

**«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)**

Кафедра рекламы и связей с общественностью

КУРСОВАЯ РАБОТА

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Работу выполнила _____ М.М. Зиновина
(подпись, дата)

Факультет журналистики 1 курс ЗФО

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Научный руководитель:

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью,

канд. филол. наук _____ А.А. Бельтюков
(подпись, дата)

Нормоконтролер:

доцент кафедры рекламы и связей с общественностью,

канд. филол. наук _____ А.А. Бельтюков
(подпись, дата)

Краснодар 2018

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	2
1 Информационная война: понятие и сущность	5
1.1 Понятие «Информационная война»	5
1.2 Средства и методы ведения информационной войны.....	9
1.3 История возникновения информационных войн	13
2 Информационные войны в современном мире	19
2.1 Информационное противостояние России и Запада	19
2.2 Технологии современных информационных войн	24
2.3 Последствия информационной войны для общества	31
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	35
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	37

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы обусловлена тем, что в современном мире информация считается одним из самых важных ресурсов. Касательно политического пространства информация является основным инструментом информационно-психологической войны. Информационная война является одним из аспектов стратегии внешней политики государства, наряду с ней проводится введение различных ограничений и санкций. В условиях глобального внедрения информационных технологий в процессы функционирования сфер деятельности человека и увеличения значимости информационных процессов в жизнедеятельности общества, повышается роль информационного пространства в мире его использование для достижения внешнеполитических целей. На сегодняшний день происходит информационная война между ведущими державами мира.

Степень изученности явления информационных войн носит междисциплинарный характер и является результатом исследований историков, политологов, философов, правоведов и др. Огромный вклад в исследование информационных войн внес доктор политических наук, профессор Дипломатической академии МИД России Игорь Панарин. Он является автором 14 книг по теме информационной войны, в которых он рассказывает о специфике ведения информационных войн в России и других странах, а также о способах им противостоять. И. Панарин освещает в своих работах методы, средства, способы, технологии информационной войны, описывает историю информационных войн и современное состояние информационного противостояния.

Известный специалист в области коммуникативных технологий, теоретик вопросов стратегии, информационных войн и маркетинга – Г. Почепцов является автором книг об информационной войне. В своих изданиях он характеризует возрастающую роль информационных войн в условиях современной цивилизации, рассматривает современные методы и

технологии войн в информационном пространстве, дает анализ информационного пространства и предлагает стратегии его трансформации.

С. Ткаченко рассматривает информационную войну против России. В своем издании автор делает акцент на концепте информационной войны в разрушении СССР, отражает влияние запада на формирование российской культуры, характеризует современное положение России в информационной войне.

Объект исследования – информационная война в современном мире.

Предмет исследования – история и современные реалии информационных войн.

Цель работы – рассмотреть историю информационных войн и их современное состояние.

Задачи работы:

- рассмотреть понятие «Информационная война»;
- охарактеризовать средства и методы ведения информационной войны;
- изучить историю возникновения информационных войн;
- рассмотреть информационное противостояние России и Запада;
- описать технологии современных информационных войн;
- определить последствия информационной войны для общества.

Методологической основой исследования послужили работы таких российских специалистов как В.В. Барабаш Н.Л. Волковский, И. Панарин, Г. Почепцов, С. Ткаченко, Д.Б.Фролов, Д.О. Рогозин, Л.В. Коцюбинская, В. Ю. Кораблева, Л.Ю. Медовкина. В работах перечисленных авторов отражаются теоретические аспекты явления информационных войн, инструментарий информационных войн, история и современность.

При написании работы был использован метод анализа теоретического и практического материала.

Исследование базируется на принципах историзма, системности и объективности.

Научная новизна исследования заключается в рассмотрении информационных войн в аспекте их исторического развития с выделением черт, характерных для современного состояния информационного противостояния.

Практическая значимость работы заключается в применении полученных знаний на практике при работе с информацией, с целью недопущения влияния этой информации на сознание.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованных источников.

1 Информационная война: понятие и сущность

1.1 Понятие «Информационная война»

Термин «информационная война» изначально использовался в американских военных кругах.

В современной литературе представлено огромное количество различных интерпретаций и трактовок такого понятия, как «информационная война». Информационная война является довольно сложным и многогранным явлением. Исходя из этого, определение понятия «информационная война» должно отражать все аспекты противостояния с целью достижения подавляющего преимущества над противником в процессе получения, обработки и использования информации¹.

Под информационной войной подразумевается интенсивное противоборство в информационном пространстве с целью достижения информационного, психологического и идеологического превосходства, нанесения ущерба информационным системам, процессам и ресурсам, критически важным структурам и средствам коммуникаций (информационно-техническая, сетевая и кибервойна), подрыва политической и социальной систем, а также массовой психологической обработки личного состава войск и населения (информационно-психологическая война)².

В широком смысле информационная война – это противоборство в информационной среде и средствах массовой информации для достижения различных политических целей.

В узком смысле информационная война – это информационные военные действия, военное противоборство в информационной сфере в целях достижения односторонних преимуществ при сборе, обработке и

¹ Коцюбинская Л.В. Понятие «Информационная война» в современной лингвистике: новые подходы // Политическая лингвистика. – 2015. – №4. – С. 93.

² Рогозин Д.О. Война и мир в терминах и определениях. Военно-технический словарь. – М: «Вече», 2016. – С. 134.

использовании информации на поле боя (в операции, сражении), снижения эффективности соответствующих действий противника.

Информационная война может происходить как внутри государства, так и между разными странами и является частью сложного процесса противоборства. Наличие информационного давления на общество является показателем закулисных политических действий или подготовкой к каким-либо изменениям. Она не требует больших финансовых вложений и усилий. Эффективность информационной войны зависит от грамотно составленной агитации, опирающейся на чувства и желания членов общества. Суть информационной войны заключается во влиянии на общество с помощью информации. К признакам информационной войны относятся:

- ограничение доступа к определенной информации: закрытие веб-ресурсов, телевизионных программ, печатных изданий;
- появление различных информационных источников с одинаковой информацией;
- создание отрицательного психологического фона по конкретным вопросам;
- появление в обществе эмоциональной напряженности;
- проникновение насаждаемой информации в различные сферы общества: политику, культуру, бизнес, образование¹.

С помощью средств и методов ведения информационно-психологической войны достигается цель интенсивного воздействия на различные социальные процессы, протекающие на уровне общественно-государственного устройства любой страны в любом регионе мира. На концептуальном уровне это выражается в стремлении государств получить в свое распоряжение информацию, которая обеспечит и ускорит достижение их целей. Для этого необходимо выстроить механизмы, позволяющие генерировать такую информацию, использовать её и защищать. Такие механизмы могут выстраиваться в военной, экономической и политической

¹ Ерофеева Н.В. Современные информационные войны и их влияние на политическую стабильность государства // PolitBook. – 2015. – №2. – С. 75.

сферах. Эти механизмы выступают в качестве информационного оружия, которое путем искажения и генерации нужной информации поражает информационные функции противника, с целью лишить его воли и возможности к сопротивлению. Поэтому под информационной войной следует понимать любые действия, направленные на искажение, разрушение и использования информации для обеспечения превосходства одного субъекта над другим в различных сферах деятельности общества и государства. В гуманитарном смысле информационно-психологическую войну следует трактовать как совокупность методов и приемов трансформации информационного пространства противника. Базовым элементом таких войн является концепция навязывания населению противника определенной картины мира, в которой заложены желаемые типы социального поведения.

