г. доступ к Сети имели около 600 млн. чел. по всему миру, а весной 2012 года число пользователей составило 2,27 млрд.

4. Конвергенция СМИ.

В последние годы наблюдается сближение и слияние «традиционных» СМИ (периодической печати, радиовещания и телевидения) при их переводе на единую цифровую платформу.

5. Работа в режиме реального времени.

Приведём пример. 50–55 лет тому назад, чтобы переслать 30 страниц текста на расстояние 5 тыс. км, вам потребовалось бы приблизительно 10 дней и стоило бы это около 30 долларов за услуги почтовой связи.

Четверть века назад вы бы, наверное, прибегли к услугам факса. Это заняло бы у вас примерно 1 час, и стоимость составила где-нибудь 50 долларов.

Сегодня, если говорить о самых лучших сетях передачи данных, на это потребуется не более 3 секунд и стоимость составит около 3 центов. Таким образом, стоимость данной операции упала в 1000 раз, а скорость её проведения возросла в 300 раз!

6. Снижение стоимости передачи информации.

7. Непрерывное обновление информационных ресурсов.

Контрольные вопросы

1. Какие три «волны» развития науки и техники выделял американский футуролог Э. Тоффлер?
2. Какими, по мнению исследователей, будут войны информационного общества?
3. В чём суть четырёх коммуникационных революций XX века?
4. Каковы особенности современных СМИ?
5. Чем вызвана «демассификация» традиционных СМИ?
6. Каким образом интерактивность массмедиа изменяет сущность взаимоотношений коммуникаторов и получателей информации?
7. С чем связана глобализация СМИ?

2 ИНТЕНСИФИКАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ И НАЦИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭЛИТА

С древнейших времён жизнь человека зависела не только от его способности добывать пищу или приспосабливаться к окружающей среде, но

не в меньшей мере и от того, насколько быстро и эффективно он использовал полученную информацию (например, об опасности). Постепенно у людей сформировалось понимание того, что ускорение информационных процессов, усиление коммуникативности и целенаправленных взаимодействий повышает живучесть индивида, популяции, социальных систем. Это привело к *нарастанию (интенсификации) информационных процессов* в человеческом обществе. Особенно ярко это проявилось в интенсивном развитии средств непосредственной передачи информации, о чём говорилось в предыдущем разделе. Эволюцию средств передачи информации можно представить в следующей схеме: *книгопечатание – телеграф – телефон – радио – телевидение – компьютер – Интернет*.

Попытаемся разобраться в том, что подразумевается под интенсификацией информационных процессов.

Основными составляющими интенсификации информационных процессов являются:

- неуклонное возрастание скорости передачи сообщений;
- увеличение объёма передаваемой информации;
- ускорение обработки информации;
- всё более полное использование обратных связей;
- увеличение объёма добываемой новой информации и ускорение её внедрения;
- наглядное отображение информации человеком в процессах управления;
- рост технической оснащённости управленческого труда.

Несомненно, массовая компьютеризация, внедрение и развитие новейших информационных технологий привели к впечатляющему рывку вперёд в сферах образования, бизнеса, промышленного производства, научных исследований и социальной жизни.

Одновременно современные средства массовой коммуникации создали принципиально новые возможности, многократно усилив эффективность использования информации в политических целях. Они произвели настоящую революцию в политических отношениях и способах социального управления миром.

Достаточно привести несколько цифр, чтобы понять, к каким глубинным трансформациям во всех сферах деятельности приводят новые информационные технологии. Ежедневно во всём мире с помощью компьютеров и телекоммуникационных сетей перемещается около триллиона долларов. Благодаря революции в микроэлектронике за несколько лет производительность труда увеличилась в миллион раз. А современные информационно-психологические средства влияния на сознание человека позволяют формировать общественное мнение в русле заданных параметров. Наконец, новой наукой – кибернетикой, доказано, что информация имеет непосредственное отношение к процессам управления и развития, обеспечивающим устойчивость и выживаемость любых систем.

Издавна устойчивость политической системы любого государства зависела от того, насколько быстро и полно политическая элита получала информацию о процессах, протекающих в мире и обществе, и насколько быстро на неё реагировала.

В результате анализа информации об изменениях во внешней и внутренней среде политическая элита принимала меры по сохранению устойчивости политической системы своего государства.

Мировая практика показала, что для эффективного управления государством, сохранения власти и капитала, доминирования на международной арене политической элите особенно важна объективная **социальная** информация (т.е. информация об обществе и протекающих в нём процессах).

Пожалуй, первыми это осознали американцы, в конце 60-х годов принявшие решение о создании при президенте группы советников по социальным вопросам и образовании комитета Конгресса США по социальной информации.

Наблюдению подлежала сфера образа жизни, чтобы отражать данные текущего взаимодействия социальных групп. Показатели этого рода были объединены в **официальную общегосударственную систему «Социальные показатели»**. Эта система состоит из 8 блоков, включающих 167 показателей:

1. Здоровье – 29 показателей
2. Общественная безопасность – 23
3. Образование – 20
4. Труд – 28
5. Доход – 24
6. Жилище – 17
7. Досуг – рекреация – 11
8. Демография – 15

Таким образом, в США была создана эффективная система *внутренней социальной информации* в интересах власти, а в конце XX века началось создание систем диагностики *внешней социальной информации* с помощью международных информационных систем, ЮСИА (Информационное агентство США) и т.д.

Можно утверждать, что система диагностики социальной информации является ключевым звеном в ходе стратегического информационного противоборства национальных политических элит.

Многие учёные считают, что именно постоянный мониторинг социальной информации в глобальном информационном пространстве позволил США добиться в XX веке геополитического мирового лидерства. Этой же задаче лидерства во многом способствовало проведение США *специальной политики по привлечению в страну со всех континентов одарённой молодёжи и научной элиты*, независимо от национальности, расы и т. д., включая создание особых условий, чтобы они оставались в США.

В основу этой специальной политики были положены фундаментальные исследования, проведенные в XX веке. Познакомимся с некоторыми выводами подобных исследований.

1. Количество людей, способных к формированию новых прорывных идей (в науке, культуре, управлении и т. д.) в любой национальной популяции весьма ограничено и не превышает 3–5%.
2. Интеллектуальная элита общества формируется столетиями и тысячелетиями и является самовоспроизводящейся и чрезвычайно хрупкой системой.
3. Интеллектуал – это особый, в определённой степени искусственный тип личности, для проявления которого именно в этом качестве требуется ряд особых условий:
 - наличие задатков, т.е. генетический фактор, ибо абсолютное большинство интеллектуалов – прямые потомки столь же интеллектуальных родителей;
 - максимально раннее (в 3–5 лет) погружение в высокоинтеллектуальную семейную или профессиональную среду определённой направленности (химия, физика, медицина, законотворчество и т. д.);
 - максимально раннее (до 5–7 лет) выявление преобладающих способностей и склонностей, которые имеют свои периоды «манифестации». Если конкретная способность не была замечена, и не было начато её развитие в этот период, она может быть утрачена навсегда;
 - наличие талантливых учителей, поскольку одарённый ребёнок, погружённый в обычную образовательную среду, в большинстве случаев очень быстро усредняется и, как талант, утрачивается навсегда;
 - ограждение творческой, одарённой личности от озабоченности материальными и бытовыми проблемами.

Абсолютное большинство талантливых личностей отличаются высоким уровнем самоуважения, чрезмерной чувствительностью к любым психотравмирующим факторам, аполитичны, не склонны к сотрудничеству (в том числе, с коллегами, представителями власти и т.д.). К тому же, значительная часть высокоодарённых личностей отличаются специфической моральной динамичностью (т.е. отсутствием склонности следовать принятым в обществе нормам и правилам, в том числе, в сфере сексуального поведения).

Исходя из этих данных, в США на протяжении последних десятилетий чрезвычайно активно работает «система приглашений» и обеспечения солидными грантами талантливых учащихся школ, стажёров, аспирантов и докторантов из зарубежных стран, государственная система выявления

и поддержки талантливых детей. На сегодняшний день подобные программы взяли на вооружение и другие, наиболее развитые страны мира. К сожалению, Украина в этом плане демонстрирует явное отставание.

Контрольные вопросы

1. В виде какой схемы можно представить эволюцию средств передачи информации?
2. Каковы основные составляющие интенсификации информационных процессов?
3. К каким глубинным трансформациям во всех сферах деятельности приводят информационные технологии?
4. Какие принципиально новые возможности открыли современные средства массовой коммуникации?
5. Почему политическая элита любого государства заинтересована в объективной социальной информации?
6. Какие параметры включает в себя американская система «Социальные показатели»? Для чего она предназначена?
7. Что является ключевым звеном в ходе стратегического информационного противоборства национальных политических элит?
8. Что, по мнению учёных, позволило США добиться в XX веке геополитического мирового лидерства?
9. Какую цель преследует специальная политика США по привлечению в страну одарённой молодёжи и научной элиты со всего мира? Какие фундаментальные исследования легли в основу этой политики?
10. Почему интеллектуала можно считать особым, в определённой степени «искусственным» типом личности?
11. Какие условия, с точки зрения современной науки, необходимы для становления интеллектуала?

3 ЭВОЛЮЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА

Информационно-психологическое воздействие существует столько времени, сколько существует сам человек.

Воюющие стороны издавна знали, что бороться с неприятелем можно не только вооружёнными средствами, но и путём целенаправленного воздействия на психику воинов.

Примеры информационного противоборства известны ещё со времён древней Трои (III тыс. до н. э.).

Кому не известна знаменитая легенда о троянском коне? Сейчас, в XXI веке, наиболее коварные компьютерные вирусы-разрушители так и называют – «троянский конь». Это легенда о том, как первый организатор древней информационной войны Одиссей научил греков, 10 лет без-

успешно осаждавших Трои, хитроумной уловке, основанной на **дезинформации**. Греки претворились, будто они сняли осаду, и сели на корабли. В покинутом неприятельском лагере троянцы нашли огромного деревянного коня.

Прорицательница Кассандра предупреждала троянцев о том, что нельзя переносить деревянного коня в город. Но горожане её не слушали.

Взятый в плен греческий юноша Синоп, выполняя тайный план Одиссея, сообщил троянцам, что конь волшебный. По предсказанию жрецов, пока он будет находиться в Трое, она останется неприступной. Обрадованные троянцы увезли коня в город. А ночью по сигналу, поданному Синопом, греческие корабли вернулись к стенам Трои. Воины, спрятанные в туловище деревянного коня, выбрались наружу и напали на спящих троянцев. Одновременно в город ворвалось вернувшееся на кораблях греческое войско. За ночь была достигнута та цель, которую тщетно добивались греки в течение долгих 10 лет.

Давно возникла и такая форма информационно-психологического воздействия на противника как **устрашение** его своей (иногда мнимой) **боевой мощью**. Так, например, перед походом в Грецию персидский военачальник Ксеркс сознательно прибегнул для достижения максимума эмоционального воздействия к художественному образу, распустив слух о многочисленности персидского войска в виде легенды о том, что если все персидские воины выпустят стрелы в воздух одновременно, они затмят свет солнца.

Весьма точно **сущность организованного информационно-психологического воздействия** на войска и население противника выражена в наставлениях древнекитайского философа и военного деятеля Сунь Цзы (IV в. до н. э.). Они сводятся к следующему:

1. Разлагайте всё хорошее, что имеется в стране вашего противника.
2. Вовлекайте видных деятелей противника в преступные предприятия.
3. Подрывайте престиж руководства противника и выставляйте его в нужный момент на позор общественности.
4. Используйте в этих целях сотрудничество с самыми подлыми и гнусными людьми.
5. Разжигайте ссоры и столкновения среди граждан враждебной вам страны.
6. Подстрекайте молодёжь против стариков.
7. Мешайте всеми средствами работе правительства.
8. Препятствуйте всеми способами нормальному снабжению вражеских войск и поддержанию в них порядка.
9. Сковывайте волю воинов противника песнями и музыкой.
10. Делайте всё возможное, чтобы обесценить традиции ваших врагов и подорвать их веру в своих богов.

11.Посылайте женщин лёгкого поведения с тем, чтобы дополнить дело разложения.

12.Будьте щедры на предложения и подарки для покупки информации и сообщников. Вообще не экономьте ни на деньгах, ни на обещаниях, так как они дают прекрасные результаты.

Серьёзный толчок развитию *пропагандистского воздействия* на психику воинов и гражданского населения дала первая общеевропейская война, вошедшая в историю под названием «Тридцатилетняя война» (1618–1648гг.). Достижения гравёрного искусства позволили широко применять иллюстрированные листовки, выпускающиеся значительными для того времени тиражами. С печатного станка сходили первые «информационные листовки», извещавшие аудиторию о каком-либо событии.

Именно в годы Тридцатилетней войны появился термин **«пропаганда»** Он произошёл от названия основанной в 1622 г. римским папой Конгрегации Пропаганды Веры. В то время римско-католическая церковь была занята в большинстве своём неудачными священными войнами ради восстановления веры силой оружия. Римский престол учредил папскую пропаганду как средство координирования усилий, направленных на **«добровольное» принятие** людьми доктрин католической церкви. В тех условиях слово «пропаганда» приобрело отрицательное значение в протестантских странах, но имело положительный оттенок в среде католиков, отождествлявших его с «образованием» или «проповедованием».

Термин «пропаганда» не получил широкого распространения вплоть до начала XX столетия, когда его стали применять для описания тактики убеждения, использовавшейся в ходе Первой мировой войны. Отныне стало подразумеваться, что пропаганда – это распространение в массах и разъяснение каких-нибудь воззрений, идей, учений, знаний.

Забегая вперёд, отметим, что в современном значении **пропаганда представляет собой воздействие на сознание (подсознание), политические и ценностные ориентации объектов (групп объектов) посредством распространения воззрений, идей, учений с целью формирования мировоззрения, соответствующего интересам воздействующей стороны.**

Если указывается объективный источник полученной информации, то говорят о «белой» пропаганде, если этот источник не обнажается – «серой», при ложном источнике – «чёрной».

Первая мировая война стала поворотным пунктом в развитии теории и практики информационно-психологического противоборства. В самом начале войны правительства воюющих стран, за исключением Германии и России, пришли к выводу о необходимости создания **специальных органов для оказания информационно-психологического воздействия** на войска и население противника, а также для воздействия на общественное мнение в нейтральных странах и внутри своих стран.

В 1914 г. при министерстве иностранных дел Великобритании было создано **Бюро военной пропаганды**, которое в дальнейшем было преобразовано в **министерство информации**. Министерство осуществляло про-

паганду среди военнослужащих и населения зарубежных стран. В 1915 г. во Франции был создан **отдел службы военной пропаганды**, задачей которого являлось воздействие на противника с помощью листовок. В каждой французской армии имелся самолёт для распространения печатных материалов.

В 1917 г. в ведение информационного противоборства включились и США. Президент США В. Вильсон создал **Комитет по общественной информации под председательством Джорджа Криля**. Задача Комитета состояла в том, чтобы мобилизовать общественное мнение внутри страны на поддержку как участия Америки в войне, так и миротворческих усилий В. Вильсона, поскольку общественное мнение раскололось надвое сразу после объявления войны.

Комитет Криля начал свою работу, не имея под рукой никаких испытанных на практике методик СМИ. Приходилось постоянно импровизировать. Поскольку в те времена не было развитых в масштабах страны радио- и телесетей для быстрого распространения важнейшей информации, комитет сформировал мобильные группы добровольцев, которые охватили почти всю территорию Америки. Получая телеграммы, эти волонтёры, подобно птицам, разлетались по школам, церквям, клубам и другим местам сосредоточения людей, чтобы сжато, за 4 минуты, сообщать последние новости, за что их и называли **«четырёхминутчиками»**. В конце войны таких волонтёров насчитывалось уже около 400 тыс., они одновременно делали 400 тыс. четырёхминутных сообщений среди самых разных слоёв населения.

Вместе с добровольцами Криль и его помощники привлекли к работе *профессионалов*, создав ещё одну разветвлённую сеть каналов информационного влияния как на противника, так и на граждан Америки.

Комитет делился на секции новостей, иноязычных газет и других печатных материалов, кинофильмов, военных выставок, ярмарочных экспозиций, отношений с промышленниками, рекламы и карикатуры. Всё это умело использовалось для сплочения нации и информационно-пропагандистской работы против врага. Таким образом, и были созданы **основные принципы ведения информационного противоборства – защита своей информационной среды от влияния противника и информационное воздействие на войска и население противостоящей стороны**.

В годы Первой мировой войны информационно-психологическое воздействие на противника оказывалось в основном путём ведения **печатной пропаганды**.

Известно, что за годы войны над немецкими позициями и в тылу французы распространили 29 млн. экземпляров листовок, т.е. примерно по 750 тыс. в месяц, англичане же распространяли до 1 млн. экземпляров листовок в сутки. К августу 1918 г. обработка союзниками немецких военнослужащих достигла такой интенсивности, что на участке фронта в 150 км ежедневно сбрасывалось по 100 тыс. листовок.

Впоследствии немецкие военачальники неоднократно заявляли, что Германия потерпела поражение не на поле боя, что «её армия никогда не была разбита», а исход был предрешён тем, что рухнул тыл, поскольку «чужеродные и радикальные элементы стали лёгкой добычей иностранной пропаганды».

Сразу после окончания Первой Мировой войны в западных странах проявили повышенный интерес к её политическому опыту. Были написаны десятки исследований, созданы специальные кафедры во многих университетах, которые приступили к подготовке квалифицированных специалистов. Обобщённый опыт и накопленные теоретические познания в области информационного противоборства были объединены в единую теорию, которую немецкий учёный Фуллер в 1921 г. назвал **теорией психологической войны**.

Наиболее чётко взгляды на важную роль пропаганды в войне изложены в книге англичанина **Гарольда Ласвеля «Техника пропаганды в мировой войне»**, изданной в 1927 г. в Лондоне. Суть этого исследования можно свести к следующему.

1. История империалистической войны показывает, что современная война должна вестись на 3 фронтах: военном, экономическом и пропаганды.
2. Пропагандой можно действовать как оружием прямой связи на нравственное состояние неприятеля, стараясь нарушить его состояние или же отклонить ненависть неприятеля от воюющей с ним страны.
3. Успешность пропаганды зависит от искусного применения средств при благоприятных условиях. Средства – это то, чем пропагандист может располагать; условия – это то, к чему он должен приспособливаться.
4. Основные стратегические цели пропаганды:
 - возбуждение ненависти к неприятелю;
 - поддержание дружественных отношений с союзниками;
 - сохранение добрых отношений с нейтральными странами и, если возможно, стремление заручиться их сотрудничеством;
 - деморализация противника.

Таким образом, *Г. Ласвель, пожалуй, впервые выделил информационно-психологическую сферу войны, показав пропаганду как особый вид оружия, воздействующий на нравственное (т.е. психическое) состояние неприятеля.*

Жизненность теоретических положений об эффективности умело организованного информационно-психологического воздействия на войска и население противника была подвергнута проверке в годы Второй мировой войны.

Основными формами информационного противоборства в ходе войны явились печатная и радиопропаганда. В меньших масштабах были представлены устная пропаганда и наглядная агитация.

Сделав соответствующие выводы из опыта Первой мировой войны, руководители фашистской Германии с большим вниманием отнеслись к проблемам ведения военной пропаганды. Сразу же после прихода к власти в Германии Национал-социалистической партии гитлеровское руководство образовало *Министерство народного просвещения и пропаганды во главе с Йозефом Геббельсом.*

Министерство объединило существующие пропагандистские организации рейха, став фактическим монополистом в сфере пропаганды с тем, чтобы «пронизать идеями национал-социализма все стороны жизни немецкой нации». В ведение министерства передавались общая политическая пропаганда, высшая политическая школа, государственные празднества, пресса, радио, книгоиздательство, искусство, музыка, театр, кино, моральное состояние общества.

Под контролем министерства пропаганды находились вся немецкая пресса и радиовещание. Фашистская Германия вещала не только на собственное население, но и на зарубежные страны. Известно, что в 1938 г. суточная продолжительность зарубежных передач составила на страны Западного полушария 22 часа, Африки – 8 часов, Азии – 21 час. Более половины передач велось на английском языке, около 40% – на немецком. В 1943 г. *зарубежное вещание велось уже на 53 языках.*

Соответственно было покончено со свободой прессы. Редакторскую должность мог занять только ариец по происхождению. Нацисты провели чистку журналистских рядов, изгнав из редакций к 1939 г. более 1400 неугодных журналистов. Заниматься журналистикой могли фактически только члены НСРПГ.

С первых шагов своей политической деятельности Гитлер уделял огромное внимание информационному воздействию на психику людей. **Именно Гитлер, после прихода к власти в Германии, впервые предпринял попытку глобального информационного воздействия (экспансии) на население других стран.** Информационное влияние осуществлялось следующими способами:

1. Распространением информации через информационные агентства, радио, путём доставки за границу немецких газет, журналов и листовок через агентурную сеть.
2. Через немецких корреспондентов за границей, а также через *иностранные газеты, находящиеся под немецким влиянием.*
3. Путём проведения выставок и ярмарок в Германии, участия в ярмарках и выставках за рубежом.
4. Осуществлением культурного обмена с дружественными странами во всевозможных областях (наука, искусство, спорт, воспитание молодёжи и т.д.).

Весьма любопытен такой факт: для обеспечения более благоприятных условий для ведения радиопропаганды в Австрию была направлена большая партия дешёвых радиоприёмников. Этот приём, кстати, повторили США во время войны с Ираком в 1991 г.

С конца 1940 г. немецкие ведомства, начали активную работу по сбору информации в интересах проведения информационно-психологического обеспечения нападения на СССР: обрабатывались материалы красноармейских газет приграничных военных округов и другая периодическая печать, вплоть до многотиражек крупных заводов и ведомственных журналов, выходящих небольшими тиражами. К работе привлекались так называемые «специалисты по России», в том числе и из состава эмигрантских организаций, изъявивших желание сотрудничать с немцами. Они готовили аналитические материалы, определяли слабые стороны советских военнослужащих, вскрывали проблемы советского общества, разрабатывали рекомендации по информационно-психологическому воздействию на личный состав Красной Армии и население с учётом национально-психологических особенностей, традиций и культуры.

