

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ РЕВОЛЮЦИЯ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН: ДО И ПОСЛЕ КРЫМСКИХ СОБЫТИЙ 2014 ГОДА

***Аннотация.** Информационная война, долгое время выступавшая лишь частью вооруженного конфликта, в современных реалиях приобретает форму постоянного воздействия в повседневном медиа-обороте. В статье рассмотрена технологическая революция информационно-психологических операций: от Иракской кампании, ставшей прецедентом комплексного использования методов массового и многоуровневого психологического воздействия, до информационных операций нового типа, таких как «Панамское досье». Трансформация информационной войны и ее стратегических и тактических технологий также представлена в рамках анализа российско-грузинской войны 2008 года и событий «Арабской весны», позволяющего проследить поэтапное развитие от методов примитивной пропаганды до сложноструктурированных информационно-психологических операций.*

***Ключевые слова:** информационная война, психологические операции, методы информационно-психологического воздействия, гибридная война.*

THE TECHNOLOGICAL REVOLUTION IN INFORMATION WARFARE: BEFORE AND AFTER THE 2014 CRIMEAN EVENTS

***Abstract.** Information warfare, which for a long time acted only as part of an armed conflict, in today's realities takes the form of a permanent impact in the daily media turnover. The article examines the technological revolution of information and psychological operations: from the Iraq campaign, which became the first precedent of the complex use of methods of mass and multi-level psychological influence, to information operations of a new type, such as the «Panama Papers». Transformation of information war and its strategic and tactical technologies are also presented in the analysis of Russian-Georgian war in 2008 and events of «Arab spring» that allows to trace step-by-step development from methods of primitive propaganda to complex structured information-psychological operations.*

***Keywords:** information warfare, psychological operations, methods of information-psychological influence, hybrid warfare.*

В политологической науке существуют различные подходы к хронологическим рамкам существования информационных войн как новой формы противоборства в современном мире. Методы психологического воздействия на массовое сознание, а также способы влияния на когнитивную и эмоциональную сферу отдельной личности активно изучались на протяжении всего XX века, хоть в своем упрощенном виде были известны и ранее. Например, феномен пропаганды, исследовавшийся начиная с 1930-х годов на базе различных научных подходов, считался главным инструментом политического манипулирования. Однако на сегодня, ввиду динамичного развития глобальных систем коммуникации, пропаганда является лишь частью сложносочиненной системы информационно-психологического воздействия, трансформация которой предполагает абсолютно новые формы противоборства и методы их предупреждения в информационной среде. Именно поэтому, на наш взгляд, говорить о возникновении информационных войн в их современном понимании и превращении в особый вид вооруженного конфликта следует с начала XXI века.

* * *

Прецедентом использования технологий информационно-психологического воздействия (нового поколения) можно считать масштабную пиар-кампанию США, развернутую во время войны в Ираке и распространяемую как на собственных граждан, так и на граждан противника. Была разработана особая концепция ведения психологической войны, получившая название «Шок и трепет» [1], в которой декларировалось, во-первых, использование планового информационного воздействия на различные аудитории: на международное и американское сообщество с одним эффектом, а на иракских граждан — с другим.

Во-вторых, психологическое давление должно было быть оказано не только на военнослужащих и командное руководство противника, но и на мирное население. «Минобороны США заплатит частным подрядчикам в Ираке до 300 млн долларов за производство политических материалов, новостей, развлекательных программ и социальной рекламы для иракских СМИ, чтобы привлечь местное население к поддержке США, — пишет 3 октября 2008 года газета “The Washington Post”» [2, с. 210].

В-третьих, для достижения поставленных целей вооруженное вторжение на вражескую территорию должно сопровождаться постоянным информационным воздействием. Предтечей гибридизации боевых действий и подобных пиар-кампаний стала война в Персидском заливе (1991), где уже пресса и более примитивные методы пропаганды (листовки, наклейки, громкоговорители) использовались для психологического воздействия в чрезвычайных условиях. «Было сброшено 29 миллионов листовок — по 50–60 на каждого иракского солдата, находившегося на тот момент в зоне боевых действий. В результате считается, что от 60 до 80 тысяч солдат сдались

именно по причине воздействия на них с помощью таких информационных воздействий» [3, с. 70].

