

А.И. ПЕТРЕНКО

## ТЕХНОЛОГИИ ОТРАЖЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ АТАК

***Аннотация.** Статья посвящена анализу современного состояния информационно-психологических операций в отношении России. Дается анализ объектов и каналов воздействия. Предлагаются технологии наступательных и защитных операций, направленных на нейтрализацию замыслов организаторов информационной войны против России. Даются предложения по противодействию влиянию информационных атак на сознание различных страт российского общества.*

***Ключевые слова:** информационно-психологические операции, наступательные операции, защитные операции, фейки, методы психологического воздействия.*

## TECHNOLOGIES TO REPEL INFORMATION ATTACKS

***Abstract.** The article is devoted to the analysis of the current state of information and psychological operations in relation to Russia. The analysis of objects and channels of influence is given, technologies of offensive and defensive operations aimed at neutralizing the plans of the organizers of the information war against Russia are proposed. Proposals are given to counteract the influence of information attacks on the consciousness of various strata of Russian society.*

***Keywords:** information and psychological operations, offensive operations, protective operations, fakes, methods of psychological influence.*

Анализ современного международного информационного поля вызывает весьма сильную тревогу, вызванную тем количеством откровенной и завуалированной лжи, которая подобно тропическому ливню льется на головы людей практически по всему миру.

Манипулирование как общественным, так и индивидуальным сознанием стало носить системный, широкомасштабный и технологичный характер. Все это происходило и раньше, но в то время возможности для столь широкого, быстрого и неконтролируемого воздействия были ограничены. Интернет открыл гораздо более широкие горизонты для продвижения любой информации в любых масштабах и в рекордно короткое время. Информационно-психологические войны перешли на качественно и технологически новый уровень.

---

ПЕТРЕНКО Анатолий Иванович — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры методики воспитания и дополнительного образования АСОУ, г. Москва

Мало кто сегодня не знает определения такого явления как «фейк». Фейк (англ. fake — подделка, фальшивка, обман, мошенничество) — что-либо ложное, недостоверное, сфальсифицированное, выдаваемое за действительное, реальное и достоверное с целью ввести в заблуждение. Именно такое определение фейку дают многие источники.

Фейки направлены на манипулирование сознанием людей, посредством формирования определенных мемов, их закрепления и рефлексивного управления поведением людей. Структуру информационно-психологических операций с использованием фейков условно можно представить следующим образом:

воздействие прежде всего на эмоции, что позволяет в значительной степени блокировать рациональность сознания;

блокировка рационального сознания делает возможным игнорирование отсутствия фактуры и доказательности в содержании фейков;

выстраивание фейков в цепочку, когда каждое новое сообщение базируется на предыдущем (принцип сериала);

выстраивание фейков в шеренгу — демонстрация того, что людей, которые думают аналогичным образом весьма много.

Многократное повторение одного и того же — один из пропагандистских постулатов Й. Геббельса, который утверждал, что многократно повторенная ложь в умах людей становится иллюзией правды.

Обилие интригующих деталей призвано вызвать повышенный интерес к информации, содержащейся в фейке и побудить «проглотить» его, не подвергая скрупулезному анализу.

Ссылки на авторитеты — старый прием, когда идут указания на якобы высказывания авторитетных людей без упоминания реальных источников или фразы вырываются из целостного контекста.

Распространение через наиболее популярные соцсети дает возможность оперативного и масштабного охвата аудитории.

На сегодняшний день ситуация в информационном поле обострена до предела. Нападки на Россию идут широким фронтом и практически по всем направлениям. Ведется массированная обработка общественного мнения в России, на Украине и во многих иных странах. В России основной вектор воздействия — вызвать резкое несогласие с действиями власти у граждан, сформировать волну возмущения и на этом фоне создать новую пятую колонну. На Украине — разжигание ненависти к России и русским, влекущее за собой возможную организацию мощного протестного антироссийского движения. В других странах — продолжение нагнетания русофобии, через которую проще оправдать удар по своему населению введенными против России санкциями.

Несмотря на значительное упущение инициативы в информационной войне, Россия еще в состоянии переломить ситуацию. Для этого нужна разработка и осуществление программы информационного противодействия

нападкам на Россию. Эта информационно-психологическая операция должна резко расширить ареал контрдифамационных атак в информационном поле, бить по наиболее значимым, информационно и психологически выгодным направлениям. Воздействие должно быть сегментировано по возрастным, социальным, национальным и религиозным стратам.

Основная ориентация такого воздействия — все граждане России. Передачи на эти темы должны строиться так, чтобы люди не выключали их из-за непонятного содержания, многословия, пустословия и тому подобного, а с интересом смотрели и слушали от начала до конца.

