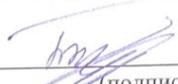


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра издательского дела и медиатехнологий

КУРСОВАЯ РАБОТА

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ВОЙНА В СМИ. МЕТОДЫ, ВИДЫ И
ОСОБЕННОСТИ

Работу выполнил _____  10.05.17. А.О. Бондаренко
(подпись, дата)

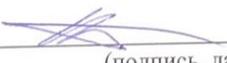
Факультет журналистики 2 курс ОФО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель:

Преподаватель _____  10.05.17. С. С. Шувалов
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

Преподаватель _____  10.05.17. С. С. Шувалов
(подпись, дата)

Краснодар 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление.....	3
1. Понятие, специфика и структура психологической войны.....	4
1.1 Понятие и структура психологической войны.....	4
1.2 Специфика психологической войны.....	7
1.3 Роль СМИ в военно-политических конфликтах современности.....	9
2 Особенности целей и задачи психологической операции как основы методологии воздействия. Информационное оружие.....	15
2.1 Информационное оружие, понятие, классификация и правовой аспект.....	15
2.2 Особенности целей и задачи психологической операции как основы методологии воздействия.....	19
3 Прикладной аспект психологической кампаний. Информационная война как объективная реальность.....	27
Заключение.....	40
Список использованных источников.....	41

ВВЕДЕНИЕ

Данная работа посвящена исследованиям в области психологических войн в СМИ, их особенностях и методах ведения.

Актуальность данного вопроса заключается в том, что правила ведения войны за последние десятилетия сильно изменились. На сегодняшний день актуален такой тип войны как гибридная война, суть которой заключается не только в классическом (открытом) ведении боевых действий, а в применении скрытых операций, диверсий, а так же применения информационного оружия и ведения психологических войн. Классическими примерами гибридных военных действий в конце XX - начале XXI веков называют войны в Афганистане (1979-1989), войну во Вьетнаме (начиная с периода вступления в конфликт США).

Цель курсовой работы заключается в изучении специфики ведения психологической войн посредством СМИ.

Для осуществления обозначенной цели служат следующие задачи:

1. Формулировка основных понятий, касающихся темы изыскания;
2. Изучение научной литературы по теме исследования;
3. Изучить военные конфликты, в которых имело место быть применение информационного оружия;
4. Изучение нормативно-правовой базы по данному вопросу;
5. Проанализировать примеры психологических и информационных войн.
6. Выявить методы проведения психологических операций в ходе психологических войн.

Объектом курсовой работы являются информационно-психологические войны, прошедшие за последние годы.

Предмет исследования – особенности ведения психологической войны.

В качестве теоретической базы исследования были использованы научные статьи, посвящённые исследованиям проблем в современных СМИ, специальная литература, а так же нормативно-правовая база. Практической базой исследования выступил анализ военного конфликта в Югославии и вмешательством в него США.

1 Понятие, специфика и структура психологической войны.

1.1 Понятие и структура психологической войны.

Понятие "психологическая война" имеет два основных значения.

В понимании профессионалов (профессионализм в психологической войне предполагает наличие специалистов, обладающих, во-первых, научными знаниями об ее специфике; во-вторых, имеющих специальную подготовку, в том числе практический опыт целенаправленного психологического воздействия на людей) данное понятие отражает содержание деятельности специальных органов одного государства, оказывающих психологическое воздействие на гражданское население и (или) на военнослужащих другого государства ради достижения своих политических, а также чисто военных целей.

Официально психологическая война против иностранных государств ведется только с санкции президента, правительства или совета национальной безопасности. Фактически же в странах со слабой исполнительной властью и всеобщим пренебрежением к действующему законодательству психологическая война осуществляется с помощью средств массовой информации, контролируемых теми или иными политическими группировками, либо финансово-промышленными группами (в том числе транснациональными).

Весьма точно сущность профессионально организованной психологической войны выражена в наставлениях древнекитайского философа и военного деятеля Сунь Цзы (VI век до н.э.). Они сводятся к следующему:

1. Разлагайте все 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 молодежь 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 все возможное, чтобы обесценить традиции ваших врагов и подорвать их веру в своих богов.
11. Посылайте женщин легкого 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 приносят прекрасные результаты.

В обыденном понимании термин "психологическая война" обозначает стихийное, неквалифицированное использование средств общения и механизмов социально-психологического воздействия одними людьми против других людей с целью подчинения их себе или создания благоприятных условий для своего существования и деятельности.

Психологическая война в таком виде существует (применяется) столько времени, сколько существует сам человек. Однако, в далеком прошлом люди умели влиять друг на друга только в процессе непосредственного общения, оказывая воздействие на своих собеседников посредством слов, интонации, жестов, мимики. Сегодня способы воздействия на человеческое сознание стали намного более разнообразными, действенными и изощренными благодаря накопленному за тысячелетия практическому опыту, а также за счет создания специальных технологий общения, взаимодействия и управления людьми.

Термин "психологическая война" в его ненаучном (житейском, обыденном) значении может характеризовать:

- политическую деятельность отдельных лиц, группировок, партий, движений;

- избирательные кампании кандидатов на различные выборные посты;
- рекламную деятельность коммерческих фирм;
- борьбу соперничающих индивидов (и малых групп) за лидерство в производственных, научных и других коллективах;
- политическое, экономическое или культурное противостояние конфликтующих между собой этносов;
- переговорный процесс между конкурирующими фирмами или организациями.

Психологическая война - это совокупность различных форм, методов и средств воздействия на людей с целью изменения в желаемом направлении их психологических характеристик (взглядов, мнений, ценностных ориентаций, настроений, мотивов, установок, стереотипов поведения), а также групповых норм, массовых настроений, общественного сознания в целом.

1.2 Специфика психологической войны.

В настоящее время во многих экономически развитых государствах происходит объединение в одно целое сил и средств психологического воздействия, предназначенных для достижения военных, идеологических и политических целей. Этот процесс принимает различные формы, в зависимости от исторических традиций, политических и экономических условий в той или иной стране.

В одних странах идут по пути создания подразделений психологической войны с кадровым персоналом, который хорошо обучен, оснащен, готов к практическим действиям в любом месте и в любое время.

Эти части обычно входят в состав вооруженных сил государства или его спецслужб.

При необходимости они могут использоваться и в мирное время, в том числе против собственных граждан. Такой подход получил распространение в США, СССР, ФРГ, КНР и в некоторых других странах.

В других государствах подразделения психологической войны сокращенного состава (штат мирного времени) входят в гражданские структуры.

Когда нет войны, на них возлагают выполнение обязательного объема пропагандистских и идеологических задач по заказу правительства и в интересах национальной безопасности. Подобного подхода придерживаются власти Великобритании, Франции, Швеции, Швейцарии, некоторых других государств.

Наконец, в ряде стран как государственные органы пропаганды, так и коммерческие средства массовой информации возглавляют кадровые специалисты психологической войны. Они осуществляют постоянное пропагандистско-информационное обеспечение политики руководства своих стран. Подобная практика широко распространена в Южной Корее, на Тайване, в Индонезии и на Филиппинах.