Армейская разведка «Абвер» осуществляла засылку в СССР агентов, подготовленных для ведения информационного противоборства. Они должны были проводить акции информационно-психологического характера, в частности, сеять слухи, распространять компрометирующие материалы на руководство страны, командный состав РККА и т.п.

Накануне вторжения Германии на территорию СССР была подготовлена директива о применении пропаганды в операции «Барбаросса». Она стала основополагающим документом по организации и ведению психологической войны против СССР. В директиве определялись цели пропаганды, её формы и методы, она была направлена в войска 6 июня 1941 года.

Основными целями информационно-психологического воздействия являлись:

- устрашение противника;
- усиление пораженческих настроений;
- создание позитивного представления о плене;
- подрыв авторитета государственного и военно-политического руководства СССР;
- побуждение к добровольной сдаче в плен и к дезертирству;
- подрыв авторитета командиров и начальников, неповиновение им;
- усиление недовольства гражданского населения положением в стране;
- побуждение населения к лояльному отношению к военнослужащим Вермахта;
- усиление тревоги за судьбу родных.

Министерство пропаганды отпечатало к 22 июня 1941 года свыше 30 млн. листовок, красочных пропагандистских брошюр карманного ха-

рактера на 30 языках народов СССР и подготовило несколько радиопередач. На Восточном фронте было сосредоточено 17 рот пропаганды. Когда 22 июня 1941 г. в 3.15 немецкая артиллерия наносила огневой удар по объектам на территории Советского Союза, при помощи агитснарядов было распространено значительное количество листовок с обращением к красноармейцам, командирам Красной Армии. Так началось информационно-психологическое воздействие в ходе боевых действий.

В течение первых двух месяцев войны немцами было распространено около 200 млн. листовок.

Однако эффективность немецкого информационно-психологического воздействия в значительной мере снижалась мерами противодействия с советской стороны, которые включали пропагандистские, военные, полицейские и психологические средства. С начала и до конца войны были изъяты радиоприёмники у населения. За чтение листовок предусматривались жестокие меры наказания и т. д. Наконец, были предприняты серьёзные меры по контрпропаганде. В частности, были подготовлены директивы, согласно которым главной задачей военной прессы становилось воспитание героизма, мужества, военного искусства, дисциплинированности. Были сформулированы основные лозунги, которыми должна была руководствоваться пресса, например, «Фашизм – это порабощение народов. Фашизм – это голод нищета, разорение. Все силы на борьбу с фашизмом!», «Наше дело правое. Враг будет разбит. Победа будет за нами!». Помимо того, усилиями Сталина, придававшего огромное значение информационному противоборству, был создан эффективный механизм для обеспечения информационной победы – **Советское информационное бюро (СИБ)**. А с 1942 года активизировались меры по обратному пропагандистскому воздействию на немецких солдат и население Германии.

В свою очередь, органы пропаганды стран антигитлеровской коалиции в своей деятельности делали основной упор на следующие **виды пропаганды** в зависимости от ожидаемого эффекта:

- *конверсионную;*
- *разделительную;*
- *деморализующую;*
- *пропаганду плена.*

Конверсионная пропаганда – это массированное пропагандистское воздействие на ценностные ориентации человека или групп людей с целью изменения его установок, отношений, суждений и взглядов на политику, проводимую высшим военно-политическим руководством страны.

В военное время *главной целью конверсионной пропаганды является изменение отношения населения и военнослужащих к характеру войны со своей стороны и признание её несправедливой и агрессивной.*

Разделительная пропаганда – это пропагандистское воздействие, направленное на разжигание межгрупповых противоречий на основе раз-

личный религиозного, национального, социального, профессионального и др. характера с целью ослабления единства в рядах противника вплоть до его раскола.

Значительную роль в ходе реализации целей разделительной пропаганды сыграла *дискредитация* военных и политических руководителей Германии.

В начале войны англичане сбрасывали над Германией листовки, в которых крупным шрифтом указывались суммы, якобы помещённые в иностранные банки Герингом, Геббельсом, Риббентропом, Гиммлером и другими руководителями рейха. Текст листовки гласил, что при любом исходе войны эти люди не пострадают. Кроме того, в этом материале вместе с попытками вызвать неприязнь к руководству страны, населению внушалась мысль о том, что соратники Гитлера сами не верят в свою победу.

В ходе ведения разделительной пропаганды широко использовалась и *дезинформация*. Например, для оказания воздействия на боевую мощь немецких ВВС, Би-Би-Си сообщала о случаях дезертирства немецких лётчиков со своими самолётами в Англию. При этом упоминались фамилии пилотов, сбитых во время воздушных налётов. Цель данной акции заключалась в попытке спровоцировать командование совместно с гестапо на проведение чисток среди личного состава ВВС, а также посеять недоверие лётчиков друг к другу и тем самым повлиять на их моральный дух и снизить боеспособность.

Деморализующая пропаганда – это пропагандистское воздействие, направленное на ослабление психи человека, обострение его чувства самосохранения с целью снижения морально-боевых качеств вплоть до отказа от участия в боевых действиях.

Среди мотивов, использовавшихся для дестабилизирующего воздействия на психику населения и военнослужащих противника, можно выделить следующие:

- «траур» – напоминание о смерти (радио Люксембург одно время транслировало передачу «Письма, которые вы не получили», в которой приятный женский голос зачитывал отрывки из писем, найденных на телах убитых немецких солдат);
- «голод» – эксплуатация продовольственных затруднений противника (на позиции сбрасывались красочные открытки, изображающие различные кушанья и деликатесы);
- «проигранное дело» – внушение противнику, что его положение безысходно;
- «семейные мотивы» – использование темы «детей, ждущих возвращения отца», спекуляции по поводу жён, изменяющих фронтовикам с «тыловыми крысами»;
- «превосходство в силе» – показ неспособности противника противостоят силе союзников.

Пропаганда плена – это пропагандистское воздействие на человека или группы людей, направленное на формирование положительных установок по отношению к сдаче в плен как единственно разумному и безопасному выходу из сложившейся обстановки.

С целью склонения военнослужащих противника к сдаче в плен получил широкое распространение такой способ информационно-психологического воздействия, как *обратный отпуск военнопленных*.

В ходе Второй мировой войны появилась и активно использовалась так называемая **«чёрная пропаганда»**, т.е. такой вид пропаганды, при ведении которой принадлежность её источника приписывается оппозиции или группам сопротивления в рядах противника. Одним из важнейших элементов «чёрной пропаганды» являлось *распространение слухов*. С помощью слухов решались задачи по дискредитации военно-политического руководства, деморализации населения и военнослужащих, дезинформации и т.д.

Во второй половине XX века было более 300 войн и вооружённых конфликтов, в ходе которых совершенствовалась теория и практика информационно-психологического воздействия. Накопленный в годы Второй мировой войны опыт информационного воздействия был использован США в ходе войны в Корее.

В США был создан **Совет по психологической войне**, который занимался оценкой и испытанием новых средств и методов ведения психологической войны.

Однако *отправной точкой формирования современных теоретических взглядов на информационно-психологическую борьбу стала война во Вьетнаме, когда психологические операции вошли составной частью в проводимые вооружёнными силами специальные операции*.

С Вьетнама в практику ведения психологических операций вошло оказание влияния на население всей страны – противницы, появилось новое стратегическое средство информационного воздействия – *телевидение*. Сбор, обработка и накопление информации начали осуществляться при помощи ЭВМ; предпринималась попытка создания единой глобальной информационной системы для нужд ведения психологической войны; практиковалось распространение среди населения телевизоров (3,5 тыс. штук) и радиоприёмников.

В ходе войны во Вьетнаме создавалась *американская концепция психологических операций*. Началось использование новых форм воздействия на психику человека, направленных, прежде всего, на подсознательный компонент психики. В американских радиопрограммах, листовках и устных передачах использовались аргументы, основанные в большей степени на социально-психологических, чем политических мотивах. В них преобладали такие методы психологического воздействия, как вопли ужаса, отчаянный женский и детский плач, буддийская погребальная музыка, записанные на плёнку крики диких зверей, которые должны были изображать голоса лесных духов, демонов и т. п.

Иногда для того, чтобы не дать отдохнуть бойцам фронта национального освобождения Южного Вьетнама, психологически истощить их, применялась тактика звуковещания с вертолётов на определённый район в течение всей ночи. Программы звуковещания готовились под видом обращений к своим близким «блуждающих душ». В других случаях по периметру деревни сбрасывались на парашютах магнитофоны с временным реле, которые периодически в течение всей ночи включали и выключали их. С началом применения «криков с неба» количество перебежчиков увеличилось более чем в 3 раза, со 120 до 380 чел. в месяц. Ещё в некоторых случаях в американских листовках подчёркивалось, что убитые в ходе боёв не будут похоронены на земле предков, что по вьетнамским обычаям являлось недопустимым. Ровно через 49 дней (срок поминовения умерших во Вьетнаме) на населённые пункты, где проживали семьи и родственники погибших военнослужащих, сыпался дождь листовок со всевозможными небесными угрозами. То же самое повторялось ровно через год. Начало боевых операций планировалось американцами, как правило, на дни, которые по вьетнамским народным поверьям, являлись неблагоприятными и заранее предвещали поражение.

Американские бомбардировщики основной целью имели не столько уничтожение живой силы противника и разрушение важных объектов, сколько внушение страха и отчаяния перед военной мощью США.

По итогам войны во Вьетнаме, несмотря на поражение в ней США, пропагандистское, психологическое оружие ещё больше укрепило свои позиции. За период боевых действий примерно 250 тыс. вьетнамцев добровольно перешли на сторону противника. По подсчётам специалистов, расходы американской армии на то, чтобы убить одного вьетнамца, составили в среднем 100 тыс. долл., в то время как для переубеждения его перейти на сторону США – 125 долл.

Недостатки, имевшие место при ведении психологических операций во время войны во Вьетнаме, были проанализированы специальной правительственной комиссией.

По мнению членов правительственной комиссии, США потерпели поражение во Вьетнаме в тот момент, когда лишились поддержки населения в собственной стране и мирового общественного мнения.

Основной урок, который был извлечён из вьетнамского опыта – это **роль и значение мирового общественного мнения**. Его недооценка привела к международной изоляции США, стимулировала рост антивоенного движения в самих Соединённых Штатах.

К сожалению, американский опыт не был учтён военно-политическим руководством СССР при планировании боевых действий в Афганистане. Информационно-психологическая борьба между СССР и США за мировое общественное мнение после ввода советских войск в Афганистан закончилась полной победой США.

Напротив, Соединённые Штаты активизировали свои поиски в области информационно-психологического воздействия и сумели *полностью*

реализовать цели психологических операций в ходе войны в Персидском заливе. В этот период планирование психологических операций впервые осуществлялось наряду с планированием боевых действий, и было включено в общий план проведения операций «Щит в пустыне» и «Буря в пустыне».

В качестве основных задач психологических операций были определены:

- дезинформация командования вооружённых сил Ирака и широкой общественности относительно планов военных действий;
- подрыв доверия населения Ирака к президенту Саддаму Хусейну;
- поддержка движения сопротивления в Кувейте и оказание помощи оппозиционным силам в самом Ираке;
- показ бесперспективности сопротивления многонациональным силам.

Психологические операции в ходе всего конфликта проводились по следующим каналам:

- национальные средства массовой информации;
- федеральные ведомства (ЦРУ, ЮСИА и т. д.);
- вооружённые силы.

Опираясь на этот мощный аппарат, Соединённым Штатам удалось подготовить почву для противодействия Ираку: мобилизовать против него мировое общественное мнение, способствовать созданию антииракской коалиции, углубить существующий раскол в арабском мире, разжечь эйфорию «ура-патриотизма» в США и других странах Запада. Попытка же Ирака найти поддержку в мировом сообществе фактически провалилась.

Своеобразным штрихом психологического воздействия на Ирак явилось оперативное насыщение международного рынка товарами с антииракской символикой. Примером могут служить трикотажные изделия с изображением летящей ракеты и надписями «Привет Саддаму от морской пехоты США», «До встречи в Багдаде» и т. п.

В ходе проведения разнообразных мероприятий с помощью радиовещания, видеопропаганды, печатных пропагандистских материалов, звуковещания и других средств массовой информации осуществлялось информационно-психологическое воздействие на психику военнослужащих иракской армии.

При этом особая роль отводилась средствам массовой информации, чья работа строилась на основе специальных инструкций и наставлений Пентагона для корреспондентского корпуса.

По мнению исследователей (таких как, например, И.Н.Панарин) итоги войны в Персидском заливе во многом были определены глобальным и комплексным применением средств и сил информационно-психологического воздействия на информационно-психологическую среду

иракского общества. США и страны коалиции, применив к Ираку методы «информационной блокада» и информационной экспансии, навязали военнослужащим и населению Ирака восприятие происходящих событий в соответствии с поставленными целями операции. Страны Запада создали благоприятную для реализации своих военно-политических целей информационно-психологическую среду, как иракского общества, так и мирового сообщества.

Подводя итог, отметим, что опыт военных конфликтов в 80 – 90-е гг. показал, что психологические операции прочно трансформировались в одну из основных составных частей современных боевых операций как на стадии их подготовки, так и ведения. Они стали необходимым и важным комплексом мероприятий, обеспечивающих успех в вооружённой борьбе через информационно-психологическое воздействие на личный состав противника, а также определённую часть его населения.

Наше время продемонстрировало возросшие возможности информационного воздействия на массовое сознание. В числе ярких примеров информационной войны можно назвать *холодную войну СССР – США*, приведшую к распаду СССР. До этого таким же примером агрессивного коммуникативного воздействия было *управление ситуацией в Чили*, завершившееся свержением С. Альенде. Страны СНГ добавили в этот список *войну в Чечне*, которая изначально была проиграна на информационном поле.

Контрольные вопросы

1. Как долго существует информационное противоборство?
2. Какие примеры информационного противоборства из истории Древнего мира Вы можете привести?
3. К чему сводятся наставления древнекитайского философа и военного деятеля Сунь Цзы по поводу информационно-психологического воздействия?
4. Какие из наставлений Сунь Цзы используются в современных информационных войнах?
5. Когда появился термин «пропаганда» и что он означал? Что понимается под этим термином сегодня?
6. Что такое «белая», «серая» и «чёрная» пропаганда?
7. Какая война стала поворотным пунктом в развитии теории и практики информационно-психологического противоборства?
8. Когда и в каких странах стали появляться специальные органы для оказания информационно-психологического воздействия на войска и население противника?
9. С какой целью в годы Первой мировой войны в США был создан Комитет по общественной информации? Кто его возглавил?
10. Кто такие «четырёхминутчики» Криля?

11. Каким путём в основном оказывалось информационно-психологическое воздействие в годы Первой мировой войны?
12. Какие основные идеи заложены в труде Г. Ласвеля «Техника пропаганды в мировой войне»?
13. Какие формы информационного противоборства использовались во время Второй мировой войны?
14. С какой целью в фашистской Германии было создано Министерство народного просвещения и пропаганды? Кто его возглавил?
15. Кто впервые в истории предпринял попытку глобального информационного воздействия на население других стран? Как осуществлялось это влияние?
16. Как фашистская Германия готовила информационно-психологическое обеспечение нападения на СССР? Какие цели информационно-психологического воздействия считались основными?
17. Какие ответные меры информационно-психологического характера предпринял Советский Союз в годы Второй мировой войны?
18. Какие виды пропаганды использовались в годы Второй мировой войны?
19. Какие психологические мотивы использовались «союзниками» для деморализации населения и военнослужащих противника?
20. Что нового в теорию и практику информационной войны внёс опыт войны во Вьетнаме?
21. Почему Соединённые Штаты проиграли войну во Вьетнаме?
22. В ходе какого вооружённого конфликта были полностью реализованы цели психологических операций? Каковы эти цели?
23. Какие выводы относительно психологических операций последовали из опыта военных конфликтов 80-х – 90-х гг. XX столетия?
24. К каким последствиям привела «холодная война» СССР – США?

4 ТЕОРИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

На современном этапе развития цивилизации информация играет ключевую роль в функционировании общественных и государственных институтов и в жизни каждого человека. На наших глазах процесс информатизации развивается стремительно и зачастую непредсказуемо, и мы лишь начинаем осознавать его социальные, политические, экономические, военные, культурные и другие последствия.

По сути, информация превратилась в глобальный, в принципе, неисчерпаемый ресурс человечества, вступившего в новую эпоху развития цивилизации – эпоху интенсивного освоения этого информационного ресурса. Такие реалии современности, как глобализация информационных процессов и всеохватывающий характер информационных потоков, стремитель-

ное развитие и увеличение степени влияния на общественную жизнь различных аудиторий телекоммуникационных сетей дали основания учёным (особенно футурологам) утверждать, что на смену индустриальному обществу, где ведущую роль играло производство, и промежуточной (концептуально разделяемой не всеми исследователями – авт.) постиндустриальной стадии, где рядом с производством важную роль играет сфера услуг, идёт новое – информационное общество, для которого приоритетной является сфера массовых коммуникаций.

Переход к глобальному информационному обществу был зафиксирован в «Окинавской хартии», принятой 22 июля 2000 г. лидерами стран «большой восьмёрки». А на Женевском Саммите ООН (10-12 декабря 2003 г.) была принята Декларация Принципов информационного общества, где, в частности, дано было рабочее определение информационного общества: **«Информационное общество** – это такое общество, в котором каждый мог бы создавать информацию и знания, иметь к ним доступ, пользоваться и обмениваться ими, с тем, чтобы дать отдельным лицам, общинам и народам возможность в полной мере реализовать свой потенциал, содействуя своему устойчивому развитию и повышая качество своей жизни на основе целей и принципов Устава Организации Объединённых Наций и соблюдая в полном объёме и поддерживая Всеобщую декларацию прав человека».

Информатизация ведёт к созданию единого мирового информационного пространства, в рамках которого производится накопление, обработка, хранение и обмен информацией между субъектами этого пространства – людьми, организациями, государствами. Вполне очевидно, что возможности быстрого обмена политической, экономической, научно-технической и другой информацией, применение новых информационных технологий во всех сферах общественной жизни, особенно в производстве и управлении, является несомненным благом. Но необходимая сегодня степень информатизации может быть достигнута лишь в обществе с высоким научно-техническим и промышленным потенциалом и достаточным культурно-образовательным уровнем населения и, подобно тому, как быстрый промышленный рост создал угрозу экологии земли, а успехи ядерной физики породили опасность ядерной войны, так и информатизация может стать источником ряда серьёзных проблем.

Информация начинает нести в себе как созидательную, так и разрушительную силу, но гораздо в более сильной степени, чем это было ранее. Время изменило не столько суть информации, сколько интенсивность воздействия. Поменялись контексты её применения (например, личное стало общественным, как это имеет место в случае поп-звёзд или государственных деятелей). Одновременно возросла роль публичной информации в принятии политических решений, в результате чего сфера политики стала намного публичнее и намного более управляемой. Но самое главное – современные информационные технологии привнесли совершенно новые сообщения, к которым массовое сознание не смогло адаптироваться.

Сегодня, в условиях формирования информационного общества информационный ресурс становится таким же богатством страны, как её полезные ископаемые, производственные и людские ресурсы.

Сейчас экономическое могущество общества напрямую связывается с наличием в его распоряжении высоких технологий, и в первую очередь, в информационной сфере.

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 всё более острые формы за последние годы соперничество в информационной сфере позволяет назвать это соперничество информационным противоборством (или войной).

В настоящее время информационные войны протекают во всех общественных сферах и на самых различных уровнях: от простой семьи до отдельных государств и их союзов. Однако **основными сферами ведения информационного противоборства** признаются:

- *политическая;*
- *дипломатическая;*
- *финансово-экономическая;*
- *военная;*
- *духовная.*

Это позволяет, по мнению известного исследователя И.Н. Панарина, различать информационное противоборство (войну) в **широком** (во всех сферах) и **узком смысле слова** (в какой-либо сфере, например, политической).

В настоящем курсе нас будет интересовать информационное противоборство в его широком понимании.

Информационное противоборство (или война) – форма борьбы сторон, представляющая собой использование специальных методов, способов и средств для воздействия на информационную среду противостоящей стороны и защиты собственной в интересах достижения поставленных целей.

Информационная сфера – это сфера общечеловеческой деятельности, связанная с получением, переработкой, распределением и использованием информации.

Невысокая стоимость технических средств, которые могут быть использованы в информационной войне, существенно расширяет **круг её возможных участников**. Ими могут быть:

- отдельные страны и их органы разведки;
- преступные, террористические и наркобизнесные группировки;
- коммерческие фирмы;

- лица, действующие без преступных намерений.

Следует выделить **2 вида информационного противоборства (войны)**:

- *информационно-техническое;*
- *информационно-психологическое.*

При информационно-техническом противоборстве главными объектами воздействия и защиты являются информационно-технические системы (т.е. системы связи, телекоммуникационные системы, системы передачи данных, радиоэлектронные средства, системы защиты информации и т.д.).

При информационно-психологическом противоборстве главными объектами воздействия и защиты являются психика политической элиты и населения противостоящих сторон, системы формирования общественного сознания и мнения, системы принятия решений.

В современном мире информационные войны преследуют разные, но по существу очень схожие цели. Таким образом, можно сказать, что **главные цели информационных войн – это овладение капиталом и властью.**

В любой информационной войне можно выделить **три основных этапа.**

1. *Определение целей* (зачем она нужна и что необходимо получить в результате).
2. *Определение стратегии*, которая должна учитывать четыре базовых компонента коммуникационной технологии: подготовку сообщения, определение канала коммуникации и целевой аудитории, на которую ориентировано сообщение, выбор коммуникатора.
3. *Составление плана тактических мероприятий.*

В программах Университета национальной обороны США выделяются следующие **формы информационной войны**:

- *радиоэлектронная борьба (РЭБ);*
- *психологическая война;*
- *война с использованием средств разведки;*
- *война с хакерами;*
- *кибернетическая война.*

Радиоэлектронная борьба предполагает использование разнообразных способов, методов и средств для дезорганизации функционирования радиоэлектронных систем противника и обеспечения устойчивости своих аналогичных систем.