В то же время телевидение активно использовалось для передачи эмоциональных сообщений, шокирующих американскую публику. Однако важно понимать, что в ходе войны в Персидском заливе монополия на информационную повестку принадлежала каналу CNN — международной службе новостей, а в условиях следующего ирако-американского противостояния была разработана и протестирована *новая тактика* воздействия на общественность. Она заключалась во внедрении журналистов в боевые подразделения, главной задачей которых являлось конструирование «реальной» картины иракского фронта; при этом деятельность репортеров жестко цензурировалась. Это производило сильнейшее впечатление на зрителя, а также обеспечивало определенный уровень вовлеченности граждан в текущую военно-политическую ситуацию, так как это был совершенно новый опыт трансляции войны в настоящем времени. «Продуктом операции информационно-психологической войны можно считать сводку новостей СМИ в формате журналистского репортажа» [4, с. 126].

Также одним из источников информации для журналистов становились специально организованные «утечки», в которых содержались ложные или преувеличенные разведданные. В современной науке такой инструмент носит название «*контролируемой утечки*», осуществляемой спецслужбами через СМИ посредством *вбросов* для легализации нужной информации.

Прямые эфиры, активно транслирующие войну «в реальном времени», создавали символическую картину мира, собственную «версию войны», подсознательно формируя мнение у американских граждан о положительных результатах Иракской кампании. Американскими СМИ активно использовалась спецпропаганда, дезинформация (в особенности о потерях иракских войск), псевдореальные репортажи или *видеофейки*. «Неудивительно, что американские “внедренные журналисты” в попытках сохранить иллюзию “игры” не стремились показывать жертвы военных действий в своих репортажах, ... половина американских историй с поля боя, в которых освещались военные действия, не содержала ни одного кадра с ранеными людьми» [5, с. 193].

В отличие от американских журналистов, иракские репортеры имели полную свободу в освещении происходящих событий. Реалистичные военные кадры, время от времени проникающие в американское медиапространство, разрушали идеалистическую картину «войны за демократию», создаваемую правительством. Следует сказать, что значение информационного потенциала США было преувеличено, однако целью данной статьи является не оценка результатов деятельности американских властей в Ираке, а анализ инновационных информационно-психологических технологий в созданной пиар-кампании. С данной позиции важно отметить, что США впервые были использованы массовые видеофейки, техника освещения войны «в реальном времени» в формате журналистского репортажа, инструмент

«контролируемой утечки» и массовая пиар-кампания, сопровождающая военную операцию как до ее начала для подготовки американской аудитории к вторжению, так и во время активных боевых действий.

* * *

Еще одним примером информационного противоборства, в котором были комплексно реализованы технологии информационной войны, стала российско-грузинская война 2008 года. Грузинское правительство грамотно использовало период информационной тишины, а это помогло ему перехватить повестку и уже на ранних стадиях войны сформировать образ «России-агрессора» не только в странах СНГ, но и по всему миру. Выигранным ходом также был допуск западных журналистов на территорию Цхинвала: «Постановочные снимки агентства «Рейтер» облетели весь мир, и западный обыватель в очередной раз содрогнулся при виде свидетельств «бесчинства российских военных» [6, с. 60].

Впрочем, использовались те же инструменты, что и в «иракском кейсе»: журналистские репортажи, видеофейки, спецпропаганда, дезинформация, (замалчивание истинной причины войны). *Новым* глобальным плацдармом в рамках российско-грузинского противостояния для ведения информационной войны стал *Интернет*. Публикация пророссийской информации на таких платформах как YouTube, RuTube, на различных форумах и в социальных сетях во многом поспособствовала опровержению фейковых новостей и улучшения имиджа России в глазах западной общественности. Еще одной чертой данного конфликта стало «активное применение кибератак на грузинские сайты, — начиная от нарушения работы путем DDOS-атак и заканчивая взломом и размещением пропагандистских материалов» [7, с. 242].