Необходимо на несколько порядков увеличить общение с молодежью через социальные сети, поскольку телевидение она практически не смотрит. Причем в соцсетях не только нужно разоблачать вредоносные фейки, но и атаковать фейкометчиков, компрометируя их информацию.

Отдельное направление этой операции — жители Украины. Здесь важно также сегментировать информационное воздействие. Во-первых, необходимо сохранить и увеличить число жителей Украины, положительно относящихся к действиям России, во-вторых, усилить воздействие на тех, кто утратил доверие к нам, в-третьих, на тех, кто крайне враждебно настроен в отношении России. Необходимо резко активизировать информационные атаки, направленные на дискредитацию и компрометацию украинского руководства, на освещение действий нацбатальонов против мирного населения Украины, чаще давать интервью с военнопленными и наемниками, доводить до населения добытые документы командования ВСУ и других силовых структур, в которых раскрываются реальные планы руководства Украины в отношении мирных жителей Донецкой и Луганской республик.

Для этого необходимо наладить теле- и радиовещание в населенных пунктах Украины, через которые донести до сведения людей перечисленную выше информацию.

Наладить оперативную подготовку материалов на указанную выше тематику и немедленный их запуск в соответствующие социальные страты. Комментарии, сопровождающие эти материалы, должны готовиться специалистами по информационно-психологическим операциям, поскольку журналистские комментарии не всегда решают поставленную задачу должным образом.

Необходимо учитывать и то обстоятельство, что в связи с ситуацией на Украине четко сегментировались основные направления и цели информационно-психологических операций.

\* \* \*

На данном этапе развития событий классификация фейков по направленности воздействия может иметь следующую структуру:

- фейки, ориентированные на жителей Украины;
- фейки, ориентированные на жителей других стран;
- фейки, ориентированные на жителей России.

Несколько иначе выглядит классификация фейков по целям:

- доведение населения Украины до истероидной русофобии, перерастающей в русоненависть;
- разжигание ненависти к России у населения европейских и других стран;
- формирование у жителей России негативного отношения к спецоперации.

Выделим наиболее значимые факторы, определяющие успешность нейтрализации целей психологических операций [1; 2; 3].

Прежде всего — это отлаженная система мониторинга информационного пространства для своевременного выявления признаков информационной интервенции и ее направленности на конкретные мишени на начальной стадии реализации психологических операций.

Выявление наиболее уязвимых мест в информационном воздействии дает возможность оперативно разработать контрдиффузационную программу для нейтрализации негативных последствий психологических операций.

Оперативность принимаемых решений по реализации такой программы, а иногда и коррекции некоторых ее положений в зависимости от того, как будет развиваться ситуация, во многом предопределяет успешность противодействия информационным атакам.

Быстрота реакции и согласованность в действиях всех участников планируемой операции, отсутствие многоуровневой координации и согласования принимаемых решений также играют важную роль. К сожалению, сложившаяся практика, когда каждый участник такой операции обязан получать одобрения действий у своего начальника, который, как правило, не посвящен во все ее детали и далеко не всегда может принять адекватные решения. Специалисты, включенные в рабочую группу по разработке и реализации комплекса мероприятий по дискредитации замыслов психологических операций, должны иметь на время этой работы только одного руководителя, с которым и согласовываются любые предложения.

Важным фактором, обеспечивающим успех по нейтрализации замыслов организаторов психологических операций, является и неординарность принимаемых решений, и отход от стереотипов мышления. Чем креативнее будут идеи каждого члена такой группы, тем больше шансов на успех. Практика показала, что нередко нелепое на первый взгляд предложение при тщательном анализе может стать основой неординарного решения. Именно такие решения способны вызвать дезорганизацию у разработчиков и исполнителей информационно-психологических атак.

И, наконец, еще один фактор, без которого успех в обсуждаемом нами направлении невозможен: это своевременное разоблачение ложных сведений и подача правдивой информации. Важно также учитывать то, какие информационные каналы задействуют авторы психологических операций,

которые должны занимать доминирующий удельный вес в проводимых контрдифамационных программах.

События последнего времени показывают, что доведение такой информации только через СМИ и ресурсы Интернета может быть не всегда эффективно. Нередко возникает необходимость вступления в непосредственный контакт с оппонентами для передачи им необходимой информации, для ответа на их вопросы и так далее.

