

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ  
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
Филологический факультет  
Кафедра журналистики**

*Автор-составитель*

**В.П. Безродный**

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА И  
БЕЗОПАСНОСТЬ**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

ДОНЕЦК 2020

УДК 316.774 : 32 – 049 (075.8)  
ББК Ч 612я73 + С 562.21я73  
И 741

*Рекомендовано к изданию Ученым советом  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
(протокол №2 от 06.03.2020 г.)*

**Информационная политика и безопасность: учебное пособие** / автор-составитель Безродный В.П. – Донецк: ДонНУ, 2020. - 175 с.

***Рецензенты:***

Ю.Н. Шелухин – кандидат философских наук, зав. кафедрой гуманитарных дисциплин ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия»;

С.В. Карпий - директор творческих программ ГП «Первый Республиканский канал ДНР»

В учебном пособии изложены теоретические основы и примеры из практики формирования информационной политики и безопасности, построения информационного общества, выработки информационных стратегий, правового обеспечения информационной сферы, создания электронного правительства, ведения информационных войн.

Учебное пособие предназначено для студентов журналистских направлений подготовки образовательных организаций высшего профессионального образования. Оно представляет интерес и для практических специалистов, работающих в сфере медиа: в редакциях печатных изданий, телерадиокомпаний, интернет-изданий, рекламных и ПР-службах частной и государственной форм собственности.

УДК 316.774 : 32 – 049 (075.8)  
ББК Ч 612я73 + С 562.21я73

© Безродный В.П., 2020  
© ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет», 2020

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА: ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ.....	6
1.1. Информационная политика на современном этапе.....	6
1.2. Информационное общество и открытость власти.....	10
1.3. Телевидение в системе социальных коммуникаций общества.....	12
ГЛАВА 2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ.....	14
2.1. Мышление информацией. Фреймы.....	14
2.2. Информационные стратегии в различных сферах жизнедеятельности.....	18
2.3. Основные проявления стратегий. Стратегия как структурирование будущего.....	23
2.4. Стратегия как нетактика.....	30
2.5. Стратегия как методология работы с неизвестным.....	34
2.6. Стратегические вызовы.....	44
2.7. Стратегические последствия развития информационных технологий для военного дела.....	48
Сетевая война (Дж Арквилла и Д Ронфельдт).....	48
Сетево-центристская война (А Цебровская).....	50
Война, основанная на энтропии (М Херман).....	53
ГЛАВА 3. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН.....	54
3.1. Общие аспекты зарубежного опыта регулирования информационной сферы.....	54
3.2. Информационная политика Организации Объединенных Наций.....	56
Окинавская хартия глобального информационного общества.....	57
3.3. Американский опыт развития национальной информационной инфраструктуры.....	60
3.4. Канадский опыт построения информационной магистрали.....	62
3.5. Информационная политика Европейского Союза относительно построения информационного общества.....	65
Форум для обсуждения общих проблем построения информационного общества.....	66
3.6. Информационная политика Российской Федерации.....	68
ГЛАВА 4. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЫ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН.....	80

4.1. Правовая среда деятельности средств массовой информации.....	80
4.2. Доступ к информации (документов) и его структурные аспекты.....	83
4.3. Регулирование концентрации средств массовой информации.....	89
4.4. Законодательство о диффамации.....	93
4.5. Основные проблемы правового регулирования сети Интернет.....	98
Опыт США.....	100
Европейский союз.....	103
ГЛАВА 5. ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ И ПРИОРИТЕТЫ.....	105
5.1. Сущность электронного правительства, методы и принципы его организации.....	105
5.2. Опыт создания электронного правительства в США.....	109
5.3. Е-правительство как составляющая программы "е-Европа".....	111
5.4. Препятствия на пути к электронному правительству (проблемы цифрового неравенства).....	116
ГЛАВА 6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ.....	118
6.1. Понятие информационной войны.....	118
6.2. Информационные войны / психологические операции и национальная безопасность.....	122
Асимметричное информационное воздействие.....	124
6.3. Пропагандистские действия в XX веке.....	129
6.4. Коммуникативные составляющие психологической / информационной операции.....	137
Факторы повышения эффективности информационной операции.....	141
Особенности радиопропаганды как асимметричного информационного действия.....	148
Методы реструктуризации коммуникативного пространства.....	151
6.5. Информационные войны в структуре современных цивилизаций....	156
6.6. Информационная асимметрия в формировании информационного пространства.....	163
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	173

## ВВЕДЕНИЕ

В современном обществе информация стала движущей силой общества. Сегодня большинство стран по-другому относятся к информации, нежели ранее, понимая, что любое дипломатическое, экономическое, военное действие обязательно должно иметь информационные и психологические последствия.