Ведение информационной войны является одной из составляющих политики многих государств. Сражение за человеческие умы не является самоцелью, а относится к комплексу мер по сохранению безопасности своего государства или по влиянию на граждан другого государства. Исходя из этого, информационная война имеет такие цели:

- контроль информационного пространства и обеспечение защиты своей информации от вражеских действий;
- обеспечение безопасности государства;
- поддержание патриотических настроений;
- использование контроля над информационным пространством для проведения информационных атак на врага;
- повышение общей эффективности вооруженных сил путем повсеместного внедрения военных информационных функций;
- влияние на граждан другого государства с целью дезинформации и достижения определенных целей¹.

¹ Ткаченко С.В. Информационная война против России. – СПб.: Питер, 2011. – С. 54.

Информационная война может применяться среди военных и среди мирного населения. Для этого может использоваться один из видов информационной войны или комплекс мероприятий. К видам информационного противостояния относятся:

- информационная война в интернете – предлагается разная и зачастую противоречивая информация, применяемая для запутывания противника;

- психологические операции – подбор и подача такой информации, которая звучит как контраргумент на настроения, существующие в обществе;

- дезинформация – продвижение ложной информации с целью направления вражеской стороны по неправильному следу;

- разрушение – физическое уничтожение или блокировка электронных систем, важных для противника;

- меры безопасности – усиление охраны своих ресурсов с целью сохранения планов и намерений;

- прямые информационные атаки – смешение ложной и правдивой информации¹.

Информационная война эффективно применяется в политической сфере. С ее помощью претенденты на должность сражаются за голоса избирателей. Учитывая тот факт, что большинство избирателей не имеет доступа к истинной информации, для влияния на них применяются техники психологического воздействия. Информационная война в СМИ является популярным способом влияния на общество. Кроме этого, в политической пропаганде может использоваться метод подмены информации, искажения действительности, принуждения, участия авторитетов².

Благодаря современным технологиям информационные войны нашего времени могут вестись по всему миру. При этом появилась возможность создавать реальность, не соответствующую действительности. Современные

¹ Панарин И.Н. Информационная война и коммуникации. – М.: Горячая линия. – Телеком, 2014. – С.36.

² Почепцов Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. – М.: Алгоритм, 2015. – С. 124.

мировые информационные войны ведутся как между государствами, так и внутри государства, между политиками, компаниями, организациями, религиозными деноминациями. Основным оружием в информационной войне выступают СМИ. Полный контроль над ними позволяет подать обществу лишь ту информацию, которая сформирует необходимый взгляд на проблему.

Все боевые действия в современном мире освещаются в СМИ таким образом, чтобы показать необходимость ведения войны и сформировать негатив у противоборствующих сторон. Недавние военные конфликты в Сирии и Украине являются яркими тому примерами. Информационная война и терроризм также напрямую связаны между собой.

1.2 Средства и методы ведения информационной войны

Информационная война – это борьба с использованием исключительно информационного вооружения, т.е. информационных технологий, базирующихся на производстве, распространении и навязывании информации. Это целенаправленное оперирование субъектов смыслами: создание, уничтожение, модификация, навязывание и блокирование носителей смыслов информационными методами. Совокупность таких успешно выполненных информационных операций приводит к достижению цели, как правило, заключающейся во взятии под контроль системы управления противника (государства) или слому этой системы управления и замены ее на другую – контролируруемую.

Изначально, средствами информационной войны являлись радиопередачи, плакаты и активная работа агитационных ведомств, а в последствие к ним добавилось и телевидение. В настоящее время информационная война идет с помощью телевидения, интернета и информационных агентств, которые в свою очередь могут изменять

информацию по своему усмотрению, делая её более выгодной для той или иной стороны¹.

Информационная война в мирное время проводится в форме информационного противоборства во всех сферах общественной жизни: в экономике, политике, в социальных отношениях, в сфере духовной жизни и особенно в идеологии. В идеологической сфере ставится задача размыть философские и методологические основы познавательной деятельности народа государства-противника, посеять в его сознании хаос, лишить уверенности в своем будущем, внедрить ложные экономические и нравственные установки. Конечной целью информационного противоборства является завоевание и удержание информационного превосходства – преимущества над противником в области сбора, обработки, распространения информации, а также противодействия соответствующей деятельности противника.

Навязывание популистских идей, которые выгодны той или иной стороне, населению через средства массовой информации является характерной чертой информационной войны. Как правило, методами информационной войны является вброс дезинформации, или представление информации в выгодном для себя ключе. Данные методы позволяют изменять оценку происходящего населением территории противника, развивать пораженческое настроение, и, в перспективе, обеспечить переход на сторону ведущего информационное воздействие².

Дезинформация реализуется, как правило, через все виды средств массовой информации в течение длительного времени. Внедрение агентуры влияния в СМИ противоборствующего государства позволяет манипулировать общественным сознанием народа, применять специальные средства его «зомбирования». Основным средством ведения

¹ Ткаченко С.В. Информационная война против России. – СПб.: Питер, 2011. – С. 57.

² Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. – 2005. – №5. – С.122.

информационной войны являются информационные и психологические операции.

Информационные операции – комплексный термин, объединяющий понятия электронной войны, компьютерных сетевых операций (радиоэлектронной борьбы), психологических операций, военной дезинформации в целях оказания влияния, нарушения нормальной деятельности, повреждения или захвата средств поддержки принятия решений командующим составом противника, а также меры, направленные на повышение защищенности от соответствующей деятельности противника.

Информационные операции осуществляются как на уровне автоматизированных компьютерно-информационных систем, так и на человеческом уровне с целью воздействия на личный состав вооруженных сил противника, население какого-либо региона или какую-либо социальную группу.

Наиболее важная часть комплекса информационных операций – психологические операции.

Психологические операции (информационно-психологические операции):

– информационные действия вооруженных сил, приводящие к деморализации и дезорганизации противника;

– в широком смысле – целенаправленная деятельность любых правительственных и неправительственных структур в мирное время, угрожаемый период или военное время, имеющая целью изменение взглядов противника, союзника или нейтральных аудиторий, представителей вооруженных сил или гражданских лиц, в выгодную для инициатора такой деятельности сторону¹.

Психологические операции включают в себя агитацию, пропаганду и иные спланированные действия, имеющие цель оказать влияние на сознание, эмоции, мотивы, рассуждения, убежденность в собственной правоте и в

¹ Рогозин Д.О. Война и мир в терминах и определениях. Военно-технический словарь. – М: «Вече», 2016. – С. 169.

конечном счете поведение целевой аудитории. Объектом воздействия для психологических операций могут быть как отдельные лица (в т.ч. лица, принимающие решения, и «лидеры мнений»), так и иностранные правительства и организации в целом. В последнем случае применяются средства манипулирования массовой психологией, разрабатываемые в рамках науки, известной как психология масс (толпы). Она основывается на том, что индивидуумы, объединенные в толпу, имеют ряд качеств, не свойственных им в отдельности: повышенную эмоциональность и иррациональность, ощущение единения и универсальности декларируемых взглядов и мнений, снижение уровня ответственности вследствие анонимности.