Функционеры, с одной стороны, не готовы к разговору с оппонировающей аудиторией, а с другой — просто боятся выходить к народу. Совершенно очевидно, что агитировать надо не сторонников, а сомневающихся и заблуждающихся, что требует специальной подготовки. Если ее не начинать сегодня, то завтра может оказаться поздно.

\* \* \*

Необходимо более подробно остановиться на технологии активного противодействия информационно-психологическим операциям, оказываемым извне.

Можно выделить три основных типа операций противодействия: наступательные (или проактивные), которые выражаются в форме информационных операций, атак и вбросов в отношении противника; защитные (или реактивные) операции, суть которых заключается в реагировании на информационные операции, атаки и вбросы противника; и смешанные<sup>1</sup>.

В *наступательных операциях* в отношении противника осуществляется воздействие с целью дестабилизировать или ослабить его. Можно выделить основные объекты воздействия:

- информационное поле противника;
- высшее политическое руководство противника;
- органы управления различного уровня;
- внешнеполитическая деятельность противника;
- внутривполитическая деятельность противника;
- конкретные социумы в стране противника;
- союзники противника.

Для оказания эффективного воздействия целесообразно задействовать следующие каналы:

- электронные и печатные СМИ;
- ресурсы социальных сетей;
- лидеры общественного мнения внутри страны;
- зарубежные лидеры общественного мнения;
- оппоненты правящей элиты.

Технология наступательной операции может выглядеть следующим образом: осуществляется единичный информационный вброс, который

<sup>1</sup> В данном разделе использованы совместные наработки с А.В. Манойло и К.С. Стригунова.

выступает катализатором широкого распространения контента, содержащегося в первичном вбросе; такой вброс целесообразнее осуществлять легендированно (под чужим флагом), что позволит избежать негативной и агрессивной реакции на него; можно также использовать серию подобных вбросов, осуществляемых в разное время и через разные информационные каналы. Такая технология может дать следующие результаты:

- компрометация/дискредитация противника (пример: снижение шансов выиграть выборы, создание внутривнутриполитического кризиса);
- влияние на общественное мнение противника сообразно целям и задачам организаторов наступательных операций;
- внесение рассогласования и раскола в деятельность противника и его союзников;
- запуск социальной дестабилизации внутри противника (провоцирование протестных групп);
- перенаправление части ресурсов противника на решение вышеуказанных проблем и уменьшение ресурса, направленного против России;
- демонстрация противнику наших возможностей, (а)симметричных действий в ответ на его действия, что призвано оказать на него сдерживающий эффект.

В *защитных операциях* осуществляется отражение информационных атак и вбросов противника, которые он проводит в отношении России.

Объектами воздействия этих атак могут быть:

- высшее политическое руководство России;
- органы государственного управления различного уровня;
- внешнеполитическая деятельность российского руководства;
- внутривнутриполитическая деятельность российского руководства;
- социальные страты России: молодежь, интеллигенция, этнические группы и прочие;
- союзники России;
- бизнес-партнеры России.

Цели воздействия информационных атак противника можно классифицировать следующим образом:

- СМИ (иностранные и СМИ-иноагенты в России);
- сетевые ресурсы, включая социальные сети, блогеров и прочее;
- наднациональные структуры;
- правительственные структуры иностранных государств;
- спецслужбы иностранных государств;
- неправительственные и некоммерческие организации;
- зарубежная российская олигархическая диаспора.

Технология защитной операции может выглядеть как борьба с информационными атаками с использованием фейков через их отражение. При этом необходимо соблюдение условий, позволяющих обеспечить эффективность защитной операции:

- максимальная скорость отражения через использование антифейков и ввода их в информационное пространство;
- антифейк должен обладать сопоставимым по мощности с фейком информационным резонансом;
- антифейк должен быть направлен на те же социальные страхи, против которых направлен фейк;
- тщательно подобранное содержание антифейка, чтобы он не был бесполезным и тем более не усиливал деструктивное воздействие фейка.

Такая технология может дать следующие результаты:

- отражение создаваемых противником фейков с любым содержанием;
- оперативный перехват информационной повестки;
- снижение уровня эскалации в обществе и протестного потенциала;
- экономия ресурсов — деэскалация в информационно-психологической сфере гораздо менее затратна, чем подавление вспыхнувших протестов с помощью полиции и Росгвардии;
- косвенные эффекты по типу усиления среди населения настроений с поддержкой действий властей, направленных против вмешательства извне в дела России;
- репутационные плюсы — власть демонстрирует способность справляться с внешним вмешательством.