Россия не предприняла своевременных мер по нейтрализации спецпропаганды, направленной как на грузинских граждан, так и на международное сообщество. В то же время заранее спланированная диверсионно-информационная деятельность оппонента позволила ему сохранить лицо в глазах международного сообщества: «Умело применив современные технологии информационно-психологического воздействия на отдельные группы людей, руководителей государств и массовое сознание, режим Саакашвили сумел избежать осуждения его агрессии и геноцида в ООН и других международных организациях, в общественном мнении на Западе» [6, с. 63].

Таким образом, к использованию уже отработанных площадок для информационно-психологического воздействия прибавилась новая платформа — Интернет, впоследствии ставшая глобальной сетью, главной информационно-коммуникационной средой и практически заменившая собой традиционные СМИ. «Новинкой» этого кейса можно считать создание заранее спланированного сетевого штаба информационно-технологического обеспечения, работа которого показала значимость предварительной подготовки к информационной пиар-кампании.

* * *

Развитие Интернета как нового плацдарма для проведения информационной войны было зафиксировано событиями «Арабской весны». Рост популярности социальных сетей поспособствовал формированию информационного поля, внутри которого «картина мира» пользователей, а также их существующие ценностные ориентиры менялись. Это привело к обострению оппозиционных настроений, а в итоге и вовсе повлекло за собой массовые протесты в десятках стран Ближнего Востока.

В событиях того периода социальные сети выполняли одновременно несколько функций. Во-первых, *катализатором революционных процессов* стали не реальные социально-экономические проблемы и религиозные противоречия в регионе, а Интернет. В различных англоязычных источниках события «Арабской весны» стали характеризоваться как «Twitter-revolutions» [8]. Во-вторых, сформировав антиправительственную повестку, социальные сети стали инструментом мобилизации и организации массовых протестов: «Наглядно демонстрирует пример первой массовой акции в Египте 25 января. После победы революции в Тунисе левые активисты с помощью интернет-оповещений своих сторонников сумели собрать уже к 19 января 35 тысяч потенциальных участников» [9, с. 153]. И в-третьих, Интернет превратился в *главный канал информирования*, повествующий о развитии протестных выступлений, их причинах и итогах в разных точках Ближнего Востока.

Наиболее популярными становились интернет-площадки, размещающие сенсационные новости и видеоматериалы ожесточенного характера, свидетелями которых стали не только пользователи ближневосточного и североафриканского региона, но и всего мирового сообщества. Классические инструменты информационно-психологического воздействия, упоминавшиеся в двух предыдущих кейсах (дезинформация, фейки/видеофейки и др.), таким образом перебрались на новую, более мобильную платформу Интернета, в котором скорость распространения информации, позволяющая в короткий срок вызвать «у аудитории нужные аффекты» [10, с. 35], в разы выше, чем при использовании традиционных СМИ.

Распространившиеся в период протестных выступлений через социальные сети *медиавирусы* обладали главным преимуществом — броским содержанием и скоростью распространения. «Медиавирус “Жасминовой революции” из Сиди-Бузида разлетелся по стране через социальную сеть Facebook. Мохамед Буазизи¹ стал известен как мученик, и акты самосожжения повторились в других городах. Официальные тунисские СМИ об этом не сообщали» [11, с. 20].

¹ Уличный торговец, самосожжение которого послужило началом массовых народных волнений в Тунисе, перешедших в революцию.

Жесткое цензурирование виртуального пространства со стороны государства вызывало еще большее недовольство граждан, а в некоторых странах Ближнего Востока становилось лишь новым поводом для мятежей. На этом этапе технологического развития информационной войны уже предполагалось психологическое воздействие на различные аудитории. Стремительное развитие Интернета не отменяло использование традиционных СМИ, и в этой связи следует упомянуть и другой феномен «Арабской войны», а именно спутниковый телевизионный канал «Аль-Джазира». Он открыто транслировал антиправительственную повестку, поддерживая разносторонние оппозиционные силы, что лишь содействовало дальнейшему развитию ближневосточных волнений, в то время как легитимность федеральных СМИ снижалась. Инструментарий информационно-психологического воздействия, проверенный событиями «Арабской весны», был применен и на Украине. Здесь же на первый план выходит деятельность негосударственных СМИ, публикация ими «как информационных сводок, так и пропагандистских материалов» [12, с. 243].