В большинстве случаев основным инструментом управления психологией масс оказывается пропаганда. Выделяют белую (источник достоверно известен), серую (источник известен недостоверно или неизвестен) и черную пропаганду (источник заменен иным). Как правило, инициаторы соответствующей деятельности не используют сам термин «пропаганда» для описания своей работы, так как он может ассоциироваться с обманом и манипуляцией, а во многих зарубежных аудиториях – с Советской пропагандой времен «холодной войны». Эвфемизмом «пропаганды» на протяжении длительного времени являлась «общественная дипломатия», которая, однако, в последние годы получила более широкое содержание,

Целенаправленные психологические операции, направленные на гражданское население региона, занятого собственными вооруженными силами или силами союзников, называются мероприятиями по психологической консолидации.

Терроризм как средство оказания воздействия на принятие политических решений стороной противника отличается от психологических операций тем, что связан не только с информационным, но и физическим насилием, а также осуществляется без соблюдения так называемых «законов войны».

В последнее время все чаще используется термин стратегические коммуникации – задействование в единых целях комплекса всех доступных средств воздействия на информацию и информационные системы целевой аудитории, включая связи с общественностью, рекламу, военную информацию, агитацию, пропаганду, общественную дипломатию и др. Совместное и скоординированное использование этих средств позволяет добиваться синергетического эффекта. В экономической науке синонимом стратегических коммуникаций являются интегрированные маркетинговые коммуникации.

1.3 История возникновения информационных войн

Один из первых случаев применения информационно-психологического влияния относится ещё к V веку до н. э., когда персидский царь Ксеркс I, пытаясь утратить эллинов, распространял слухи о гигантских размерах своей армии¹.

В новой истории одно из первых задокументированных проявлений информационной войны было зафиксировано во время Крымской войны (1853–1856), когда сразу после Синопского сражения английские газеты в отчётах о сражении писали, что русские достреливали плававших в море раненых турок².

В XX веке информационные войны стали частью военной политики государств³. Так, в Первую мировую войну в Великобритании было создано так называемое Бюро военной пропаганды (1914 г.), которое позже переименовано в Управление военной информации. Во Франции при втором отделе генерального штаба министерства обороны был создан отдел Службы военной пропаганды (1915 г.). Оба учреждения занимались

¹ Волковский Н.Л. История информационных войн: т. 1 (с древнейших времён по XIX век). – СПб.: Полигон, 2003. – С.21-29.

² Там же.

³ Волковский Н.Л. История информационных войн: т. 2 (XX век). – СПб.: Полигон, 2003. – С. 189.

распространением пропаганды среди военных и гражданских лиц других государств. В 1917 г. США создали психологическую секцию при разведслужбе штаба экспедиционных войск.

Сразу после Первой мировой войны вырос интерес к этому явлению. Во многих государствах мира стали появляться работы по психологическим методам ведения войны.

Таким образом, теория информационной и психологической войны стала разрабатываться уже во время и после Первой мировой войны. До Второй мировой войны существовала активная пропаганда режимов: в Германии 1933–1941 гг. – нацистская пропаганда, в СССР – коммунистическая и антикапиталистическая, в США и Великобритании – капиталистическая и антикоммунистическая.

Во время Великой Отечественной войны акценты быстро сдвинулись в сторону антинацистской пропаганды¹. В это время уже функционировали органы государственной пропаганды². В СССР это были Бюро военно-политической пропаганды и 7-е управление ГлавПУР РККА.

В нацистской Германии работали Министерство народного просвещения и пропаганды и Верховное главнокомандование Вермахта. Свои органы пропаганды существовали в США и Великобритании. Во время войны применяемые методы психологического воздействия часто имели высокую эффективность. Несмотря на развитие информационных технологий в то время, по-прежнему больше всего пропаганды существовало в виде листовок и плакатов. Активно применялось также радиовещание на языке противника.

После Второй мировой войны теория психологической войны обогатилась. На фоне противоборства СССР и США во время Холодной войны, а также в локальных войнах, происходивших в это время, информационные войны стали приобретать новые очертания. Так, в 1950 году в США создано Управление психологической войны, которое вело

¹ Там же. – С. 201.

² Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне // Итоги второй мировой войны. Сборник статей/пер. с нем. – М.: Издательство иностранной литературы, 1957. – С. 520.

пропагандистскую войну (в том числе при помощи так называемых «агитационных снарядов») во время Корейской войны¹. В свою очередь, пропагандистские органы Корейской народной армии и Народно-освободительной армии Китая при поддержке аппарата пропаганды Вооружённых сил СССР производили масштабное психологическое воздействие на военных Южной Кореи и США, причём более успешное. Результаты Корейской войны были критически переосмыслены в США, и уже в 1955 году принято новое положение «Ведение психологической войны», в котором подчёркивалось: «Психологическая война включает мероприятия, при помощи которых передаются идеи и информация для оказания влияния на сознание, чувства и действия противника. Они проводятся командованием в сочетании с боевыми операциями в целях подрыва морального духа противника в соответствии с политикой, провозглашённой руководящими инстанциями»².

Органы пропаганды США применяли новые наработки во время войны во Вьетнаме. Помимо жестоких чисток американскими войсками вьетнамских деревень и городов, они активно внедряли технологии внушения страха у населения и военных, используя все знания о культуре и суевериях вьетнамцев. Информационно-психологическая обработка деморализовала армию противника и предшествовала физическому уничтожению. Во время этой войны были первые попытки использовать телевидение в качестве средства распространения пропаганды, также предпринимались попытки создания компьютерных баз данных для накопления и обработки информации и информационную систему RAMIS³. Поражение США во Вьетнамской войне способствовало очередному пересмотру тактики и стратегии ведения информационно-психологической войны. Поражение во Вьетнаме означало для США огромное унижение.

¹ Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. – 2005. – №5. – С.125.

² Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. – 2005. – №5. – С.126.

³ Волковский Н.Л. История информационных войн: т. 2 (XX век). – СПб.: Полигон, 2003. – С. 319.

Вопрос, почему супердержава потерпела поражение в войне против маленького народа с рисовых полей, занимал многих представителей консервативной американской элиты все 70-е годы. Вскоре возобладало мнение, что войну против Северного Вьетнама в принципе можно было бы выиграть, если бы не была утрачена поддержка американских военных действий со стороны населения США. Таким образом, большая часть американских элит пришла к выводу, что война во Вьетнаме была проиграна в первую очередь из-за того, как она освещалась в СМИ. Этот диагноз повлёк за собой опасную «терапию». Был сделан следующий вывод: чтобы победить в любой из будущих войн, необходима изощрённая медийная стратегия: нужно выигрывать войну не только на полях сражений, но и на «домашнем фронте». Эта установка привела к милитаризации как раз тех институтов, которые находятся в основании республиканского общественного порядка, – к милитаризации СМИ¹.

Война в Афганистане 1979–1989 гг. стала ещё одной возможностью для США применить свои технологии, однако американские агенты не принимали масштабного участия в военных действиях, а исподтишка спонсировали моджахедов, давая им оружие и натравливая на советских военных, распространяя вымышленные слухи об их преступлениях против афганских детей. Советская пропаганда в Афганистане была намного «гуманнее» и предполагала распространение политических анекдотов об оппозиционных лидерах. Основная же тактика советских войск сводилась к материальной поддержке афганцев для предотвращения диверсий и для их расположения. Оказывалась медицинская помощь, практиковалась бесплатная раздача керосина².