Первые варианты массового общества, которые сложились в США, ряде стран Европы, характеризовались усилением роли информации в развитии человеческой цивилизации. Эти две составляющие - массовость и новая роль информации в структуре цивилизации - сформировали возможности для военного применения информационных и коммуникационных технологий. Ведь сегодня вывод из строя какого-то компьютера или информационной системы может привести к приостановлению функционирования одной из конкретных сфер общества.

Открытие таких каналов массовой коммуникации, как радио, кино, телевидение, которое произошло в XX в, качественно изменило технологии влияния. Эти каналы характеризуются тем, что построены не только на информации, но и на выработке развлечения, поэтому их влияние на население необычайно высоко.

Нынешний XXI век характеризуется все возрастающим влиянием интернета и информационно-коммуникативных технологий на все человечество. Новые технологии вторгаются во все сферы жизни человека и кардинально меняют представление о них. Роль информации в обществе не просто усиливается, она становится доминирующей, всеобъемлющей и формирует совершенно новые отношения между людьми, между человеком и обществом, между разными слоями общества, между странами. Состояние информационного пространства определяет состояние экономики и науки, общественных и социальных отношений, культуры и морали, формирует повестку дня общества, стиль поведения и потребления.

**Информационная политика анализирует организацию информационного пространства, типы потребления информационного продукта на определенной территории, информационные предпочтения населения.** Ее также интересует использование информационных ресурсов для различных общественных целей.

Информационная политика может помогать в решении экономических, социальных, военных задач, поскольку современные общества в значительной мере построены на своей информационной составляющей.

# Глава 1. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА: ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ

## 1.1. Информационная политика на современном этапе

В настоящее время существуют две основные концепции исторического развития человеческого общества. Одна из них - **марксистская**. В ней выделено в качестве стадий развития человечества согласно одним представлениям пять, согласно другим - шесть общественно-экономических формаций (первобытная, азиатская, античная, феодальная, капиталистическая и коммунистическая). Именно эту концепцию имеют в виду, когда говорят о формационном подходе к истории.

Другую принято именовать концепцией **постиндустриального общества** (Д. Белл, О. Тоффлер, А. Турен, Г. Кан, З. Бжезинский и др.). Ее сторонники выделяют в истории человечества три стадии: традиционного (аграрного) общества, индустриального (промышленного) общества и постиндустриального (сверхиндустриального, сервисного, информационного, технотронного и т.п.) общества.

Рычагами воздействия (производительными силами, главными составляющими) на каждом из этих этапов являются принципиально различные элементы. На первом - земля, на втором - машины, на третьем – информация. В информационном обществе наибольшее количество людей занято обработкой и порождением информации. Сегодня человечество вошло именно в информационную цивилизацию.

Кстати, военные теоретики именно по этим составляющим и классифицируют типы возможных войн. Война аграрного общества велась, в первую очередь, за захват земли, индустриального - за машины. Война в информационном обществе направлена на захват информационного пространства. При этом война в индустриальном обществе не исключает цели по захвату земли (территории), а война в информационном обществе может иметь целью и захват земли, и захват машин и механизмов (индустриально развитых регионов). Но важнейшим элементом, важнейшим условием для победы является захват информационного пространства, захват информации.

Будущую войну военные видят в новом ракурсе. Она уже не будет просто информационной, война 2025 рассматривается как война знаний. Поскольку знания дают возможность принимать решения, неправильные знания дадут неправильные решения.

Противник будет всегда принимать неверные решения, если он будет базироваться на ложных знаниях. Одним из подвидов этого направления называется "управлением восприятием": мы не меняем объекты, поскольку во многих случаях это невозможно, а изменяем восприятие их и в нашей обычной

жизни, например, такой канал, как телевидение, тоже все время меняет наше восприятие фигур и событий.

