

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

Н. П. Карпуша

Москва, Российский университет дружбы народов, Институт мировой экономики и бизнеса, специальность «Реклама и связи с общественностью», студент

Известно, что информационные технологии, ныне получившие название информационных войн, имеют тысячелетнюю историю. Еще в Библии был упомянут Гедеон, во время войн прибегающий к запугиванию противников. Однажды он так сильно запугал врага, что тот растерялся и ударил по своим же войскам. Таких примеров информационного воздействия на противника немало, их можно найти в Древнем Риме, в эпоху феодализма (борьба с «ересью») и в позднейшие времена. Но наиболее особое значение информационные войны приобрели в XX в., в эпоху, когда газеты, радио и затем телевидение получили статус СМИ, а распространяемая через них информация действительно стала крупномасштабной и массовой. Уже в 1920-х гг. Соединенные Штаты вели радиопередачи на страны Латинской Америки и Великобритания – на регионы своих «традиционных интересов». Германия – на немцев Померании и Верхней Силезии в Польше, Судет – в Чехии. А уже в 1930-х гг. информационные войны превращаются в самостоятельное явление, переставая быть дополнением к вооруженным войнам. Немецко-австрийская радиовойна, которая была в 1933–1934 гг. по поводу присоединения Австрии к рейху, дала начало распространению такого понятия, как «информационный агрессор».

В нашем современном мире информация, появляющаяся в СМИ, становится элементом большой политики. Американский исследователь М. Маклюэн считал, что «истинно тотальная война – это война с помощью информации»¹. Борьба за капитал, просторы сбыта – все это уходит на второй план, главным же сейчас стоит доступ к знаниям, информационным ресурсам, что приводит к тому, что войны разворачиваются уже все больше на информационном пространстве и ведутся с помощью информационного оружия.

В современном мире существуют различные виды информационных войн:

- сетевая война;
- идеологическая диверсия;
- психологическая война;
- кибервойна;
- радиоэлектронная борьба, которая может проявляться следующими способами:
- телевидение и радиовещание могут быть подавлены;
- сети коммуникаций могут быть заблокированы или недоступны;
- ресурсы телевидения и радиовещания могут быть захвачены/покорены для кампании дезинформации;
- операции фондовой биржи могут саботироваться электронным вмешательством, давая утечку чувствительной информации или распространяя дезинформацию.

Что же такое современная информационная война? И. И. Завадский дает следующее определение: «Информационная война состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационные системы противника с одновременным укреплением и защитой нашей собственной информации и информационных систем»².

Появление информационного пространства приводит к появлению желающих не только поделить это пространство, но и осуществлять контроль и управление происходящими в нем процессами с помощью так называемого информационного оружия, представляющего собой средства искажения, уничтожения или даже хищения информации; преодоления

¹ Языки программирования [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://life-prog.ru>, свободный. – Загл. с экрана.

² Завадский И. И. Информационная война – что это такое? // Защита информации. «Конфидент». – 1996. – № 4.

систем защиты; средств дезорганизации работы компьютерных систем и технических средств. Атакующим информационным оружием в информационном пространстве являются: компьютерные вирусы; логические бомбы (программные закладки); средства подавления информационного обмена в телекоммуникационных сетях, фальсификация информации в каналах государственного и военного управления; средства нейтрализации тестовых программ; различного рода ошибки, сознательно вводимые в программное обеспечение объекта.

Одним из самых серьезных и главных преимуществ такой войны является его относительная дешевизна по сравнению с другими видами вооружения, так как в него не вкладывается «сила» для истребления противника, так как уже изначально предполагается, что сам противник обладает всеми необходимыми средствами для самоуничтожения. Применение ИО направляет имеющиеся у противника средства (в том числе технические) против себя самого.

Таким образом, главной целью ИВ является ослабление моральных и материальных сил противника и усиление своих собственных, а главной задачей – манипулирование массами: дезинформация, внесение в сознание враждебных идей и взглядов, запугивание народа образом врага, запугивание противника своим могуществом. Разрушения, наносимые обществу и личности в процессе ведения информационной войны, в полном объеме сопоставимы, а иногда и превосходят последствия вооруженных войн.

Агрессия Грузии против Южной Осетии в августе 2008 г. послужила поводом к началу информационного конфликта между Россией и странами Запада, объединенными в блок НАТО, под руководством США. Совершенно очевиден был тот факт, что Грузия активно готовит мировое мнение к тому, что Россия – вероятный агрессор.

Все чаще западные телеканалы обращали внимание своих зрителей на демократичную политику Саакашвили и его ориентированность на Запад. Параллельно в черном свете подавалась информация о деятельности «сепаратистов» из Абхазии и Южной Осетии, российская сторона выступала как «агрессор», а Грузия получила статус «миротворца». Уже тогда в нужном ключе формировалось мировое общественное мнение. Информационная кампания грузинского руководства была хорошо спланирована: интернет-актив Грузии и «западных помощников» моментально мобилизован, заранее продуманы и смонтированы фото- и видеоматериалы, заблокированы сайты домена .ru. Грузинский президент регулярно появлялся в СМИ со своими комментариями к происходящим событиям на чистом английском языке, явно понимая, на какую целевую аудиторию работает. Эта подготовленная кампания была настолько успешна, что даже в Тбилиси находились люди, искренне верящие в то, что Россия напала на Грузию. И можно только представить себе шок этих людей, когда они поняли, что все не так, как им показывали.