Психологическое воздействие может осуществляться различными методами.

Во-первых, собственно психологическими средствами. Например, в предвоенный период правительство любой страны через средства массовой

информации стремится сформировать у своего народа (особенно среди военнослужащих) патриотические взгляды и убеждения, обеспечить в массовом сознании приоритет целей государственной политики. В то же время вероятный противник старается внедрить в сознание населения и военнослужащих этого государства выгодные только ему, противоположные по направленности идеи и настроения. Например, разжигает националистические предрассудки, недовольство политическими или экономическими мероприятиями правительства.

В результате в сознании людей происходит борьба мотивов, что нередко ведет к снижению уровня морально-психологического состояния населения и личного состава вооруженных сил. Так поступали все мировые державы накануне Первой и Второй мировых войн, в ходе различных вооруженных конфликтов (в Корее, Вьетнаме, на Ближнем Востоке и других).

Во-вторых, психологическое воздействие может осуществляться военными средствами. Например, Советский Союз размещал с целью психологического давления свои войска и ракеты возле границы с Китаем, во Вьетнаме, на территории Кубы. СССР и США неоднократно стремились достичь своих политических целей с помощью демонстрации военной силы. Один из классических примеров психологического воздействия посредством военного демарша - отправка к берегам Гаити 20 боевых кораблей ВМС США в 1994 г.

Захватившая там власть хунта генерала Седраса, испытывая, с одной стороны, психологическое давление мировой общественности, обработанной США, а с другой - ввиду прямой угрозы применения военной силы, была вынуждена передать рычаги управления свергнутому ею президенту Аристиду. Еще два примера - систематические бомбардировки авиацией США объектов на территории Ирака и применение авиации НАТО против Югославии. Здесь дело не ограничилось одной демонстрацией силы, военная машина была пущена в ход.

В-третьих, для психологического воздействия может использоваться система торговых и финансовых санкций, направленных на экономический

подрыв потенциального противника. Так, экономические санкции (в том числе и от имени ООН) против Ирака, Югославии, Кубы, Ливии, Судана и ряда других стран влекут за собой значительное снижение уровня жизни большинства населения, многочисленные бытовые трудности, рост заболеваемости, недоедание и, как следствие, массовое недовольство граждан существующим положением.

В-четвертых, психологическое воздействие может осуществляться чисто политическими средствами. Например, проведенный в Москве в январе 1999 года демонстративный марш членов националистической организации А. Баркашова "Русское национальное единство" повлек за собой ожесточенную полемику между представителями различных политических сил России и усилил противостояние между ними. [1]

1.3 Роль СМИ в военно-политических конфликтах современности.

Глобализация информационных процессов и всеохватность информационных потоков, стремительное развитие и увеличение объемов влияния аудиторий телекоммуникационных сетей ознаменовали собою конец XX века. Эти факторы дали основания ученым (футурологам, социологам, философам) утверждать, что на смену индустриальному обществу, где ведущую роль играло производство, и промежуточной постиндустриальной стадии (для постсоветского пространства более приемлем термин деиндустриализация), где рядом с производством важную роль играет сфера услуг, идет новое - информационное общество, для которого приоритетной является сфера массовых коммуникаций.

Коммуникационная сфера вообще и СМИ в частности всегда были активными участниками вооруженных конфликтов. В этом контексте весьма символически выглядит факт, ставший 60 лет назад поводом для второй мировой войны - нападение на радиостанцию в Глейвице. Историки отмечают, что Б. Муссолини, по мнению его же соратников, при планировании военных операций больше внимания уделял тому, какие заголовки появятся в газетах, чем воинской целесообразности. Однако во второй мировой войне испытали поражение именно те государства, у которых достижения в информационно-пропагандистской сфере были наиболее убедительными. Использование СМИ в то время имело сравнительно небольшое значение для военного успеха.

В наше же время даже возникновение таких понятий как «информационная война», «медиа-агрессия», «информационная безопасность» свидетельствует не только о тесной связи масс-медиа с конфликтными ситуациями, но и о том, что в вооруженных конфликтах современности борьба на информационном поле не менее важна, чем непосредственно военные действия. Если до недавнего времени война влияла большей частью на информационную сферу, в частности, на журналистику (например, первая мировая война стала стимулом для появления и развития в США аналитической журналистики, так как американцы не могли понять, каким образом убийство эрцгерцога Фердинанда послужило причиной такого конфликта), то в

последнее время наблюдается обратная связь, причем как на макро- так и на микроуровне.

Перелом в информационно-военной сфере относится ко временам вьетнамской войны. Американские военные неоднократно утверждали, что причиной их поражения (во вьетнамской войне) стала не столько помощь СССР и мужество вьетнамцев, сколько негативная позиция «своей» прессы. Тогда же было признано необходимым наличие «информационно-психологического обеспечения боевых действий»: формировать посредством СМИ общественное мнение таким образом, чтобы любые военные действия находили поддержку среди собственного населения и вообще у большинства жителей планеты. Методы практически не отличаются от обычных приемов public relations. Это создание количественного и качественного преимущества собственной точки зрения в СМИ, внедрение стойких ассоциаций, схем, мифов, которые отвечают интересам организатора информационной кампании.

В наше время СМИ играют все большую роль как в решении вооруженных конфликтов, так и непосредственно в их ходе.

Современные войны - это, прежде всего, вооруженные политические демонстрации. И демонстративный момент в них не менее важен, чем собственно момент применения оружия. Вообще, пропаганда срабатывает только тогда, когда люди ходят по колена в пропаганде. Журналисты давно стали третьей стороной едва ли не каждого вооруженного конфликта, и от того, какую сторону СМИ склонны поддержать, в значительной мере зависит его результат. Ученые, которые исследуют влияние информационных процессов на ход современных вооруженных конфликтов, отмечают: «Политические, идеологические и геополитические взгляды формируются у значительной части общества исключительно на основе телекоммуникаций. Медиа-образ фактически является атомарным синтезом, в котором сосредоточенно сразу несколько подходов - этнический, культурный, идеологический, политический.

Информационное обеспечение последних военных кампаний США в Югославии и Ираке стало темой отдельных исследований. Началу военных

действий всегда предшествовали мощные информационные кампании, целью которых, прежде всего, являлась дискредитация противника, создание образа врага. Основной этап информационной войны (как свидетельствует опыт операций в Ираке и Югославии) состоит в демонстрации преимуществ американского оружия, утаивании собственных потерь, преувеличении вреда, причиненной вражеской армии, военно-промышленным объектам и средствам коммуникации, в том числе теле- и радиостанциям противника. При этом такую информацию распространяют через контролируемые военными пресс-центры. Исследователи отмечают, что «в начале кампании всегда нужны большие ресурсы, чтобы успеть быстро сформировать в общественном сознании нужный стереотип. А сломать сформировавшийся стереотип практически невозможно.

