

УДК 32.019.51

ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН

А.А. Козырева

Рассматриваются понятийный аппарат термина “информационная война”, роль социальных сетей в ведении информационной войны. Приведены примеры использования социальных сетей в военных конфликтах последнего десятилетия. Проведен анализ использования социальных сетей в качестве инструмента ведения информационной войны.

Ключевые слова: диванные войска; информационное воздействие; информационная война; информационные войска; конфликты; политика; пропаганда; СМИ; социальные сети.

INNOVATIVE METHODS OF INFORMATION WARFARE

A.A. Kozyreva

The article discusses the conceptual framework of the term information warfare, the role of social networks in information warfare. There are some examples of the use of social networks in the military conflicts of the last decade. The analysis of the use of social media as a tool of information warfare is carried out.

Keywords: sofa troops; information influence; information warfare; conflicts; politics; propaganda; media; social networks.

Информационная безопасность государства и мирового сообщества перестала быть интересной только профессионалам. Новые типы угроз заставляют обращать особое внимание на оружие мирного времени – информацию. Перестройка, бархатные и цветные революции, включая арабские, – все это базировалось на активном использовании именно информационной составляющей, с помощью которой были переиграны другие варианты сил.

Необходимо отметить, что быстрое освоение интернет-пространства представляет особую опасность. Киберпространство перестает быть местом простой коммуникации, а становится пространством ведения войны. Количество информации, обрушивающееся на нас сегодня из всевозможных СМИ, критически способны оценить лишь 25 % людей, остальные 75 % являются объектом воздействия информационного оружия, так как остаются достаточно внушаемыми.

Термин **информационная война** имеет, как минимум, два значения.

1. Воздействие на гражданское население и (или) военнослужащих другого государства путем распространения определенной информации. Термин “информационно-психологическая война” был заимствован в русский язык из словаря военных кругов США. Перевод этого термина

(information and psychological warfare) с английского языка может звучать и как “информационное противоборство”, и как “информационная, психологическая война”, в зависимости от контекста конкретного официального документа или научной публикации. В этом смысле также используется термин **психологическая война** – психологическое воздействие на гражданское население и (или) военнослужащих другого государства с целью достижения политических или чисто военных целей.

2. Целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путем нанесения ущерба информации, информационным процессам и информационным системам противника при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем [1].

Существуют определенные методы ведения информационной войны, которыми являются вброс дезинформации, манипуляция общественным мнением, создание негативного имиджа, выборочный подбор информации и т. д. С увеличением масштабов ведения информационных войн, методология ведения борьбы расширяется и модернизируется. В большинстве случаев технологии и методы, применяемые в информационном противоборстве, имеют одну из основных целей – провоцирование

конфликтного и деструктивного взаимодействия политических оппонентов.

Суть информационного оружия заключается в организации такого информационного потока, который позволяет сохранить и укрепить лояльность собственных граждан и внедрить в сознание граждан противоборствующей стороны нужные установки, стереотипы, ценности, взгляды. Информация в сетевой войне распространяется по определенным правилам, центр управления при этом скрыт и не проявляется как элемент системы, тем самым снимая с себя прямую ответственность за последствия информационных операций. Правила подразумевают создание информационного шума, в котором тяжело вычленивать актуальные сведения. Фигуранты сети наоборот, понимая намерения инициатора, легко прочитывают суть сообщений. Сетевой принцип ведения информационной войны напрямую работает в социальных сетях.

Владимир Путин в статье «Россия и меняющийся мир» обратил особое внимание на роль современных средств обмена информацией как определенного рода оружия: «“Арабская весна” также ярко продемонстрировала, что мировое общественное мнение сегодня формируется путем самого активного задействования продвинутых информационных и коммуникационных технологий. Можно сказать, что Интернет, социальные сети, доступ к которым возможен с любого мобильного устройства, превратились, наряду с телевидением, в эффективный инструмент как внутренней, так и внешней политики. Это новый фактор, требующий осмысления, в частности, для того, чтобы, продвигая и дальше уникальную свободу общения в интернете, уменьшить риск его использования террористами и преступниками» [2].

Сегодня мы видим, как это оружие работает в полную силу.

Появилось понятие «**веб-бригады**», под которым понимаются реальные или гипотетические организованные группы интернет-пользователей, занимающиеся формированием общественного мнения в определенном направлении и манипуляциями общественным мнением в Интернете, действуя под чьим-либо руководством. В задачи «бригад» могут входить создание тем и сообщений на интернет-форумах, постов и комментариев в блогах и социальных сетях, оставление комментариев на страницах интернет-СМИ.