Опыт локальных войн и вооруженных конфликтов показывает, что применение сил и средств РЭБ может привести, например, к повышению боевого потенциала сухопутных войск в 1,5 – 2 раза, снижению потерь авиации в воздухе в 4 – 6 раз, а боевых кораблей в 2 – 3 раза. Вклад РЭБ

в решение такой важнейшей оперативной задачи войск как дезорганизация систем управления войсками и оружием противника может достигать 70%.

Военные иногда иронизируют: «...кто первым обнаружит противника, и первым выпустит ракету, тот и выиграет поединок, если ракета достигнет цели и не будет перехвачена».

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

- искажение получаемой противником информации, а также навязывание ему ложной или бессодержательной информации;
- психологическую обработку войск и населения;
- идеологические диверсии и дезинформацию;
- поддержание благоприятного общественного мнения;
- организацию массовых демонстраций под ложными лозунгами;
- пропаганду и распространение ложных слухов.

Война с использованием средств разведки имеет в виду применение различных систем и датчиков для наблюдения и контроля обстановки на поле боевых действий.

Война с хакерами. Хакеры – это лица, занимающиеся поиском незаконных способов проникновения в защищённые компьютерные системы и сети. Обычно хакеры являются хорошими программистами. Массовые действия хакеров начались около 25 лет назад, когда широкое применение получили модемы, используемые вместе с терминалами пользователей.

Действия первых хакеров, которые были в основном любителями, можно считать относительно безвредными. Однако позднее появились высококвалифицированные хакеры, действовавшие с преступными намерениями (поиск информации, которую можно продать, получение доступа к секретной военной информации).

Как правило, хакеры используют определённые слабые места в системе безопасности. Атаки хакеров могут быть направлены против военных или менее защищённых гражданских информационных систем.

Не зря, видимо, на пороге XXI века, один американский генерал заявил: «Дайте мне десяток хакеров, и я поставлю на колени любую страну». Он не блефует, так как современное состояние глобальных информационных сетей и систем управления таково, что небольшая слаженная команда специалистов в области информационных технологий и PR способна произвести переворот в организации и управлении любого развитого государства путём нарушения нормальных управленческих коммуникаций и подрывной информационно-психологической деятельности, воздействующей на сознание народа данной страны. Хорошо спланированная и успешно проведенная атака хакеров может вызвать, например, нарушение работы телефонной сети, банковской системы, системы управления промышленностью, отключение систем энергоснабжения или блокирование систем управления воздушным движением.

Наибольшая опасность в действиях хакеров и других преступных элементов – это возможность внедрения ими компьютерных вирусов в программные средства, управляющие жизненно важными системами. Такие вирусы могут начать действовать в заранее установленное время или при наступлении определённых событий. Самый лучший способ защиты от таких действий состоит в строгом и надёжном входном контроле всех программных продуктов на отсутствие в них вирусов до ввода их в компьютеры.

Кибернетическая война – это война в кибернетическом (виртуальном) пространстве с использованием кибернетических средств. По мнению многих специалистов, это – специфическая, высшая форма информационной войны, как бы включающая в себя все другие её формы, но исключая обычные военные действия.

Кибернетическая война – это концепция ведения войны с использованием моделей и имитации. Эти модели должны отражать все аспекты фактической войны в реальном времени.

Близкое к реальной действительности кибернетическое моделирование боевой обстановки позволяет не только сэкономить средства на обучение и тренировки личного состава вооружённых сил, но и опробовать различные новые сценарии боевых действий и тактические приёмы без людских и материальных потерь.

Теоретически с помощью моделирования и имитации боевых действий в кибернетическом пространстве можно доказать, что одна из участвующих в конфликте сторон потерпит неизбежное поражение. Это означало бы, что отпадает необходимость ведения фактических боевых действий. Однако для этого необходимо согласие противостоящей стороны с такими результатами моделирования, что практически нереально. Поэтому чистая кибернетическая война останется предметом научной фантастики на несколько ближайших десятилетий.

В настоящее время русскими и украинскими исследователями активно разрабатывается теория т.н. **консциентальной войны** (от латинского слова *conscientia* – «сознание» или «совесть») **как высшей формы информационно-психологической войны.**

Концепция консциентальной войны впервые была выдвинута общественным деятелем Ю.В. Крупновым и доктором психологических наук Ю.В. Громько в ходе анализа российских политических процессов в 1996 г.

Консциентальная война – это согласованная по целям, задачам, месту и времени система информационно-пропагандистских и психологических мер, проводимых с применением средств массовой информации, культуры, искусства и других средств в течение длительного времени по тщательно разработанному сценарию.

Объектом поражения и уничтожения в консциентальной войне являются определённые **типы сознания.** В результате такой войны определённые типы сознания должны быть уничтожены, перестать существо-

вать, их просто не должно быть. А носители этих сознаний (тот или иной народ), наоборот, могут быть сохранены при условии, что они откажутся от форм сознания – объектов поражения и разрушения.

Таким образом, консциентальная война – это война на поражение сознания. В основе такого поражения лежит уничтожение человеческой способности к свободной идентификации, т.е. к самоопределению того, кем человек стремится быть и в рамках какой культурно-исторической традиции, к уничтожению границ между добром и злом, к невозможности осознания нравственной ответственности за своё поведение, неспособности осуществлять нравственный самоконтроль, самостоятельно формулировать для себя нравственные обязанности, требовать от себя их выполнения и производить самооценку совершаемых поступков. Другими словами, удар наносится так, чтобы люди не могли ответить на вопрос: кем они стремятся быть и в рамках какой культурно-исторической традиции намерены жить?

Учитывая непосредственную связь ценностных и целеполагающих установок человека с культурой его народа, можно сказать, что *объектом разрушения в консциентальной войне является культурная оболочка противника*, а поскольку культура – стержень цивилизации, вопрос идёт о *разрушении цивилизации*.

Ю.В. Громыко выделяет **пять основных способов поражения и разрушения сознания в консциентальной борьбе**.

1. Поражение тканей мозга, снижающее уровень функционирования сознания; может происходить на основе действия химических веществ, длительного отравления воздуха, пищи, направленных радиационных воздействий.
2. Понижение уровня организации информационно-коммуникативной среды на основе её дезинтеграции и примитивизации, в которой функционирует и «живёт» сознание.
3. Оккультное воздействие на организацию сознания на основе направленной передачи мыслеформ объекту поражения.
4. Специальная организация и распространение по каналам коммуникации образов и текстов, разрушающих работу сознания.
5. Разрушение способов и форм идентификации личности по отношению к фиксированным общностям, приводящее к смене форм самоопределения и к деперсонализации.

Как видим, консциентальная война – это комплексная форма воздействия на народ и государство в целом. При этом **основная функция консциентального оружия** состоит в том, чтобы *разложить и уничтожить народ страны – мишени, который в этом случае перестает существовать как народ, распадаясь на индивидов – «граждан мира» или аморфные группы*.

Современные информационные войны имеют целый ряд **характерных признаков**, отличающих их от традиционных войн предшествующих столетий.

- использование информационного оружия;
- основными объектами поражения являются информационная инфраструктура и психика противника;
- относительная дешевизна;
- преимущественно скрытый и анонимный характер;
- возможность её ведения как во время фактических боевых действий, так и в мирное время и в периоды кризисов;
- возможность её реализации не только в физическом, но и виртуальном (кибернетическом) пространстве;
- постепенное, незаметное внедрение во все сферы общественной жизни;
- перманентность во времени (т.е. информационные войны между государствами будут вестись постоянно, меняя лишь свои формы и методы);
- отсутствие видимых разрушений (следовательно, население даже не ощущает, что подвергается воздействию);
- способность «малыми» информационными воздействиями получать «большие» конечные результаты;
- слабая контролируемость (поскольку не существует международного законодательства относительно информационных войн);
- многоаспектность и многообъектность воздействия с высокой степенью координации во времени и пространстве;
- избирательное воздействие на различные слои населения;
- возможность одновременного воздействия на человека различных «противников», захватывающих разные тематические зоны его сознания и др.

В свете общей теории информационных войн немаловажным представляется **вопрос о победе и поражении** в информационной борьбе.

Как правило, *победителем в информационной войне становится та сторона, которая более полно способна промоделировать поведение противника в различных ситуациях, определить собственный алгоритм поведения и реализовать его*. Более полно промоделировать поведение противника – это значит в больших объёмах собирать, хранить и обрабатывать информацию о противнике; это значит более полно изучать поведение противника – знать и понимать его историю, культуру, религию, быт и т. п.

Для решения этой задачи наилучшими инструментами являются средства вычислительной техники с соответствующим программным обеспечением. Понятно, что результаты от применения компьютерных моделей тем качественнее, чем серьёзнее *используемая платформа*, включающая в себя:

- вычислительные мощности;
- интеллектуальные возможности программистов-математиков;

- опыт специалистов, работающих в области практической поведенческой психологии.

К сожалению, серьёзность платформы определяется не идеалами, а финансами. Поэтому, *у кого основные капиталы, у того и более совершенное информационное оружие*, а, значит, и ключик к победе в информационной войне.

Средства вычислительной техники сегодня вполне позволяют в режиме реального времени создать виртуальную модель объекта и его связей, а затем проецировать её на окружающий мир, на зрителей, ожидающих события. Таким образом, по словам С.П. Расторгуева, «всегда побеждает тот, кому уже сегодня принадлежит будущее».

Есть основания предполагать, что *страны, проигравшие информационную войну, проигрывают её «навсегда»*, поскольку их возможные шаги по изменению ситуации, которые сами по себе требуют колоссальных материальных и интеллектуальных затрат, будут контролироваться и нейтрализоваться победившей стороной.

Побеждённому в информационной войне практически не остаётся никаких шансов на ответный удар. И он это осознаёт. Поверженный в информационной войне интуитивно понимает, что любое его логически обоснованное рациональное поведение уже просчитано и запрограммировано врагом. Единственное, что ему остаётся, – это ***иррациональное поведение***.

Таким образом, как утверждает С.П. Расторгуев, результатом информационной войны становится иррациональное поведение поверженных систем; это их единственный путь «встать на ноги». Иррациональное поведение это хаос, это бесцельная смута, это **терроризм**.

Не случайно терроризм в настоящее время уже рассматривается как широкомасштабное явление и приобретает всё большее политическое звучание.

Едва ли не самым страшным последствием проигрыша в информационной войне может стать *гуманитарное порабощение* побеждённого народа. В результате информационной агрессии у народа – жертвы:

- разрушается целостное восприятие окружающего мира, разрывается связь с окружающей природой и идёт формирование фрагментарного, частичного, калейдоскопического сознания, легко поддающегося манипулированию извне, через подсознание;
- рушится историческое самосознание, реальная история народа подменяется ложными мифами, целостный исторический процесс разрывается на части, которые противопоставляются друг другу;
- связь с природой подменяется верой в идеалистические и материалистические «священные писания», которые сталкивают-

ся между собой и ведут непримиримую вековую борьбу, исполняя принцип «разделяй и властвуй!»;

- нормальные потребности человека в пище, одежде, жилище и прочем подменяются потребностью в деньгах, которая культивируется и доводится до страсти, тем самым обеспечивая зависимость населения от тех, кто владеет финансовой системой;
- культивируются низменные инстинкты, подрывающие физическое, психологическое здоровье человека и разрушающие генотип нации.

Контрольные вопросы

1. Почему на современном этапе информация играет ключевую роль в жизни общества?
2. Какие реалии современности позволяют говорить о возникновении нового информационного общества?
3. Какие международные документы зафиксировали переход к глобальному информационному обществу?
4. Что такое «информационное общество»?
5. Каковы основные сферы ведения информационного противоборства?
6. Что значит информационное противоборство в «широком» и «узком» смысле слова?
7. Что такое «информационная война»?
8. Кто входит в круг участников информационной войны?
9. Каковы два вида информационной войны?
10. Каковы главные цели информационной войны?
11. Какие три этапа выделяются в любой информационной войне?
12. Какие формы информационной войны принято выделять в США?
13. Какие цели, по мнению американских экспертов, должны быть реализованы в ходе проведения психологических операций?
14. Что такое хакерство?
15. В чём суть кибернетической войны?
16. Каковы характерные черты консциентальной войны?
17. Какие способы поражения и разрушения сознания в консциентальной борьбе выделяет Ю.В. Громыко?
18. Чем современные информационные войны отличаются от традиционных войн предшествующих столетий?
19. Кто и почему, как правило, становится победителем в информационной войне?
20. Почему одним из результатов информационной войны становится терроризм?
21. Почему гуманитарное порабощение народа считают одним из самых страшных последствий проигрыша в информационной войне?

5 ИНФОРМАЦИОННОЕ ОРУЖИЕ

Любые войны ведутся с использованием соответствующего типа оружия. *Информационные войны* ведутся при помощи *информационного оружия*.

Информационное оружие – это устройства и средства, предназначенные для нанесения противоборствующей стороне максимального урона в ходе информационной борьбы путём опасных информационных воздействий.

В качестве основных **объектов применения** информационного оружия, как в мирное, так и в военное время выступают:

- компьютерные системы и системы связи, используемые государственными и правительственными организациями;
- военная информационная структура;
- информационные и управленческие структуры банков, транспортных и промышленных предприятий;
- средства массовой информации (СМИ) и средства массовой коммуникации (СМК);
- психика человека, индивидуальное, массовое и коллективное сознание.

Противоборствующие стороны могут использовать информационное оружие в самых различных целях. Это:

- нарушение работы систем командования и управления войсками и боевыми средствами;
- дезорганизация деятельности управленческих структур, транспортных потоков и средств коммуникации;
- блокирование деятельности отдельных предприятий и банков, а также целых отраслей промышленности путём нарушения многозвенных технологических связей и системы взаиморасчётов, проведения валютно-финансовых махинаций и т. п.;
- инициирование крупных техногенных катастроф на территории противника в результате нарушения штатного управления технологическими процессами и объектами, имеющими дело с большими количествами опасных веществ и высокими концентрациями энергии;
- массовое распространение и внедрение в сознание людей определённых представлений, привычек и поведенческих стереотипов;
- вызов недовольства или паники среди населения, а также провоцирование деструктивных действий различных социальных групп.

- подрыв физического, психологического здоровья человека и разрушение генофонда нации.

В целом, к **особенностям** информационного оружия можно отнести:

- преимущественно атакующий характер;
- управляемость (т.е. возможность воздействия на объект в установленное время и заданных масштабах);
- универсальность (т.е. возможность поражения объектов в широком диапазоне);
- масштабность (т.е. возможность применения во всех сферах жизнедеятельности человека без привычного ограничения пространства и без признания национальных границ и суверенитетов);
- скрытность (т.е. сложность определения момента начала и источника воздействия);
- многовариантность форм реализации;
- невысокая стоимость создания и высокая эффективность применения;
- доступность (т.е. лёгкость распространения и чрезвычайная сложность контроля над процессом);

Учитывая, что в научной литературе (особенно русской и украинской) информационные войны подразделяются на информационно-технические и информационно-психологические, логично было бы, в соответствии с такой классификацией, выделить и **два основных вида информационного оружия**:

- *информационно-техническое;*
- *информационно-психологическое.*

При этом главными объектами нападения информационного оружия первого вида является техника, второго – люди.

К информационно-техническому оружию можно отнести:

- *средства физического воздействия;*
- *радиоэлектронные средства;*
- *программно-технические средства.*

К информационным средствам физического воздействия относятся средства, предназначенные только для воздействия на элементы информационно-технической системы: *противорадиолокационные ракеты, специализированные аккумуляторные батареи генерации импульса высокого напряжения, средства генерации электромагнитного импульса, графитовые бомбы, биологические и химические средства воздействия на элементарную базу.*

С помощью противорадиолокационных ракет в первые дни воздушной операции коалиционных миротворческих сил в зоне Персидского залива было выведено из строя 80% наземных радиолокационных систем (РЛС) Ирака.

Эффективным является и использование генераторов электромагнитного излучения. Проведенные эксперименты показали, что простейшие малогабаритные генераторы на расстоянии до 500 метров могут внести опасные искажения в работу приборов самолёта, совершающего взлёт или посадку, а также заглушать двигатели современных автомобилей, оснащённых микропроцессорной техникой.

Графитовые бомбы применялись американскими вооружёнными силами в ходе войны в Персидском заливе и в Косово. Их поражающий эффект достигается путём создания над объектом облака площадью 200 кв. м из произведенных на основе углерода и обладающих сверхпроводимостью тонких волокон. При соприкосновении волокон с токонесущими элементами (изоляторы, провода и т.д.) происходит короткое замыкание и вывод из строя электроцепей.

Биологические средства представляют собой особые виды микробов, способные уничтожать электронные схемы и изолирующие материалы, используемые в радиоэлектронной технике.

Радиоэлектронные средства представлены *средствами радиоэлектронной разведки, радиоэлектронного подавления* и некоторыми другими. Основным предназначением такого оружия является контроль информационных ресурсов потенциального противника и скрытое или явное вмешательство в работу его систем управления и связи в целях дезорганизации, нарушения нормального функционирования или вывода их из строя как в мирное, так и в военное время.

Одним из наиболее эффективных способов получения необходимой информации является использование средств радиоэлектронной разведки. В качестве примера можно привести *Систему глобального контроля международных линий связи «Эшелон»*.

Работу Системы «Эшелон» обеспечивает наземная сеть центров обработки информации, на которых размещены 96 комплексов радиоэлектронной разведки, она способна перехватить до 2 млн. сообщений в минуту. Две тысячи специалистов – лингвистов анализируют и расшифровывают информацию со 100 языков мира. Космическая группировка системы насчитывает от 20 до 40 летательных аппаратов.

Система «Эшелон» в состоянии перехватывать информацию, циркулирующую в телефонных и компьютерных сетях, в том числе и Интернет, а также обрабатывать полученную информацию в соответствии с заявками пользователей системы. Возможности Системы позволяют осуществлять контроль за деятельностью, прежде всего, должностных лиц высшего эшелона власти, министерств, ведомств, отдельных организаций и граждан, а также использовать Интернет с целью несанкционированного доступа к закрытой информации.

Средства радиоэлектронного подавления призваны блокировать или усложнять функционирование электронных средств неприятеля способом излучения, отражения электромагнитных, акустических и инфракрасных сигналов. Радиоэлектронное противодействие осуществляется автоматиче-

скими наземными, корабельными и авиационными системами постановки помех.

По сути, радиоэлектронные средства не являются оружием, разрушающим объекты, но их применение предшествует в современной войне началу боевых операций, «расчищает» дорогу для беспрепятственного применения боевых систем высокоточного оружия.

Например, за несколько суток до начала операции «Буря в пустыне» США впервые в широких масштабах провели радиоэлектронное подавление активных средств ПВО, органов управления и иных важных объектов на территории Ирака. Как отмечали западные эксперты, это был «шторм в эфире». Американцы нанесли такой мощный радиоэлектронный удар по Ираку, что заглушили даже некоторые радионаправления на территории южных военных округов Советского Союза.

Программно-технические средства используются для сбора, изменения и разрушения информации, хранящейся в базах данных, а также для нарушения или замедления выполнения различных функций информационно-вычислительных систем.

Программно-технические средства можно *классифицировать согласно выполняемым с их помощью задачам:*

- *средства сбора информации;*
- *средства искажения и уничтожения информации;*
- *средства воздействия на функционирование информационных систем.*

Причём некоторые из этих средств могут быть универсальными и использоваться как для искажения (уничтожения) информации, так и для воздействия на функционирование информационных систем объекта воздействия.

Средства сбора информации позволяют производить несанкционированный доступ к компьютерным системам, определять коды доступа, ключи к шифрам или другую информацию о зашифрованных данных и по каналам обмена передавать полученные сведения заинтересованным организациям.

В настоящее время разработаны специальные программные продукты, так называемые «*ноуботы*» (Knowbot – Knowledge Robot), которые способны перемещаться в информационной сети от компьютера к компьютеру и при этом размножаться, создавая копии. «*Ноубот*» вводится в компьютерные системы и, обнаружив интересующую его информацию, оставляет в этом месте свою копию, которая собирает информацию и в определённое время передаёт её. С целью исключения обнаружения в «*ноуботе*» изначально могут быть предусмотрены функции самоперемещения и самоуничтожения.

Задачи сбора информации решаются и с помощью программных продуктов «*Демон*» (“Demon”), «*Вынюхиватели*» (“Sniffers”), «*Дверь-ловушка*» (“Trap Door”).

Программный продукт «Демон», введенный в систему, записывает все команды, вводимые в неё, и в определённое время передаёт информацию об этих командах. Аналогично действуют и «Вынюхиватели», которые считывают и передают первые 128 битов информации, необходимых для входа в систему. Программы используются для вскрытия кодов доступа и шифров.

«Дверь-ловушка» позволяет осуществлять несанкционированный доступ к информационным массивам базы данных в обход кодов защиты. При этом система и элементы защиты его не распознают.

Созданы и постоянно модернизируются специальные технические устройства, позволяющие считывать информацию с мониторов компьютеров. Так, учёные Кембриджского университета в марте 2002 года опубликовали работу, в которой показали, что имеется принципиальная возможность с расстояния в несколько сотен метров восстанавливать картинку экрана просто по мерцанию света в окне комнаты, где установлен монитор. Также доказано, что с расстояния до полутора километров можно снимать данные с постоянно мигающих индикационных лампочек компьютерного оборудования.

Перспективным является также создание миниатюрных специализированных комплексов сбора, обработки и передачи информации, которые могут внедряться под видом обычных микросхем в состав самых различных радиоэлектронных устройств.

Средства искажения и уничтожения информации включают программные продукты «Троянский конь» («Trojan Horse»), «Червь» («Worm»), а также многочисленные *компьютерные вирусы*, количество которых, судя по самым последним научным исследованиям, превышает 60 тысяч.

«Троянский конь» позволяет осуществить скрытый несанкционированный доступ к информационным массивам. Он активируется по команде и используется для изменения или разрушения информации, а также для замедления выполнения различных функций системы.