* * *

Фундаментальным событием с точки зрения эволюции форм и методов информационных операций стали Крымские события 2014 года. Российская информационная политика и созданная в ее рамках пиар-кампания по вхождению Крыма в состав России оказалась довольно успешной, что стало беспрецедентным событием и поводом для создания совершенно новых форм психологических операций и видов информационных диверсий. «Использование российскими властями определенных информационно-политических технологий в ходе украинского кризиса обсуждалось на международном уровне и даже стало причиной появления в западных странах законодательных инициатив. Подобное внимание к отечественным коммуникациям возникло впервые в истории постсоветской России» [13, с. 215].

Итак, до Крымских событий любая информационно-психологическая операция выступала частью военной кампании, дополнительным средством психологического воздействия на нужную аудиторию, с целью обеспечения добровольного подчинения противника или же для формирования собственного имиджа. Задачи пиар-кампаний, сопровождающие военные вторжения, были сопряжены *исключительно с военно-политическими целями*, преследуемыми в данном конфликте.

Каждая информационная операция являлась *уникальной* схемой, сгенерированной в частном порядке и под конкретный случай. Разумеется, один подобный конструкт не являлся универсальным, и на его разработку уходило довольно много времени и ресурсов. Оба этих фактора не позволяли масштабировать информационные операции. Нужен был инновационный подход, отвечающий сиюминутным вызовам.

Абсолютно новой страницей в истории информационных войн становится «Панамское досье 2016» — первая информационная операция нового типа, основанная на простой двухступенчатой схеме: вброс — период «информационной тишины». При этом подобная цепочка может повторяться необходимое количество раз, формируя определенные циклы. Она становится универсальным конструктом для последующих информационных операций и позволяет внедрить их как в плановую государственную политику, так в повседневный медиа-оборот. «Промышленный же подход, в свою очередь, привел к унификации и стандартизации организационно-технологических схем информационных операций, которые в итоге дали одну единственную универсальную базовую схему, появившуюся у американских спецслужб предположительно к лету 2015 года» [14, с. 104].

Суть «Панамского досье» заключается в дискредитации высокопоставленных лиц разных стран путем публикации и тиражирования провокационных материалов. Подобное мероприятие представляло собой масштабную утечку конфиденциальных документов, попавших в руки журналистов-расследователей. Обвинения в регистрации офшорных компаний и проведении многомиллионных теневых финансовых операций заставили фигурантов информационной операции реагировать (причем не в выгодную им сторону) публично: извиняться, оправдываться, что лишь усилило задуманный эффект. К задействованным лицам уже приклеился нужный негативный «ярлык»; фактически, человек, поддающийся панике и стрессу, начинает дискредитировать сам себя путем публичной эмоциональной реакции и экспрессивными необдуманно поступками. Это мероприятие можно было считать окончательно успешным, после того как: «премьер-министр Исландии был вынужден подать в отставку» [15, с. 84], не выдержав травли.

Пройдя эмпирическую проверку с положительным результатом, данная информационная операция стала шаблонной для проведения последующих. Каждая новая операция выстраивалась на базе «Панамского досье» с добавлением новых техник и приемов, усложняя и модифицируя классическую схему. Неизменной в этом случае осталась лишь базовая цепочка: вброс — период «информационной тишины». Последующие операции, такие, как «Допинговый скандал WADA», «Дело об аргентинском кокаине», также направлены на дискредитацию высокопоставленных лиц путем обвинения в незаконной деятельности с целью формирования негативного образа руководства Российской Федерации как на международной арене, так и перед российским обществом. Во всех вышеперечисленных операциях использовалась «пассивная тактика», предполагающая вбросы заранее смоделированной информации в определенный момент с необходимыми временными промежутками.

* * *

Следующим этапом эволюции информационных операций следует считать новую «активную тактику», впервые примененную в «деле Скрипалей». Она заключается в считывании реакции на вброс в период «информационной тишины» с последующей корректировкой действий в зависимости от шагов, предпринятых лицами, против которых направлена информационная атака: «Применение этого метода на практике предполагает выманивание противника на предлагаемую ему информационную «приманку», провоцирование противника на неосторожные, эмоционально окрашенные заявления, сделанные «в запале», и затем разоблачение предлагаемых противником «объяснений» той или иной ситуации, — с обязательным уличением противника во лжи» [16, с. 86].

