

## АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ СОВРЕМЕННОЙ ГИБРИДНОЙ ВОЙНЫ<sup>1</sup>

### Аннотация

В XXI в. происходит переход в понимании военных действий. Теперь достаточно сложно увидеть границу между состоянием войны и мира, так как войны почти не объявляются, а если начинаются — то идут по нестандартному шаблону. Современный опыт показывает нам, что военные гибридные конфликты, как, например, в Северной Африке или на Ближнем Востоке, способны превратить достаточно благополучные государства в арену вооруженной борьбы, поставить их в условия гуманитарной катастрофы и гражданской войны.

**Ключевые слова:** информационная война, Сирийский конфликт, международная безопасность, национальные интересы.

### Автор

#### Пучков Владимир Михайлович

Студент магистратуры факультета политологии  
Московского государственного университета  
имени М.В. Ломоносова  
(Москва, Россия)



Поддержите автора, перечислив  
пожертвование в JOYS на номер  
кошелька статьи\*.



Адрес JOYS кошелька статьи: 0xb6d6f3Af7D  
53C5E4523266fAaA3fB7682DE25F04

\* Для этого установите приложение Joys Wallet, отсканируйте QR-код статьи встроенным функционалом приложения, укажите сумму пожертвования в JOYS и отправьте средства со своего кошелька на JOYS кошелек статьи.

Современные информационные войны являются серьезной угрозой безопасности Российской Федерации, так как с их помощью иностранные государства могут производить различные атаки без применения вооруженных сил с целью дестабилизации обстановки в стране. В современную эпоху информационные технологии также используются для создания или изменения имиджа страны или ее лидера с целью смены в этой стране политического режима.

В данный момент государства и международные организации не обладают механизмами контроля и регулирования информационных войн, что ведет к невозможности ответить на данный вызов, провоцируя нестабильность. Развитие технологий XXI в. обеспечи-

<sup>1</sup> Данная статья опубликована в рамках реализации проекта «SCIENCE TALENT – НАУЧНЫЙ ТАЛАНТ», который направлен на поддержку авторов научных публикаций. Подробнее о проекте читайте на стр. 187 нашего журнала. Или на сайте журнала: <https://rupolitology.ru/dlja-avtorov/science-talent/>.

вает эффективные средства ведения информационной войны. Средства массовой информации различных форм вовлекают все большую аудиторию, что особенно заметно в развитых сообществах. Социальные сети обеспечивают мгновенные потоки информации и связь с другими, что позволяет новостным агентствам и простым людям иметь мгновенный и непрерывный доступ к индивидам со всего мира. Открытая природа западного общества, в том числе и российского, делает упор на отсутствие цензуры, поэтому фильтрация информации минимальна и зачастую блокируется, и не принимается сообществом. Постоянное насыщение информацией и отсутствие фильтрации делают нас чрезвычайно уязвимыми для информации, приспособленной для определенного эффекта. Эта разрешающая среда используется различными акторами для манипулирования восприятием и на основе этого для реализации своих интересов.

Модели информационных кампаний и технологии медийного воздействия на аудитории широко применяются в современных операциях информационно-психологической войны. В основе современных концепций информационной войны лежат технологии информационно-психологического воздействия на индивида и массы. Среди основных моделей стоит указать четыре: модель обдуманного действия и обоснованного поведения М. Фишбеина и И. Айзена [4], модель вероятности сознательной обработки информации Р. Петти и Дж. Качиоппо [8], модель убеждения У. Мак-Гуайра [7] и модель автоматической активации Р. Фазио [2][9].

Модель обдуманного действия и обоснованного поведения заключается в том, что индивиды в принятии решений ориентируются на 3 ключевых фактора: свои установки, восприятие того, как их воспримут, и осознание степени своего контроля за своим поведением [4]. Соответственно, важное значение принимает осознание общественно-

приемлемого поведения и установок, которые могут быть смоделированы и оказывать значительное влияние на индивида.

В модели вероятности сознательной обработки информации основной упор делается на прямое и косвенное пути убеждения. Прямое убеждение задействует значительные умственные ресурсы, в то время как косвенное убеждение опирается на эмоциональные факторы [8]. Данная теория утверждает, что, когда индивид сталкивается с какой-либо интеракцией, он может обрабатывать эту коммуникацию различными уровнями мышления от низкого до высокого, требующего значительной нагрузки. По мнению авторов, степень сложности мышления, используемая в контексте убеждения, определяет, насколько последовательным становится результирующее отношение. Установки, сформированные с помощью высокого уровня мышления, будут иметь тенденцию сохраняться с течением времени, сопротивляться сторонним убеждениям и оказывать влияние на поведение субъекта в большей степени, чем установки, сформированные с помощью простых процессов мышления с периферийными маршрутами.