«Червь» – это посторонний файл, сформированный внутри информационной базы данных систем. Он способен изменять рабочие файлы, уменьшать ресурсы памяти, а также перемещать и изменять определённую информацию.

Разработка всевозможных компьютерных вирусов не требует больших материальных и финансовых затрат, однако их применение может быть высокоэффективным.

К серьёзным катастрофическим последствиям привело, например, действие компьютерного *вируса I love you (VBS.LoveLetter)*. В начале мая 2000 года за считанные часы эта маленькая программка, написанная на языке Visual Basic и представляющая собой командный файл, прикрепляемый к электронному письму, появившись на свет в Маниле, распространилась через систему электронной почты по компьютерным системам Азии, Европы и Америки. В одной только Северной Америке этим виру-

сом было заражено около 80% компьютеров в 1000 крупнейших компаний. Суммарный ущерб от его деятельности достиг 1 млрд. долларов.

Весьма показателен и другой случай. Распространённый в конце января 2004 года в сети Интернет вирус практически парализовал работу этой сети на сутки в азиатских странах и снизил пропускную способность сети практически в два раза в странах Европы.

К средствам воздействия на функционирование информационных систем относятся «Логические бомбы» (или «логические закладки»), «Бомбы электронной почты» и т. д.

«Логическая бомба» (или «логическая закладка») представляет собой инструкцию, находящуюся в неактивном состоянии до получения команды на выполнение определённых действий на изменение или разрушение данных, а также нарушение работоспособности информационно-вычислительных систем. Так, в ходе войны в Персидском заливе Ирак не смог применить против многонациональных сил закупленные во Франции системы ПВО, так как их программное обеспечение содержало логические бомбы, активизированные с началом боевых действий.

Ярким примером логической закладки является «Чернобыльский вирус», ежегодно активизирующий свою работу 26 апреля в тех системах, куда был внедрён случайно или умышленно.

Поиск и выявление логических бомб и закладок в программном обеспечении практически невозможен, так как фирмы – разработчики программного обеспечения практически никогда не продают исходных текстов, мотивируя это нежеланием раскрыть «ноу-хау» своих разработок.

«Бомбы электронной почты» – это большой объём несанкционированных сообщений с целью увеличения нагрузки на сервер таким образом, чтобы он стал недоступен или его ресурсы стали недостаточными для нормальной работы. Именно таким образом был заблокирован в марте 1999 г. на трое суток сервер НАТО. Неизвестный адресат регулярно присылал на адрес Североатлантического блока около 2000 телеграмм в день, которые переполнили электронный «почтовый ящик».

К информационно-психологическому оружию относятся:

- **средства массовой информации и агитационно-пропагандистские средства;**
- **лингвистические средства;**
- **психофизические средства.**

Средства массовой информации (радио, пресса, телевидение, Интернет) и **агитационно-пропагандистские средства** (видеокассеты, электронные учебники и энциклопедии и др.), как вид информационного оружия массового поражения, предназначены для целенаправленного нанесения информационного ущерба, главным образом, духовно-нравственной жизни населения противостоящей стороны. В первую очередь, удар наносится по его исторической памяти, системе ценностей, мировоззрению, морально-нравственным идеалам с целью возможного управления его по-

ведением, а также – для создания препятствия аналогичным воздействиям противника.

Проходя через сознание каждого члена общества, длительное массированное информационно-психологическое воздействие разрушающего характера создаёт реальную угрозу существованию нации в результате трансформации её исторически сложившейся культуры, основных мировоззренческих и идеологических установок.

Один из крупнейших исследователей в области информационных войн С.П. Расторгуев полагает, что при современном уровне развития СМИ становится возможной даже такая операция, как перенесение методов гипнотического внушения с отдельного человека на целые общества.

По мнению учёного, процесс наведения гипнотического состояния на отдельное общество мог бы выглядеть приблизительно так:

1) расслабить общество, т.е. внушать через средства массовой информации, что врагов нет, при этом обсуждать отдельные исторические периоды и интересы отдельных народностей (цель: общество как целое должно исчезнуть в качестве объекта сознания общества);

2) заставить общество слушать только противника, не обращая внимания на какие-то иные мысли или ощущения, допустим, акцентировать внимание средств массовой информации исключительно на какой-то одной парадигме общественного развития, например западной, исключив любой другой опыт: Китай, Японию, мусульманский мир (цель: процесс загрузки общественного сознания и действие формирующих сил ослабляются);

3) заставить общество не размышлять над тем, что говорит противник, для этого исключить из средств массовой информации серьёзные аналитические исследования проблем (цель: способствовать торможению непрерывного потока мыслей);

4) сосредоточить внимание общества на каком-то предмете помимо входного информационного потока, например, внутренние катаклизмы, войны, акты террора (цель: подсистема защиты, ответственная за обработку входной информации, оказывается не в состоянии выполнять свою функцию и как бы расстраивается);

5) постоянно внушать, что само общество становится лучше и лучше, что все окружающие относятся к нему лучше и лучше (цель: подобное внушение ослабляет историческую память и чувство самоидентификации, которыми характеризуется нормальное состояние общества);

б) средства массовой информации одновременно должны убеждать членов общества, что возникшее состояние – это не совсем то, что должно быть (цель: создание пассивного состояния сознания, в котором сохраняется возможность зависимости от информационного воздействия противника).

Существуют многочисленные факты, когда не только зарубежные, но и некоторые отечественные СМИ, прикрываясь лозунгами «объективности информационного освещения» тех или иных событий, наносят

ущерб информационной безопасности страны путём манипулирования информацией, распространения дезинформации, информационной поддержкой различных группировок экстремистского и криминального толка. И эта проблема усугубляется как за счёт монополизации отечественных СМИ, так и за счёт неконтролируемого расширения сектора зарубежных СМИ в информационном пространстве Украины.

Возможна и другая печальная перспектива. Станции голосовой дезинформации, разрабатываемые в настоящее время в США, позволят входить в радиосети объекта воздействия и смоделированным компьютерными средствами голосом, например, командира подразделения противника отдавать приказы и распоряжения подчинённым войскам, тем самым нарушая управление войсками.

Лингвистические средства (*языковые единицы, «специальная» терминология, обороты речи, имеющие семантическую неоднозначность при переводе на другие языки и др.*) предназначены, главным образом, для использования высококвалифицированными специалистами при ведении международных переговоров, подписании и выполнении договоров между сторонами. Данные средства могут обеспечить долговременный высокоэффективный результат.

Например, в текстах Договоров об ограничении систем ПРО США и СССР от 1972 г., о ликвидации РСМД от 1987 г., об ограничении и сокращении стратегических вооружений от 1991 г. можно легко обнаружить следы лингвистической борьбы. Так, наличие всего только одной малообразумительной фразы: «РЛС с большими фазированными системами предупреждения о пуске баллистических ракет стратегического назначения должны размещаться только на национальной территории, по её периферии и обращёнными вовне», позволило США иметь две РЛС за рубежом своей национальной территории, в Гренландии и Великобритании, а одну – в центре полуострова Аляска на расстоянии 800 – 1000 км от береговой линии Мирового океана. В то же время СССР в своё время был вынужден ликвидировать свою РЛС подобного типа, построенную под Красноярском в 800 км от китайской границы.

Психофизические средства предназначены для *скрытого насильственного воздействия на подсознание человека* с целью модификации его сознания, поведения и физиологического состояния в нужном для воздействия стороны направлении.

Новейшие исследования убедительно доказали, что наша оперативная память, формирующая наш «здравый смысл», – это всего лишь малая часть от нашей «суммарной» памяти, которой обладает человек. Главный её «резерв и хранилище» – наше подсознание. В подсознании содержится от 70 до 99 процентов объёма нашей памяти (всех знаний). Отсюда такой огромный интерес к раскрытию «резервных» возможностей человека путём прямого воздействия на его подсознание. При этом человек не осознаёт ни цель, ни даже факт самого воздействия.

Психофизические воздействия без ведома самого человека лишают его права самостоятельного выбора логически обоснованных решений, свободы выбора своего поведения, исполнения желаний, выражения эмоций и даже психофизиологического состояния организма (настроения, здоровья). В предельном варианте человек, испытавший психофизическое воздействие, превращается в зомби, который безотказно выполняет волю своего повелителя. Человек, подвергшийся «программированию», внешне ведёт себя так, как обычный человек, и не подозревает о том, что он «запрограммирован». Он среагирует только на ключевую команду, переданную ему в нужное время. После выполнения задания человек – «зомби» даже не осознаёт, что он сделал по этой команде, поскольку программой ему «приказали» забыть этот факт.

В подсознание такого человека можно заложить и несколько спец-программ. Иллюстрацией подобного программирования является известный случай ареста агента ЦРУ Луиса Кастильо, обвинённого в убийстве президента Филиппин Маркоса. Перед допросом агенту ввели «сыворотку правды» – психотропное средство – и провели ряд гипнотических сеансов. Оказалось, что этот человек в разных ситуациях ощущал себя четырьмя разными агентами с различными «легендами», причём, каждая из его личностей ничего не ведала об остальных. Видимо, подвергнув мозг Кастильо сложной обработке с помощью психофизических средств, в него заложили сразу несколько программ, каждая представляла собой какое-то задание. Новую личность «включали», вероятно, с помощью отдельного кода.

К основным психофизическим средствам можно отнести:

- ***психотропные средства;***
- ***суггестию;***
- ***психотропные средства.***

Психотропные средства, представляющие собой *фармакологические средства химико-биологического характера*, предназначены для воздействия на психику человека на генном или хромосомном уровнях. Они изменяют психические, эмоциональные и поведенческие функции человека, оказывая депрессивное или стимулирующее действие.

Психотропные вещества делятся на *нейролептики, антидепрессанты, транквилизаторы, наркотики, гипнотики, психостимуляторы, психоделики*.

Результатом применения психотропных средств могут стать депрессии, страхи, тревоги, гнев и злобность, возможны двигательные нарушения в виде заторможенности или возбуждения, расстройства восприятия мышления, галлюцинации, изменения темпов мышления, бредовые идеи, изменение личности.

Чтобы заставить человека делать то, что он делать не хочет, совсем не обязательно хирургическим путём изменять строение его головного мозга или принуждать его силой. Нужно только правильно подобрать препараты и соответствующим образом их применить. Так, лет 30 назад появился препарат «*би-зет*» – мощное психотропное средство, эффективно

влияющее на массы людей. Достаточно обработать им, скажем, батальон на марше, и тот становится неуправляемым. Хотя каждый отдельный солдат остаётся при этом практически нормальным. Сегодня никто не может дать гарантию, что на базе данного препарата уже не создали более действенное средство влияния на психику! Нет гарантий и того, что его не используют для организации «стихийных» митингов и демонстраций или хотя бы для стимуляции поведения людей в толпе. Тем более, что к настоящему времени уже созданы так называемые нейромедиаторы, контролирующие агрессивное поведение человека.

Сильно воздействуют на психику людей некоторые *пахучие вещества*. Определённые запахи вызывают конкретные действия и поведение человека. Запах – это что-то вроде пульта управления, который руководит человеческими эмоциями и через них поступками людей. С помощью запахов можно повышать или понижать кровяное давление, замедлять или ускорять сердцебиение, возбуждать или, наоборот, усыплять. Установлено, что некоторые запахи снимают депрессию у больных, улучшают их настроение. Клинические эксперименты показали, что аромат лаванды, ромашки, лимона и сандалового дерева ослабляет активность головного мозга быстрее, чем любой депрессант. А жасмин, роза, мята и гвоздика возбуждают клетки серого вещества мощнее, чем крепкий кофе. Понятно, что применяя запахи для воздействия на людей, можно ударить в самое слабое место их психики. Чем и пользуются специалисты информационно-психологической войны.

Известно, что в стенах российского Центра экстремальной медицины ведутся работы по психофизической коррекции бойцов спецподразделений.

Суперсолдат XXI века – это интеллектуал со стопроцентными физическими данными, скорректированными для выполнения определённой задачи. Такого состояния боец способен достичь в результате приёма нового психостимулятора, резко повышающего мозговую активность солдата. Способности такого бойца поистине фантастичны. Новый препарат одновременно и успокаивает, и вызывает прилив бодрости и чувство уверенности. Солдат, прошедший курс психостимуляции, способен противостоять один четверым в рукопашном бою. Он может пройти без отдыха восемьдесят километров и после этого всадить в яблоко мишени десять пуль подряд с трёхсот метров.

Другой препарат «способен продлить жизнь бойца после ранения, несовместимого с жизнью». Солдат, который по всем канонам медицины уже является трупом, способен мыслить и довести до конца боевую операцию, помочь своим товарищам и сохранить им жизнь. Только после этого он умрёт.

Отдельно следует упомянуть о так называемой *генной сельскохозяйственной продукции*. Исследования многих учёных мира показывают: чем больше человек потребляет генопродуктов, тем больше риск злокачественных изменений в составе крови, заболеваний нервной системы, го-

ловного мозга. По сути дела, специально выращенные генопродукты используются странами – поставщиками в качестве психотропного оружия массового применения. Например, американцам – поставщикам генной сои – нужно исследовать, как влияет генный продукт на человеческий организм.

Суггестия (или внушение) – это целенаправленное воздействие на личность или группу (массовое внушение), воспринимаемое на уровне подсознания и приводящее либо к появлению определенного состояния духа, чувства, отношения, либо к совершению определенных поступков.

В результате суггестивного воздействия у объекта внушения возникает склонность подчиняться и изменять поведение не на основании разумных, логических доводов или мотивов, а по одному лишь требованию или предложению, исходящему от другого внушаемого лица. При этом сам человек не отдаёт себе отчёта в такой подчиняемости, продолжая считать свой образ действия как бы следствием собственной инициативы или собственного выбора.

Существует *два вида суггестии*:

- *акустическая суггестия* (осуществляется через слуховой канал);
- *визуальная суггестия* (осуществляется через зрительный канал).

Наиболее распространённым методом *акустической суггестии* считается такой, когда на музыку посредством микшера накладывается неоднократно повторяемый словесный текст внушения, но с замедлением в десять – пятнадцать раз. Транслируемые таким образом слова воспринимаются, как глухой вой, и после наложения становятся совершенно незаметными. Хотя, с технической точки зрения, такой приём легко обнаруживается.

Широко известным методом *визуальной суггестии* является «вклеивание» 25-го суггестивного кадра в поток зрительной информации. Суть метода состоит в том, что во время демонстрации фильмов человеческий глаз видит только 24 кадра в минуту, а изображённое на 25-м кадре воспринимается на уровне подсознания. Утверждается, что при этом можно добиться потрясающего эффекта воздействия на ничего не подозревающих зрителей. В наиболее развитых странах эта технология уже запрещена. А вот в России, например, известна попытка екатеринбургской телекомпании АТН привлечь зрителей запрещённым приёмом. В одну из своих программ телетехники вмонтировали 25-й кадр с призывом «Сиди и смотри только АТН!». Телевизионщиков быстро разоблачили и даже лишили лицензии на вещание, потому что этот метод тоже легко отслеживается технически. В своё время в украинской прессе прошло аналогичное сообщение об использовании 25-го кадра в предвыборном ролике кандидата в президенты В. Ющенко.

Ныне разрабатываются более совершенные методы, основанные на «*диспаратном*» *предъявлении*, когда каждый кадр видеoinформации

содержит только часть суггестивного образа, не вскрываемую техническими приёмами; сложение всех частей внушаемого видеоизображения происходит на неосознаваемом уровне объекта воздействия.

Эффект воздействия существенно усиливается при комбинированном использовании различных типов внушения. Наиболее известным и простым примером такой кооперации и воздействия является комплексное использование акустической и визуальной суггестии. Уже доказано на практике, что неосознаваемая акустическая суггестия, сопровождающая зрительную осознанную информацию, может модулировать отношение человека к последней. Например, при показе человеческого лица испытуемые оценивали его как образ человека хорошего или плохого в зависимости от установки, формируемой у них с помощью одновременно идущей неосознаваемой акустической суггестии (спокойной, радостной, тревожной, воинственной и т.д. музыки).

Суггестивное воздействие осуществляется **двумя путями:**

- *в обычном состоянии сознания;*
- *в изменённом состоянии сознания.*

В обычном состоянии сознания суггестивное воздействие осуществляется *скрытно*. Объекту «нужная» информация выдаётся на фоне потока каких-то других аудио- и видео- сообщений.

На подсознание человека можно воздействовать и после введения его в изменённое состояние сознания. Для этого используется гипноз и психотренинги. Суггестор внушает суггестируемому нужную формулу поведения при изменённом состоянии сознания. Человек превращается в заложника чьей-то воли.

Наиболее сложной формой суггестии является нейролингвистическое программирование (НЛП), достигаемое путём долгого и кропотливого подбора «ключа» к подсознанию человека. В качестве такого «ключа» используется специально подобранный текст (так называемый нейросемантический гипертекст), содержащий наиболее значимые слова и фразы для внушаемого (суггестируемого) лица, значительной группы лиц, подразделения, региона. Наиболее вероятная область применения НЛП – средства массовой информации с ориентацией на определённый хорошо изученный контингент населения, образование, медицина.

Память, сознание, подсознание любого человека рассматриваются специалистами в области НЛП как участки «карты». Карта выглядит как слабо структурированная смесь данных и программ поведения, представляющая из себя личную модель мира. Она легко перепрограммируется после ввода человека в специальные интерфейсные режимы.

Неспроста НЛП с его возможностями быстрого обучения – программирования человека сегодня приобретает всё большую и большую популярность, но и таит в себе чрезвычайной силы опасность. В технологии НЛП очень важно сохранить и развить «экологическую» составляющую. Экологичность – это учёт возможных нежелательных результатов программирования человека и обязательное моделирование их предотвраще-

ния. Впору ставить вопрос о всеобщей психологической безопасности и обучать индивидуальным средствам защиты от несанкционированных зомбирований. Ежедневно через радио- и телевизионный эфир, через газеты, Интернет и путём прямого общения, нам навязывают вполне определённые модели поведения, программируют на вполне определённый выбор и покупку. Всё это происходит помимо нашего сознания и, уж конечно, против нашей воли.

Психотронные средства – это средства *техногенного* воздействия на физическое состояние и сознание человека. Они полностью решают проблему *дистанционного* управления физическим состоянием человека, его психикой и сознанием. К наиболее распространённым психотронным средствам относятся: *генераторы электромагнитных излучений, генераторы инфразвука и ультразвука, лазерные излучатели, генераторы специзлучений (торсионных, лептонных, нейтринных) компьютерные технологии и др.*

Приведём некоторые примеры воздействия психотронного оружия на человека.

Сверхвысокочастотные (СВЧ) излучатели нарушают работу головного мозга и центральной нервной системы, человек слышит несуществующие шум и свист. Разновидностью такого оружия является *Система Активного Отбрасывания*, разработанная американцами. Эта установка оказывает кратковременное шоковое воздействие на людей на расстоянии до 500 м. Пентагон провёл сертификационные испытания установки на добровольцах, которые при облучении испытывали болевой шок и рефлекторное стремление немедленно скрыться из зоны поражения.

Американская звуковая пушка (*Дальнодействующее Акустическое устройство*) способна влиять на поведение толпы, настраиваться на отдельно избранного человека среди людей, транслировать исключительно ему одному звук прямо в голову, а также влиять на команды кораблей противника, очищать здания от террористов, вызывать панику в воинских подразделениях и т.п. Это устройство поражает людей мощным звуком в 150 децибел. Для сравнения: шум двигателей реактивного самолёта составляет около 120 децибел, шум в 130 децибел может повредить слуховой аппарат человека.

Инфразвуковое оружие основано на использовании звуковых волн инфразвукового диапазона, не воспринимаемых человеческим ухом. Экспериментально установлено, что подбором частоты звуковых колебаний в районе 10 Гц можно воздействовать на человека, вызывая у него дискомфортные состояния (чувство тревоги, страха, ужаса), поражение сердечно-сосудистой системы, деструкцию кровеносных сосудов и внутренних органов.

В США создан «лазерный ослепитель» для гранатомёта, условно названный «Sabor 203». Он состоит из лазерного диода, помещённого в твёрдую пластиковую капсулу, и панели управления, которая посылает в неё импульсы. Нажатием кнопки на панели управления стрелок переводит

лазер в режим непрерывного излучения, что позволяет ослепить противника ярко-красным световым лучом. По мнению создателей установки, она имеет эффективную дальность действия до 300 метров. В Сомали американцы испытали этот вид психотронного оружия на гражданском населении. Направленный в толпу враждебно настроенных местных жителей лазерный луч ослепителя вызвал среди них панику.

Разработкой психотронного оружия в своё время активно занимались учёные СССР. В 1973 году в военных кругах появились сведения о том, что в войсковой части 71592 была создана мощная установка «Радиосон». Она могла усыпить население целого города.

Россия тоже не отстает в современных психотронных технологиях, предлагая установить на уже находящихся в космосе спутниках специальные приборы для передачи *голографических изображений* на поверхность облаков, являющихся хорошим лазерным экраном. Такие изображения будут при определённых условиях видны с земли на территории радиусом в 100 - 150 километров. Голографические изображения способны оказывать серьёзное влияние на психическое состояние людей, особенно в экстремальных или боевых условиях. Планируется, например, создавать на небе голографические изображения исламских мучеников, которые «с небес» будут советовать своим единоверцам прекращать сопротивление, сдаваться на милость противника или возвращаться домой. По имеющимся фактам можно предположить, что испытания подобных устройств уже проводятся.

Высшим достижением компьютерных технологий на сегодня является *виртуальная реальность*, которая позволяет прорываться в глубинные пласты человеческой психики, подменять отдельные элементы самообраза в нужном направлении и в конечном итоге эффективно манипулировать сознанием виртуального пользователя. Быстрое развитие компьютерных технологий виртуальной реальности создаёт угрозу появления техногенного наркотика – более сильного и «гибкого» для управления сознанием человека, чем ныне известные наркопрепараты.

С помощью *компьютерных игр* можно трансформировать психику играющего человека в заданном программно поддерживаемом направлении. В мозгу играющего возникают следы-фантомы, сновидения, страхи, эпилептические припадки, кошмары. Многие дети после подобных игр попали в больницы и получили серьёзные психологические травмы.