Подобная стратегия предполагает появление неожиданных эффектов и не гарантирует ход по заранее спланированному сценарию, однако способствует максимально живой реакции на происходящие события, что актуализирует последующие информационные атаки и дает возможность в режиме «реального времени» выстраивать необходимые уловки. По «активному сценарию» также были реализованы: «Пражское дело 2020» и «Дело Марии Бутиной».

Операции типа «Панамского досье», хоть и стали *инструментально-технологической базой* для проведения информационных операций нового типа, на данный момент теряют свою актуальность. На передний план выходят операции, имеющие сложнейшую разветвленную структуру, каждая из ветвей которых преследует определенную тактическую задачу, их реализация в конце складывается воедино, образуя прочную стратегическую линию их конвергентной «сборки». По нашему мнению, это — совершенно новый уровень развития информационных операций, усовершенствование которых имеет безграничный потенциал.

Таким образом, информационная война прошла сложный эволюционный путь: от методов примитивной военной пропаганды до вариативных сложноструктурированных информационно-психологических операций. Впервые отработанная в «Панамском досье» универсальная схема стала инструментально-технологической базой для информационных операций нового типа. Разработка этого конструкта позволила увеличить частоту проведения подобных мероприятий, поставить их на поток и реализовать массовое производство. Если раньше информационная война выступала частью вооруженного конфликта, то в современном мире она приобретает форму коммуникативной технологии постоянного воздействия.

Список литературы

1. Harlan Ullman, James Wade Jr. Shock and Awe: Achieving Rapid Dominance. Washington, DC: National Defense University, 1996.

2. Почепцов Г.Г. Пропаганда и контрпропаганда. М.: Центр, 2004.
3. Почепцов Г.Г. Психологические войны. М.: Рефл-бук, 2000.
4. Манойло А.В. Психологические операции США в Ираке // Космополис, 2008. № 1.
5. Бедрань В.В. Механизмы информационной войны США против Ирака в начале XXI в. // Вестник РГГУ. Серия: Политология. История. Международные отношения. 2012. № 7 (87).
6. Кадырова Ш.Н. Информационная война в период Южноосетинского конфликта. Противостояние СМИ России и Запада // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2010. № 3.
7. Курилкин А.В. Особенности организации и проведение информационно-психологических операций в международных отношениях и международных конфликтах // Международные отношения. 2015. № 2.
8. Brunner E. Asking (New) Media Questions: Thinking beyond the Twitter Revolution. [Electronic resource]: text. Akademia: [website]. Mode of access: https://www.academia.edu/9493562/Asking_New_Media_Questions_Thinking_Beyond_the_Twitter_Revolution/ (date of access: 24.01.2023).
9. Цирель С.В. Революции, волны революций и Арабская весна // Системный мониторинг глобальных и региональных рисков: Арабская весна 2011. 2012.
10. Демидов К.Б. «Арабская весна» как один из фронтов глобальной информационной войны: предварительная постановка проблемы // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 9, Востоковедение и африканистика: Реферативный журнал. 2022. № 3.
11. Чернавский А.С., Касуканова К.Е. Роль социальных сетей в организации «Арабской весны» // НАУ. 2015. № 9–4 (14).
12. Курилкин А.В. Особенности организации и проведение информационно-психологических операций в международных отношениях и международных конфликтах. // Международные отношения. 2015. № 2.
13. Зайцев И.О. Российская информационная кампания в период вооруженного противостояния на востоке Украины в 2014–2015 гг. // РСМ. 2018. № 3 (100).
14. Манойло А.В. Информационная война и новая политическая реальность (I) // Вестник МГОУ. 2021. № 1.
15. Манойло А.В. Эволюция информационных операций // Вестник МГОУ. 2021. № 4.
16. Манойло А.В. «Дело Скрипалей» как операция информационной войны // Вестник МГОУ. 2019. № 1.