Событие еще только произошло, а реакция на него уже последовала. Как в ситуации с убийством Бориса Немцова: всего через несколько минут после его смерти Джон Маккейн прокомментировал данное событие в своем блоге в социальной сети Twitter [3].

Для понимания того, как сильно и эффективно работает информационное оружие, можно привести пример события 2008 г., вооруженный конфликт Южной Осетии и Грузии. Принципиально отметить абсолютную согласованность российских СМИ и представителей интернет-сообщества, сформулированную в публикации информационного агентства «Росбалт»: «Хотя российскую военную кампанию на Северном Кавказе можно считать победной, но Россия однозначно проиграла информационную войну, которую против нас развернули США. В глазах практически всех государств мира Россия выглядит агрессором, напавшим на слабую Грузию». Такой же вывод делает интернет-ресурс Utro.Ru: «Очевидно, что военная победа сопровождается поражением в информационной войне. Российские власти то ли отказываются понимать, то ли просто игнорируют тот факт, что исход современной войны решается не только на полях сражений, но и в телевизионном эфире и на страницах газет». Еще цитата: «Самым главным негативным последствием южноосетинской кампании для России становится закрепление за ней образа агрессора. Находясь в состоянии победной эйфории, российское руководство не замечает или не хочет этого замечать». Публикация появилась сразу после заявления военно-политического руководства о «завершении операции по принуждению к миру». Еще цитата из публикации интернет-ресурса «Политграмота»: «...Россия проиграла свою последнюю информационную войну за Южную Осетию. Такой вывод делается на основании того, что в ходе военных действий голос российской стороны в зарубежном коммуникационном пространстве оказался почти не слышен. Общественное мнение населения и политической элиты многих стран по отношению к России оказалось резко негативным» [4, с.142].

В своей работе Юрий Лукин очень подробно описывает, в чем именно заключался проигрыш России на мировой арене во время событий в Южной Осетии со ссылками на иностранные источники: «Британский The Independent делает вывод: «Несмотря на свою техническую победу, Россия понесла больший ущерб, нежели ее противник, причем почти во всех отношениях. Важно то, что Россия проиграла в пиар-войне. Грузинская пропагандистская машина оказалась более современной, более гибкой и убедительной, чем российская, даже когда ее информация в итоге оказывалась неверной». Эта мысль неоднократно повторялась: «Крошечная Грузия намного искуснее своих российских противников боролась за общественное мнение, — пишет британская The Times. — Она открыла пресс-центр, чтобы дать журналистам воз-

возможность вести репортажи из прифронтовой полосы, в то время как российская армия строго ограничила доступ в Южную Осетию, сильно осложнив этим работу репортерам» [5, с. 4].

Сделав выводы и произведя «работу над ошибками», сегодня Россия ведет уверенную политику в информационном поле. Начало было положено расширением и уверенным завоеванием своего места на голубых экранах телевизионного канала Russia Today. Телевизионная сеть RT – это три круглосуточных информационных телеканала, вещающие из Москвы более чем в 100 странах мира на английском, арабском и испанском языках, телеканалы RT America и RT UK, выходящие в эфир из собственных студий в Вашингтоне и Лондоне, документальный канал RTD, а также глобальное новостное видеоагентство RUPTLY, предлагающее эксклюзивные материалы телеканалам всего мира. RT круглосуточно доступен уже 700 млн зрителей по всему миру. В 2014 г. RT запустил информационный портал на немецком, а в 2015 г. – на французском языке [6]. Таким образом, комментировать происходящие события в мире Россия теперь может на понятных для многих стран языках.

Продолжением послужило активное внедрение в социальные сети всех органов государственной власти, а также главы государства. На официальных страницах министерств и ведомств различных стран размещены ссылки на странички крупнейших социальных сетей мира: Facebook, Twitter, Instagram. Для российского интернет-сообщества размещаются также ссылки на странички в сетях VK, «Одноклассники», «Живой Журнал». Таким образом, люди, казалось бы, не имеющие желания и возможности просматривать официальные сайты государственного аппарата, могут в доступной среде «наткаться» на официальную трактовку происходящих событий. Во френд-ленте всплывают ссылки на различные статьи, ролики, фотографии, которые комментируют друзья, знакомые. Таким образом, ты становишься субъектом политического воздействия, вовлекаясь в процесс обсуждения новости либо читая комментарии своих знакомых, друзей. Следовательно, нельзя отрицать тот факт, что формирование политической культуры личности в современном информационном сообществе происходит, в том числе, через социальные сети.