Ещё одним «достижением» компьютерных технологий стали так называемые «*биовирусы*», которые несут в себе подсознательные сообщения.

Первой ласточкой был *биовирус rave on* швейцарского программиста Юлиуса Фурхта, который маскировался под «глюковатую» программу просмотра постскриптовских файлов. «Программа» сообщала, что не может работать с данным режимом монитора, после чего монитор начинал мерцать. Частота мерцания монитора была подобрана так, что действовала

гипнотически. Один кадр на каждые 60 передавал подсознательное сообщение «Беснуйся! Радуйся и не огорчайся!»

Биовирус V666 назван «дьявольским числом» по количеству байт его объёма. Использует классическую идею 25-го кадра. Выводит на экран монитора строго определённую комбинацию световых пятен, которые вводят оператора в гипнотическое состояние, при котором он теряет сознательный контроль над собой. Этот же вирус разрушительно влияет на физиологию оператора. По расчётам создателей вируса, подсознательное восприятие нового изображения должно вызывать изменение сердечной деятельности: её ритма и силы сокращений. В результате появляются резкие перепады артериального давления в малом круге кровообращения, которые приводят к перегрузке сосудов головного мозга человека. По данным специального исследования, за последние несколько лет только в странах СНГ зафиксированы 46 случаев гибели операторов, работающих в компьютерных сетях, от подобного вируса.

Аналогичным примером психотронного воздействия на психику человека стала массовая «телевизионная эпидемия», вспыхнувшая в Японии 1 декабря 1997 года после демонстрации очередной серии популярного мультфильма «Покетмон» («Pocket monsters» – «Карманные чудовища»). Более 700 детей были доставлены в больницу с симптомами эпилепсии. По мнению психиатров, массовый недуг вызвали эпизоды, сопровождавшиеся многочисленными ослепительными разноцветными вспышками. Медики доказали, что мерцание красного цвета с частотой от 10 до 30 вспышек в секунду вызвало сначала раздражение глазных нервов и частичный спазм сосудов головного мозга, а потом потерю сознания, судороги и даже спазматическое прекращение дыхания (удушие).

По утверждениям независимых исследователей, в России и других странах СНГ практикуется *«сетевой» метод психотронного воздействия* на население. При этом методе мощность биоэнергетического генератора через систему фильтров вводится в бытовые сети жилого здания. Таким образом, внутри здания создаётся высокочастотное радиополе. Облучение граждан ведётся по электрическим, телефонным, радио-, тепло- и водопроводным сетям, арматуре в стенах, охранным сетям, через коллективные ТВ-антенны, а также с использованием передвижных и авиакосмических средств.

Государственная пожарная инспекция в угоду спецслужбам замалчивает факт использования ими бытовых электросетей для ввода высокочастотной составляющей, являющейся причиной пожаров в жилых домах. А взрывы газа в квартирах – результат подключения ультразвуковых генераторов к газовым и водопроводным трубам.

Как видим, информационное оружие во всех своих разновидностях демонстрирует неиссякаемые возможности его негативного, разрушающего воздействия на личность, общественное сознание и на информационно-технические системы общества. Это позволяет утверждать, что **роль** информационного оружия *значительно возрастает* в условиях стихийных

рыночных отношений, правового «беспредела» и глобальной информатизации на основе создания и совершенствования новых информационных технологий (НИТ), единых телекоммуникационных мегасетей (типа Интернет) и независимых средств массовой информации (или дезинформации).

Контрольные вопросы

1. Что такое информационное оружие?
2. Что выступает в качестве основных объектов применения информационного оружия?
3. В каких целях может использоваться информационное оружие?
4. Каковы особенности информационного оружия?
5. Каковы основные виды информационного оружия?
6. Каковы разновидности информационно-технического оружия?
7. Что относится к информационным средствам физического воздействия?
8. Что относится к радиоэлектронным средствам?
9. Каковы возможности Системы глобального контроля международных линий связи «Эшелон»?
10. Для чего в информационных войнах используются программно-технические средства?
11. На какие виды делятся программно-технические средства?
12. Что такое «ноуботы» и для чего они предназначены?
13. С помощью каких программных продуктов решаются задачи сбора информации?
14. Какие программные продукты относятся к средствам искажения и уничтожения информации?
15. Что можно отнести к средствам воздействия на функционирование информационных систем?
16. Каковы разновидности информационно-психологического оружия?
17. Почему СМИ могут выступать в качестве опасного информационного оружия?
18. Как, по мнению учёного С.П. Расторгуева, мог бы выглядеть процесс наведения «гипнотического» состояния на отдельное общество?
19. Какие виды психофизического оружия Вы можете назвать?
20. Что такое психотропные средства и для чего они предназначены?
21. Что такое суггестия и как она используется в качестве информационного оружия?
22. В чём заключаются особенности психотронного оружия?

6 МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Во время информационно-психологической борьбы стороны, или одна из сторон, оказывают друг на друга информационно-психологическое воздействие.

Информационно-психологическое воздействие представляет собой целенаправленное производство и распространение специальной информации, оказывающей непосредственное влияние (положительное или отрицательное) на функционирование и развитие информационно-психологической среды общества, психику и поведение политической элиты и населения противостоящей стороны.

Разновидностями информационно-психологического воздействия являются:

- *психологическое воздействие;*
- *пропагандистское воздействие.*

Кто же «создаёт» такие воздействия? Их создают креативные, как правило, высокообразованные люди.

Основная задача политических лидеров страны – вывести этих людей на стратегический уровень ведения информационного противоборства.

Необходимо отметить, что информационные воздействия опасны (или полезны) не столько сами по себе, сколько тем, что «запускают» мощные вещественно-энергетические процессы, управляют ими.

Суть колоссального влияния информации как раз и заключается в её способности «точечно» контролировать социальные процессы, влиять на параметры, которые на много порядков выше самой управляющей информации.

Создание глобального информационного сообщества предъявляет особые **требования к создателям информации**. Это:

1. Постоянный контроль своих действий, поступков и возможностей.
2. Соблюдение всех известных требований конфиденциальности.
3. Уверенность в себе, в своих силах и возможностях.
4. Осторожность и скрытность.
5. Собственная система получения и анализа информации.
6. Постоянное самосовершенствование.
7. Противодействие инфологемам противника.

Инфологема – это ложная, искажённая или неполная информация, представляющая реальные события в виде идеологических мифов или политических пропагандистских измышлений.

Инфологема появляются на свет как результат сознательных, целенаправленных манипулятивных воздействий или, что значительно реже – неосознаваемых заблуждений.

Инфологема способны к расширенному самовоспроизводству, самумножению. Они формируют:

- картины мира в индивидуальном, групповом и массовом сознании;

- устойчивые стереотипы индивидуального и социального поведения;
- ценностные установки и ориентации будущих поколений.

Задача профессионала информационного противоборства – вовремя «разглядеть» инфологемы противника и своевременно отреагировать на них.

Как и любые идеологические мифы, инфологемы активны и агрессивны. Они энергично вытесняют достоверную информацию, оставаясь нередко правдоподобными. Зачастую инфологемы помогают отвлечься от неприятной реальности, снять фрустрацию, уменьшить тревожность и, в конечном счёте, обеспечить некоторую толику психологического комфорта. Поэтому так часто успех сопровождает слухи и сплетни.

Производство инфологем носит, как правило, *деструктивный характер*. Они ложатся на благодатную почву взвинченной психологии масс, с ходу вводятся в информационные каналы и легко перетекают в различные области политической и духовной жизни. Особенно эффективно применение инфологем во время выборов.

Следует признать, что инфологемы являются основным продуктом деятельности политтехнологов. Политические консультанты и журналисты широко используют инфологемы предвыборного назначения. Один из часто встречающихся примеров – «фигура умолчания»: сообщается, что кандидат привлекался к суду, но ничего не говорится о сути и времени правонарушения. Вообще тщательно дозируемая информация может существенно исказит представления избирателей о кандидатах и их программах.

Большая часть социально-политических инфологем имеет в основе *две особенности*:

- *ксенофобию, ненависть к чужому;*
- *стремление найти врага, виновника своих бед.*

Так появляются *инфологемы о врагах* – коммунистах для одних, или о демократах, разоривших страну, для других, о беспринципном и коррумпированном центре – для третьих. *Сопровождающие инфологемы – превращение себя в жертву*. Именно инфологемы зачастую формируют общественное мнение и социально-психологические стандарты поведения граждан.

Инфологемы могут выполнять следующие **функции**:

- охранные;
- аргументирующие;
- комментирующие;
- провозглашающие;
- отвлекающие;
- скрывающие;
- ложно ориентирующие;
- дезориентирующие (подменяющие ориентиры).

На основе инфологем, за счёт искажения фактической основы событий, нередко строятся крупные информационно-пропагандистские кампании для подрыва доверия граждан к реализуемому политическому курсу или к конкретным личностям.

Для того чтобы одержать победу в информационной войне противоборствующие стороны широко используют **манипулятивные технологии**.

Манипулятивных приёмов, их вариантов и видоизменений в социуме чрезвычайно много. Однако используя *три таких основных критерия, как частота использования, широта применения и степень воздействия*, можно выделить группы манипулятивных приёмов, имеющих наиболее *универсальный характер*.

И.Н. Панарин приводит **семь основных приёмов**, которые в систематизированном виде были сформулированы в США в конце 30-х гг. в Институте анализа пропаганды.

1. «Приклеивание или навешивание ярлыков».

Данный приём заключается в выборе оскорбительных эпитетов, метафор, названий, имён, так называемых «ярлыков», для обозначения, именования человека, организации, идеи, любого социального явления. Эти «ярлыки» вызывают эмоционально негативное отношение окружающих, ассоциируются у них с низкими поступками и, таким образом, используются для того, чтобы опорочить личность, высказываемые идеи и предложения, организацию, социальную группу или предмет обсуждения в глазах аудитории.

2. «Сияющие обобщения» или «блистательная неопределённость».

Этот приём заключается в замене названия, обозначения определённого социального явления, идеи, организации, социальной группы или конкретного человека более общим родовым именем, которое имеет положительную эмоциональную окраску и вызывает доброжелательное отношение окружающих. Приём основан на эксплуатации положительных чувств и эмоций людей к определённым понятиям и словам, например, таким как «свобода», «патриотизм», «содружество», «мир», «счастье», «любовь», «успех», «победа», «здоровье» и т.п.

Такого рода слова, несущие позитивное психоэмоциональное воздействие, применяются для протаскивания решений и взглядов, оценок и действий, выгодных для конкретного лица, группы или организации. Например, чтобы ввести свои войска в какой-либо регион мира, можно употребить понятие «миротворческая акция». В другом случае можно заменить фразу «ряд партий объединились в единый блок» на более положительную, типа «была создана демократическая коалиция».

3. «Перенос» или «трансфер».

Суть данного приёма состоит в искусном, ненавязчивом и незаметном для большинства людей распространении авторитета, престижа или негатива того, что ими ценится, уважается или осуждается, на то, что им преподносит источник коммуникации. Приём используется либо

для повышения авторитета, либо для дискредитации конкретных лиц, идей, ситуаций, социальных групп и организаций. Например, говоря о том, что «правительство возглавила Ю. Тимошенко – «вдохновитель Майдана», коммуникатор явно усиливает положительное воздействие информации на аудиторию. Иные чувства может вызвать другая фраза: «Правительство возглавила Ю. Тимошенко, в своё время тесно сотрудничавшая с П. Лазаренко».

4. «Ссылка на авторитеты» или «свидетельства».

Содержание этого приёма заключается в цитировании высказываний на заданную тему тех личностей, которые обладают высоким моральным авторитетом или же, наоборот, таких, которые вызывают отрицательную реакцию у категории людей, на которых направляется манипулятивное воздействие.

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. Например, отношение человека к политике может формироваться под впечатлением двух разных высказываний.

1) Как говорил М. Волошин, «политика есть дело грязное».

2) По словам Ю. Крижанича, «политика – это королевская мудрость».

5. «Свои ребята» или «игра в простонародность».

В этом случае часто используются такие названия и эпитеты, как «рубаша – парень», «простой», «свой мужик», «наш человек» и т.п.

Цель данного приёма состоит в попытках установления доверительных отношений с аудиторией, как с близкими по духу людьми, на основании того, что коммуникатор, его идеи, предложения, высказывания хороши, так как принадлежат простому народу. Коммуникатор, его суждения ассоциируются с позитивными ценностями из-за их народности или принадлежности его самого к народу, как выходцу из простых, обыкновенных людей. Для примера вспомним, как формировался имидж «президента из народа» В. Януковича.

6. «Перетасовка» или «подтасовка карт».

Содержание данного приёма заключается в отборе и тенденциозном преподнесении только положительных или только отрицательных фактов и доводов при одновременном замалчивании противоположных. Его основная цель – используя односторонний подбор и подачу фактов, свидетельств, доводов, показать привлекательность или, наоборот, неприемлемость какой-либо точки зрения, программы, идеи и т. д.

Более мягкой формой этого приёма является «акцентирование», когда приводятся и положительные, и негативные доводы и факты, но положительная сторона сознательно «усиливается».

7. «Общий вагон», «общая платформа» или «фургон с оркестром».

При использовании данного приёма осуществляется подбор суждений, высказываний, фраз, требующих единообразия в поведении, создающих впечатление, будто так делаю все. Сообщение, например, может начинаться словами: «Все нормальные люди понимают, что...», или «ни один здравомыслящий человек не станет возражать, что...», или «по общему мнению, этот человек...». Посредством «общей платформы» у человека вызывается чувство уверенности в том, что большинство членов группы, к которой он принадлежит, или всего общества разделяют предлагаемую точку зрения. Апелляция ко «всем» учитывает, что люди, как правило, верят в побеждающую силу и правильность мнения большинства и поэтому, естественно, хотят быть с теми, кто его составляет. Происходит некритическое принятие излагаемых в сообщении оценок, точек зрения и т.д. Принцип «делайте выводы сами» отступает на задний план.

Помимо вышеприведенных манипулятивных технологий в информационных войнах используются и другие, **дополнительные приёмы**. Охарактеризуем некоторые из них.

1. «Осмеяние».

При использовании этой техники, осмеянию могут подвергаться как конкретные лица, так и взгляды, идеи, программы, организации и их деятельность, различные объединения людей, против которых идёт борьба. Эффект действия данного приёма основывается на том, что при осмеянии отдельных высказываний и элементов поведения человека к нему инициируется шутовское и несерьёзное отношение, что автоматически может распространяться и на другие его высказывания и взгляды. Формируется имидж «несерьёзного и некомпетентного человека», чьи предложения и высказывания не заслуживают внимания.

2. «Держи вора».

Цель приёма – смешаться со своими преследователями. Ярким примером является опыт ЦРУ периода У. Колби (1970-е годы). Когда эту организацию стали уличать в терроризме, убийствах, взрывах, свержении правительств, наркобизнесе, агентурных провалах, то ЦРУ во главе с У. Колби ринулись впереди разоблачителей и стали так рьяно себя разоблачать, что сами разоблачители их еле успокоили. Так У. Колби сохранил ЦРУ.

Этот же приём используется и для дискредитации, когда виновные, чувствуя провал, первыми поднимают крик в СМИ и направляют гнев народа в другую сторону. Этим приёмом часто пользуются т.н. «правозащитники» и «борцы с мафией», задачей которых является дезорганизация общественности.

3. «Метод отрицательных групп отнесения».

Здесь утверждается, что данная совокупность взглядов является единственно правильной. Все те, кто разделяют эти взгляды, обладают какими-то ценными качествами и в определённом плане лучше тех, кто раз-

деляет другие мнения (часто противоположные или принципиально отличные от пропагандируемых).

Возьмём, к примеру, утверждение: «Религиозные люди, особенно христиане, более честны, отзывчивы и т.д.». Посредством этого утверждения создаётся положительное отношение к вполне определённой группе людей, якобы обладающих ценными качествами, и отрицательное к противоположной группе, в частности, к атеистам или представителям иных религиозных конфессий. Таким же воздействием обладает высказывание: «Американцы – самый независимый и свободолюбивый народ». И если вы – украинец, русский, китаец или японец, то автоматически не можете претендовать на то, чтобы быть независимым и свободолюбивым.

4. «Эффект первичности».

Данный приём основывается на знании того, что любое первое сообщение о том или ином факте, событии оказывает более сильное воздействие на аудиторию, чем последующие. Одна из причин этого феномена заключается в том, что тому, кто первый сообщил информацию, принадлежит приоритет в удовлетворении имеющейся потребности и, как следствие, формирование первичной психологической установки к факту или событию. Источник информации, первым сообщаящий о значимых событиях, становится более привлекательным для аудитории, чем другие. Это способствует формированию и закреплению предпочтения к данному источнику информации на будущее, по сравнению с теми, кто действует менее оперативно.

Данный эффект учитывается при массированном «сливе компромата». В конце концов, виноват всегда тот, кого облили грязью – ведь ему надо будет отмываться. Вдобавок статус обвиняющего в общественном сознании воспринимается как более высокий, чем у обвиняемого.

5. «Забалтывание».

Метод «забалтывания» используется, когда необходимо снизить актуальность или вызвать негативную реакцию к какому-либо явлению. Используя его, можно успешно бороться с противником, непрерывно восхваляя его к месту и неуместно говоря о его необыкновенных способностях, постоянно держа на слуху его имя, явно преувеличивая его способности. Очень быстро это всем надоедает и одно имя этого человека вызывает раздражение. Авторов такого мероприятия очень трудно уличить в намеренной дискредитации, так как формально они прилагают все усилия для восхваления.

Во время выборов данный приём активно применяется в форме «информационного взрыва» или массированного «слива компромата». Цель – вызвать усталость и головную боль у людей, отбить у избирателей желание интересоваться тем, что за душой у того или иного кандидата.

Ещё метод «забалтывания» нередко применяется для создания т. н. «информационного шума», когда за потоком второстепенных сообщений нужно скрыть какое-то важное событие или главную проблему.

6. «Информационная блокада».

Информационная блокада всегда тесно связана с *информационным доминированием*. Это две стороны одной медали. К ним прибегают как в случае военных действий, так и в мирное время (например, во время выборов). Имеет место создание информационного вакуума по какому-то вопросу с последующим распространением тенденциозно подобранной информации о нём. Очень часто властные структуры блокируют информацию по какой-либо проблеме, а затем выдают её в безальтернативном режиме. Поскольку интерес к данному вопросу в обществе очень силён, выгодная для власти информация получает максимальное распространение. Это позволяет обеспечить единую интерпретацию происходящих событий и представляет, по сути, массовое зомбирование людей. В этом случае фиксированная позиция СМИ не подлежит изменению, поэтому другая точка зрения практически недоступна для широкой аудитории.

Информационная блокада сегодня сопровождает практически все военно-политические конфликты. К ней зачастую прибегают и во время избирательных кампаний. Заангажированные СМИ создают информационный ажиотаж только вокруг предпочтительного кандидата. При этом его оппонент полностью лишается возможности высказать в СМИ свою позицию, ответить на выпады в свой адрес. В лучшем случае телеканалы показывают его «без звука», сопровождая видеоряд тенденциозными журналистскими комментариями.

7. «Повторение лозунгов» или «повторение шаблонных фраз».

Условием эффективности использования этой техники является, прежде всего, «соответствующий лозунг», т.е. относительно краткое высказывание, сформулированное таким образом, чтобы привлекать внимание и воздействовать на воображение и чувства читателя или слушателя.

Лозунг должен быть приспособлен к особенностям психики той группы людей, на которых собираются воздействовать. Пользование приёмом «повторения лозунгов» предполагает, что слушатель или читатель не будет задумываться ни над значением отдельных слов, используемых в лозунге, ни над правильностью всей формулировки в целом. К серии довольно эффективных лозунгов можно, например, отнести: «Украина – для украинцев!», «Планы партии – планы народа», «Религия – опиум для народа» и др.

8. «Переписывание истории».

Метод эффективен в длительной перспективе, когда требуется постепенно сформировать нужное мировоззрение. Чтобы «промыть мозги» целому обществу, совершить над ним крупную программу манипулирования и отключить здравый смысл нескольких поколений, надо в первую очередь *разрушить историческую память*.

Современные технологии манипулирования сознанием способны разрушить в человеке знание, полученное от реального исторического опыта, и заменить его искусственно сконструированным. Искусственно сформированная картина исторической действительности передаётся отдельным индивидам с помощью книг, лекций, радио и телевидения, прес-

сы, театральных представлений, кинофильмов и т. д. Таким образом, строится иллюзорный мир, который воспринимается как настоящий. В результате всю реальную жизнь человек может воспринимать как неприятный сон, а те химеры, которые ему внушает пропаганда, реклама и масскультура, введя его в транс, воспринимает как реальность.

В этом деле особенно эффективен кинематограф. Кино может произвольно создавать у зрителя ощущение «справедливости» и моральной правоты того или иного персонажа, независимо от его действительной роли в истории. При этом пропагандистское влияние на человека происходит скрыто, на эмоциональном уровне, вне его сознательного контроля. Никакие рациональные контраргументы в этом случае не срабатывают. К. Лох, английский кинорежиссёр, однажды сказал: «Важно, чтобы история писалась нами, потому что тот, кто пишет историю, контролирует настоящее».

9. «Эмоциональная подстройка» или «эмоциональный резонанс».

Эту технику можно определить как способ создания у широкой аудитории настроения с одновременной передачей пропагандистской информации. Эмоциональный резонанс позволяет снять психологическую защиту, которую на мыслительном уровне выстраивает человек, сознательно пытаясь оградиться от пропагандистского или рекламного «промыывания мозгов».

Настроение вызывается среди группы людей с помощью различных средств (соответствующее внешнее окружение, определённое время суток, освещение, лёгкие возбуждающие средства, различные театрализованные формы, музыка, песни и т.д.). На этом фоне подаётся соответствующая информация, но стремятся к тому, чтобы её не было слишком много. Например, телевизионные ролики о различных политиках можно подавать на фоне картин мирной жизни и лёгкой музыки или на фоне картин войны и разрухи, сопровождая речевой текст трагической музыкой.