Матричная модель убеждения У. Мак-Гуайра состоит из нескольких этапов убеждения, каждый из которых основывается на предыдущем, создавая при этом иерархию эффектов. Он предложил объяснить эффект убеждения с помощью определения входных и выходных переменных. Входные переменные, такие как источник, сообщение, получатель, канал и контекст сообщения, контролируются группой индивидов, которые хотят контролировать медиапространство. Выходные переменные включают в себя воздействие информации, внимание и интерес к ней, ее осмысление и запоминание, приобретение новых знаний; доверие к сообщению и изменение жизненных установок; вспоминание информации, принятие сознательного решения дей-

ствовать согласно новым установкам; действия, опирающиеся на данное решение; усиление нового поведения и укрепление новых установок [7].

В современных технологиях психологической войны наиболее часто и эффективно используется модель автоматической активации Р. Фазио [2], в рамках которой активизируются определенные установки, за которыми следует соответствующее поведение, которое не всегда является рациональным, а, скорее, основано на бессознательных связях и установках. Автор предложил свою модель отношений между субъектами, которая заключается в связи памяти между объектом отношения и оценкой его. Такие оценки достаточно сильны, чтобы автоматически активироваться из памяти при столкновении субъекта с объектом и влиять на последующее его восприятие.

Важными технологиями, которая зачастую используется в гибридных войнах, являются технологии управляемого хаоса, при которых в стране создается политическая и экономическая нестабильность, в результате чего к власти приходят специально подготовленные группы. Можно было наблюдать применение таких технологий при подготовке и осуществлении цветных революций, например, «оранжевой революции», «революции роз». По определению А.В. Манойло, «цветные революции — это технологии осуществления государственных переворотов и внешнего управления политической ситуацией в стране в условиях искусственно созданной политической нестабильности, в которых давление на власть осуществляется в форме политического шантажа с использованием в качестве инструмента шантажа молодежного протестного движения» [10]. Цветная революция является лишь начальным этапом гибридной войны в виде мирных митингов, затем следует жесткий этап, который может довести до гражданской войны, что мы могли видеть на примере Сирии.

Важное значение в данном контексте приобретает сеть Интернет как площадка, в рамках которой используются различные информационно-психологические технологии, целью которых является агитация и пропаганда. Именно Интернет стал основным катализатором «арабской весны», которая привела к падению режимов в Северной Африке и на Ближнем Востоке в 2012–2013 гг. [1]. Интернет становится все более и более популярным за счет ряда его особенностей, которые позволяют назвать его особой площадкой для проведения информационно-психологических операций.

Результаты социальной психологии и поведенческой экономики используются для определения рекомендуемых новостей, в культурной и интеллектуальной сферах. Аспекты человеческого обществ, которые ранее руководствовались привычкой и традицией, или спонтанностью и прихотью, теперь становятся все более предполагаемыми или непреднамеренными последствиями решений, принятых на основе научных теорий человеческого разума и поведения людей. Современные поведенческие методы не стремятся сознательно убедить нас в информации и аргументах, а, скорее, эти методы меняют поведение, привлекая нерациональные побуждения, эмоциональные триггеры и бессознательные предубеждения.

Интернет усугубил риски информационной войны. Алгоритмы, используемые крупными компаниями, определяют результаты поисковых запросов в Интернете, сообщения и новости, которые представлены в каналах социальных сетей. Когда дезинформация или вводящая в заблуждение информация подается в этот механизм, это может иметь огромные намеренные и непреднамеренные последствия, так как ложные сообщения на 70% более подвержены распространению, чем правдивые [6], что серьезно влияет на охват аудитории и дальнейшие попытки их опровергнуть.

Соответственно, для государств противодействие информационной войне становится очень важной задачей. Для противодействия пропаганде существует множество методов. Стоит отметить, что не существует правильной или лучшей методики; методы должны основываться на ситуации. Ниже приведены некоторые из наиболее известных методов [5].

• **Прямое опровержение**

Этот метод представляет собой опровержение аргументов или тем, связанных с пропагандой противника. Этот метод лучше всего использовать очень своевременно, когда государство имеет полный доступ к фактической информации, связанной с конкретной ситуацией. Эта техника используется, когда есть уверенность в возможности опровергнуть пропаганду с полной точностью. Часто этот метод используется на пресс-конференциях или в пресс-релизах. Недостатком использования этого метода является то, что прямое опровержение может привносить дополнительную гласность и доверие к утверждениям противника. Кроме того, эта техника может привлечь дополнительное внимание к пропаганде противника.

• **Косвенное опровержение**

Этот метод ставит под сомнение обоснованность какого-либо аспекта утверждений оппонента или источника пропаганды, тем самым оспаривая его авторитет. Преимущество использования этого метода заключается в том, что косвенное опровержение не приносит дополнительной рекламы или доверия к пропаганде, так как повторяет некоторые его аспекты. Необходимо убедиться, что факты, используемые для нанесения ущерба влиянию пропаганды, являются точными и имеют значение в сознании целевой аудитории.