Во время войны в Персидском заливе в 1991 г. в Эр-Рияде коалицией многонациональных сил была создана специальная рабочая группа, которая отвечала за проведение «психологических операций». Особенно

¹ Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. – 2005. – №5. – С.138.

² Медовкина Л.Ю. История возникновения информационных войн // European journal of law and political sciences. – 2016. – №3. – С. 10-13

эффективными методами ведения войны стали листовки и радиовещание. По итогам войны признано, что иракская армия была почти полностью деморализована, даже не принимая участия в боях.

Война в Персидском заливе в 1991 году, так называемая вторая война в Заливе, была спланирована и проходила как хорошо подготовленный медийный спектакль. Вторжение в Ирак сопровождалось драматическим событием. По сообщениям СМИ, иракские солдаты в одном из роддомов Кувейта вытащили из инкубаторов сотни младенцев и оставили их на полу умирать. Контраст между животной жестокостью и беззащитностью маленьких существ, который подчёркивался в медиа, вряд ли мог быть сильнее и вряд ли мог кого-то оставить равнодушным. Однако позднее выяснилось, что медсестра, которая рассказала обо всём этом конгрессу США, оказалась дочерью кувейтского посла в США и никогда не работала в описываемом госпитале. Агентство Hill & Knowlton выдумало этот случай, чтобы убедить американскую общественность в необходимости войны с Ираком¹.

Тенденциозность подачи информации в СМИ наблюдалась в ходе всей этой войны. Журналисты, которые готовили свои репортажи о событиях в Ираке, были на этот раз – в отличие от Вьетнама – так тесно интегрированы с Пентагоном, что они почти автоматически освещали войну именно с позиций американской армии. Телезрители могли наблюдать на экране траектории высокоточных бомб и снарядов, влетающих как по волшебству в окна и вентиляционные шахты зданий и создававших впечатление «чистой» войны с небольшим числом гражданских жертв². Из Саддама Хусейна, руководителя страны, против которой велась война, сделали нового Гитлера. В медиаресурсах союзников вторая война в Заливе была воплощением справедливой войны. О многих её темных сторонах стало известно лишь годы спустя. Например, о том, что США были заранее предупреждены о

¹ Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. – М.: Поколение, 2012. – С. 245

² Хауке Ритц «Информационная война и будущее европейской культуры»// Электронный журнал «Однако». – URL: <http://www.odnako.org/almanac/material/informacionnaya-voyna-i-budushchee-evropeyskoj-kulturi/> (дата обращения 20.05.2018)

вторжении Хусейна в Кувейт. И о том, что Хусейн благодаря противоречивым высказываниям посла США Эйприл Гласпи решил: США займут в этом конфликте нейтральную позицию. И о том, что число жертв среди гражданского населения было намного выше, чем сообщалось, что лишь малая часть бомбардировок происходила с использованием высокоточных бомб, что массовое уничтожение с воздуха убежавших из Кувейт-сити иракских солдат не имело никакой военной необходимости и стало, по сути, военным преступлением¹.

¹ Кораблева В.Ю. Информационные войны в современном мире // Вестник МГЛУ. – 2012. – №25 (658). – С. 104-115.

2 Информационные войны в современном мире

2.1 Информационное противостояние России и Запада

Официальным днем рождения информационных войн на Западе исследователями данного вопроса принято считать 18 августа 1948 г., когда Совет национальной безопасности США утвердил директиву 20/1 «Цели США в отношении России»¹. Данная директива, впервые опубликованная в США лишь в 1978 г., в качестве составной части развязываемой холодной войны содержала войну информационную, и в ее тексте были отчетливо сформулированы главные цели: свести к минимуму силу и влияние Москвы; максимально ослабить Советский Союз в политическом, военном и психологическом отношении; поставить его в экономическую зависимость на достаточно унижительных условиях. Информационная часть этой программы должна была обеспечить координацию всех средств по подавлению воли противника, подрыву его политических и экономических возможностей. При этом специально оговаривалось, что правительство США не несет ответственности за последствия своей политики, каковы бы они ни были в плане существенного ухудшения условий жизни в России². Сама холодная война заслужила название «первой в истории человечества глобальной и всеобъемлющей войны нового типа», где главными средствами ведения этой мирной войны были средства идеологии, пропаганды, психологического воздействия.

С этого момента и по сей день между Россией и западом, преимущественно США, ведется информационная война. В 1990 – 2000 гг. наблюдается относительное затишье на фронте информационного противостояния.

¹ Тошпулатов И. Понятие и сущность информационных войн // Молодой ученый. – 2015. – №14. – С.387-380

² Самохвалова В. И. «Специфика современной информационной войны: средства и цели поражения» // Журнал «Философия и общество». – 2011. – №3(63). – С. 54-73

10 февраля 2007 г. на Мюнхенской конференции по безопасности В.В. Путин произнес речь, которая вошла в историю. Президент РФ в своем выступлении негативно высказался о политике Запада и прежде всего США. После этого в западных кругах заговорили о возобновлении Холодной войны. С этого момента усилилось информационное воздействие Запада на Россию.

Информационное давление на Россию происходит на фоне развязывания по периметру ее границ целого ряда вооруженных конфликтов. Первым серьезным поводом для информационной атаки на Россию стала вооруженная агрессия Грузии против Южной Осетии в 2008 г. Используя мощные информационно-коммуникационные ресурсы, Запад попытался выставить Россию в глазах мировой общественности в качестве агрессора, используя искаженную, а зачастую ложную информацию. Только серьезные факты убедили Международную комиссию по расследованию обстоятельств войны на Южном Кавказе в первичной агрессии Грузии. Однако даже при этих обстоятельствах действия России были признаны чрезмерными¹.

Вооруженный конфликт в Южной Осетии и операция по принуждению Грузии к миру, которая провела Россия в августе 2008 г., продемонстрировал эффективность и широту информационных операций в связи с военными действиями. Тогда был отмечен так называемый феномен жертвы. Например, президент Грузии заявил, что «на нашу территорию вторглись более 80 тысяч солдат, было введено более трёх тысяч единиц бронетехники и ещё около тысячи бронемашин стояло у наших границ. Наши территории бомбили несколько десятков, а может, и сотен самолётов, которые совершили более 200 боевых вылетов. Реально это была попытка искоренения и уничтожения нашего народа».

¹ 1. Юраков М. Информационная война против России – предлог для усиления НАТО // Информационное агентство REX. – URL: <http://www.iarex.ru/articles/52320.html> (дата обращения 20.05.2018)

На самом деле против Грузии было задействовано: Южная Осетия – 3 тысячи личного состава и не меньше 20 танков и 25 САУ, Абхазия – 5 тысяч личного состава, контингент России – 15 тысяч личного состава¹.

Хотя в распоряжении военных и спецслужб России были спутниковые снимки, показывающие ущерб, нанесенный осетинской инфраструктуре грузинской армией, они не были оперативно задействованы через официальные международные структуры. А распространение информации о жертвах среди гражданского населения Южной Осетии с начала конфликта и сопровождение всей кампании проводилось в основном блоггерами-энтузиастами, а не официальными СМИ России².