Особое место в системном отражении информационных атак занимает организация работы по нейтрализации их деструктивного воздействия на молодежь. Смысл состоит в необходимости создания антидиффамационного контента для последующего его распространения с максимально широким охватом молодежной среды. Реализация данной технологии может быть успешной, если:

комбинация аналитических докладов, статей и интервью вместе с системой сетевого распространения, развенчивающей информационные атаки противника, будет подана в максимально доступном и привлекательном для молодежи виде, — создание мини-роликов в TikTok, видеоконтента на YouTube и Rutube каналах, в Telegram, других социальных сетях и мессенджерах;

реализация подхода, который даст возможность осуществлять работу по воздействию на молодежную социальную среду по двухуровневой схеме, в которой первый уровень (технологический) — это создание и распространение вирусно-сетевым способом антидиффамационной и демобилизационной информации в молодежной среде, особенно той, которая с наибольшей вероятностью может быть вовлечена в беспорядки с динамикой перерастания в антиправительственные насильственные действия; на втором уровне (идеологическом), функционирующем для представителей молодежи, которым недостаточно информации в контенте первого уровня, создается более развернутый контент в докладах, статьях, передачах и интервью с участием экспертов и тому подобное.

Основные отличия данного контента от тяжеловесных текстов, нудных и заумных разговоров состоят в том, что он:

– гораздо проще для восприятия именно в молодежной среде и вместе с этим более интересен;

– действует по принципу постоянно жалищего пчелиного роя, когда создается непрерывный поток коротких видеороликов, подкастов и сообщений с конкретным и грамотно выверенным антидиффамационным содержанием в доступном и интересном для молодежи виде;

– создает эффект перманентного воздействия на информационную среду, причем именно в молодежной среде, как наиболее пассионарной и мобильной, которая и является целью противника;

– создает потенциал для технологии адаптивного информационного воздействия, когда можно уменьшать или увеличивать количество контента, а также повышать или понижать его градус экспрессии в отношении противника в зависимости от конкретной ситуации и обстоятельств.

Такая технология может дать следующие результаты:

- создаются условия для переубеждения представителей молодежи (кого возможно) и отрыва их от радикализма;
- способствует переводу части молодежи в пассивный режим (т.е. чтобы они разочаровались в своих кумирах — лидерах оппозиции, и т.п.), а значит, их деактивации, что потенциально исключит их из числа лиц, участвующих в массовых беспорядках;
- дерадикализация некоторой части молодежи, представители которой изначально намеревались осуществлять те или иные насильственные действия;
- демобилизация части потенциальных протестных групп, что способствует уменьшению мобилизационного потенциала агрессивной молодежи и в целом снизит степень радикализма в молодежной среде.

*Смешанные операции* (их можно назвать и активными контроперациями) в основном направлены на обвинение противника в атаках (реальных или мнимых), в том числе в киберпространстве, и создание вокруг этого широкого общественного резонанса с целью обвинить противника во вмешательстве во внутренние дела России. Реализация этих операций открывает масштабные возможности для проведения контропераций в информационно-психологической сфере в отношении противника.

Данные (контр)операции можно проводить сколь угодно долго, по любому поводу, будь то выборы или иные важные для общественно-политической жизни России события. Они дают возможность сначала создать прецедент (фиксировавшиеся ранее кибератаки), а затем использовать его в проактивном (наступательном) режиме в отношении противника.

Эти операции могут быть направлены и на создание информационно-смысловых мемов по типу «США — киберагрессор», «атаки со стороны США», «нападение США», «США — кибертеррорист», «американская

киберагрессия» тому подобное. Закрепленные за противником мемы с негативной коннотацией можно использовать в будущем для защиты российской институциональной системы неограниченное число раз.

Кроме того проведение этих операций может способствовать постепенному формированию в сознании граждан России все большей невосприимчивости к разного рода антироссийским вбросам со стороны противника.

### Список литературы

1. Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. М.: Горячая линия-Телеком, 2021. 636 с.
2. Манойло А.В., Петренко А.И., Рожин Б.А., Стригунов К.С. Фейки: анатомия лжи / А.В. Манойло, А.И. Петренко, Б.А. Рожин, К.С. Стригунов. М.: Горячая линия-Телеком, 2021. 384 с.
3. Манойло А.В., Стригунов К.С., Безвербный В.А. Фейки, вбросы, государственные перевороты и демографические войны / А.В. Манойло, К.С. Стригунов, В.А. Безвербный. М.: Горячая линия-Телеком, 2021. 408 с.
4. Фараго Л. Война умов. Анализ шпионажа и разведки / Л. Фараго. М.: Изд-во АН СССР, 1956. 304 с.
5. Fraser, L. (1957). Propaganda. Oxford: Oxford University Press.