• **Изменение повестки**

Этот метод включает в себя представление более важных или актуальных тем (в глазах предполагаемой ЦА), чтобы отвлечь их внимание от пропа-

ганды противника. Важным фактором успеха этой методики является выбор важной темы для использования в качестве утечки. Попытка утечки должна быть хорошо спланирована и тонко выполнена. Если утечка очевидна для целевой аудитории, то попытка окажется неуклюжей и, следовательно, повредит авторитету поддерживаемой силы. Выбор способа имеет решающее значение при использовании этого метода, поскольку используемые носители должны иметь возможность достигать большого количества целевой аудитории и отвлекать их внимание.

• **Умалчивание**

Этот метод никак не реагирует на пропаганду противника. Единственным исключением из этого метода является использование замечаний, ссылающихся на пропаганду противника как «недостойных комментариев». Преимущество этой техники заключается в том, что молчание не публикует пропаганду дальше или не дает противнику потенциальной обратной связи. Этот метод используется, когда использование другого метода может оказаться опасным, или, когда ситуация и реакция на нее целевой аудитории не ясны. Одним из недостатков этого метода является то, что ЦА может подвергнуть сомнению отсутствие ответа от поддерживаемой силы.

• **Ограничительные меры**

Этот метод отрицает предполагаемый доступ целевой аудитории к пропаганде. Некоторые примеры этой техники — запрет доступа или закрытие средства массовой информации. Этот метод может также привлечь дополнительное внимание к пропаганде и побудить ЦА искать нежелательную информацию с помощью скрытых средств. Также этот метод зачастую воспринимается как борьба против свободы слова, что влечет за собой повод для новой волны нежелательной информации. Кроме того, эти меры вызывают сравнения с действиями репрессивных режимов, что также негативно влияет на имидж.

**• Предупреждение**

Предупреждение — это средство устранения потенциальных уязвимостей для ЦА, прежде чем они могут быть использованы. Метод носит преимущественно характер превентивного действия. При предупреждении широкий круг целевой аудитории информируется о миссии, намерениях и операциях поддерживаемой силы. В этом методе конкретно не рассматриваются потенциальные темы, которые противник может использовать в пропагандистской программе против поддерживаемой силы, но стремится устранить или уменьшить потенциальную уязвимость, прежде чем их можно будет использовать.

**• Прогнозирование**

Этот упреждающий метод предвосхищает конкретные темы, которые противник может использовать в своей пропаганде и противостоит им до того, как они достигнут целевой аудитории. Необходимо знать противника и быть в состоянии предвидеть его реакцию на событие или операцию. В этом методе анализируются различные возможные результаты запланированного события, от наилучшего сценария до наихудшего. Затем используется контрпропаганда, чтобы донести потенциальные темы или проблемы до целевой аудитории до того, как это сделает противник. Необходимо иметь своевременную и точную информацию о планируемом событии и его влиянии, поскольку это нужно, чтобы эффективно противостоять враждебной пропаганде. Этот метод отличается от предупреждения тем, что превентивно решает конкретные темы, которые может использовать противник. Подробное знание методов и тем пропагандистской пропаганды очень помогает при использовании этой техники.

**• Минимизация**

При использовании этой техники признаются отдельные элементы пропаганды противника, но важно свести

к минимуму важность информации для ЦА. Использование минимизации необходимо, если понятно, что информацию не удастся умолчать. Этот метод также может создать определенный уровень повышения доверия в глазах ЦА, поскольку государственные структуры признают некоторые неприятные, но правдивые аспекты, а не просто опровергают их. Недостатком этого метода является то, что пропаганда противника приобретает некоторое доверие, если не полностью сведется к минимуму ее значение в глазах ЦА.

Для того чтобы успешно использовать данные методы, необходимо проводить пропагандистский анализ, который включает сбор, обработку и анализ больших массивов информации. Чтобы быть эффективными в этих задачах, необходимо обладать глубокими знаниями о целевой аудитории, ее культурном опыте, а также иметь понимание политических, социальных и религиозных последствий действий в этой сфере. Пропагандистский анализ и контрпропаганда являются важнейшими задачами для любого актора информационной войны. Контрпропаганда, в частности, является явлением, которое оказывает долгосрочное влияние на авторитет поддерживаемой силы. Для успешного проведения операции необходимо планировать задачи, предвосхищать ответ противника и стремиться поддерживать инициативу.