Новый виток информационной войны запада с Россией произошел на фоне революции в Украине. События в Украине в 2014 году, когда при поддержке США и ряда западных стран, произошел государственный переворот, который привел к власти прозападных политиков и националистов, стал решающим в отношениях между Россией и Западом. В Вашингтоне решили, что Россию нужно поставить на место. Так появилось политико-дипломатическое давление, были объявлены так называемые санкции и, конечно, информационная война как традиционный и проверенный временем метод принуждения.

По замыслу США и их союзников, главная цель в этой войне – это смена руководства России посредством так называемой «цветной революции», ее замена на более лояльное Западу. Была развернута кампания по «демонизации» президента России Владимира Путина. Расчет делается на то, что уставшее от экономических трудностей российское общество под давлением так называемых «санкций» дрогнет и устроит свой майдан. Кроме того, были поставлены задачи дискредитации России на международной арене с целью отрыва от нее традиционных союзников и партнеров,

¹ Юраков М. Информационная война против России – предлог для усиления НАТО // Информационное агентство REX. – URL: <http://www.iarex.ru/articles/52320.html> (дата обращения 20.05.2018)

² Савин Л. Информационная война. Исторический экскурс и позиция России// Портал Геополитика.ru. URL: <https://www.geopolitica.ru/article/informacionnaya-voyna-istoricheskiy-ekskurs-i-poziciya-rossii> (дата обращения 20.05.2018)

недопущения создания конкурентоспособных центров силы на постсоветском пространстве и в целом в Евразии.

Для воплощения этих планов задействованы огромные силы и средства. По решению Совета управляющих по вопросам вещания, подконтрольного государственному департаменту США, в октябре 2015 года на базе чешской радиостанции «Свобода» был создан департамент, который стал планирующим органом, ответственным за разработку стратегии информационной войны против России. В своих документах Совет отмечает, что «демократия в России в опасности и ей грозит нестабильность». На 2016 финансовый год на нужды Совета может быть выделено около 750 млн. долларов США¹.

Антироссийская пропаганда ведется прежде всего в социальных сетях. В качестве объектов воздействия рассматриваются журналисты, эксперты, политические и общественные деятели странах СНГ и Евразийского экономического союза.

В настоящее время в Украине введена жесточайшая цензура. С помощью американских специалистов развернута антироссийская пропаганда. Все украинские СМИ находятся под жестким контролем службы безопасности.

США и Россия, ведут информационную войну и в отношении к конфликту в Сирии. Обе страны используют массмедиа, для того чтобы воздействовать на гражданское население, показав свое информационное превосходство, и достичь поставленных целей в угоду собственным интересам (политическим, военным и т. д.).

Реализация информационных кампаний и противодействие информационным войнам подкреплена в ряде доктринальных документов России.

В стратегии Национальной безопасности (Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской

¹Мартыненко Е.В. Характер информационной войны между Россией и США в Сирии // Общество: политика, экономика, право. – 2016. – №9. – С. 9-12.

Федерации») ряд пунктов посвящен информационным аспектам. В частности, сказано, что «появляются новые формы противоправной деятельности, в частности с использованием информационных, коммуникационных и высоких технологий. В целях обеспечения стратегического сдерживания и предотвращения военных конфликтов разрабатываются и реализуются взаимосвязанные политические, военные, военно-технические, дипломатические, экономические, информационные и иные меры, направленные на предотвращение применения военной силы в отношении России, защиту ее суверенитета и территориальной целостности». К основным угрозам государственной и общественной безопасности также отнесена «деятельность, связанная с использованием информационных и коммуникационных технологий для распространения и пропаганды идеологии фашизма, экстремизма, терроризма и сепаратизма, нанесения ущерба гражданскому миру, политической и социальной стабильности в обществе»¹.

В разделе о культуре указано, что «угрозами национальной безопасности в области культуры являются размывание традиционных российских духовно-нравственных ценностей и ослабление единства многонационального народа Российской Федерации путем внешней культурной и информационной экспансии (включая распространение низкокачественной продукции массовой культуры), пропаганды вседозволенности и насилия, расовой, национальной и религиозной нетерпимости, а также снижение роли русского языка в мире, качества его преподавания в России и за рубежом, попытки фальсификации российской и мировой истории, противоправные посягательства на объекты культуры»².

Для обеспечения культурного суверенитета в соответствии со Стратегией принимаются меры по защите российского общества от внешней

¹ Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 04.01.2016, № 1 (часть II), ст. 212

² 1. Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 04.01.2016, № 1 (часть II), ст. 212

идейно-ценностной экспансии и деструктивного информационно-психологического воздействия, осуществление контроля в информационной сфере и недопущение распространения продукции экстремистского содержания, пропаганды насилия, расовой, религиозной и межнациональной нетерпимости.

В Военной доктрине Российской Федерации, утвержденной Президентом РФ 25.12.2014 № Пр-2976, также немало внимания уделено информационным аспектам. Сказано, что «наметилась тенденция смещения военных опасностей и военных угроз в информационное пространство и внутреннюю сферу Российской Федерации.

К основным внешним военным угрозам наряду с прочими отнесено «использование информационных и коммуникационных технологий в военно-политических целях для осуществления действий, противоречащих международному праву, направленных против суверенитета, политической независимости, территориальной целостности государств и представляющих угрозу международному миру, безопасности, глобальной и региональной стабильности». А к внутренним военным опасностям – «деятельность по информационному воздействию на население, в первую очередь на молодых граждан страны, имеющая целью подрыв исторических, духовных и патриотических традиций в области защиты Отечества»¹.

2.2 Технологии современных информационных войн

На сегодняшний день существует множество технологий ведения информационной войны. Ряд авторов приводят свои классификации, однако наиболее полно и четко технологии информационных войн классифицирует

¹ 2. Военная доктрина Российской Федерации // «Российская газета», № 298, 30.12.2014

И. Панарин. Он выделяет следующие технологии ведения информационной войны в современном мире.

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

Технология «перенос» или «трансфер». Заключается в искусном ненавязчивом и незаметном для большинства людей распространении авторитета и престижа того, что ими ценится и уважается, на то, что им преподносит источник коммуникации.

Технология «ссылка на авторитет». Суть данной технологии основывается в приведении высказываний личностей, обладающих высоким авторитетом или же наоборот, таких, которые вызывают отрицательную реакцию у категории людей, на которых направляется манипулятивное воздействие. Цель состоит в установлении доверительных отношений с аудиторией.

Технология «перетасовка» или «подтасовка карт». В информационной войне сторонами отбираются и преподносятся только положительных или только отрицательных факты и доводы при одновременном замалчивании противоположных. При односторонней подаче фактов, свидетельств, доводов, показывается привлекательность или наоборот неприемлемость какой-либо точки зрения, программы, идеи и т. п.

Технология «общий вагон». Заключается в подборе суждений, высказываний, фраз, требующих единообразия в поведении, создающих впечатление, будто так делают все.

Технология «обратный эффект». Суть ее заключается в том, что осуществляется выброс такого количества негативной информации в адрес

какого-то деятеля, что эта информация достигает прямо противоположного эффекта, и вместо осуждения деятель начинает вызывает жалость.