Следует отметить, что манипулирование информацией практикуется очень часто. Например, войну в Персидском Заливе, обслуживали специальные фирмы, занимающиеся public relations. Перед ними была поставлена задача: оправдать участие США в военных действиях. На слушаниях в Конгрессе некая кувейтская девочка с подробностями рассказывала, как иракские солдаты выносили грудных детей и клали их на бетон в одной из больниц. Рассказ оказал нужное впечатление. Но, как оказалось позднее, девочка, которую специально подготовили к выступлению, научив ее на нескольких уроках актерского мастерства, не была на месте событий, так как являлась дочерью посла Кувейта в США и принадлежала к королевской семье.

Борьба на информационном поле является не менее важной, чем непосредственные боевые действия. Так, например, во время конфликта в Дагестане летом 1999 г. российские спецслужбы уделили большое внимание ликвидации в Интернете сайта Мовлади Удугова «Кавказ-центр». Кстати, принято считать, что для победы в русско-чеченской войне 1994-96 гг. М. Удугов сделал не меньше, чем полевые командиры: сначала он выиграл информационную войну с Россией (создал выгодный имидж Чечни), а уже потом победу была фактически получена и в боевых действиях. Именно после

этого аналитики стали утверждать, что война на Кавказе — это, прежде всего информационная война. «Чеченские полевые командиры готовы и к информационной войне. Очевидно, что того, кто ее выиграет, назовут победителем. А тот, кто проиграет, потеряет все». (О. Стулов). Примечательно, что Россия сделала надлежащие выводы из первой чеченской кампании, и в 1999-2000 годах сумела переломить ситуацию в информационном пространстве на свою пользу.

Глобализация информационной сферы приводит к власти не сверхдержавы, а транснациональные медиа-империи, которые создают реальность под себя и манипулируют сознанием масс на собственное усмотрение. Немало исследователей говорит об отрицательном влиянии масс-медиа на реципиента.

То, что именно СМИ сегодня играют ведущую роль в провоцировании и раздувании вооруженных и политических конфликтов, понимают и политические экстремисты. Например, лидер русской Национал-большевистской партии Эдуард Лимонов, размышляя над тем, как спровоцировать конфликт между Украиной и Россией из-за Крыма, планировал организовать массовые волнения, а потом показать журналистам несколько десятков трупов, выдав их за жертв украинских милицейских спецподразделений. «Теле и фотосъемки от 50 до 100 трупов приведут к взрыву общественного мнения. Заголовки на манер «Украинский спецназ расстрелял 93 русских подростка, среди них девочка 13-ти лет» выведут из равновесия всю Россию». Далее Э. Лимонов подчеркивает: даже если со временем будет установлено, что эти трупы не имеют никакого отношения к инциденту «и станут опровергать первую страшную информацию, эффект от этого опровержения будет мизерный». Значительная роль отводится масс-медиа и в дальнейшем: предоставлять обществу «тревожную информацию» и тем самым привлекать к вооруженной борьбе тех, кто еще колеблется.

Все это дает основания утверждать, что именно масс-медиа становятся перспективной мишенью для «революционеров XXI века». Эксперты утверждают: если традиционный терроризм не угрожал обществу как

целостной системе, то высокотехнологический терроризм новой эпохи вполне может спровоцировать кризис государства с развитой инфраструктурой информационного общества. Кстати, образ современного революционера-террориста тесно связан с коммуникационно-информационной сферой, его изображают как что-то среднее между хакером и повстанцем: «Образ воина с притороченным к седлу ноутбуком с беспроводным модемом — вот стереотип бойца будущего. С одной стороны, он обеспечивает себе «пропагандистский тыл», создавая виртуальные дискуссионные клубы, а с другой — руководит боевыми единицами с помощью электронной почты». Хакеры сегодня воруют через Интернет миллионы долларов, проникают в электронные досье спецслужб; уже стали серьезно опасаться, чтобы они не спровоцировали третью мировую войну.

В связи с этим вопрос информационной безопасности приобретает в последнее время ключевое значение. Специалисты отмечают: «Если государство не сможет войти в мировую информационно-телекоммуникационную систему как самостоятельный игрок, то независимость и суверенитет такого государства окажется под вопросом». [2]

2 Особенности целей и задачи психологической операции как основы методологии воздействия. Информационное оружие.

2.1 Информационное оружие, понятие, классификация и правовой аспект.

Информационное оружие – это средства уничтожения, искажения или хищения информационных массивов, добывания из них необходимой информации после преодоления систем защиты, ограничения или воспреещения доступа к ним законных пользователей, дезорганизации работы технических средств, вывода из строя телекоммуникационных сетей, компьютерных систем, всего высокотехнологического обеспечения жизни общества и функционирования государства.

Основной мишенью информационного оружия выступает информационная структура общества. Оно нацелено на вооруженные силы, предприятия оборонного комплекса страны, а также на структуры, которые отвечают за внутреннюю и внешнюю безопасность государства.

Используя информационное оружие при ведении информационной войны, стороны преследуют определенную цель – завоевать превосходство над противником и нанести ему поражения в конкретном акте противостояния во внешней и внутренней политике, экономике, обороноспособности государства в целом.

В ходе применения информационного оружия агрессор реализует на практике следующие задачи:

- Подрыв авторитета государства на международной арене, затруднение сотрудничества с другими странами;
- Манипуляция сознанием населения страны, создание атмосферы бездуховности и безнравственности, пропаганда негативного отношения к культурному наследию;
- Провокация политической напряженности внутри страны, национальных и религиозных столкновений, массовых беспорядков и т.д.;

- Подрыв авторитета государственных органов в глазах населения, дискредитация всей системы управления;

- Нарушение системы управления страной, армией, техникой, производствами;

- Нанесение ущерба интересам государства в области политики, экономики, социальной и других сферах деятельности.

Информационное оружие в корне отличается от иных видов оружия в первую очередь тем, что не несёт открытого военного характера и не использует насильственных действий в ходе применения. Однако, результативность применения информационного оружия сравнима с применением оружия массового поражения. Наибольшие потери вооруженные силы несут при использовании противником оружия, направленного на воздействие на психическое состояние человека и системы управления.

Выделяют 4 основных вида информационного оружия:

1. Воздействие на человеческую психику:

К данному типу информационного оружия относятся методы, способы и средства воздействия на психическое состояние человека с целью изменения или подрыва этого состояния.

- Все виды средств массовой информации

- Печатный материал, к которому относятся листовки, плакаты, афиши, раздаточный материал и т.д.

- Средства связи

- Музыка, кинофильмы, реклама и т.д.

- Компьютерные игры

- Дезинформирование систем принятия решений:

2. К данному типу относятся методы воздействия на групповые и индивидуальные системы принятия решений, с целью выбора решения, выгодного дезинформатору.

- Навязывание информации
- Искажение информации
- Блокирование информации
- Утаение информации
- Подмена информации

К основным средствам ведения противоборства оружием такого типа относятся средства массовой информации, телекоммуникационные системы, средства связи.

3. Радиоэлектронная борьба:

- Радиоэлектронная разведка (включает в себя перехват и анализ информации, поступающей через телекоммуникационные системы, дезинформирование);
- Радиоэлектронное противодействие (создание помех при передаче информации);
- Подавление элементов телекоммуникационных систем, радиовещания, телевизионных сигналов, линий связи и т.д.;
- Воздействие на программно-техническое оснащение телекоммуникационных систем и автоматизированных информационных систем.