Информационно-психологические операции в настоящее время достигли столь высокого уровня развития, что предоставляется возможность проводить гибридные войны, частью которых они являются, без военного вмешательства, ярким примером чего служат революции «арабской весны», в том числе и Сирийский конфликт на начальном этапе. Это создает опасный прецедент и несет в себе угрозу для существующей системы международных отношений, поскольку неконтролируемое и нерегулируемое проведение



информационно-психологических операций в мирное время есть не что иное, как вмешательство во внутренние дела страны и нарушение суверенитета, что в конце концов приводит к нестабильности в разных очагах по всему миру. Важным фактором является диджитализация по всему миру, что дает возможность, проводя информационную операцию, задействовать все больше акторов, вовлекая их посредством Интернета.

Концепция информационно-психологических операций в начале XXI в. претерпела несколько изменений. Операции в киберпространстве, операции дезинформации были интегрированы в модель информационно-психологической операции. Важное значение приобрели СМИ, которые помогают обеспечивать и поддерживать связи с общественностью. Быстрое развитие передовых технологий, появление новых форм коммуникации привели к тому, что информационная война стала неотъемлемой частью окружающей действительности [11].

Информационные войны на современном этапе сумели стать самостоятельным инструментом реализации международной политики, увеличивая свою эффективность, будучи примененными вкуче с технологиями гибридной войны.

Низкая степень изученности природы гибридных войн создает риски, которые обусловлены тем, что противники могут серьезно усугубить социально-политические отношения в регионе, что может повлечь за собой как гуманитарную катастрофу, так и гражданскую войну.

Стратегии, которые используются при проведении информационных войн, очень вариативны и могут применяться вкуче друг с другом для усиления эффекта, но при этом критическую роль играет знание ценностей и приоритетов целевой аудитории.

Современная политика сталкивается с противоречиями, связанными с онлайн-активностью, в том числе утечкой данных, влиянием информационно-психологических операций и другими кибератаками. Поэтому можно сделать вывод, что тактика информационной войны становится общим продолжением политики, предназначенной для влияния на субъект подобного рода воздействия. Соответственно, существует ряд моральных и этических проблем, где граница приемлемого поведения все еще размыта, что снижает уровень ответственности государств за такого рода активность.

Также важно понимать, что информационная война в течение таких конфликтов, как сирийский, будет продолжаться в континууме, что обуславливает необходимость постоянного проведения мониторинга на наличие уязвимостей, запасных вариантов. Использование информационно-психологических операций очень важно для успеха всей операции в регионе, поскольку это дает дополнительную поддержку и свободу в проведении независимой политики.

В заключение необходимо отметить, что информационные войны закрепились, как инструмент проведения политики в начале XX в., однако на современном этапе они сумели стать самостоятельным инструментом реализации международной политики, увеличивая свою эффективность, будучи примененными вкуче с технологиями гибридной войны. Таким образом, информационная война является одной из главных составляющих гибридной войны и одновременно феноменом XXI в., поскольку значительно расширился охват индивидов. Однако для наиболее эффективного использования информационных операций требуется серьезнейший уровень теоретической проработки данного вопроса и дальнейшие исследования.

### Литература

1. *Clow Ryan*. Psychological Operations: The Need to Understand the Psychological Plane of War // Canadian Military Journal. Government of Canada, National Defence, Canadian Defence Academy. — 2008. — № 1.
2. *Fazio R.H.* (1990). Multiple processes by which attitudes guide behavior: The MODE model as integrative framework. In M. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (pp. 75–109). — N.Y.: Academic Press.
3. *Filiu J.-P.* The Arab Revolution. Ten Lessons from the Democratic Uprising. / London: Hurst & Co. 2011. — 195 p.
4. *Fishbein M. & Ajzen I.* (1975). *Belief, attitude, intention and behavior*. Reading, MA: Addison.
5. Joint Publication 3-13, Information Operations [Электронный ресурс] / The Defence Technical Information Center [Официальный сайт]. — URL: [https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/jp3\\_13.pdf](https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/pubs/jp3_13.pdf) (дата обращения: 10.11.2019).
6. *Moore D.* Targeting technology: Mapping military offensive network operations. 2018 10th International Conference on Cyber Conflict (CyCon), 2018.
7. *McGuire W.* (2001). Input and output variables currently promising for constructing persuasive communications. In R.E. Rice & C.K. Atkin (Eds.), *Public communication campaigns* (3rd ed., pp. 22–48). Thousand Oaks, CA: Sage.
8. *Petty R. & Cacioppo J.* (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. — N.Y.: Springer-Verlag. Notrow.
9. *Манойло А.В.* Технологии несилового разрешения современных конфликтов. — Горячая линия — Телеком. — М., 2008. — С. 392.
10. *Манойло А.В.* Цветные революции и технологии демонтажа политических режимов // *Вестник Международных отношений*. — 2015. — № 1. — С. 1–19.
11. Указ Президента Российской Федерации от 05.12.2016 № 646 «Об утверждении Доктрины информационной безопасности Российской Федерации».