Технология контраста, когда одна информация подается на фоне другой.

Технология «правда – наполовину». Публике преподносится только часть достоверной информации.

Технология «осмеяние». Заключается в том, что высмеиваются как конкретные лица, так и взгляды, идеи, программы, организации и их деятельность, различные объединения людей, против которых идет борьба. Выбор объекта осмеяния осуществляется в зависимости от целей и конкретной информационно-коммуникативной ситуации. Это позволяет достичь и усилить эффект информационно-психологического воздействия на целевые аудитории.

Одной из важных технологий информационной войны являются слухи. Существуют предпосылки социально-психологического характера, способствующих распространению слухов среди людей. Эффект от использования ложной информации носит кратковременный характер, в основном в тот период, пока пропагандистское воздействие осуществляется в условиях дефицита информации.

Провокации как технологии информационной войны. При отсутствии или недостаточности событий, которые могут служить нужными информационными поводами, их создают целенаправленно.

Технология «захват» медиапространства. Заключается в том, что организация работает со всевозможными СМИ и при этом не дает показаться в информационном поле другим организациям. Таким образом, потребитель получает информацию только от этой организации и считает ее единственно верной.

Технология «утвердительные заявления». Заключается в том, что распространяются различные утверждения, которые представлены в качестве факта, при этом подразумевается, что эти заявления самоочевидны и не

требуют доказательств. Эти утверждения могут быть как достоверными, так и нет.

Технология «принуждающая пропаганда». Использование слов и выражений, имеющих принуждающий характер.

Технология «общественное неодобрение». Используется для создания иллюзии неодобрения тех или иных действий со стороны общественного мнения. Основная задача метода – создание негативного образа какого-нибудь кандидата или группы. Часто реализуется путем подбора различных высказываний «групп влияния», «представителей» различных слоев населения, различных социологических опросов.

Технология «прямое опровержение». Метод состоит в прямом опровержении всех элементов пропаганды другой стороны.

Технология «игнорирование». Состоит в игнорировании элементов и тем другой стороны, основан на том предположении, что негативная тема, остающаяся «на слуху», приносит больший ущерб по сравнению с темой, появившейся на короткий промежуток времени. Многие СМИ европейских стран активно участвуют в подобных информационных атаках, истребляя этику и мораль молодого поколения и убивая в молодых людях последние остатки человечности.

Технология «нарушение логических и временных связей между событиями». Используется для снижения эффекта «воздействия» другой стороны, а также создания иллюзии тех или иных тенденций и ситуаций. Например, с помощью метода предупреждается неявное создание (или, напротив, создается) из отдельных негативных фактов общей негативной тенденцией фона.

Технология «Замена источника сообщения». Метод состоит в замене источника сообщения для увеличения или уменьшения доверия к сообщению.

Технология «формирование окружения». Метод состоит в специальном формировании информационного окружения вокруг того или иного факта

для снижения или, напротив, увеличения его эффекта или степени доверия к нему.

Технология «уменьшение значимости темы». Метод основан на переносе акцентов те элементы события или темы, которые имеют меньшую негативную окраску, кратком затрагивании и «не упоминании» темы, использовании нейтральных или противоречивых комментариев и т. д.

«Рейтинги». Основана на том, что какая-либо «независимая» организация выпускает свой рейтинг-лист, например, «рейтинг коррупции» или «уровень достатка населения», и таким образом получает возможность манипулировать общественным мнением других стран, которых полученный результат в той или иной степени шокирует. В результате у граждан страны формируется необходимый стереотип по отношению к другой стране, и политики могут проводить необходимую им линию, опираясь на фальсифицированную информацию и поддержку обманутого населения.

Технология «Окно Овертона» является одной из разрушительных. Джозеф Овертон описал, как совершенно чуждые обществу идеи, вызывающие ранее презрение, постепенно либерализируются и, в конце концов, законодательно закрепляются. Согласно «Окну возможностей Овертона», для каждой идеи или проблемы в обществе существует т. н. «окно возможностей». В пределах этого «окна» идею могут или не могут широко обсуждать, открыто поддерживать, пропагандировать, пытаться закрепить законодательно¹.

Подмена понятий, ключевых слов. Обозначение своих неправомерных действий словами, имеющими в сознании людей нейтральную или положительную окраску. Яркий пример – объявление так называемых санкций против России (да и не только против нее). Дело в том, что санкции имеет право объявлять только Совет безопасности ООН после соответствующей резолюции. США назвали санкциями меры дипломатического, экономического и финансового характера, направленные

¹ Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. – М.: Поколение, 2012. – С. 213.

на подрыв обороноспособности и экономики России. А слово «санкции» брошено в СМИ для легитимизации действий США в сознании людей. Нужно признать, что этот прием пока удастся использовать, ведь никто не пытается оспорить право США и их союзников на объявление санкций.

Вирусные мемы, повторы. Типичным примером использования подобного метода является использование специальных слов и словосочетаний, которые могут меняться в зависимости от стоящих задач. Например, в англоязычных СМИ ранее говорилось о «поддерживаемых Россией сепаратистах». А теперь все чаще встречается другое определение – «совместные российско-сепаратистские войска». На пропагандистском украинском сайте «Информационное сопротивление» используется словосочетание «российско-террористические войска» для того, чтобы, во-первых обвинить Россию в агрессии, а, во-вторых, для придания законного характера так называемой антитеррористической операции.

Провокации, использование масштабных психотравмирующих событий. Авиакатастрофа Боинга «Малазийских авиалиний» на Украине в июле 2014 года стала предлогом, который был использован для создания широкого «санкционного» фронта против России, которую сразу обвинили в поддержке ополченцев, которые якобы и сбили самолет с помощью зенитно-ракетного комплекса «Бук». При этом не было представлено никаких доказательств. Были лишь пространные заявления официальных лиц США, фотографии в социальных сетях и приведены домыслы псевдоэкспертов. Российская версия, озвученная генштабом, опровергнута не была¹.

Для экспертов, тем не менее, очевидно – самолет был уничтожен средствами поражения «земля – воздух» и «воздух – воздух». Окончательные выводы должна сделать международная комиссия. Официальную позицию России по этому вопросу озвучил президент Владимир Путин. «Давайтеждемся итогов расследования», – сказал он. Однако западные и украинские СМИ и официальные лица США продолжают использовать тему

¹ Мартыненко Е.В. Характер информационной войны между Россией и США в Сирии // Общество: политика, экономика, право. – 2016. – №9. – С. 9-12.

авиакатастрофы, манипулируя человеческой трагедией, для дискредитации России. На сегодняшний день это самая опасная технология, позволяющая легализовать абсолютно все, включая самые низменные людские пороки: однополые браки, педофилию, каннибализм и т. д. После нее происходит окончательное расчеловечивание и уничтожение традиционных общественных ценностей, которые связывают все человечество в единое целое. Многие СМИ европейских стран активно участвуют в подобных информационных атаках, истребляя этику и мораль молодого поколения и убивая в молодых людях последние остатки человечности.