Именно в социальных сетях идет массовое тиражирование информации, вброс которой происходит, в том числе и по заказу государства. Новости обрастают огромным количеством комментариев, привлекая тем самым внимание к определенным точкам зрения на ту или иную позицию. Социальные сети можно сравнивать с оружием массового

поражения, которое захватывает огромные территории на разных концах света. И здесь надо правильно уметь реагировать на мнение публики, проводить мониторинг массовых настроений, вовремя подкидывать факты, которые могли бы повлиять на мнение миллионов путем правильной подачи информации.

Нельзя говорить о том, что нет в мире думающих людей, но необходимо учитывать тот факт, что история с годами меняется, переписывается и представляется уже в ином свете, отличном от реальных событий. Высказывание «кто владеет информацией, тот владеет миром» сегодня приобретает особенное значение. Можно перефразировать данное высказывание на современный лад: «кто подает информацию, тот владеет миром».

В феврале 2015 г. в Интернете появилась информация о том, что Министерство информационной политики Украины открыло набор в так называемые **информационные войска** страны. Сообщается, что каждый украинец с доступом к Интернету может принять участие в этой инициативе: «Каждый украинец с доступом к Интернету может внести свой вклад в информационную борьбу. Для этого необходимо вступить в ряды информационных войск, тщательно выполнять полученные задания, ежедневно уделять время информационной борьбе», – говорится на сайте информационных войск Украины [7]. В последний год появилось много разных понятий, таких как: диванные войска, лавочная армия, кухонные генералы. Именно с применением такого вида войск и ведется современная информационная война.

Таким образом, мы видим, что в этих и других случаях информационная политика становится «отправной точкой развертывания информационно-психологических войн и информационной агрессии. С этой целью используются следующие приемы:

1. Акцент на совпадении интересов, совпадении прошлого и настоящего, задачей которого является максимальное сближение с аудиторией.
2. Привлечение авторитета для выдачи нужного сообщения.
3. Присоединение к мнению большинства – сообщение выдается как мнение большинства (все так думают, все так считают), в то время как противник подается как представитель меньшинства.
4. Подача предлагаемого решения как прогрессивного, представляя противоположное решение как отсылающее к прошлому.
5. Перевод спора в плоскость негативных характеристик самого оппонента, развенчание противника в другой области, поскольку плохой человек не может говорить правильные вещи [8].

Силу социальных сетей как инструмента ведения информационной войны сложно переоценить. Большинство людей ежесекундно и круглосуточно черпают информацию именно из социальных сетей. Просыпаясь утром, засыпая вечером, в течение всего дня телефоны, планшеты находятся в руках у большинства людей. Просмотр социальных сетей вошел в привычку. Одним кликом пальца ты уже являешься обладателем информации, которая только что появилась в сети. Рано или поздно, информация, набравшая наибольшее количество просмотров, комментариев, окажется у тебя во френд-ленте. Работа информационных войск заключается, в частности, в том, чтобы “правильная” информация набрала то самое количество просмотров, “лайков”, комментариев, чтобы оставить отпечаток в твоей голове.

В заключение стоит отметить, что, к сожалению, информационная война является сопровождением войны реальной, в которой гибнут люди, рушатся судьбы, разваливаются государства. Хочется верить, что найдется способ иного достижения геополитических целей, которые ставят себе лидеры ведущих стран мира, с возможностью бескровного решения возникающих вопросов и противоречий.

Литература

1. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0 (дата обращения: 10.03.2015)
2. URL: <http://www.mn.ru/politics/20120227/312306749.html> (дата обращения: 15.03.2015)
3. URL: <https://twitter.com/SenJohnMcCain/status/571528353775288320> (дата обращения: 13.03.2015)
4. Лукин Ю. Война и информационный мир / Ю. Лукин // Управление мегаполисом. 2008. № 4–5. С. 138–169.
5. Лябах А.Ю., Козырева А.А. Социальные сети как инструмент влияния на политические конфликты / А.Ю. Лябах, А.А. Козырева // ГосРег: государственное регулирование общественных отношений. 2015. №1 (11).
6. URL: <http://russian.rt.com> (дата обращения 13.03.2015)
7. URL: http://i-army.org/index_en.php (дата обращения 15.03.2015)
8. Кошкарлова Н.Н. “Как слово наше отзовется”: почему информационная политика может перерасти в информационно-психологическую войну / Н.Н. Кошкарлова; ФГБОУ ВПО “Южно-Уральский государственный университет” (НИУ) // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. 2015. Т. 10. № 3. С. 85–88.