

Современные инструменты информационных войн

Научный руководитель – Семедов Семед Абакаевич

Григорян Анастасия Ашотовна

Студент (бакалавр)

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Институт менеджмента и маркетинга, Москва, Россия
E-mail: gattinovedenti@yandex.ru

Термин «информационные войны» появился менее полувека назад, однако это не означает, что именно с этого времени они и начались. Можно сказать, что элементы информационных войн присутствовали в истории задолго до научных изобретений: слухи о жестокости войск Чингисхана подрывали боевое настроение противника, а моральный дух древнеримских воинов поддерживался идеологией «на щите или со щитом». В 20 веке Геббельс и его пропаганда, целью которой был захват сердец «средних немцев», способствовали созданию страшной идеологии фашизма. Современная научно-техническая революция кардинально изменила порядок вещей, но не поменяла суть информационной войны: всякую ложь можно нарядить в достоверные одежды и серьезно повлиять на общественное мнение. Актуальность данной темы определяется тем, что, как и прежде, в настоящее время выигрывают те государства, у которых разработаны технические и психологические методы воздействия на противника. Если учесть возможности Интернета, его влияние на людей, то становится понятно, что информационные войны имеют не только военное, но и морально-нравственное значение.

Целью статьи является изучение инструментов информационных войн, истории их возникновения и развития, способы влияния на людей и человеческое сознание. Данной темой занимались такие отечественные специалисты, как И.М. Лемин, С.П. Расторгуев, Г.Г. Почепцов и зарубежные: Г. Джоветт и В. О-Доннелл, Норман Девис, Дж. Браун.

Г.Г. Почепцов предлагает определение информационной войны как «коммуникативной технологии по воздействию на массовое сознание с кратковременными и долговременными целями» [2]. Выделяют содержательные и технические аспекты этого явления. Главной составляющей воздействия в рамках информационной войны является анализ аудитории, поиск ее уязвимых мест, что позволяет проводить определенную информационную политику.

Современные стратегии информационных войн рассчитаны на интересы определенной аудитории, при этом учитывается ее возраст, пол, социальное положение. Целью пропаганды может быть и массовое сознание, и индивидуальное (лидера определенной страны). Американские исследователи Г. Джоветт и В. О-Доннелл считают, что пропагандист должен «контролировать поток информации, управлять общественным мнением и манипулировать поведенческими моделями» [4].

Затрагивая историческую часть вопроса, необходимо сказать, что впервые термин «информационная война» был использован американским экспертом Томасом Роном в отчете «Системы оружия и информационная война», который был подготовлен им в 1976 году, и Т. Рон делал акцент на то, что информационная структура становится неотъемлемой частью экономики Соединенных Штатов. Именно данная публикация и послужила началом бурной кампании в средствах массовой информации. Проблема заинтересовала американских военных, в военно-воздушных силах Америки начались обсуждения с 1980 года. Далее термин «информационная война» вошел в активное употребление после того, как

была проведена операция «Буря в пустыне» в 1991 году в Ираке, где впервые были использованы новые информационные технологии как одно из средств ведения боевых действий. Во время войны в Персидском заливе были применены различные информационные технологии, там было две аудитории: граждане США и солдаты в Ираке. На общественное мнение америтканцев оказывало влияние телевидение, а на иракских солдат воздействовали при помощи радио и листовок. Масштабное употребление данного термина получило после того, как был введен в директиве министерства обороны Соединенных Штатов в 1992 году.

Характерные черты информационной войны—гибкость и непредсказуемость воздействия, поэтапный захват территории, возможность «захвата» все тех же людей. Эта война представляет собой избирательное воздействие, размывает границу между понятием друг-враг, различными способами охватывает слои населения.

Важно отметить, что бывают психологические и технические способы ведения информационной войны. К техническим методам можно отнести следующие: компьютерные вирусы, логические бомбы, ошибки в программном обеспечении.

Теперь перечислим психологические методы:

1. Снятие защиты.
2. Смещение акцентов.
3. Присоединение к будущему.
4. Пробный шар.
5. Моделирование доверия.
6. Перенос внешних характеристик во внутренние убеждения.
7. Символизация.
8. Мифологизация.

Некоторые исследователи считают, что зарубежные средства массовой информации навязали России ряд мифов: о проигрыше холодной войны, о том, что Россия империя зла и антидемократическом характере некоторых реформ.

В свою очередь российские специалисты используют все возможные средства для создания положительного имиджа страны: активно привлекают PR-агентства, используют любые дипломатические возможности для донесения своих сообщений и усиления информационного влияния, в частности, заявления главы МИД РФ С. Лаврова, послов РФ в разных странах и др. чиновников. Тем не менее, в настоящее время ведется информационная война против России, как в отношении Украины, так и в отношении ситуации в стране и мире. Главное условие победы в период подобных войн—понять ущерб в полном масштабе, осознать, что на человека оказывается воздействие и вовремя подключить защитные механизмы.

К сожалению, далеко не все люди в обществе понимают опасность угрозы современных коммуникационных технологий и их возможности информационно-психологического воздействия. В техническом плане в настоящее время созданы все условия для информационных войн—телевидение, Интернет, цифровые технологии. Задача каждого человека разобраться в потоке информации и отделить истинную информацию от ложной, что возможно сделать, только опираясь на знания и понимание реальной ситуации в стране и мире.

Источники и литература

- 1) Лемин И.М. Пропаганда войны в Японии и Германии. М., 2008.
- 2) Почепцов Г.Г. Информационная война. Киев: Изд-во «Ваклер». 2001, с. 180.
- 3) Расторгуев С.П. Философия информационной войны. М.: Вузовская книга, МПСИ, 2003.

- 4) Jowett G.S., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion_ Newbury Park, 1992. P. 32.