Главная опасность подавляющего большинства способов ведения информационной войны заключается в том, что они не несут каких-то видимых признаков своего разрушительного воздействия. Внедряются в информационное поле такие технологии скрыто, поэтому население порой совершенно не ощущает, что подвергается какому бы то ни было роду воздействия. В результате у общества и, что хуже, властей не возникает ощущение опасности, а, следовательно, не запускается механизм защиты. Это происходит по ряду причин, главными из которых являются, прежде всего, неинформированность граждан страны и отсутствие представления у населения об информационной войне как таковой.

Посредством СМИ общественное мнение отдельной страны или группы стран формируется таким образом, чтобы любые военные действия неизменно находили поддержку среди собственного населения, равно как и жителей других государств. Именно это сейчас происходит на Украине, где СМИ формируют для своих граждан образ России-врага, попутно привлекая к себе внимание европейских стран. В итоге от того, какую сторону займут средства массовой информации России и зарубежья, в значительной мере зависит исход этого конфликта.

Самой востребованной информационной средой, где применяются все технологии информационного противоборства является киберсреда, то есть Интернет. Социальные сети, мессенджеры являются идеальным средством для проведения информационных сообщений. С учетом того, что Интернет

сам по себе является изобретением Пентагона, а большинство социальных сетей и приложений изначально разработаны американскими компаниями, безусловное лидерство в этой сфере пока принадлежит США (включая военные структуры, такие как кибервойска).

Россия также постепенно осваивает кибертехнологии для внедрения в работу нынешних служб, включая силовые структуры.

2.3 Последствия информационной войны для общества

Последствия информационных войн могут дать о себе знать уже в самом начале борьбы. От информационного влияния невозможно защититься, так как оно проникает во все сферы человеческой жизнедеятельности. Сущность информационной войны заключается в давлении на общество, в результате чего члены общества получают искаженное представление о действительности и не имеют возможности сделать правильные выводы и принять верные решения.

Сторона, проигравшая в информационной войне, может ощутить на себе такие последствия:

- переход частей структуры под ведомство победителя;
- полное или частичное разрушение структуры;
- уничтожение той части структуры, которая не нужна победителю;
- снижение работоспособности системы;
- уничтожение систем безопасности пораженной стороны.

С помощью стратегии ведения информационной войны можно «мобилизовать» всё население против определённой страны или культуры. После многолетнего формирования негативного образа в СМИ демонизируемое государство теряет человеческий облик в глазах находящегося под воздействием информационной пропаганды населения, которому уже кажется нормальным и вполне легитимным даже начать военные действия против такой страны. Это ведёт к медленному, но иногда

уже вряд ли обратимому «расчеловечиванию» противника. Страна, атакуемая средствами информационной войны, таким образом, насильственно исключается из человеческого сообщества. Тогда против этой страны через некоторое время начинают казаться приемлемыми такие экономические, военные мероприятия или акции спецслужб, которые против других стран оценивались бы как неприемлемые. Даже самостоятельно мыслящие граждане, которые в принципе понимают всю односторонность медийной информации, могут в ходе длящейся годами информационной войны начать склоняться к выводу, что всё-таки в негативных сообщениях есть доля правды.

Насколько далеко зашла дегуманизация России после почти целого десятилетия информационной войны, видно во многих статьях. В последнее время появляются уже отдельные публикации, в которых не только российские власти или президент Путин показаны негативно, но и большая часть самого населения России. Так 22 июля 2014 года в Spiegel Online вышла колонка Яна Фляйшхауэра с заголовком «Потеря Россией чувства реальности». «Мы должны понять, что не только отдельные личности, но и целые общества могут поддерживать безумные системы», – пишет автор и аргументирует, что никакие санкции против этой «потери чувства реальности» не помогут. «Как известно из учебников по психиатрии, совершенно бессмысленно пытаться логическими аргументами избавить больного от его безумных убеждений», – продолжает он и предлагает в будущем общаться с Россией не методами дипломатии, а средствами «клинической психиатрии»¹.

Этот единичный пример, который, ещё не является репрезентативным, тем не менее делает очевидным тот факт, что негативное восприятие других стран и народов иногда достигает такого масштаба, что для всё большего числа людей оно начинает играть роль стержня их идентичности. Так же как в антисемитизме возникает чувство принципиального морального

¹ Хауке Ритц «Информационная война и будущее европейской культуры»// Электронный журнал «Однако». – URL: <http://www.odnako.org/almanac/material/informacionnaya-voyna-i-budushchee-evropeyskoj-kulturi/> (дата обращения 20.05.2018)

превосходства, которое затем оправдывает дальнейшие акты насилия. Таким образом, в обществе может возникнуть течение, которое приведёт к дальнейшей всё возрастающей эскалации враждебности. Эскалации, которая когда-нибудь может достигнуть таких темпов и такой психологической силы, что, в конце концов, даже умеренные политики уже не смогут её избежать.

Информационная война негативно сказывается на европейской культуре. Возникшие в Европе идеи и цивилизационные модели, так же как европейские культура и искусство, оказали влияние на все другие культуры и часто перенимались ими. Это огромное воздействие европейской культуры неслучайно и во многом обязано политическим и философским идеям, возникшим во время французской революции и эпохи Просвещения.

Именно Просвещение внесло решающий вклад в представления о реально существующей всеобщей и обязательной истине, которая осознается людьми с помощью механизмов разумного мышления. Сила воздействия универсалистского представления стран Запада об истине гарантировала успех европейской культуры в мировом масштабе.

Однако универсальность христианских и позже просвещенческих представлений об истине входит в полное противоречие с тем, что в ходе информационной войны в эпоху постмодерна отрицается само существование единой истины. Вместо этого истина рассматривается как что-то, что вообще объективно не существует, чему отводится лишь субъективное существование. И поскольку истина считается лишь видимостью, её можно создавать искусственно средствами PR-индустрии, рекламной психологии и медийных сетей. Такими конструктивистскими и релятивистскими представлениями об истине Европа сама же лишила себя собственного культурного развития. Позволив адептам этого взгляда на мир занять места в важнейших институтах общества, особенно университетах и медиа, человечество разрушило фундамент будущего успеха европейской культуры.

Культура, которая осознанно делает ложь инструментом развития своей власти, может добиться краткосрочных успехов, но в долгосрочной

перспективе она обречена. И для этого есть очень простая и логичная причина. Действительность намного сложнее, чем человеческое понимание. И поэтому каждая попытка загнать действительность в рамки ложной конструкции будет всегда проваливаться. Невозможно долго подчинять действительность представлениям. Чтобы успешно действовать, мышлению нужно снова и снова считаться с действительностью. Если мы начнём происходящее в реальности трактовать и менять только исходя из своих интересов, мы рвём свою связь с реальностью и, значит, лишаемся возможности успешно в ней действовать.

Интеллектуальное сопротивление и публицистические выступления против преобладающего сегодня в Европе и на западе стиля информации СМИ о России – это не просто борьба с исторической несправедливостью. Это не просто сопротивление войне и приготовлениям к войне, как бы ни был важным этот мотив. Это борьба за сохранение базовых положений европейской культуры как таковой.

Информационная война против России даёт и обратный эффект. В ряде европейских государств, Германии, Франции, Италии, Австрии, Греции и других обостряются политические противоречия, укрепляется роль политических сил, выступающих за сближение с Россией. Набирает силу движение евроскептиков, ставящих под сомнение эффективность ЕС.