**Информационная политика определяет законы функционирования информационной сферы.** Когда эффективно работает система СМИ общества, это позволяет быстро выращивать новую элиту, активно обсуждать новые проекты, содействовать прозрачности власти, приближать ее действия к населению. Законом взаимодействия власти и населения является адекватное функционирование коммуникации между властью и населением. Не только население должно слышать власть, но и власть должна прислушиваться к мнению и слову своего населения.

**Информационная безопасность заключается в анализе угроз, которые могут возникнуть в информационной сфере, и создании условий для предотвращения их возникновения.** В первую очередь это касается различных технических аспектов передачи и обработки информации.

Последние годы продемонстрировали четкую зависимость процессов стабилизации / дестабилизации современных государств от того или иного функционирования их информационных инфраструктур.

Так, в странах Ближнего Востока в результате определенных информационных атак начались волнения, переросшие в столкновения и даже гражданские войны. Эти события известны под общим названием «арабская весна». В ряде стран они привели к замене правящего режима (Тунис), в ряде – к кровавой расправе над руководителем государства (Ливия). В Египте прошли выборы, сменившие правящий режим, но вслед за ними состоялась новая замена правящего режима.

Украина оказалась в эпицентре мировой политики также в результате серьезных информационных атак, приведших к дестабилизации в стране, а затем, в феврале 2014 года к свержению законно избранного президента. Эта информационная война продолжается, и она фактически переросла в гражданскую.

В августе 2020 года предприняты попытки дестабилизации ситуации в Белоруссии, поводом для чего послужило проведение выборов президента, на которых победил Александр Лукашенко. Используя определенное недовольство части населения его длительным пребыванием у власти была предпринята информационная атака на население Республики Беларусь с целью замены Лукашенко неконституционным путем на прозападного ставленника.

Приведенные примеры свидетельствуют, что на сегодняшний день появился новый тип инструментария, к которому оказались не готовы современные государства. Этот инструментальный базируется на информационном давлении на настроения масс в той или иной стране, направленном на дестабилизацию общественно-политической ситуации и

замену руководства страны, которое не устраивает заказчиков такого информационного давления. При этом замена может происходить как путем проведения выборов для ее легитимизации. А если не получается вариант с выборами, то вполне подходит и вариант переворота, произошедшего под «влиянием возмущенных народных масс». Поводом для такого возмущения становится, а вернее, делается коррупция, недемократичность режима, подавление выступления народных масс, фальсификация выборов и т.д.

Следует отметить, что ведущие западные государства, в частности США, активно поощряя такого рода события под личиной борьбы за демократию, сами делают все возможное, чтобы противодействовать такого рода угрозам в собственных государствах. Они считают, что им следует бояться исключительно асимметричной информационной угрозы, и они вкладывают большие средства в обеспечение своей стабильности против таких угроз. В частности, США отказались подписывать международные договоры в сфере информационных войн, они готовы лишь сотрудничать против информационного терроризма.

Важнейшим инструментом борьбы с такого рода информационными угрозами является наличие развитой информационной инфраструктуры в государстве. **Эффективная информационная инфраструктура является залогом развития любого государства**, поскольку:

- 1) позволяет резко сократить время на выдвижение и обсуждение новых идей, проектов, людей;
- 2) позволяет разрабатывать наиболее эффективную отрасль экономики - экономику информации, экономику по производству новых знаний;
- 3) направляет страну на оптимальный путь развития.

Можно отметить, что эффективная информационная инфраструктура способна помочь государству в решении многих политических, экономических, дипломатических, военных задач, причем намного более дешевым вариантом реализации.

Принципиальные изменения не позволяют использовать сегодня старые модели управления информационным пространством.

Среди важнейших **характеристик информационного общества** следует отметить следующее:

1. Катастрофический рост информационных потоков, что делает процесс контроля почти невозможным.
2. Появление таких новых видов коммуникаций, как Интернет, сочетающие в себе одновременно индивидуальные и массовые характеристики, в то время как все процессы контроля ориентированы или на индивидуальные, или на массовые коммуникации.
3. Демократизация общества не позволяет вообще применять старые системы контроля.



4. Бюрократические системы контроля (вроде министерств или ведомств, а именно только их способно породить государство) могут отслеживать только стабильные показатели (например, язык газеты или канала), они не способны реагировать на меняющиеся, динамические показатели.