Многие приёмы создания у медийной аудитории нужных настроений были отработаны в Германии накануне и во время Второй мировой войны. В частности, в радиопередачах использовались приёмы звукового воздействия, искусственно усиливающего агрессивные переживания. Все речи А. Гитлера сопровождались музыкой из опер Вагнера, оказывающей гнетущее впечатление на слушателей: тяжёлая, сложная, она создавала ощущение надвигающейся нацистской военной машины, способной раздавить человека, и носила угрожающий характер. Для нагнетания массового психоза проводилась трансляция по радио парадов, маршей, митингов.

Создание эмоционально резонанса – одна из главных задач большинства информационных сообщений и развлекательных шоу. СМИ всегда пытаются вызвать у широкой аудитории сильные эмоции, и если необходимо, то эти эмоции они доводят до судорог. Многочисленные телесериалы, а также развлекательные реал- и ток-шоу, в избытке представленные на современном телевидении, имеют высокий эмоциональный накал. *Цель – создание у зрителей эмоциональной зависимости.* Привыкнув получать

дозу острых эмоциональных переживаний из данного источника, человек и в будущем будет отдавать ему предпочтение. Подобным образом телевизионные боссы сколачивают себе постоянную аудиторию сериалозависимых, шоузависимых и прочих людей, зомбируют их, дабы привязать именно к такому способу получения острых эмоциональных переживаний. А постоянная аудитория – это уже товар, который можно очень выгодно продать рекламодателям. Масс-медийные зомби, как и любые наркоманы, будут стараться поддерживать свой «кайф» без конца и края, а значит, будут безудержно поглощать всё новую и новую телепродукцию, щедро разбавляемую коммерческой и политической рекламой.

10. «Психологический шок».

Психологический шок – одна из разновидностей использования приёма «эмоционального резонанса», доведенного до пикового уровня. Сегодня СМИ вводят зрелище смерти в каждый дом и в огромных количествах. Часто это делается для того, чтобы под прикрытием шока внушить чисто политические идеи. Психологический шок обычно снимает все психологические защиты, и пропагандистская абракадабра беспрепятственно проникает в наш мозг.

11. «Создание угрозы».

Главная задача этого приёма – любым способом заставить нас бояться. Деморализованные и запуганные люди делают или хотя бы одобряют действия, которые им вовсе не выгодны.

Чаще всего технология следующая. Иллюзорная или реально существующая опасность какого-либо явления (например, терроризма) многократно усиливается и доводится до абсурда. СМИ устраивают истерию по поводу очередной «глобальной угрозы», вызывая у людей массовый страх с целью создания благоприятной обстановки для манипулирования массовым сознанием.

Эта технология давно и успешно используется западной пропагандой. Если раньше в качестве пугала для благополучного западного обывателя выступала «советская угроза» (тамошняя пропаганда и масс-культура красочно изображали страшных бородатых русских с красными звёздами на шапках – ушанках, хлебающих водку прямо из горла), то сейчас эта роль возложена на опять таки бородатых «исламских террористов» в чалмах.

Меняются времена и люди, но пропагандистская технология «создания глобальной угрозы» остаётся неизменной. Она – *важное средство сплочения обывателей вокруг власти*, видящих в ней путь к спасению.

Поэтому под прикрытием очередной страшной угрозы (исламский терроризм, антиглобалисты или летящий в космосе астероид, грозящий столкнуться с Землёй) власть имущим очень удобно обделывать свои дела и отвлекать внимание общественности от актуальных политических проблем.

Таким образом, *создание угрозы – одно из самых сильных средств манипулирования сознанием и отвлечения внимания общественности от махинаций верхушки.*

Создание угрозы очень часто практикуется во время избирательных кампаний. Это – краеугольный камень современных политтехнологий.

Социологические исследования показывают, что самая многочисленная часть электората никого из кандидатов не считает подходящим на высокий государственный пост. А поскольку выбирать приходится между плохим и очень плохим, то люди склонны выбирать меньшее зло. Отсюда вывод: оппонента нужно выбирать заведомо хуже и «страшнее» себя. Здесь главное – доказать избирателям, что в случае прихода к власти вашего соперника жизнь обязательно ухудшится, в случае же вашей победы – как минимум, останется прежней.

12. «Упреждающий удар».

Чаще всего представляет собой упреждающий выброс негативной информации. Его задача – вызвать реагирование противника заранее и в более выгодном для себя контексте.

Этот приём нередко используют властные структуры, чтобы нейтрализовать критику предстоящих непопулярных решений. В данном случае власти сами организуют «случайную» утечку негативной информации, чтобы стимулировать проявления общественного негодования. Делается это для того, чтобы заранее «выпустить пар» у всех недовольных. Ко времени наступления «Дня X» костёр народного гнева уже успеет погаснуть. К моменту принятия соответствующего решения люди устанут протестовать и воспримут действия власти индифферентно. Так, например, произошло во время принятия Верховной Радой Украины нового пенсионного законодательства.

13. «Ядовитый сэндвич».

Этот пропагандистский приём активно использует возможности психологического влияния за счёт структуризации текста. Ведь всегда предпочтительнее не лгать, а добиться того, чтобы человек не заметил «ненужной» правды.

Коммуникатор даёт позитивное сообщение между негативным предисловием и негативным заключением. При наличии определённых способностей и опыта коммуникатора, положительное сообщение как бы исчезает от внимания аудитории.

Обратным к предыдущему приёму является т. н. «Сахарный сэндвич». Негативное сообщение маскируется между положительным вступлением и положительным заключением.

14. «Продвижение информации через медиаторов».

Данная техника основывается на том, что эффективное информационное влияние на человека чаще всего оказывается не прямым воздействием на него средств массовой коммуникации, а через значимых для него авторитетных людей, так называемых «лидеров мнения» или «медиаторов».

В качестве медиаторов в различных ситуациях и для разных социальных групп и слоёв могут выступать неформальные лидеры, политические деятели, представители религиозных конфессий, деятели культуры, науки, искусства, спортсмены, военные и т.д. Например, многие люди во время президентской избирательной кампании в Украине голосовали за В. Ющенко или за В. Януковича только потому, что в их поддержку выступали такие известные личности как певица Руслана и актёр Богдан Ступка (за В. Ющенко) или чемпионка олимпийских игр по плаванию Яна Клочкова и футболист Андрей Шевченко (за В. Януковича). Ну и, разумеется, сухарики «Флинт» становятся гораздо «вкуснее» от того, что их рекламирует известный рэпер Серёга.

15. «Анонимный авторитет».

Излюбленный приём введения в заблуждение, активно используемый всеми СМИ. Он относится к т. н. «серой» пропаганде.

Давно доказано, что одним из самых эффективных методов влияния является обращение к авторитету. Авторитет, к которому обращаются, может быть религиозным, это может быть весомая политическая фигура, деятель науки или другой профессионал. Но в данном случае имя авторитета не сообщается. При этом может осуществляться цитирование документов, оценок экспертов, свидетельских отчётов и других материалов, которые необходимы для большей уверенности.

Например: «Учёные на основании многолетних исследований установили...», «Доктора рекомендуют...», «Источник из ближайшего президентского окружения, который пожелал остаться неизвестным, сообщает...». Какие учёные? Какие доктора? Какой источник? Сообщаемая таким образом информация в большинстве случаев является ложью. Ссылки на несуществующий авторитет придают ей солидность и вес в глазах обывателей. При этом источник не идентифицирован и никакой ответственности за ложное сообщение журналисты не несут.

16. «Ложная аналогия».

Одной из самых опасных психологических ловушек является склонность человека мыслить аналогиями, строить в своём мышлении т. н. псевдологические последовательности.

Привычным для большинства людей стилем мышления является тот стиль, который использует логические связки «причина – следствие». Эти связки кажутся полностью доступными контролю сознания и соответствуют сфере «здравого смысла».

Связку «конкретная причина – конкретное следствие», которая имела место когда-либо, люди склонны экстраполировать и на другие объекты, не имеющие отношения к первоначальным. Тут и кроется подвох.

Данная психологическая особенность активно используется пропагандистами. Прекрасный пример подобного рода, относящийся ко времени «перестройки», можно найти в книге С. Кара-Мурзы «Манипуляция сознанием»: «Вспомним метафору рыночников: «нельзя быть немножко беременной». Мол, надо полностью разрушить плановую систему и перейти

к стихии рынка. Но ведь никакого подобия между беременностью и экономикой нет. Более того, реальная экономика и не признаёт «или – или»; она, если хотите, именно «немножко беременна» многими хозяйственными укладами. Поскольку все указания специалистов на постоянные ошибки такого рода игнорировались, речь идёт о сознательных акциях по разрушению логики».

17. «Мнимый выбор».

Суть данной техники заключается в том, что слушателям или читателям сообщается несколько разных точек зрения по определённому вопросу, но так, чтобы незаметно представить в наиболее выгодном свете ту, которую хотят, чтобы она была принята аудиторией. Для этого используют дополнительные приёмы: дозирование положительных и отрицательных элементов, «немного критики», «немного похвалы», сравнительные материалы, демонстрации тенденций, ссылки на тех, кто поддерживает или не поддерживает данные точки зрения и т. д.

18. «Рейтингование».

Приём основывается на утверждении психологов о том, что публикация результатов социологических исследований влияет на общественное мнение. От 10 до 25% избирателей при выборе кандидатов, за которых они будут голосовать, руководствуются социологическими рейтингами.

Многие люди хотят голосовать за сильного, но мало кто – за слабого. Здесь срабатывает психологический феномен, свойственный среднестатистическому обывателю – желание быть «как все». Поэтому, огласив накануне выборов более высокий рейтинг кандидата, можно реально увеличить количество поданных за него голосов.

В связи с этим многие социологические фирмы в период избирательной кампании уподобляются представительницам древнейшей профессии и начинают работать по принципу «Любой каприз за ваши деньги». «Назначая» лидера рейтинга, они тем самым и создают отчасти этого лидера.

19. «Создание проблемы».

Пропаганда не всегда может диктовать людям то, *как* надо думать. Однако массированные пропагандистские кампании в СМИ вполне способны диктовать людям то, *о чём* следует думать, навязать аудитории «правильную» повестку дня для обсуждения.

Создание проблемы – это целенаправленный отбор информации и придание высокой значимости тем или иным событиям. Ведь событие и его освещение в СМИ – совсем не одно и то же. СМИ могут «не заметить» какое-то событие или, наоборот, придать ему исключительную важность, независимо от его действительной значимости для общества.

Информационная активность относительно того или иного объекта позволяет занять ему неэквивалентное его реальному статусу положение.

Дозированная подача информации может либо завысить, либо занижить его статус.

Исследования показали, что наиболее значимыми и актуальными люди считают те проблемы, которые подробнее всего освещаются в средствах массовой коммуникации. Создавая тематическое доминирование в информационном пространстве, гражданам тем самым навязывают определённую картину мира, формируют в нужном направлении их мнения по таким проблемам, как действия властей, преступность, терроризм, социальное неравенство, безработица и т.д.

Очевидно, что сегодня одним из наиболее важных источников власти является способность назначать повестку дня, определяя, какие проблемы будут обсуждаться, какая информация будет широко *распространяться*, а какая – *замалчиваться*. Искусственно создавая «актуальные проблемы», СМИ навязывают определённые правила прочтения социальных отношений, выгодные власти и имущим. Неосведомлённость граждан позволяет оказывать через СМИ скрытое регламентирующее влияние на интеллект, эмоции, волю людей.

20. «Эффект присутствия».

Приём был введён в практику нацистской пропагандой. Включает в себя ряд трюков, которые должны имитировать реальность. Их постоянно используют при «репортажах с мест боёв» и в криминальной хронике, фабрикуя задним числом съёмку «реальной» поимки бандитов или автокатастрофы. Иллюзию «боевой обстановки» создают, например, резким дёрганьем камеры и сбиванием с фокуса. В это время перед камерой бегут какие-то люди, слышны выстрелы и крики. Всё выглядит так, будто бы оператор в страшном волнении, под огнём снимает реальность.

Иллюзия достоверности оказывает сильнейшее эмоциональное воздействие и создаёт ощущение большой подлинности событий. Создаётся мощный эффект присутствия, мы как будто вброшены в страшную действительность, не подозревая, что это всего лишь дешёвый трюк.

Данный приём широко используется коммерческой рекламой, когда специально инсценируются всяческие «накладки», чтобы создать образ бесхитростных «простых» людей. Особенно умиляют ролики, в которых очередная «тётя Ася» хорошо поставленным голосом профессиональной актрисы пытается имитировать речь «людей из народа»: якобы случайные паузы, деланные запинки, лёгкие дефекты произношения, показная неуверенность... Это – примитивный, но действенный приём «захвата аудитории».

21. «Очевидцы» события».

Очень эффективный приём, нередко используемый для создания эмоционального резонанса. Опрашивается много случайных людей, из слов которых формируется необходимая смысловая и эмоциональная картина. Особенно сильный эффект производят кричащие старухи, плачущие дети, молодые инвалиды.

22. «Обратная связь».

Данный приём основывается на том, что иллюзия участия в дискуссии по какой-либо актуальной проблеме приводит к большему изменению мнений и установок, нежели простое пассивное восприятие информации.

Для того, чтобы у аудитории не возникло ощущения одностороннего воздействия и комплекса «безучастности адресата», современные СМИ широко практикуют способы т.н. «обратной связи» в различных формах: звонки в студию во время прямого эфира, выбор по телефону варианта ответа на поставленный вопрос и др. Подобный «макияж» призван создать у массовой аудитории *иллюзию участия* в информационном процессе.

Например, псевдосоциологические опросы (когда во время эфира зрители по телефону голосуют за тот или иной ответ) чаще всего являются лишь способом формирования общественного мнения, а не его реальным отражением, т. е. разновидностью пропагандистского манипулирования.

Вопросы формулируются таким образом, чтобы создать у аудитории «правильный» взгляд на ту или иную проблему. Они направляют ход размышлений в конкретном направлении. «Никогда не задавайте вопрос, на который нельзя получить тот ответ, который вам нужен», – главный принцип подобных опросов.

Разновидностью обратной связи является т.н. техника инсценированных мероприятий. Прежде всего, к ней относятся разнообразные варианты общения высокопоставленных персон с «простым народом». «Общение» может быть прямым (ответы на вопросы, заданные гражданами по телефону, душевные разговоры со «случайными прохожими» на улице и т. п.) и опосредованными (пресс-конференции, брифинги для масс-медиа, ответы на вопросы журналистов и т. д.).

Практика показывает, что чаще всего такое «общение с народом» является всего лишь хорошо отрепетированным спектаклем. Известно, например, что президент Франции де Голль не получил за всю свою жизнь ни одного вопроса на пресс-конференциях, к которому бы не был готов заранее. Хорошая «режиссура» угадывается и тогда, когда наблюдаешь, как очередной Гарант Конституции с недостижимой для простых смертных бойкостью и связностью речи очень удачно отвечает на несколько десятков весьма непростых вопросов, поступающих за короткое время.

23. «Обход с фланга».

Большинство людей переключают радио- или телепрограмму, когда слышат передачу в защиту точки зрения, которую они не разделяют.

Отсюда вывод: для того, чтобы иметь успех, пропагандист должен уметь заставить слушать себя. Нужно также уметь пробиться через отрицательную предрасположенность аудитории или обойти её, чтобы иметь возможность влиять на людей.

Главное место в тактике «обхода с фланга» занимает *пропаганда информацией* (т. н. фактографическая пропаганда). Она заключается в дозированной передаче достоверных сведений, точность которых заранее известна слушателям или читателям и может быть легко ими проверена. К категории такой «убеждающей информации» относятся, в частности,

фактические данные. Например, имена, названия улиц, номера домов, огромное количество деталей, являющихся достоверными, и в которые как бы «упаковываются» пропагандистские сообщения.

Ещё одна хитрость тактики «обхода с фланга» – всячески скрывать свои подлинные цели, избегать конфликтов с общепризнанными в данной аудитории (в данном обществе) взглядами, ценностями, нормами, господствующим мировоззрением. Если этого не делать, сквозь негативную предрасположенность не прорваться.

Огромное значение придаётся *заигрыванию с аудиторией*, например, превознесению её национальных качеств и достижений национального гения, подчёркиванию своего «сострадания» к положению тех или иных социальных групп, отдельных индивидуумов и т.п. Всё это надо делать без единого слова хулы в адрес противников и без единого слова откровенной хвалы в адрес «своих».

24. «Отвлечение внимания».

Для пропаганды важной задачей является подавление психологического сопротивления человека внушению. Поэтому любая пропаганда должна быть комбинацией развлекательного, информационного и убеждающего компонентов.

Под развлечением понимается любое средство, которое возбуждает интерес к сообщению и в то же время маскирует его истинный смысл, блокирует критичность восприятия. Когда разнообразной информацией слишком много, человек оказывается не в состоянии её *осмысленно обработать*. Поэтому приходится вписывать её себе в сознание как единое целое, т.е. воспринимать её *некритично*.

Исключительно сильным отвлекающим действием обладают беспрецедентные и непривычные события (убийства, катастрофы, террористические акты, громкие скандалы). Под их прикрытием политики обычно торопятся перевернуть все тёмные дела.

25. «Инициирование информационной волны».

Суть приёма заключается в проведении пропагандистской акции такого характера, что она заставляет осветить её в ряде средств массовой коммуникации. Это так называемая «*первичная*» *информационная волна*. Но основная цель – это создание «*вторичной*» *информационной волны* на уровне межличностного общения посредством инициирования соответствующих обсуждений, оценок, комментариев, появления соответствующих слухов. Всё это позволяет достичь и усилить эффект информационно-психологического воздействия на целевые аудитории.

Один из способов создания информационных волн – это *скандал* (громкое заявление, разоблачение, конфликт с властью, антиобщественный поступок и т.п.). Этим приёмом очень часто пользуются представители «творческой богемы», чтобы подогреть интерес публики к своей персоне или «уничтожить» конкурента.

26. «Провокации».

Это приём, в соответствии с которым при отсутствии или недостаточности событий, которые могут служить нужными информационными поводами, их целенаправленно создают. Например, убийство послов, превращение мирных актов протеста в агрессивные массовые беспорядки благодаря действиям внедрённых провокаторов, террористические акты с целью посеять панику и ужас, и многое другое.

Для организации провокаций и создания информационных поводов, способствующих пропагандистскому обеспечению дальнейших действий, диктаторы и политические лидеры нередко жертвуют собственными соратниками или используют их, что называется, «в тёмную», уничтожая или подставляя. В историю XX века, как яркий пример пропагандистского обеспечения собственной агрессии, вошла акция немецких фашистов по поджогу Рейхстага.

27. «Голодовка».

Эффективный приём эмоционального влияния на электорат и психологического давления на власть. Подбирается группа хорошо оплачиваемых молодых людей с крепким здоровьем, которые, ничем не рискуя, организуют «курс лечебного голодания» в каком-либо публичном месте. Вокруг этого СМИ поднимают невообразимый шум. Постоянно звучат обвинения в бесчеловечности режима, организации или конкретного лица. Против этого приёма устоять крайне сложно (при условии, что он проводится профессионально), так как власти в любом случае вынуждены реагировать на выдвигаемые «борцами» требования.

28. «Слухи».

Все люди нуждаются в информации, необходимой для социальной ориентации и организации своего поведения. Однако они часто испытывают недостаток информации. Этот информационный дефицит и помогают нейтрализовать слухи. Таким образом, человек субъективно ощущает себя информированным, но в то же время его поведение объективно начинает попадать в некоторую зависимость от конкретных слухов.

По происхождению *слухи могут быть стихийными или умышленно фабрикуемыми и целенаправленно распространяемыми*. Посредством слухов создаётся определённое настроение среди населения, «запускаются» компрометирующие материалы на оппонентов, задаются информационные поводы, которые затем отыгрываются в средствах массовой информации. Например, можно «вбросить» в аудиторию информацию: «Кое-кто поговаривает о том, что... А правда ли это?».

Контрольные вопросы

1. Что такое информационно-психологическое воздействие?
2. Каковы разновидности информационно-психологического воздействия?
3. В чём состоит суть колоссального влияния информации?

4. Какие особые требования предъявляются к создателям информации?
5. Что такое инфологемы? Как они появляются на свет?
6. Какие функции могут выполнять инфологемы?
7. Какие манипулятивные приёмы были сформулированы в США в конце 30-х гг.?
8. Каковы дополнительные манипулятивные приёмы?
9. На каких научных знаниях базируется манипулятивный приём «Эффект первичности»?
10. Когда и с какой целью используется метод «Информационной блокады»?
11. В чём заключается опасность манипулятивного приёма «Переписывание истории»?
12. Какой из манипулятивных приёмов преследует цель создания у зрителей эмоциональной зависимости? Как достигается эта цель?
13. Какова главная задача приёма «Создание угрозы»?
14. В чём суть манипулятивных приёмов «Ядовитый сэндвич» и «Сахарный сэндвич»?
15. Каковы манипулятивные возможности приёма «Обратной связи»?
16. Почему слухи являются исключительно эффективным средством манипулирования сознанием?
17. Какие манипулятивные приёмы наиболее часто используются в избирательных кампаниях в Украине?

7 ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Конец XX и начало XXI веков ознаменовались очередным этапом научно-технической революции – внедрением во все сферы жизни информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) и развитием глобальной компьютерной сети – Интернета. Информационные и сетевые телекоммуникационные технологии, быстрое распространение локальных и глобальных сетей обеспечивают новое качество информационного обмена, формируют новое мировое информационное пространство и оказывают мощное воздействие на все сферы жизни общества: политику, экономику, культуру, международные отношения, сферу национальной и международной безопасности.

Информационные технологии активно внедряются в экономику и являются сегодня решающим фактором её эффективности и глобализации. Трансформируя экономику, глобальные информационные технологии способствуют повышению эффективности труда, ускорению проектирования новой техники, ускоряют проведение банковских операций, стимулируют развитие мировой торговли. Возник мощный сегмент высокотехно-

логичного рынка информационных товаров и услуг, обеспечивающий рабочими местами миллионы людей.