В мире происходит поляризация сил. Одни отчаянно защищают сложившийся односторонний миропорядок с доминирующей ролью США. Другие вместе с Россией укрепляют формирующийся многополярный мир, добиваясь внушительных конкретных результатов. Стремительно развиваются такие структуры, как БРИКС, ШОС, Евразийский экономический союз.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Информационная война – это психологическое давление на все общество или его часть. Умелая подача необходимой информации помогает создать определенные настроения и вызвать реакцию. В наше время свободного доступа к огромному количеству информации борьба за человеческие умы стала вестись в этой сфере. Подавая обществу необходимые материалы и новости, можно контролировать социальные настроения и стремления преобладающего количества населения.

На современном этапе развития человечества многие конфликты из среды вооруженных столкновений перешли в информационное пространство, которое становится новым полем противоборства. Это связано прежде всего с изменением сущности информации, которая в настоящее время считается главным продуктом постиндустриального общества. Немаловажным фактором перехода конфликтов в информационное русло является и угроза массового уничтожения людей (например, из-за применения ядерного оружия противоборствующими сторонами). Также необходимо отметить, что информационное оружие является менее затратным с финансовой точки зрения.

В ходе исследования, были решены все поставленные задачи. На основе всего вышеизложенного можно сказать, что информационные войны между странами стали обычным явлением. Хотя об использовании в военных конфликтах информационной пропаганды известно еще с 19 века, особую силу этот вид войны приобрел в конце 20-го века. Это связано с увеличением количества информационных ресурсов: газет, журналов, телепередач, веб-ресурсов. Чем больше информации имеет общество в свободном доступе, тем легче проводить информационную пропаганду.

В процессе создания курсовой работы, мы пришли к выводу, что для ведения информационной войны нет необходимости переубеждать людей или навязывать им свою точку зрения. Надо просто сделать так, чтобы внушаемая информация попадалась на глаза как можно чаще и не вызывала

отторжения. При этом человек может и не подозревать, что стал участником информационного влияния. Для ведения информационной войны нанимают специалистов, имеющих глубокие знания по маркетингу, социальной психологии, политике и истории.

Важным выводом нашей работы стало, то что каждое из средств массовой информации имеет свойственные только ему возможности и характеристики в отношении определённых общественных групп.

В целях оказания информационного воздействия применяются те же коммуникационные технологии (в т. ч. их базовые элементы и способы передачи информации), на которых основывается большинство современных социальных процессов. Это таит в себе опасность превращения информационно-психологического воздействия по средствам новых коммуникационных технологий в одну из разновидностей социальных отношений современного общества и способствовать еще большему развитию скрытых форм такого воздействия.

Мы сделали вывод о том, что информационная война – это психологическое давление на все общество или его часть. Умелая подача необходимой информации помогает создать определенные настроения и вызвать реакцию.

На сегодняшний день в мире ведется информационная война между Россией и западными странами. Внутренние конфликты в странах, приграничных с Россией умело используется для проведения информационных атак на Россию. В связи с этим в России борьба за информационную безопасность страны ведется на государственном уровне.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Указ Президента РФ от 31.12.2015 № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 04.01.2016, № 1 (часть II), ст. 212
2. Военная доктрина Российской Федерации // «Российская газета», № 298, 30.12.2014
3. Барабаш В.В., Бордюгов Г.А., Котеленец Е.А. Государственная пропаганда и информационные войны. Учебное пособие. – М.: АИРО-XXI, 2015. – 400 с.
4. Волковский Н.Л. История информационных войн: т. 1 (с древнейших времён по XIX век). – СПб.: Полигон, 2003. – 502 с.
5. Волковский Н.Л. История информационных войн: т. 2 (XX век). – СПб.: Полигон, 2003. – 736 с.
6. Зульцман Р. Пропаганда как оружие в войне // Итоги второй мировой войны. Сборник статей/пер. с нем. – М.: Издательство иностранной литературы, 1957. – С. 516–545
7. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. – М.: Поколение, 2012. – 411 с.
8. Панарин И.Н. Информационная война, PR и мировая политика. Курс лекций. – Москва: Огни, 2014. – 352 с.
9. Панарин И.Н. Информационная война и коммуникации. – М.: Горячая линия. – Телеком, 2014. – 177 с.
10. Почепцов Г. Информационные войны. Новый инструмент политики. – М.: Алгоритм, 2015. – 256 с.
11. Рогозин Д.О. Война и мир в терминах и определениях. Военно-технический словарь. – М: «Вече», 2016. – 272 с.
12. Ткаченко С.В. Информационная война против России. – СПб.: Питер, 2011. – 224 с.

13. Баранова Е.А. Мультимедийные технологии в средствах массовой информации как новый инструмент ведения информационной войны // Вопросы теории и практики журналистики. – 2016. – №4. – С. 618-628.
14. Ерофеева Н.В. Современные информационные войны и их влияние на политическую стабильность государства // PolitBook. – 2015. – №2. – С. 74-83.
15. Коцюбинская Л.В. Понятие «Информационная война» в современной лингвистике: новые подходы // Политическая лингвистика. – 2015. – №4. – С. 93-96.
16. Кораблева В.Ю. Информационные войны в современном мире // Вестник МГЛУ. – 2012. – №25 (658). – С. 104-115.
17. Мартыненко Е.В. Характер информационной войны между Россией и США в Сирии // Общество: политика, экономика, право. – 2016. – №9. – С. 9-12.
18. Медовкина Л.Ю. История возникновения информационных войн // European journal of law and political sciences. – 2016. – №3. – С. 10-13
19. Савин Л. Информационная война. Исторический экскурс и позиция России// Портал Геополитика.ru. URL: <https://www.geopolitica.ru/article/informacionnaya-voyna-istoricheskiy-ekskurs-i-poziciya-rossii> (дата обращения 20.05.2018)
20. Самохвалова В. И. «Специфика современной информационной войны: средства и цели поражения» // Журнал «Философия и общество». – 2011. – №3(63). – С. 54-73/
21. Тошпулатов И. Понятие и сущность информационных войн // Молодой ученый. – 2015. – №14. – С.387-380/
22. Тоффлер Э. Третья волна. М.: Память, 2007, - 458 с.
23. Транспорт Д. Электронно-цифровое общество. Плюсы и минусы сетевого интеллекта. М.: Прогресс, 2006, - 673 с.
24. Техника дезинформации и обмана. – М.: Слово, 2008, -139 с.
25. Фролов Д. Б. Информационная война: эволюция форм, средств и методов // Социология власти. – 2005. – №5. – С.121-146.

26. Фирсов Б. Телевидение глазами социолога. – М. Слово, 2008, -418с.
27. Хаббард Л.Р. Проблемы работы. – СПб.: Знание, 2008, - 418 с.
28. Хейне П. Экономический образ мышления. – М.: Слово, 2006, -457
29. Хауке Ритц «Информационная война и будущее европейской культуры»// Электронный журнал «Однако». – URL: <http://www.odnako.org/almanac/material/informacionnaya-voyna-i-budushchee-evropeyskoj-kulturi/>
(дата обращения 20.05.2018)
30. Юраков М. Информационная война против России – предлог для усиления НАТО // Информационное агентство REX. – URL: <http://www.iarex.ru/articles/52320.html>(дата обращения 20.05.2018)