4. Этот тип информационного оружия включает в себя средства и методы несанкционированного доступа к ТКС и АИС:

- Хищение, искажение или уничтожение информации;
- Ограничение или запрет доступа к компьютерным системам;

- Дезориентация работы компьютерных систем;
- Блокирование или вывод из строя компьютерных систем. [3]

Принципиальное отличие информационного противоборства от обычной войны заключается в том, что информационное противоборство в некоторой степени регулируется законодательством. Так, например, Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ от 9 сентября 2000 г. № Пр-1895) является элементом Концепции национальной безопасности Российской Федерации в информационной сфере. Доктрина представляет собой совокупность официальных взглядов на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информационной безопасности Российской Федерации. Она служит основой для формирования государственной политики в сфере обеспечения информационной безопасности. [4]

Наряду с Доктриной информационной безопасности в Российской Федерации действует Положение «о государственной системе защиты информации в РФ от иностранных технических Разведок и от ее утечки по техническим каналам» (утв. Постановлением Совета Министров - Правительства РФ от 15 сентября 1993 г. №912-51). Данное положение является документом, обязательным для выполнения при проведении работ по защите информации, содержащей сведения, составляющие государственную или служебную тайну. [5]

Также, нормативно-правовыми документами, регулирующими информационную сферу, являются Федеральный закон от 28 декабря 2010 г. №390-ФЗ «О безопасности», который определяет основные принципы и содержание деятельности по обеспечению безопасности государства и Федеральный закон от 27 июля 2006 г. №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», регулирующий отношения, возникающие при осуществлении права на поиск, получение, передачу, производство и распространение информации, применении информационных технологий и обеспечении защиты информации. [6]

2.2 Цели и задачи психологических операции как основы методологии воздействия.

Психологические операции - это спланированное применение средств, форм и методов распространения информации с целью влияния на установку и поведение человека. В узком смысле психологические операции используются вооруженными силами для деморализации и дезорганизации противника. Основная цель психологических операций состоит в обеспечении такого поведения союзников или противников.

Психологическая война - это комплекс психологических операций и мероприятий, осуществляемых в соответствии с конкретными целями и задачами. Обычно она начинается еще в мирное время, в так называемый угрожающий период. Этот период характеризуется следующими признаками:

Во внешнеполитической области - непрерывно идут интенсивные переговоры дипломатов (в том числе со всякого рода посредниками); свертываются торгово-экономические, культурные и иные отношения между членами противостоящих группировок; происходят разнообразные приграничные конфликты и т.д.

В экономической области - возрастают темпы и объемы военного производства; осуществляется перевод промышленности на выпуск военной продукции; меняется режим работы железных дорог, увеличивается объем военных и других специальных перевозок всеми видами транспорта и т.д.

В военной области - резко усиливается разведывательная деятельность всех видов; происходит концентрация войск в приграничных районах; частично мобилизуются резервисты; вооруженные силы переходят в режим боевой готовности.

Во внутривнутриполитической области - объявляется особое (либо военное) положение; разжигаются шовинистические и националистические настроения; вводится военная цензура во всех средствах массовой информации; запрещается (или существенно ограничивается) деятельность оппозиционных политических партий, пацифистских и диссидентских движений и т.д.

В области психологической войны:

- резко усиливается противоборство между вероятными противниками в информационной сфере;

- происходит боевое развертывание органов психологической войны;

- начинают осуществляться психологические операции.

Продолжительность угрожающего периода зависит от характера развития военно-политической обстановки и эффективности мер политического урегулирования конфликта. Как правило, он включает в себя период повышенной напряженности, составляющий от 1-2 до 8 месяцев, и период резкого обострения обстановки, длящийся от 5 до 25 суток.

С началом боевых действий осуществляются разнообразные оперативные и тактические психологические операции, являющиеся продолжением стратегической психологической операции и неотъемлемой частью вооруженной борьбы.

1. Своеобразие психологических операций в угрожающий период

Психологические операции в угрожающий период обычно проводят для достижения следующих целей:

- изоляции вероятного противника на международной арене;

- подрыва морально-психологического состояния личного состава его вооруженных сил и гражданского населения;

- усиления антивоенных и антиправительственных настроений в стране противника;

- консолидации населения и личного состава своих вооруженных сил и стран-союзников.

Содержание психологических операций в угрожающий период конкретизируется в зависимости от:

- политических и военных целей конфликта, военно-политической обстановки на ТВД;

- размаха деятельности оппозиционных политических партий, диссидентского и пацифистского движений в стране вероятного противника;

- особенностей психологии, обычаев, традиций, религиозных верований

народа в стране противника.

Основными объектами психологических операций в угрожающий период выступают:

- личный состав вооруженных сил противника;
- его гражданское население;
- население и военнослужащие нейтральных и союзных государств;
- военнослужащие и народ своей страны.

Психологическое воздействие на личный состав вооруженных сил противника осуществляется в форме:

- разъяснения катастрофических последствий войны для конкретных военнослужащих и их семей;
- дискредитации военно-политического руководства государства-противника;
- разжигание противоречий, существующих между различными социально-этническими группами в вооруженных силах противника;
- пропаганды своего превосходства в области боевой подготовки, военной техники, вооружения;
- указания военнослужащим противника возможных способов уклонения от личного участия в боевых действиях.

Психологическое воздействие на гражданское население противника осуществляется в тех же формах, что и воздействие на личный состав вооруженных сил противника, плюс призывы к участию в антивоенных выступлениях оппозиции, религиозных и пацифистских организаций.

Психологическое воздействие на население и военнослужащих нейтральных и союзных государств осуществляется в форме:

- дискредитации военно-политического руководства государства-противника;
- пропаганды целей и методов собственной внешней политики;
- пропаганды своего военного превосходства над противником.

Психологическое воздействие на военнослужащих и народ своей страны осуществляется в форме:

- повышения их морального духа, предотвращения паники;
- разъяснения необходимости различных мер ограничения и контроля;
- осуждения и критики антиправительственных и антивоенных сил и движений;
- противодействия пропаганде противника.

2. Разжигание противоречий между различными социальными, конфессиональными, этническими группами населения и войск противника

Цель психологических операций данного направления - углубить существующие противоречия между определенными группами людей до критического уровня и посредством этого значительно понизить боеспособность войск противника, а также способность населения к сопротивлению.

Достижение данной цели осуществляется через акцентирование существующих различий между различными социальными группами, наиболее значимыми среди которых являются социально-классовые и национально-религиозные.

Например, во время Фолклендского конфликта англичане в своей пропаганде на аргентинскую армию обращались преимущественно к рядовому составу. Его внимание они привлекали к фактам коррупции и казнокрадства среди генералов и офицеров. Такая пропаганда вызывала у простых солдат чувство ущемленности, недовольство привилегированным положением офицерского корпуса, его высокомерным отношением к подчиненным. Это, в свою очередь, снижало их готовность упорно сражаться под началом своих командиров.

Особый эффект дает разжигание национально-религиозных противоречий. Этнические, религиозные и другие меньшинства, по мнению специалистов, представляют собой первоочередной объект воздействия с целью раскола в стране противника. Обращение к массовому сознанию таких групп населения, особенно если они подвергаются притеснениям со стороны правительства, очень продуктивно.