Со стороны России такой подготовки не было, и информационная атака, начавшаяся 8 августа, стала для российских СМИ полной неожиданностью. Российские каналы в Грузии были заблокированы, а выступления российских политиков и военных на Западе не транслировались. Возможность влиять как на аудиторию внутри Грузии, так и на мировое сообщество была потеряна. Тем временем позиция российских СМИ была неясна. Оценивая публикации, производимые в ряде российских СМИ, можно отметить, что с момента начала конфликта в информационном поле появилась ячейка СМИ, деятельность которой была направлена против официальной позиции властей страны. К такой ячейке относились такие электронные СМИ, как «Газета.ру», «Газета», News, «Лента.ру». Упустив возможность вести информационную войну в средствах массовой информации, Россия начинает вести ее в интернет-пространстве с помощью «медиасолдат»: блогеров, журналистов, выкладывающих правдивую информацию на своих страничках в Сети. Они стали призывать посещать сайты CNN и голосовать там за Россию, первыми предложили переводить свидетельства беженцев из Осетии на английский язык и выкладывать их на англоязычных форумах. Благодаря помощи таких «медиасолдат» западная аудитория, пусть даже не очень многочисленная, начала смотреть на Россию другими глазами.

Конфликт между Грузией и Южной Осетией показал, что во многом Россия оказалась неподготовленной к такой крупномасштабной и ухищренной информационной агрессии со стороны Запада. Неспособность российских медиа четко отстаивать национальные интересы на информационных площадках стала серьезным недостатком для страны. По итогам данной войны решением российского президента были созданы специальные структуры для противодействия и противостояния информационной агрессии, отвечающие национальным интересам России.

Как известно, без информационных войн не обходится ни одна революция, ни одно вторжение, ни один переворот. Ситуация, развернувшаяся на Украине в конце 2013 – начале 2014 г., также не обошлась без этого, а точнее сказать, именно в данном конфликте информационная война имела огромное значение. Поддерживаемая Западом Украина уже не скрывает, что ведет жесткую информационную войну против России. Украинские СМИ активно используют технологии черного PR для разжигания антироссийского настроения. Газеты, телевидение, Интернет, социальные сети ведут пропаганду против России. Пестрят такие заголовки: «Россия разжигает военный конфликт на Украине», «Россия ввела войска в Крым», «Россия оккупировала Крым». Вещание российских телеканалов, таких как «Россия 1», «Первый канал – всемирная сеть», «Россия 24», «НТВ-Мир», «РТР Планета», запрещено на Украине. Блокировка российских каналов преподносится как защита информационной безопасности Украины, при этом бегущей строкой украинские телеканалы запускают фразы: «Армия Соединенных Штатов готова помочь Украине», «Россия объявила войну Украине», – такое нагнетание ситуации оказывает давление на аудиторию, ее держат в постоянном страхе и напряжении. Украинские каналы до крайности ужесточили фильтрацию всех новостей и выступлений гостей эфиров. Появился даже своеобразный список персон, которые были изгнаны из СМИ за то, что не поддерживали Майдан. Местных провайдеров заставляют отказаться от вещания российских каналов, а все сайты с доменом .ru закрыть. Все официальные сайты украинских государственных учреждений работают только на украинском и английском языках. Идет полная дерусификация по отношению к своему населению. Западные СМИ также массово ведут антироссийскую пропаганду, формируя образ России как врага и агрессора.

Наиболее качественная и достоверная информация об украинских событиях освещается в российских СМИ. Чтобы не нагнетать ситуацию, они стараются избегать враждебных формулировок при цитировании, сохраняя нейтральную позицию. Публикуются аналитические материалы и комментарии специалистов в газетах и интернет-пространстве. Все ведущие национальные телеканалы стремятся донести позицию правительства по украинским событиям до своей аудитории, а также показать зарубежным зрителям, что почти половина населения Украины – это русские и русскоговорящие люди, которые не согласны с политикой нынешнего правительства.

Российские СМИ призывают защищать и любить людей всех национальностей, в то время как украинские – ненавидеть русских, хотя половина граждан самой Украины – это русский народ. Такая позиция Украины приводит к тому, что большинство ее жителей доверяют российским СМИ больше, чем своим. В такой же ситуации находятся и мировые СМИ. За очень короткий срок российская информационная компания RT.com стала очень популярной на Западе, став третьим сайтом в мире среди новостных порталов, а связано это с тем, что западные СМИ освещают все происходящие события однобоко, и люди прибегают к поиску иной, альтернативной информации. Российские блогеры и журналисты создают различные группы в социальных сетях, которые являются альтернативными источниками информации.

Победа в информационной войне на данном этапе за Россией, так как она имеет волю и уверенность в отстаивании своих национальных интересов. Вхождение Крыма в состав России после того, как более 97 % поддержали это решение на референдуме, широко освещается в российских СМИ, каналом Russia Today, на сайтах. Граждане Украины, готовящие-

ся к референдуму, с учетом этого события, сами смогут сделать свой выбор. Пылающая Украина – это очередная политическая игра западной элиты, которая любыми способами пытается удержать свои стремительно ослабевающие позиции.

Подводя итоги, можно отметить, что значение в современном мире информационных технологий и СМИ настолько велико, что они стали главным способом достижения военно-политических целей государства. Разрушающая сила информационного воздействия так велика, что ставит под сомнение и независимость побежденного государства, и существование его народа как национальной общности.