Благодаря развитию глобальных информационных технологий формируется общепланетарное духовное пространство, мировой фонд, в котором присутствуют ценности разных народов, этносов, социальных слоёв, цивилизаций, идёт процесс перестройки социокультурного пространства. Информационные технологии в образовании делают его общедоступным, непрерывным, дистанционным. Ускоряется процесс распространения информации о научно-технических достижениях, фактах культурной жизни. Национальные границы существенно меньше влияют на межличностные отношения, принципиально изменяется форма и оперативность процесса общения людей.

В политической сфере информационные технологии ускоряют процессы демократизации общества, политика государств и блоков становится более прозрачной.

Изменение мирового информационного пространства выступает как глобальный фактор развития и определяет **основные направления общественного прогресса**. К наиболее важным из них относятся:

- ускорение научного, научно-технического, экономического, социального, культурного развития за счёт увеличения объёма и скорости информационного обмена вне зависимости от расстояния, резкого возрастания возможностей распространения новых идей и знаний, научных и технических достижений;
- создание базы для разработки и внедрения новой научной и философской парадигмы XXI столетия, основанной на понимании единства и многообразия мира и осознании общих глобальных проблем человечества;
- усиление мировых интеграционных тенденций, особенно в экономической, политической, информационной, научно-технической, образовательной, культурной и других сферах;
- появление условий для определения новых форм и методов обеспечения глобальной, региональной и национальной безопасности, их практического использования;
- прогресс в области политического, социального, экономического, производственного и военного управления и международных отношений.

Осознавая новые возможности и перспективы, открываемые глобальными информационными технологиями, следует понимать, что существуют не только положительные, но и **негативные аспекты процесса глобализации**.

Так, глобализация информационных технологий способствует возникновению монополий и транснациональных корпораций, которые, концентрируя материальные ресурсы и власть, диктуют свои условия рынку,

формируют информационную олигархию, получающую огромную сверхприбыль, информационную квазиаристократию.

В гуманитарной сфере распространение информационных технологий может привести к отрицательному воздействию на духовный мир людей, изменяя основы морали вопреки тенденции гуманизации общества.

Современные средства коммуникации в политической сфере становятся действенным и гибким инструментом манипулирования общественным сознанием. Они позволяют дестабилизировать политическую ситуацию и стимулировать социальный взрыв, формировать необходимый имидж политических деятелей.

В условиях глобализации информационных технологий объектом информационной преступности становится всё мировое информационное пространство и каждый его компонент. Нейтрализовать последствия противоправных действий в информационной сфере, например, информационного терроризма, очень сложно, а иногда практически невозможно.

Сегодня есть факты, свидетельствующие о появлении новой опасной тенденции, связанной с глобализацией информационных технологий, а именно, информационного неокOLONIALИЗМА, который разрушает традиционные ценности локальных цивилизаций, заменяя их ценностями, присущими обществам технологически развитых стран, оправдывая насилие на геополитической арене, формируя условия для создания информационных резерваций.

Одним из негативных геополитических последствий стало ускорение поляризации мира, увеличение разрыва между богатыми и бедными, технологически отсталыми и передовыми странами во всех областях, возрастание стран – маргиналов, находящихся на обочине развития цивилизации, что является главным источником нестабильности, сегодняшних и будущих конфликтов, в том числе и глобального характера. Ещё более мощным становится военный потенциал передовых в научно-техническом отношении стран, что ведёт к изменению глобального и регионального балансов сил, усилению напряжённости между традиционными и нарождающимися центрами силы, появлению новых рубежей противостояния и возникновению военных конфликтов.

Широкое внедрение новых информационных технологий значительно увеличивает боевые возможности традиционных видов вооружения и военной техники. Под их воздействием качественно изменяются возможности разведки и связи, во много раз возрастают скорости обработки больших массивов информации и принятия решений, что позволяет перейти к принципиально новым методам управления войсками и оружием на всех уровнях – от стратегического до тактического. И что самое главное, *благодаря развитию новых информационных технологий стало возможным создание принципиально нового вида вооружений – информационного оружия.*

Нет сомнения, что в современных условиях информационное оружие становится важнейшей частью военного потенциала государства и многие

страны, прежде всего США и Китай, последовательно и активно готовятся к ведению информационных войн.

Таким образом, информационная революция не только ускоряет прогресс цивилизации, но и плодит новые угрозы национальной, региональной и глобальной безопасности.

В целом следует отметить, что процессы глобализации в информационной сфере привели сегодня к таким явлениям, как:

- прозрачность географических и геополитических границ в условиях международного информационного обмена;
- глобализация информационных потоков и формирование слабоуправляемых и слабоконтролируемых государствами способов и средств информационного обмена;
- расширение возможностей непосредственных контактов между социальными и политическими группами;
- несогласованность национальных информационных законодательств и необходимость их гармонизации и унификации.

Учитывая негативные и во многом непредсказуемые последствия процесса глобализации информационного пространства, каждое государство и человечество в целом вынуждены остро ставить *вопрос об информационной безопасности*.

Информационная безопасность – состояние защищённости личности, общества и государства и их интересов от угроз, деструктивных и иных негативных воздействий в информационном пространстве.

Угрозы информационной безопасности – это факторы, создающие опасность для личности, общества, государства и их интересов в информационном пространстве.

В качестве **объектов**, подлежащих защите от информационных угроз и опасностей, выделяют:

- сознание, психику отдельного человека, социальных сообществ (коллектив, социальные группы, нации, народности, гражданское общество, государство);
- информационно-технические системы различного назначения;
- информационные потоки, связывающие все элементы в единую социальную или техническую систему.

Соответственно, к **субъектам информационной безопасности** можно отнести:

- мировое сообщество, осуществляющее свои функции через соответствующие институты и организации, действующие на основе международного законодательства в области информационной безопасности;
- государство, которое осуществляет свои функции через соответствующие органы государственной власти путём создания системы обеспечения информационной безопасности;

- граждане, общественные или иные организации и объединения, имеющие полномочия по обеспечению информационной безопасности в соответствии с законом.

В целом информационную безопасность можно представить *двумя составными частями*:

- *информационно-технической;*
- *психофизической.*

Информационно-техническая безопасность включает в себя защищённость элементов информационных систем добывания, переработки и передачи информации от информационных угроз.

Психофизическая безопасность включает информационно-психологическую защищённость психики, сознания и системы органов человека и групп людей от энергоинформационного воздействия.

К **основным видам** информационной безопасности относятся:

- *международная информационная безопасность;*
- *национальная информационная безопасность.*

Международная информационная безопасность – состояние международных отношений, исключающее нарушение мировой стабильности и создание угрозы безопасности государств и мирового сообщества в информационном пространстве.

Информационные войны, информационный терроризм и информационный криминал стали реальностью нашего времени. Сегодня международное сообщество в целом осознало угрозу национальной и глобальной информационной безопасности и готово к практическим шагам по её нейтрализации. Во многих странах предпринимаются порой весьма жёсткие меры в этой сфере, но они оказываются малоэффективными, прежде всего вследствие трансграничного характера новых угроз и анонимности нарушителей. Никто не может чувствовать себя надёжно защищённым, в одиночку сражаясь с информационными угрозами. Становится очевидным, что только создание международного режима обеспечения информационной безопасности и совместные действия его участников могут предотвратить распространение информационного оружия и опасность информационной войны, информационного терроризма и криминала.

За последние годы были предприняты достаточно конструктивные шаги в этом направлении. В частности, 16 июня 2009 г. в Екатеринбурге было заключено Соглашение между правительствами государств – членов Шанхайской организации сотрудничества о сотрудничестве в области обеспечения международной информационной безопасности.

22.09.2011 г. Российская Федерация представила концепцию Конвенции об обеспечении международной информационной безопасности. Целью Конвенции декларируется противодействие использованию ИКТ для нарушения международного мира и безопасности, и «установление мер предотвращения и разрешения конфликтов в информационном пространстве с учетом военных, террористических и криминальных угроз».

В качестве *основных угроз в информационном пространстве*, приводящих к нарушению международного мира и безопасности, Конвенцией рассматриваются следующие:

1) использование информационных технологий и средств для осуществления враждебных действий и актов агрессии;

2) целенаправленное деструктивное воздействие в информационном пространстве на критически важные структуры другого государства;

3) неправомерное использование информационных ресурсов другого государства без согласования с государством, в информационном пространстве которого располагаются эти ресурсы;

4) действия в информационном пространстве с целью подрыва политической, экономической и социальной систем другого государства, психологическая обработка населения, дестабилизирующая общество;

5) использование международного информационного пространства государственными и негосударственными структурами, организациями, группами и отдельными лицами в террористических, экстремистских и иных преступных целях;

6) трансграничное распространение информации, противоречащей принципам и нормам международного права, а также национальным законодательствам государств;

7) использование информационной инфраструктуры для распространения информации, разжигающей межнациональную, межрасовую и межконфессиональную вражду, расистских и ксенофобских письменных материалов, изображений или любого другого представления идей или теорий, которые пропагандируют, способствуют или подстрекают к ненависти, дискриминации или насилию против любой личности или группы лиц, если в качестве предлога к этому используются факторы, основанные на расе, цвете кожи, национальном или этническом происхождении, а также религии;

8) манипулирование информационными потоками в информационном пространстве других государств, дезинформация и сокрытие информации с целью искажения психологической и духовной среды общества, эрозия традиционных культурных, нравственных, этических и эстетических ценностей;

9) использование информационно-коммуникационных технологий и средств в ущерб основным правам и свободам человека, реализуемым в информационном пространстве;

10) противодействие доступу к новейшим информационно-коммуникационным технологиям, создание условий технологической зависимости в сфере информатизации в ущерб другим государствам;

11) информационная экспансия, приобретение контроля над национальными информационными ресурсами другого государства.

Дополнительными факторами, усиливающими опасность перечисленных угроз, являются:

1) неопределенность в идентификации источника враждебных действий, особенно с учетом возрастающей активности отдельных лиц, групп и организаций, включая преступные организации, которые выполняют посреднические функции в осуществлении деятельности от имени других;

2) потенциальная опасность включения в ИКТ недекларируемых деструктивных возможностей;

3) различия в степени оснащенности информационно-коммуникационными технологиями и их безопасности в разных государствах («цифровое неравенство»);

4) различия в национальных законодательствах и практике формирования безопасной и быстро восстанавливающейся информационной инфраструктуры.

В целях создания и поддержания атмосферы доверия в информационном пространстве Конвенцией предусматривается **соблюдение государствами – участниками следующих принципов:**

1) деятельность каждого государства – участника в информационном пространстве должна способствовать социальному и экономическому развитию и осуществляться таким образом, чтобы быть совместимой с задачами поддержания международного мира и безопасности, соответствовать общепризнанным принципам и нормам международного права, включая принципы мирного урегулирования споров и конфликтов, неприменения силы в международных отношениях, невмешательства во внутренние дела других государств, уважения суверенитета государств, основных прав и свобод человека;

2) государства – участники в ходе формирования системы международной информационной безопасности будут руководствоваться принципом неделимости безопасности, означающим, что безопасность каждого из них неразрывно связана с безопасностью всех других государств и мирового сообщества в целом, а также не будут укреплять свою безопасность в ущерб безопасности других государств;

3) каждое государство – участник должно стремиться к преодолению различий в степени оснащенности национальных информационных систем современными информационно-коммуникационными технологиями, сокращению «цифрового разрыва» в целях снижения общего уровня угроз в информационном пространстве;

4) все государства – участники в информационном пространстве пользуются суверенным равенством, имеют одинаковые права и обязанности и являются равноправными субъектами информационного пространства независимо от различий экономического, социального, политического или иного характера;

5) каждое государство – участник вправе устанавливать суверенные нормы и управлять в соответствии с национальными законами своим информационным пространством. Суверенитет и законы распространяются на информационную инфраструктуру, расположенную на территории государства – участника или иным образом находящуюся под его юрисдикци-

ей. Государства – участники должны стремиться к гармонизации национальных законодательств, различия в них не должны создавать барьеры на пути формирования надежной и безопасной информационной среды;

6) каждое государство – участник должно придерживаться принципа ответственности за собственное информационное пространство, в том числе, за его безопасность и за содержание размещаемой в нем информации;

7) каждое государство – участник имеет право свободно осуществлять без вмешательства извне развитие своего информационного пространства, и каждое другое государство обязано уважать это право в соответствии с принципом равноправия и самоопределения народов, закрепленного в Уставе Организации Объединенных Наций;

8) каждое государство – участник, учитывая законные интересы безопасности других государств, может свободно и самостоятельно определять свои интересы обеспечения информационной безопасности на основе суверенного равенства, а также свободно выбирать способы обеспечения собственной информационной безопасности в соответствии с международным правом;

9) государства – участники признают, что агрессивная «информационная война» составляет преступление против международного мира и безопасности;

10) информационное пространство государства – участника не должно быть объектом приобретения другим государством в результате угрозы силой или ее применения;

11) каждое государство – участник имеет неотъемлемое право на самооборону перед лицом агрессивных действий в информационном пространстве в отношении его при условии достоверного установления источника агрессии и адекватности ответных мер;

12) каждое государство – участник будет определять свой военный потенциал в информационном пространстве на основе национальных процедур с учетом законных интересов безопасности других государств, а также необходимости содействовать укреплению международного мира и безопасности. Ни одно из государств – участников не будет предпринимать попыток добиться господства в информационном пространстве над другими государствами;

13) государство – участник может размещать свои силы и средства обеспечения информационной безопасности на территории другого государства в соответствии с соглашением, выработанным ими на добровольной основе в ходе переговоров, а также в соответствии с международным правом;

14) каждое государство – участник принимает необходимые меры для обеспечения невмешательства в деятельность международных информационных систем управления транспортными, финансовыми потоками, средствами связи, средствами международного информационного, в том числе научного и образовательного обмена, исходя из понимания того,

что подобное вмешательство может негативно повлиять на информационное пространство в целом;

15) государства – участники должны поддерживать и стимулировать научно-технические разработки в области освоения информационного пространства, а также образовательно-просветительскую деятельность, направленную на формирование глобальной культуры кибербезопасности;

16) каждое государство – участник в рамках имеющихся средств обеспечивает в своем информационном пространстве соблюдение основных прав и свобод человека и гражданина, соблюдение прав на интеллектуальную собственность, включая патенты, технологии, коммерческую тайну, торговые марки и авторские права;

17) каждое государство – участник гарантирует свободу слова, выражение мнений в информационном пространстве, защиту от незаконного вмешательства в частную жизнь граждан;

18) каждое государство – участник стремится к соблюдению баланса между основными свободами и эффективным противодействием террористическому использованию информационного пространства;

19) государства – участники не вправе ограничивать или нарушать доступ граждан к информационному пространству, кроме как в целях защиты национальной и общественной безопасности, а также предотвращения неправомерного использования и несанкционированного вмешательства в национальную информационную инфраструктуру;

20) государства – участники стимулируют партнерство бизнеса и гражданского общества в информационном пространстве;

21) государства – участники признают свои обязанности по обеспечению осведомленности своих граждан, общественных и государственных органов, других государств и мирового сообщества о новых угрозах в информационном пространстве и об известных путях повышения уровня их безопасности.

Принять Конвенцию Россия рассчитывала в 2012 году. Однако страны, имеющие современные системы оружия, средства разведки, связи, навигации и управления, основанные на широком использовании ИКТ, и обладающие решающим военным преимуществом, не очень торопятся идти на какие-либо соглашения, его ограничивающие. Яркий пример тому – позиция США, которые наотрез отказываются от переговоров по тематике, связанной с информационным оружием и препятствуют обсуждению этого вопроса в Комитете ООН по разоружению. Они готовы рассматривать только вопросы информационного терроризма и информационного криминала. Кроме того, основные пункты концепции противоречат политике США, в частности, кибердоктрине Белого дома, которая позволяет Пентагону активно реагировать на кибератаки из-за рубежа.

Становится очевидным, что с глобализацией информационной сферы решающим фактором в политике любого субъекта геополитической конкуренции становится *эффективность национальных систем обеспечения информационной безопасности*. И, напротив, неэффективность систе-

мы информационной безопасности может стать фактором, способным привести к крупномасштабным авариям и катастрофам, последствия которых могут вызвать, в частности, дезорганизацию государственного управления, крах национальной финансовой системы и т. п.

Национальная информационная безопасность – это состояние защищённости национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства.

Интересы личности в информационной сфере заключаются в реализации конституционных прав человека и гражданина на доступ к информации, на использование информации в интересах правовой деятельности, физического, духовного и интеллектуального развития, а также в защите информации, обеспечивающей личную безопасность.

Интересы общества в этом случае заключаются в обеспечении интересов личности в информационной сфере, упрочении демократии, создании правового социального государства, достижении и поддержании общественного согласия, в духовном обновлении государства.

Интересы государства в данной сфере заключаются в создании условий для гармоничного развития информационной структуры, для реализации конституционных прав и свобод человека и гражданина, для обеспечения незыблемости конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности государства, в обеспечении законности и правопорядка, развитии равноправного международного сотрудничества.

Важно отметить, что *проблема обеспечения информационной безопасности является приоритетной среди других проблем национальной безопасности*. Она носит всеобщий характер и касается всех: человека, общества, государства. Эта проблема включает в себя не только организационно-технические вопросы, но и втягивает в свою орбиту правовые и социальные аспекты, а также задачи обеспечения информационно-психологической безопасности.

Украина, как и все остальные субъекты геополитической конкуренции, постепенно приходит к осознанию необходимости построения мощной и эффективной национальной системы обеспечения информационной безопасности.

8 июля 2009 г. Указом Президента Украины была утверждена **Доктрина информационной безопасности Украины**.

Основной целью реализации положений Доктрины является создание в Украине развитого информационного пространства и защита информационного суверенитета.

Обеспечение информационной безопасности Украины должно основываться на следующих **принципах**:

- свобода создания, сбора, хранения, использования и распространения информации;
- обеспечение достоверности, полноты и беспристрастности информации;

- ограничение доступа к информации исключительно на основании закона;
- гармонизация личных, общественных и государственных интересов;
- предотвращение правонарушений в информационной сфере;
- экономическая целесообразность;
- гармонизация украинского и международного законодательства в информационной сфере;
- приоритетность национального информационного продукта.

Согласно Доктрине, на современном этапе **основными реальными и потенциальными угрозами информационной безопасности Украины** являются:

1) во внешнеполитической сфере:

- распространение в мировом информационном пространстве искажённой, недостоверной и предубеждённой информации, которая наносит ущерб национальным интересам Украины;
- проявление компьютерной преступности, компьютерного терроризма, которые угрожают постоянному и безопасному функционированию национальных информационно-телекоммуникационных систем;
- внешние негативные информационные влияния на общественное сознание через средства массовой информации, а также сеть Интернет;

2) в сфере государственной безопасности:

- негативные информационные влияния, направленные на подрыв конституционного порядка, суверенитета, территориальной целостности и неприкосновенности границ Украины;
- использование средств массовой информации, а также сети Интернет для пропаганды сепаратизма по этническому, языковому религиозному и другим признакам;
- несанкционированный доступ к информационным ресурсам органов государственной власти;
- разглашение информации, которая представляет государственную и другую предусмотренную законодательством тайну, а также конфиденциальной информации, являющейся собственностью государства;

3) в военной сфере:

- нарушение установленного регламента сбора, обработки, хранения и передачи информации с ограниченным доступом в органах военного управления и на предприятиях оборонно-промышленного комплекса Украины;
- несанкционированный доступ к информационным ресурсам, незаконный сбор и использование информации по вопросам обороны;
- реализация программно-математических мероприятий с целью нарушения функционирования информационных систем в сфере обороны Украины;
- перехват информации в телекоммуникационных сетях, радиоэлектронное подавление средств связи и управления;

- информационно-психологическое влияние на население Украины, в том числе на личный состав военных формирований, с целью ослабления их готовности к обороне государства и ухудшения имиджа военной службы;

4) во внутривнутриполитической сфере:

- недостаточная развитость институтов гражданского общества, несовершенство партийно-политической системы, непрозрачность политической и общественной деятельности, которая создаёт предпосылки для ограничения свободы слова, манипулирования общественным сознанием;

- отрицательные информационные влияния, в том числе с применением специальных средств, на индивидуальное и общественное сознание;

- распространение субъектами информационной деятельности искажённой, недостоверной и предубеждённой информации;

5) в экономической сфере:

- отставание отечественных наукоёмких и высокотехнологических производств, особенно в сфере телекоммуникационных средств и технологий;

- недостаточный уровень информатизации экономической сферы, в частности кредитно-финансовой системы, промышленности, сельского хозяйства, сферы государственных закупок;

- несанкционированный доступ, нарушение установленного порядка работы с информационными ресурсами в отраслях национальной экономики, искажение информации в таких ресурсах;

- использование нелицензированного и несертифицированного программного обеспечения, средств и комплексов обработки информации;

- недостаточный уровень развития национальной информационной инфраструктуры;

б) в социальной и гуманитарной сферах:

- отставание Украины от развитых государств по уровню информатизации социальной и гуманитарной сфер, прежде всего образования, здравоохранения, социального обеспечения, культуры;

- несоблюдение прав человека и гражданина на получение информации, необходимой для защиты их социально-экономических прав;

- распространение в средствах массовой информации несвойственных украинской культурной традиции ценностей и образа жизни, культа насилия, жестокости, порнографии, пренебрежительного отношения к человеческому и национальному достоинству;

- тенденция к вытеснению из информационного пространства и молодёжной культуры украинских художественных произведений, народных традиций и форм досуга;

- ослабление общественно-политического, межэтнического и межконфессионального единства общества;

- отставание уровня развития украинского кинематографа, книгоиздания, распространения книг и библиотечного дела от уровня развитых государств;

7) в научно-технологической сфере:

- снижение научного потенциала в области информатизации и связи;

- низкая конкурентоспособность отечественной информационной продукции на мировом рынке;
- отток за границу научных кадров и субъектов права интеллектуальной собственности;
- недостаточная защита от несанкционированного доступа к информации вследствие использования иностранных информационных технологий и техники;
- неконтролируемая экспансия современных информационных технологий, которая создаёт предпосылки технологической зависимости Украины;

8) в экологической сфере:

- утаивание, несвоевременное предоставление информации или предоставление недостоверной информации населению о чрезвычайных экологических ситуациях или чрезвычайных ситуациях техногенного и естественного характера;
- недостаточная надёжность информационно-телекоммуникационных систем сбора, обработки и передачи информации в условиях чрезвычайных ситуаций;
- низкий уровень информатизации органов государственной власти, который лишает возможности оперативно контролировать и анализировать состояние потенциально опасных объектов и территорий, заблаговременно прогнозировать и реагировать на чрезвычайные ситуации.