Хорошие результаты дала советская пропаганда на украинцев и

белорусов накануне вторжения СССР в Польшу в 1939 г., американская - на курдов накануне войны в Персидском заливе. США удалось тогда спровоцировать антиправительственные выступления в иракском Курдистане, что вынудило Багдад направить туда дополнительные войска.

Именно национально-религиозные противоречия послужили основой для затяжного конфликта в Югославии. Католики-хорваты, православные-сербы и сербы-мусульмане более трех лет (апрель 1992-ноябрь 1995) сражались между собой в Боснии. Примечателен тот факт, что накануне и во время Второй мировой войны Германия широко использовала военную помощь хорватов в Югославии, арабов-мусульман в Северной Африке, западных украинцев, прибалтов, крымских татар, чеченцев и представителей некоторых других национальностей в СССР.



Рис.3. Каждый раз - одно и то же. 1816 г. Наполеон на острове. Св. Елены.

(Немецкая листовка конца 1939 г., выпущенная для разжигания антибританских настроений среди их союзников - французских солдат. Смысл листовки очень прост: она напоминает о прошлых обидах. Англичане и великого француза Наполеона подло умертвили, и в Первую мировую войну якобы прятались за спинами французов).

Toujours la même chose! ...



1939... Toujours la ligne Siegfried « En avant camarades! »

Рис.4. Каждый раз - одно и то же. 1939 г. На линии Зигфрида: "Вперед, друг!"

3. Дезинформация противника о характере предстоящих боевых действий.

Основная цель осуществления психологических операций данного направления - введение противника в заблуждение, создание предпосылок для неожиданного удара по нему.

Хорошим примером успешной деятельности по введению вероятного противника в заблуждение были действия Германии и СССР накануне Второй мировой войны. Гитлеру удалось обмануть как западных руководителей, так и Сталина. В то же время Сталин удачно скрыл планы своих действий против Польши и Финляндии в 1939 г.

Классической по современным меркам стала кампания стратегического дезинформирования, осуществленная США на этапе подготовки к началу войны против Ирака. В таких масштабах стратегическое дезинформирование было применено впервые после 1945 года. Оно проводилось совместно специальными службами военных ведомств США и союзных стран с целью введения в заблуждение не только народа и вооруженных сил Ирака, но и мировой общественности. При этом особая роль отводилась средствам

массовой информации, чья работа строилась на основе специальных инструкций Пентагона для корреспондентского корпуса. Реализация последних фактически превратила конфликт в Персидском заливе, по выражению французской прокоммунистической газеты "Юманите", "в самый закрытый в нынешнем столетии". Именно успех данной кампании позволил многонациональным силам достичь максимальной внезапности в начале боевых действий.

4. Специфика психологических операций в ходе боевых действий

Психологические операции в ходе боевых действий преследуют следующие главные цели:

- подрыв морально-психологического состояния личного состава вооруженных сил противника;
- ослабление наступательного порыва;
- ослабление их способности к упорной обороне;
- деморализация отходящих частей противника, склонение личного состава окруженных (отсеченных) подразделений к сдаче в плен.

Основными содержательными компонентами этих операций являются:

1. Формирование у военнослужащих противника крайне негативной установки по отношению к войне.
2. Дискредитация политического руководства и военного командования противника.
3. Разжигание противоречий между различными социальными, этническими и другими группами личного состава вооруженных сил противника, а также между ним и его союзниками.
4. Подрыв боевого духа противника в ходе оборонительных и наступательных операций.
5. Побуждение противника к дезертирству и сдаче в плен.

Одной из форм работы с военнопленными является их обратный отпуск. Во время войны с Польшей в 1939 г. всех сдавшихся в плен рядовых солдат, проживавших на территории Западной Украины и Западной Белоруссии, освобождали и отпускали по домам. Узнав об этом, многие другие солдаты

отказывались воевать с РККА и сдавались в плен. Обратный отпуск военнопленных советские войска практиковали также во время Великой Отечественной войны, но в ограниченных масштабах, в основном с целью склонить к сдаче в плен окруженные группировки противника. [7]

3 Прикладной аспект психологических кампаний: информационная война как объективная реальность.

Культуру конца XX - нач. XXI в. принято называть информационной, за широкое применение и использование средств массовой информации, развитие коммуникаций и передовых компьютерных технологий. С одной стороны, несказанно расширяются возможности человека для накопления и классификации знаний, производства информации и мгновенного ее распространения. С другой, увеличивается опасность манипулирования и

зомбирования общественного сознания с использованием новых современных методик воздействия на массы.

В настоящее время человечество подошло к рубежу такого периода, когда практически исчерпались естественные и бесконфликтные способы выживания. Великие научно-технические успехи привели к обострению главных жизненных противоречий, когда на повестку дня поставлены проблемы захвата пространств и ресурсов, и осуществить это можно посредством изощренного обмана, и именно развитию науки и техники способствовало переносу данных проблем в новое пространство-пространство информационных противостояний. Изменения происходят не извне, а осуществляются внутри конкретного общества. При этом сам социум это не осознает, у него нет ощущения потери суверенитета, так как все манипуляции осуществляются на сознательном уровне и никаких видимых военных и захватческих действий не наблюдается.

Бурное развитие информационных средств и технологий придало информации статус трофея, превратило ее в источник власти и непосредственный двигатель всех социальных изменений в обществе. В современном мире вопрос власти уже реально ставится как вопрос обладания информацией. Тот, кто владеет информацией, владеет обществом, ведь именно с помощью информации возможно манипулирование общественным массовым сознанием. Огромный потенциал информационных ресурсов все чаще используется не для предоставления обществу необходимом количества информации, а для невидимого осуществления власти, управление людьми через воздействие на их сознание.

Уже конец XIX в. характеризуется ростом значения масс в политической жизни общества. Этому способствовал ряд исторических обстоятельств: установление всеобщего избирательного права, возникновение профессиональных союзов, бирж труда, массовых политических партий. Все эти массовые движения чрезвычайно сильно влияли на ход политических событий.

На протяжении многих веков после свершения тех или иных

политических событий, не всегда их участники и потомки отдают себе полный отчет в том, что произошло. Самым ярким и «свежим» тому примером являются 1990-е гг., принесшие большие изменения в жизнь стран Европы. Внутренние изменения в них в течение 1989-1991 гг., вылившиеся в крушение коммунистических режимов, распад многонациональных государств - Советского Союза, Югославии, Чехословакии и др. знаменовали собой начало новой эпохи не только в их историческом развитии, но и в развитии всего мира.

Эти и другие военные конфликты, террористические акты, националистические проявления, всплески общественного недовольства, выливающиеся в волны насилия, в последнее время заставляют по-новому взглянуть на проблему «насилия» и безопасности, принуждения и агрессии, стабильности и уязвимости в общественной жизни.