Соответственно, в Доктрине указываются **меры**, которые должно предпринять государство с целью обеспечения информационной безопасности Украины. Это:

1) во внешнеполитической сфере:

- усовершенствование информационного сопровождения государственной политики, деятельности украинских общественных организаций и субъектов предпринимательской деятельности за границей;
- организационно-техническое, информационное и ресурсное содействие государства отечественным средствам массовой информации, которые формируют в мировом информационном пространстве положительный имидж Украины;
- усиление информационно-просветительской деятельности среди населения относительно обеспечения национальной безопасности Украины в случае её полноправного партнёрства с государствами – членами ЕС и НАТО;
- интеграция в международные информационно-телекоммуникационные системы и организации на началах равноправия, экономической целесообразности и сохранения информационного суверенитета;
- гарантирование своевременного выявления внешних угроз национальному информационному суверенитету и их нейтрализация;

2) в сфере государственной безопасности:

- привлечение средств массовой информации к обеспечению неуклонного соблюдения конституционных прав и свобод человека и гражданина, защиты конституционного строя; усовершенствование системы политиче-

ской власти с целью укрепления демократии, духовных и моральных основ общества; повышение эффективности функционирования органов государственной власти;

- повышение конкурентоспособности отечественной информационной продукции и информационных услуг;
- развитие национальной информационной инфраструктуры на началах стимулирования отечественных производителей и пользователей новейших информационно-коммуникационных средств и технологий, компьютерных систем и сетей;

3) в военной сфере:

- проведение систематического анализа применения средств, форм и способов информационной борьбы в военной сфере, определение направлений обеспечения информационной безопасности государства;
- усовершенствование законодательства по вопросам информационной безопасности, координации деятельности органов государственной власти и органов военного управления во время решения задач обеспечения информационной безопасности;
- усовершенствование видов и средств защиты информации в информационно-телекоммуникационных сетях, которые задействованы в управлении войсками и оружием, от несанкционированного доступа;
- усовершенствование форм и способов противодействия информационно-психологическим операциям, направленным на ослабление обороноспособности государства;
- подготовка специалистов по вопросам информационной безопасности в военной сфере;

4) во внутривластной сфере:

- создание действенной и прозрачной системы общественного контроля за деятельностью органов государственной власти и органов местного самоуправления, общественно-политических структур, в частности, через создание системы Общественного телевидения и радиовещания Украины;
- улучшение взаимодействия органов государственной власти с общественными организациями в сфере борьбы с проявлениями ограничения конституционных прав и свобод человека и гражданина и манипулирования массовым сознанием;

5) в экономической сфере:

- поддержка отечественных производителей высокотехнологической продукции, прежде всего, компьютерно-телекоммуникационных средств и технологий;
- формирование отечественной индустрии информационных услуг, повышение эффективности использования государственных, корпоративных и частных информационных ресурсов;
- гармонизация законодательства Украины по вопросам информационной безопасности в экономической сфере с международными нормами и стандартами;

- разработка и усовершенствование методов и средств защиты информации;
- обеспечение постоянного развития национального медиа-рынка при внедрении в Украине цифрового телерадиовещания;
- усиление государственного контроля за соблюдением требований информационной безопасности в системах сбора, обработки, хранения и передачи статистической, финансовой, биржевой, налоговой и таможенной информации;
- комплексная информатизация процессов формирования, распределения и контроля за использованием бюджетных средств;
- усовершенствование системы статистической отчетности с целью повышения оперативности, достоверности и релевантности отчетной информации;

б) в социальной и гуманитарной сферах:

- разработка и реализация государственной политики национального духовного и культурного возрождения, которая отвечает интересам украинского народа и определяет четкие критерии и приоритеты формирования информационной политики в социальной сфере;
- предотвращение монополизации национального информационного пространства;
- усовершенствование законодательного регулирования деятельности средств массовой информации, в частности, с целью поддержки деятельности, направленной на формирование оптимистической морально-психологической атмосферы в обществе, популяризации национальных культурных ценностей; содействие социальной стабильности и согласию;
- государственная поддержка отечественного производителя информационной продукции;

7) в научно-технологической сфере:

- обеспечение технологической конкурентоспособности Украины в сфере информатизации и связи;
- развитие международного научно-технического сотрудничества в сфере обеспечения защиты информации в международных телекоммуникационных системах;
- усовершенствование системы охраны и защиты права интеллектуальной собственности;
- научно-технологическое сопровождение формирования и развития в Украине информационного общества с учетом требований обеспечения информационной безопасности Украины;
- расширение возможностей доступа граждан к мировому информационному пространству, в частности, к научной и научно-технической информации;

8) в экологической сфере:

- проведение комплексного анализа экологического состояния территорий и их производственного потенциала с целью выработки информационной политики относительно внедрения концепции устойчивого развития;

- применение современных аэрокосмических, компьютерно-телекоммуникационных и геоинформационных средств и технологий для комплексного мониторинга, профилактики и своевременного реагирования на чрезвычайные ситуации;
- создание базы данных экологически безопасных технологий и продукции, их разработчиков, производителей и поставщиков, результатов маркетинговых исследований экологического рынка;
- повышение уровня информатизации области страхования для аккумуляции средств на возмещение ущерба от чрезвычайных ситуаций, а также на долгосрочное инвестирование мероприятий по минимизации рисков жизнедеятельности и хозяйствования.

Мировой опыт показывает, что *к решению проблем информационной сферы каждая страна должна привлекать своих учёных и производителей*. Национальные специалисты должны гарантировать высокое качество информационных услуг, безопасность информационных технологий, современную систему сертификации и стандартизации, создание системы национальных информационных ресурсов, динамичное развитие информационной инфраструктуры, безопасность работы в мировом информационном пространстве. Ими должны быть разработаны национальные информационные стратегии, использующие позитивные последствия глобализации информационных систем и нейтрализующие негативные, созданы свои обоснованные программы использования информационных технологий в сфере образования, культуры, медицины, экологии, которые способствовали бы технологическому и экономическому росту государства. Для создания таких программ нет жёстких стандартов, каждая страна формирует свою информационную среду, своё информационное пространство. Однако при этом она должна учитывать необходимость обеспечения информационного иммунитета, усиления и развития позитивных аспектов глобализации и ограничения негативных при формировании единого информационного пространства нашей планеты.

Контрольные вопросы

1. К каким последствиям в современном мире приводит развитие информационных технологий?
2. Каковы основные направления общественного прогресса?
3. Каковы негативные аспекты процесса глобализации?
4. К каким последствиям привели сегодня процессы глобализации в информационной сфере?
5. Что такое информационная безопасность?
6. Что можно выделить в качестве объектов, подлежащих защите от информационных угроз?
7. Каковы субъекты информационной безопасности?
8. Каковы составные части информационной безопасности? Что они в себя включают?

9. Какие основные виды информационной безопасности выделяют исследователи?
10. Что такое международная информационная безопасность? Какие шаги предпринимаются в мире по её обеспечению?
11. Какие угрозы в международном информационном пространстве рассматриваются в качестве основных?
12. Какие принципы, по мнению российских экспертов, должны лечь в основу международной системы обеспечения информационной безопасности?
13. Что такое национальная информационная безопасность?
14. В чём заключаются интересы личности, общества и государства в информационной сфере?
15. Когда была утверждена «Доктрина информационной безопасности Украины»? Какова её основная цель?
16. На каких принципах должно основываться обеспечение информационной безопасности Украины?
17. Каковы основные реальные и потенциальные угрозы информационной безопасности Украины?
18. Какие меры должно предпринять государство с целью обеспечения информационной безопасности Украины?

КРАТКИЙ СЛОВАРЬ ТЕРМИНОВ

Глобализация – процесс всемирной экономической, политической и культурной интеграции и унификации.

Интернет – всемирная система объединённых компьютерных сетей, построенная на базе протокола IP и маршрутизации IP-пакетов.

Инфологема – это ложная, искажённая или неполная информация, представляющая реальные события в виде идеологических мифов или политических пропагандистских измышлений.

Информация социальная – информация об обществе и протекающих в нём процессах.

Информационная безопасность – состояние защищённости личности, общества и государства и их интересов от угроз, деструктивных и иных негативных воздействий в информационном пространстве.

Информационная инфраструктура – совокупность технических средств и систем формирования, создания, преобразования, передачи, использования и хранения информации.

Информационная преступность – использование информационных ресурсов и (или) воздействие на них в информационном пространстве в противоправных целях.

Информационная система – совокупность содержащейся в базах данных информации и обеспечивающих ее обработку информационных технологий и технических средств.

Информационная среда – совокупность технических и программных средств хранения, обработки и передачи информации, а также социально-экономических и культурных условий реализации процессов информатизации.

Информационная сфера – это сфера общечеловеческой деятельности, связанная с получением, переработкой, распределением и использованием информации.

Информационное общество – это такое общество, в котором каждый мог бы создавать информацию и знания, иметь к ним доступ, пользоваться и обмениваться ими, с тем, чтобы дать отдельным лицам, общинам и народам возможность в полной мере реализовать свой потенциал, содействуя своему устойчивому развитию и повышая качество своей жизни на основе целей и принципов Устава Организации Объединённых Наций и соблюдая в полном объёме и поддерживая Всеобщую декларацию прав человека.

Информационное оружие – это устройства и средства, предназначенные для нанесения противоборствующей стороне максимального урона

в ходе информационной борьбы путём опасных информационных воздействий.

Информационное пространство – сфера деятельности, связанная с формированием, созданием, преобразованием, передачей, использованием, хранением информации, оказывающая воздействие, в том числе на индивидуальное и общественное сознание, информационную инфраструктуру и собственно информацию.

Информационно-техническая безопасность – это защищённость элементов информационных систем добывания, переработки и передачи информации от информационных угроз.

Информационно-психологическое воздействие – это целенаправленное производство и распространение специальной информации, оказывающей непосредственное влияние (положительное или отрицательное) на функционирование и развитие информационно-психологической среды общества, психику и поведение политической элиты и населения противостоящей стороны.

Информационное противоборство (война) – форма борьбы сторон, представляющая собой использование специальных методов, способов и средств для воздействия на информационную среду противостоящей стороны и защиты собственной в интересах достижения поставленных целей.

Информационно-техническое противоборство – разновидность информационного противоборства, при котором главными объектами воздействия и защиты являются информационно-технические системы.

Информационно-психологическое противоборство – разновидность информационного противоборства, при котором главными объектами воздействия и защиты являются психика политической элиты и населения противостоящих сторон, системы формирования общественного сознания и мнения, системы принятия решений.

Информационные ресурсы – информационная инфраструктура, а также собственно информация и её потоки.

Информационные технологии – процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов.

Информационно-телекоммуникационная сеть – технологическая система, предназначенная для передачи по линиям связи информации, доступ к которой осуществляется с использованием средств вычислительной техники.

Информационный терроризм – использование информационных ресурсов и (или) воздействие на них в информационном пространстве в террористических целях.

Информация – сведения, представленные в любой форме и любом виде, на любых носителях, о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах, которые имели, имеют или будут иметь место в обществе, государстве и окружающей среде.

Компьютерный вирус – это небольшая программа, написанная программистом высокой квалификации, способная к саморазмножению и выполнению разных деструктивных действий.

Консциентальная война – это согласованная по целям, задачам, месту и времени система информационно-пропагандистских и психологических мер, проводимых с применением средств массовой информации, культуры, искусства и других средств в течение длительного времени по тщательно разработанному сценарию.

Манипулирование массовым сознанием – внедрение в сознание идей, мыслей и представлений путем массированного распространения специально подготовленной по форме и содержанию информации.

Международная информационная безопасность – состояние международных отношений, исключающее нарушение мировой стабильности и создание угрозы безопасности государств и мирового сообщества в информационном пространстве.

Национальная информационная безопасность – это состояние защищённости национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства.

Нейро-лингвистическое программирование – это процесс воздействия на подсознание человека посредством слов.

Пропаганда – это воздействие на сознание (подсознание), политические и ценностные ориентации объектов (групп объектов) посредством распространения воззрений, идей, учений с целью формирования мировоззрения, соответствующего интересам воздействующей стороны.

Пропаганда деморализующая – это пропагандистское воздействие, направленное на ослабление психики человека, обострение его чувства самосохранения с целью снижения морально-боевых качеств вплоть до отказа от участия в боевых действиях.

Пропаганда конверсионная – это массированное пропагандистское воздействие на ценностные ориентации человека или групп людей с целью изменения его установок, отношений, суждений и взглядов на политику, проводимую высшим военно-политическим руководством страны.

Пропаганда плена – это пропагандистское воздействие на человека или группы людей, направленное на формирование положительных установок по отношению к сдаче в плен как единственно разумному и безопасному выходу из сложившейся обстановки.

Пропаганда разделительная – это пропагандистское воздействие, направленное на разжигание межгрупповых противоречий на основе различий религиозного, национального, социального, профессионального и др. характера с целью ослабления единства в рядах противника вплоть до его раскола.

Психотронные средства – это средства техногенного воздействия на физическое состояние и сознание человека.

Психотропные средства – это фармакологические средства химико-биологического характера, предназначенные для воздействия на психику человека на генном или хромосомном уровнях.

Психофизическая безопасность – это информационно-психологическая защищённость психики, сознания и системы органов человека и групп людей от энергоинформационного воздействия.

Средства массовой информации (СМИ) – средства донесения информации (словесной, звуковой, визуальной) по принципу широкоэмитального канала, охватывающие большую (массовую) аудиторию и действующие на постоянной основе.

Средства массовой коммуникации (СМК) – это специальные каналы и передатчики, благодаря которым происходит распространение информационных сообщений на большие территории.

Суггестия (или внушение) – это целенаправленное воздействие на личность или группу (массовое внушение), воспринимаемое на уровне подсознания и приводящее либо к появлению определенного состояния духа, чувства, отношения, либо к совершению определенных поступков.

Угроза информационной безопасности – факторы, создающие опасность для личности, общества, государства и их интересов в информационном пространстве.

Хакеры – это лица, занимающиеся поиском незаконных способов проникновения в защищённые компьютерные системы и сети.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Алещенко, В.І.** Проблеми захисту від негативного інформаційно-психологічного впливу противника / В.І. Алещенко, В.Г. Сербін // Математичні машини і системи. – 2010. – №1. – С.77–86.

2. **Вепринцев, В.Б.** Операции информационно-психологической войны : краткий энциклопедический словарь – справочник / В.Б. Вепринцев, А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов, – 2-е изд., стереотип. – М. : Горячая линия – Телеком, 2011. – 495 с. – ISBN 978-5-9912-0173-5.

3. **Воробйова, І.В.** Інформаційно-психологічна зброя як самостійний засіб ведення інформаційно-психологічної війни / І.В. Воробйова // Системи озброєння і військова техніка. – 2010. – №1(21). – С. 141–144.

4. **Гриняев, С.Н.** Поле битвы – киберпространство. – Мн. : Харвест, 2004. – 446 с. – ISBN 985-13-2413-2.

5. **Зелинский, С.А.** Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. – СПб. : Скифия, 2008. – 280 с. – ISBN 978-5-903463-17-6.

6. **Зубок, М.І.** Інформаційна безпека : навч. посібник. – К. : Київський національний торговельно-економічний університет, 2009. – 133 с. – ISBN 966-629-189-4.

7. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) : підруч. / В.В. Остроухов, В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк та ін.; за ред. Є.Д. Скулиша. – К. : КНТ, 2010. – 776 с.

8. Информационно-психологическая безопасность в эпоху глобализации : учеб. пособ. / В.М. Петрик, В.В. Остроухов, А.А. Штоквиш и др.; под. ред. В.В. Остроухова – К. : КНТ, 2008. – 544 с.

9. Історія інформаційно-психологічного протиборства: підручник / Я. М. Жарков, Л. Ф. Компанцева, В. В. Остроухов, В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Є. Д. Скулиш; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. – К. : ЗАТ “ВПОЛ”, 2012. – 212 с.

10. **Кара-Мурза, С.Г.** Манипуляция сознанием. – М. : Изд-во Эксмо, 2006. – 864 с. – ISBN 5-699-10826-2.

11. **Крысько, В.Г.** Секреты психологической войны. – Мн. : Харвест, 1999. – 181 с. – ISBN 985-433-541-0.

12. **Малюк, А.А.** Введение в информационную безопасность : учеб. пособие для вузов / А.А. Малюк, В.С. Горбатов, В.И. Королёв; под ред. В.С. Горбатова. – М. : Горячая линия – Телеком, 2011. – 288 с. – ISBN 978-5-9912-0160-5.

13. **Манойло, А.В.** Государственная информационная политика в особых условиях. – М. : МИФИ, 2003. – 388 с. – ISBN 5-7262-0510-3.
14. **Меньшаков, Ю.К.** Защита объектов и информации от технических средств разведки : учеб. пособие. – М. : Российск. гос. гуманит. ун-т, 2002. – 399 с.
15. **Новиков, В.К.** Информационное оружие – оружие современных и будущих войн. – М. : Горячая линия – Телеком, 2011. – 264 с. – ISBN 978-5-9912-0166-7.
16. **Панарин, И.Н.** Информационная война, PR и мировая политика : учебное пособие для вузов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2006. – 352 с. – ISBN 5-93517-297-6.
17. **Панарин, И.Н.** Информационная война и геополитика. – М. : Покорение, 2006. – 560 с. – ISBN 5-9763-0001-4.
18. **Панарин, И.Н.** Первая мировая информационная война. Развал СССР. – СПб. : Питер, 2010. – 256 с. – ISBN 978-5-49807-753-6.
19. **Петрик, В.М.** Сугестивні технології маніпулятивного впливу : навч. посібник / В.М. Петрик, М.М. Присяжнюк, Л.Ф. Компанцева – К. : ВИПОЛ, 2011. – 248 с. – ISBN 978-966-8916-16-8.
20. **Петрик, В.М.** З історії нейролінгвістичного програмування / В.М. Петрик, К.О. Прокоф'єва // Соціальна психологія. – 2010. – № 2. – С. 176–187.
21. **Петрик, В.М.** Еволюція нейролінгвістичного програмування / В.М. Петрик, К.О. Прокоф'єва // Сучасні інформаційні технології в сфері безпеки та оборони. – 2009. – № 2 (5). – С. 87–93.
22. **Петрик, В.М.** До питання про застосування методів НЛП в інформаційно-психологічних операціях / В.М. Петрик, К.О. Прокоф'єва // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. – 2009. – № 2. – С. 71–76.
23. **Почепцов, Г.Г.** Психологические войны. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 528 с. – ISBN 5-87983-092-6; ISBN 966-543-058-0.
24. **Почепцов, Г.Г.** Информационные войны. – М. : Рефл-бук; К. : Ваклер, 2000. – 576 с. – ISBN 5-87983-087-X; ISBN 966-543-056-4.
25. **Присяжнюк, М.М.** Використання нейролінгвістичного програмування для маніпулювання свідомістю / М.М. Присяжнюк // Соціальна психологія. – 2008. – № 5. – С. 137–141.
26. **Прокоф'єв, В.Ф.** Тайное оружие информационной войны: атака на подсознание. – 2-е изд., расш. и доп. – М. : СИНТЕГ, 2003. – 408 с. – ISBN 5-89638-059-3.
27. **Прокоф'єв, В.Ф.** Человек – управляемый биокomпьютер? // Вестник Международной академии наук (Русская секция). – 2008. – Вып. №1. – С. 18– 23.
28. **Прокоф'єва, К.О.** НЛП як сучасний інструмент впливу на особистість та суспільство / К.О. Прокоф'єва // Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. – 2009. – № 1. – С. 93-96.

29. **Расторгуев, С.П.** Информационная война. – М. : Радио и связь, 1999. – 416 с. – ISBN 5-256-01399-8.

30. **Софийская, Н.** Внешние угрозы информационной безопасности / Н. Софийская, А. Леуш // Корпоративные системы. – К., 2005. – № 6. – С. 54–57.

31. **Степанов, Е.А.** Информационная безопасность и защита информации: учеб. пособие / Е.А. Степанов, И.К. Корнеев. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 304 с.

32. **Сунь-Цзи.** Застосування інформаційно-психологічних прийомів задля відстоювання інтересів держави // Персонал. – 2006. – № 6. – С. 25–34.

33. Сучасні технології та засоби маніпулювання свідомістю, ведення інформаційних війн і спеціальних інформаційних операцій : навч. посіб. / В.М. Петрик, В.В. Остроухов, О.А. Штоквиш та ін. – К. : Росава, 2006. – 208 с.

34. **Филатов, А.В.** Основы распознавания и противодействия манипуляции сознанием (вводный курс). – Калининград : МО «Сенте», 2006. – 198 с.

35. **Хайретдинов, Р.** Внутренние угрозы и информационная безопасность // Корпоративные системы. – К., 2005. – № 6. – С. 58–67.

36. **Цыганов, В.В.** Информационные войны в бизнесе и политике: теория и методология / В.В. Цыганов, С.Н. Бухарин. – М. : Академический Проект, 2007. – 336 с. – ISBN 978-5-8291-0823-6.

37. **Юськів, Б.М.** Опорний конспект лекцій з дисципліни «Інформаційні війни». – Рівне : РІС КСУ, 2003. – 55 с.

Навчальне видання

ПАРШАКОВА Олена Дмитрівна

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ

Навчальний посібник

(російською мовою)

Редактор О.О. Дудченко

Комп'ютерна верстка О.С. Орда

10/2012. Формат 60 x 84/16. Ум. друк. арк. .
Обл.-вид. арк. . Тираж пр. Зам. №

Видавець і виготівник
Донбаська державна машинобудівна академія
84313, м. Краматорськ, вул. Шкадінова, 72.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК №1633 від 24.12.2003