Существует огромное множество методов, при помощи которых политические силы склоняют мировое сообщество в ту или иную сторону. Одна из наиболее распространенных в наше время передовых информационных технологий - это манипуляция информацией или так называемая информационная война. В этой войне совсем другие основные силы, другие цели, другое оружие. Ярким примером всей силы и мощи этого способа ведения войны явился военный конфликт в Югославии.

Еще перед началом военных действий и до начала агрессии НАТО придало огромное значение организации информационной войны, на что выделялись всевозможные средства в неограниченном количестве. НАТО была необходима мировая поддержка их позиции, а добиться этой поддержки возможно было лишь только при помощи грамотного информирования мировой общественности, донесения до его сознания той информации, которая выгодна альянсу. Можно с полной уверенностью сказать, что это лжеинформирование было сделано очень умело и эффективно. Конечной целью всех мероприятий по информационному воздействию была безоговорочная капитуляция СРЮ на условиях США и НАТО.

Основные цели информационного обеспечения натовской агрессии на

стратегическом уровне с самого начала заключались в формировании позитивного для США и НАТО на Балканах внутренней (в странах самого альянса) и международного общественного мнения и нейтрализации влияния России, Китая и других стран, занявших негативную позицию в отношении действий Североатлантического союза. На оперативно-тактическом уровне цели информационной кампании сводились к дестабилизации внутривластной обстановки в СРЮ, дискредитации правительства С. Милошевича в глазах собственного народа и дезорганизации системы государственного управления, деморализации населения и личного состава югославских вооруженных сил, склонению к дезертирству и неповиновению, поощрению оппозиционных властям СРЮ организаций, политических деятелей и СМИ.

В содержании информационной обеспечения агрессии НАТО против Югославии на протяжении всей операции доминировали следующие основные направления: разъяснение «гуманных» целей военной акции, предпринятой якобы только во имя «благородных целей» спасения косовских албанцев от «геноцида» и их «безопасного возвращения к родным очагам»: убеждение мировой общественности в том, что только НАТО (а не ООН или ОБСЕ) может быть гарантом мира и стабильности на Балканах и во всем мире, в необходимости и размещения в Косово международного военного контингента под эгидой НАТО; демонстрация «монолитного единства» стран блока и военной мощи альянса.

Между тем отдавший приказ бомбить Югославию президент США Б. Клинтон признался, что большинство американцев даже не могли отыскать Косово на карте, им не было особенно интересно, что можно и нужно делать в этом регионе. К моменту начала авиационных ударов у значительной части американского населения был сформирован образ сербов и Югославии. В американской печати публиковалось большое количество исторических статей об этой стране, в которых сербы были представлены как агрессоры и поработители соседних народов.

Таким образом, анализ материалов западных СМИ за период подготовки

операции НАТО против Югославии позволяет сделать вывод, что теле- и радиокomпании, газеты и даже сеть Интернет широко использовались для проведения беспрецедентной по своим масштабам информационной кампании. Необходимо отметить, что она отличалась также большим количеством недостоверных фактов, а порой и откровенной ложью. Главной целью являлось побудить мировое общественное мнение если не к поддержке, то, но крайней мере, к тому, чтобы оно не препятствовало вооруженному вторжению НАТО на Балканы. Основными каналами распространения подобной информации являлись такие издания, как влиятельная американская газета «Вашингтон пост», теле- и радиокomпания Си-эн-эн, английские журналы «Тайм» и «Экономист», компания Би-би-си и немецкая газета «Ди Вельт». При этом упор был сделан на проблему этнических албанцев в Косово, где обстановка действительно была далека от благополучной.

Однако, оценивая информационные сообщения по данной проблеме, можно говорить даже не о субъективности подхода, а о преднамеренной дезинформации, направленной на решение следующих задач

- Дискредитация в глазах мировой общественности военно-политического руководства СРЮ, и в частности президента С. Милошевича. С этой целью в СМИ часто распространялись сообщения с критикой в его адрес самого разного характера от обвинений в «политике шовинизма» и организации этнических чисток до неспособности управлять экономикой страны.

- Создание отрицательного имиджа сербских властей и населения. Одно за другим появлялись сообщения о неоправданной жестокости правительственных войск по отношению как к военнопленным, так и к мирным албанцам. Широкую известность получил случай в селе Рачак, где, по заявлению главы миссии ОБСЕ американца С. Уокера, правительственные войска учинили кровавую расправу над албанцами. Сюда же следует отнести и так называемые «концлагеря», устроенные сербами для албанцев.

- Формирование положительного образа косовских албанцев, что было довольно сложной задачей. Так, общепризнанными стали факты торговли

албанской диаспорой наркотиками. Кроме того, необходимо было оставить «пространство для маневра», ведь в случае ввода миротворческой контингента НАТО нужно было контролировать обе стороны, а от албанцев можно было ожидать любых непредвиденных шагов. Таким образом, появлялись статьи и передачи, подчеркивавшие, в первую очередь, гордый и независимый характер албанцев, которые отстаивают свою независимость и, самое главное, в отличие от сербов, готовы решать вопросы путем переговоров.

- Создание иллюзии легитимности требований сепаратистов. Такой эффект достигался как чисто лексическими средствами, например, путем многократного употребления словосочетаний типа «демократические требования албанцев» и «право на самоопределение», так и с помощью замалчивания множества фактов, имеющих определяющее значение с точки зрения международного права. В частности, ничего не говорилось о том, что все члены «Освободительной армии Косово» (ОАК), с которой вели переговоры международные организации, согласно закону любого государства, являлись преступниками и подлежали суду как минимум за участие в незаконных вооруженных формированиях.

- Преувеличение «гуманитарной катастрофы» в Косово и обоснование вмешательства мировой общественности. Огромное количество материалов было посвящено рассказам о том, в каком бедственном положении находились этнические албанцы. При этом мало кто догадывался, что зачастую под видом «угнетаемых албанцев» в кадрах репортажей были засняты сербы.

С началом воздушных ударов интенсивность информационно-пропагандистских мероприятий, направленных против СРЮ, заметно усилилась. Выступления руководителей ведущих стран НАТО с разъяснениями и оправданиями военной акции против Югославии транслировались на всех основных языках мира и сербском через всемирные теле- и радиослужбы. Госсекретарь США М. Олбрайт по спутниковым телеканалам за период воздушной кампании дважды обращалась к населению Югославии на сербском языке.

Важнейшим инструментом информационной войны против СРЮ стала пресс-служба НАТО. В задачи этой структуры входит анализ сообщений западных, югославских и международных СМИ о ситуации на Балканах и выработка рекомендаций для руководства альянса по определению общей стратегии в отношении освещения в этих средствах хода военных операций, подготовка информационных материалов для пресс-конференций, брифингов и пресс-релизов штаб квартиры НАТО. Четко управляя журналистским корпусом, официальные структуры альянса в то же время исключительно жестко реагировали на попытки некоторых репортеров довести до западного общественного мнения точку зрения югославской стороны.

При проведении бомбардировок Югославии президенту Клинтону было необходимо, в первую очередь, убедить американскую нацию в том, что операция на Балканах необходима. В этих целях был проведен ряд информационно-психологических мероприятий по дискредитации военно-политического руководства Югославии, а также возможных тенденций в мире по поддержке позиции Югославии.

Одним из наиболее ярких примеров дезинформации в американских СМИ явился репортаж о «расстреле мирных албанцев в окрестностях села Рачак», снятый на любительскую камеру якобы одним из фермеров. Но никто: ни албанцы, ни эксперты - не мог объяснить, почему в овраге, где якобы сербская полиция расстреляла 45 гражданских лиц, не было обнаружено следов крови, а на одежде убитых - следов от пуль. Это явно свидетельствовало о том, что все тела привезли в овраг из других мест, а об их принадлежности к боевикам ОАК свидетельствовали следы пороха на руках. Уже после боя убитых переодели в гражданскую одежду. Несмотря на экспертизу международной комиссии, признавшей фальсификацию, многие средства массовой информации по-прежнему утверждали, будто сербы «учинили бойню в селе Рачак». В течение нескольких недель тиражировались сообщения о том, что сербская полиция расстреляла всех учителей одной из школ на глазах их учеников. Затем сообщалось о том, что в районе Приштины сербы устроили концлагеря, в которых «творятся злодеяния» против албанцев.

В итоге западным СМИ пришлось признать, что все это «не подтвердилось», но опровержение было подано таким образом, что его практически никто не заметил.

Важнейшим инструментом информационной войны против СРЮ стала пресс-служба НАТО в Брюсселе во главе с представителем Великобритании Дж. Шеа. После начала боевых действий штат пресс-службы блока, ранее состоявший всего из шести сотрудников, был резко увеличен. Под руководством специально направленного в Брюссель пресс-секретаря британского правительства А. Кемпбелла при ней был срочно сформирован так называемый «военный кабинет» - специальный координационный орган в составе 40 специалистов по связям с общественностью и СМИ (12 представителей Великобритании, восемь - США, остальные - от ФРГ, Франции и других стран блока). Задачами этой структуры были: анализ сообщений западных, югославских и международных СМИ о ситуации на Балканах; выработка рекомендаций для руководства альянса по определению общей стратегии в отношении освещения в этих средствах хода военных операций: подготовка информационных материалов для пресс-конференций, брифингов и пресс-релизов штаб-квартиры НАТО. По оценкам независимых экспертов (в частности, шведских), для деятельности пресс-службы блока были характерны такие черты, как односторонняя подача и «дозирование» информации, преднамеренное искажение фактов и шаблонное перекладывание вины за «ошибки» натовских военных на сербскую сторону или «неполные разведданные», жесткие ограничения доступа к информации для журналистов и постоянные попытки манипулирования СМИ в своих интересах.

Компьютерная сеть Интернет также превратилась в «поле боя», где информационная война велась в двух формах - с одной стороны, противники пытались нарушить информационную инфраструктуру друг друга, в том числе путем взлома компьютерных сетей, а с другой - обе стороны активно использовали возможности сети в пропагандистских целях для доведения до широкой аудитории своих взглядов на происходящие события.

Страницы, посвященные событиям на Балканах, появились на многих официальных сайтах, в том числе и американских вооруженных сил. Помешанная на них информация, предназначенная как для национальных, так и зарубежных пользователей, призвана была пропагандировать официальную точку зрения и формировать благоприятное общественное мнение. Одновременно с этим предпринимались усилия, но поддержке пользователями сети Интернет оппозиционных властей Югославии. В частности, американская компания «Апопугтег» организовала для косовских албанцев, сербов и всех тех, кто регулярно пишет о текущих событиях в Косово, бесплатное техническое (в том числе криптографическое) обеспечение анонимности личностей при использовании ими таких возможностей Интернета, как электронная почта, доступ к информации и участие в компьютерных (сетевых) дискуссиях. По мнению западных аналитиков, возможность передавать через эту сеть нужную информацию в условиях, когда все другие каналы были заблокированы, превратило ее и потенциально наиболее сильное оружие, способное влиять на ход войны и Косово.

Ведение информационной войны организацией такого уровня как НАТО само по себе подразумевает грамотный и глубоко продуманный подход, но следует обратить внимание на то, что при всем при этом НАТО использовало в большинстве своем всем известные традиционные методы воздействия на сознание.

Одним из безотказных приемов воздействия на аудиторию стало использование так называемых объективных цифр и документальных данных. Так, один из аналитиков CNN заявил о будто бы имевшем место факте использования 700 албанских детей для создания банка крови, предназначенного для сербских солдат. Такая дезинформация, естественно, произвела сильное впечатление на общественное мнение Запада.

В постоянных репортажах по телевидению и в газетах шла информация с яркими фотографиями и видеозаписями, показывающими «агрессивных и безжалостных сербов» и «благородных миротворцев НАТО».

Подобные методы ведения так называемых военных действий уже давно

не являются новинкой для современных враждующих государств. Информация влияет на ход всего военного конфликта, разлагая политическую ситуацию, как в конфликтующих странах, так и в мире. Информация - это разностороннее средство ведения военных действий и защиты от них, выражения истины и полного ее искажения, формирования сознания и полной неадекватности восприятия действительности, которая при правильном ее применении тут же превращается в оружие.

Но, тем не менее, нам всем известны итоги, из которых можно сделать вывод о неравенстве информационных сил и возможностей сильной, но все же небольшой Югославии и союза НАТО.

Конечно, в данной войне был совершенно очевиден почерк США в ведении подобных конфликтов, почерк, который позже проявился и в ведении войны в Ираке, и в Южно-Осетинском конфликте и в цветных революциях на Африканском континенте. Американцы, по их версии в СМИ, всегда либо герои и миротворцы, либо ни к чему не причастны. Стоит признать их талант в ведении подобных операций. Сотни людей по-прежнему твердо убеждены, что в милитаризированных тоталитарных странах привести правильный и гуманный демократический строй можно лишь посредством военных действий.

Исходя из анализа вооруженных конфликтов последних десятилетий, можно выразить мнение, что истина состоит в том, что в решающие моменты мнение общества было катастрофически ошибочным. Народ налагал вето на суждения информированных и ответственных чиновников.

Однако, как показывает анализ событий, явные мировые манипуляторы совершают немало ошибок. Развитие мнений всегда происходит медленнее, чем развитие событий. Поэтому цикл преобразования субъективного отношения к войне и миру обычно не поспевает за объективной цикличностью событий. Информировать, убеждать и воодушевлять многочисленные, разбросанные и непохожие друг на друга группы людей - дело долгое. Так что к тому времени как массы воспримут произошедшие события, случается уже что-то новое и правительство готовится отреагировать на это новое. Таким

образом, мнение большинства людей относится к ситуации, которой уже не существует.

В современном мире создается впечатление, что война способна быть популярной лишь в том случае, если враг есть воплощение зла, а союзники - почти что совершенство. Именно из этого сочетания ненависти и неистового чувства собственной правоты возникает общественное мнение, не терпящее выверенных компромиссов.

Но балканских уроков должно было хватить, чтобы сказать о «пороховых бочках» сегодняшних и будущих дней:

Во-первых, не должно быть иллюзий, что такие кризисы могут быть изжиты быстро - в одной-двух войнах, за один-два десятка лет, а продолжительность кризиса велика и непредсказуема.

Во-вторых, даже частичное исчерпание кризиса невозможно без смягчения нравов. Поэтому и длительность его измеряется поколениями. Альтернатива этому - утверждение в кризисных зонах тоталитарных режимов, которые, в лучшем случае, временно примораживают ситуацию, а в худшем - сами организуют внутренние и внешние войны.

В-третьих, если налицо будут и усталость от войн, и проблески терпимости, все равно не обойтись без чьего-либо имперского кураторства.

Еще одним наглядным примером применения США и их союзниками технологий психологического воздействия на конфликты, в том числе - технологий информационной и психологической войны, является война в Южной Осетии в августе 2008 г.

В этой войне, развернутой Соединенными Штатами, российское общество столкнулось и с тщательным планированием, и с тонким расчетом, и с применением новейших технологий психологического воздействия, к чему оказалось во многом не готово.

В развернувшейся вокруг событий августа 2008 г. ожесточенной психологической войне главной действующей фигурой стали Соединенные Штаты, которые, используя неоднозначность восприятия грузин южноосетинского конфликта различными слоями мирового сообщества,

обрушили массированный информационный удар на Россию, используя для этого новейшие технологии психологического воздействия и управления общественным мнением.

В этой войне объектами психологических атак стали массовое сознание населения в зоне конфликта и за его пределами, сознание многонационального населения Северного Кавказа, сознание политической элиты стран постсоветского пространства и, в особенности, - массовое сознание граждан и политической элиты стран Европейского Союза. Применяемые США технологии управления общественным мнением позволили в рекордно короткие сроки негативно настроить против России широкие массы европейской общественности.

Для большинства простых обывателей США и Европы представление о войне в Южной Осетии прочно связано с российским вторжением на территорию независимого государства Грузия, а также с якобы имевшим место геноциде грузинского мирного населения.

В научной литературе существует классификация моделей психологического управления международными конфликтами, в которой выделялись четыре различных подхода к их мирному разрешению: англосаксонская (США, Великобритания, Канада, и др.), романо-германская (Западная и Северная Европа, и прежде всего - Германия и Франция), ближневосточная (исламский мир) и восточноазиатская (Китай, Япония, Вьетнам, и т. д.).

Англо-саксонская модель представляет собой разрешение конфликтов путем полной, принудительной трансформации политических систем своего оппонента, который должен принять политические нормы и стандарты англосаксонской цивилизации («демократические институты»).

События 8 августа 2008 г. в Южной Осетии и связанная с ними информационная война стали наглядной иллюстрацией теоретических выводов и заключений англо-саксонской модели психологического управления конфликтами: психологические операции, проводимые Грузией и

стоящими за ней силами против России в период войны в Южной Осетии, четко соответствовали её схемам и шаблонам [17].

Сочетание возможностей «жесткой силы» - установления военного контроля над регионом - и «мягкой силы» психологических операций создает наилучшие условия для достижения базовой цели англосаксонской модели управления конфликтами - полной, принудительной трансформации политических систем конфликтующих сторон под политические нормы и стандарты англосаксонской цивилизации.

В войне в Южной Осетии все особенности англо-саксонской модели ведения психологической войны проявились достаточно четко:

1) задолго до начала боевых действий началась информационная война против Южной Осетии и России. В грузинских и западных СМИ активно обсуждались темы: являются ли «сепаратистские регионы» частью Грузии, или нет, и имеют ли эти регионы право на самостоятельное существование или - только в пределах Грузии;

2) нападение на батальон российских миротворцев с целью его полного истребления, эта акция должна была вынудить Россию вмешаться в грузино-южноосетинский конфликт; последствия такого шага невозможно не просчитать заранее: ответный удар должен был обязательно последовать, и его, похоже, ждали;

3) с первых же дней войны трагедия мирного населения в Южной Осетии и собственно боевые действия, сопровождающиеся многочисленными потерями с обеих сторон, стали в западных СМИ предметом многочисленных политических спекуляций, сам конфликт стал конвейером для производства пиар-новостей, в которых Россия представлялась истинным агрессором, а Грузия - жертвой российской оккупации; в рекордно короткие сроки в мировом общественном мнении сформировался негативный образ России как милитаристской авторитарной страны, возглавляемой бывшими сотрудниками КГБ и стремящейся к немотивированной агрессии в направлении любых своих соседей, особенно - стран, вставших на демократический путь развития;

4) взволнованная этой новой угрозой, американская и европейская общественность начала быстро спланироваться вокруг политических сил, требующих резкого ужесточения отношений с Россией «во имя мира и всеобщего спасения»;

5) все указывает на то, что одной из главных целей организованной США психологической войны против России было подготовить европейское общественное мнение к вводу «миротворческого» корпуса НАТО в Грузию и вовлечение его в вооруженное столкновение с российскими миротворцами, осуществляющими операцию по принуждению Грузии к миру.

Сразу после окончания войны в Южной Осетии было распространено мнение, что политическая картина мира изменилась кардинально и эти изменения - необратимы; прежние системы обеспечения международной безопасности и стабильности отошли в прошлое, нормы международного права уже в ближайшее время изменятся до неузнаваемости.

Спустя достаточно большое время после описываемых событий, можно утверждать, что мир другим не стал, международная стабильность не рухнула, Россия существенным образом не укрепила свой международный авторитет, Грузия не отказалась от своих претензий, Южную Осетию и Абхазию в мировом сообществе не признали. Система действующего международного права устояла, но его правоприменительная практика, особенно в условиях локальных конфликтов, действительно изменилась.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на сегодня в руках ведущих стран мира мощнейшее оружие в виде инструментов и методик информационно-психологических операций демонстрирует достаточно высокую эффективность. Методы, позволяющие осуществлять давление на политические режимы других государств, вплоть до их смены без силового вмешательства, и «демократичны», и относительно малозатратны.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Целью курсовой работы являлось изучение специфики ведения психологических войн посредством СМИ, как с участием Российской

Федерации, так и с участием других стран, когда Россия выражала свой нейтралитет.

На основе изучения и обоснования теоретического материала была описана сущность понятий «психологическая война», «психологические операции», также были определены основные аспекты и структура психологических войн, кроме того выявлены методы проведения психологических операций в ходе психологических войн. Результаты данной работы позволили показать, что информационно-психологические войны в современных условиях являются важным инструментом в обеспечении и защите национальных интересов современных стран.

Также был проведен анализ крупнейших информационных войн современного мира на примере войны в Югославии и событий в Грузии в августе 2008 г. Анализ показал, что на сегодня в руках ведущих стран мира мощнейшее оружие в виде инструментов и методик информационно - психологических операций демонстрирует достаточно высокую эффективность. Методы, позволяющие осуществлять давление на политические режимы других государств, вплоть до их смены без силового вмешательства, и «демократичны», и относительно малозатратны.

Результаты курсовой работы выявили необходимость уделять должное внимание такому значимому направлению, как развитие правосознания и правовой культуры граждан в области обеспечения информационно-психологической безопасности. Важно проводить просветительскую деятельность, обучать население методам самозащиты от негативных информационно-психологических воздействий, основам безопасного поведения в современной информационной среде.