**Задачей государства в этом плане становится не распространение одной и той же информации по всей стране, а обеспечение распространения разнообразной информации, альтернативных мнений, но с подачей мощной государственной мысли.** Администрация США уже давно пытается предоставить общественности свой продукт, который оказывается более интеллектуально удачным и насыщенным. Делают это многочисленные высококвалифицированные сотрудники служб коммуникации Белого дома. И они практически всегда выигрывают у своих оппонентов, поскольку занимаются именно стратегическими коммуникациями, а не тактическими, к которым относится работа прессы.

Почему сегодня большое внимание уделяется информационному пространству? Информационное пространство используется как инструмент для решения социальных, политических, экономических или военных задач. Следует сразу признать, что с давних времен к нему привлекается внимание политиков и военных. Но от случайного использования этого инструментария в прошлом мир перешел к его системному применению. К тому же глобализация сделала роль информации еще более важной. Сегодняшняя экономика, политика, туризм полностью зависят от внешних факторов. Информационный статус государства, его представления в мировом информационном пространстве является частью его политического или экономического веса в мире. Нет государства, статус которых в информационной плоскости существенно отличался бы от статуса в других плоскостях. Но это не является случайным процессом, сильное государство занимается своими имиджевыми процессами на уровне с другими.

**Исследователи международных отношений сейчас выделяют четвертое измерение отношений - информационное, констатируя его равенство с такими известными измерениями, как дипломатическое, экономическое и военное.** Речь идет уже не просто об информационной цивилизации, в которую вступили развитые государства, а о постинформационной. Последние события в мире ярко демонстрируют важность такого составляющего государства, как информационное. В случае вооруженных конфликтов возникает потребность в легитимизации применения силы, в изменениях отношения к ценностям, оценок одной культуры другой.

Терроризм как феномен вообще довольно тесно связан с использованием масс-медиа.

**Сильным каналом коммуникации с точки зрения возможностей по воздействию на массовое сознание стало телевидение.** Несколько десятков лет назад это было радио. Сейчас наряду с телевидением таким каналом становится Интернет. Итак, доминирующий канал в обществе все время меняется. Интернет постепенно предоставляет все больше возможностей для "демассификации" (термин Е. Тоффлера) социальных коммуникаций, поскольку на отказе от СМИ - там каждый сам управляет тем, что хочет прочитать.

Все страны защищают себя и свой имидж, вкладывая в это серьезные финансовые, материальные, информационные ресурсы, строят собственный имидж за конкретными приоритетами. Многие страны, например, вкладывают средства в информационную поддержку развития туризма и привлечения в свои страны иностранных студентов. Есть также процессы интенсивного создания негативного имиджа страны извне, когда такие политические задачи возникают. Можно вспомнить перестройку, когда системный подход, инициированный извне, привел к изменению социального строя в Советском Союзе и его распаду. Имея в арсенале возможностей такие процессы, а сегодня они могут быть намного облегчены в связи с существованием Интернета, следует иметь и варианты противодействия, поскольку ни одна эффективная технология никогда не пойдет "в отставку", пока она остается эффективной. Напротив, подобные технологии с каждым годом становятся все более изощренными.

**Когда-то один из американских президентов сказал, что доллар, вложенный в пропаганду, дает больше, чем десять, вложенных в вооружение, поскольку он работает сразу и реально, а те десять будут находиться в ожидании.**

Надо заниматься информационной стороной любого действия, которое будет иметь результативность исключительно тогда, когда будет иметь не только информационное освещение, но и информационную подготовку, активно осуществляется до того, как наступит само действие, и информационную поддержку в виде внимания к событию после ее окончания. Никогда не бывает поздно.

## **1.2. Информационное общество и открытость власти**

Информационное общество предъявляет свои собственные требования к органам государственной власти и местного самоуправления. Происходит смена вариантов функционирования: от административно-командной, когда роль общественности минимизирована, к демократическому, когда роль

общественности является важнейшей за всю историю существования человечества. И сегодня мы видим, что именно такой вариант является более интересным экономически, поскольку создает больше возможностей для развития страны.

Информационное общество позволяет удовлетворять новые типы требований, возникающих сегодня и которые будут возникать завтра. Можно перечислить такие признаки, по которым этот новый мир отличается от привычного:

- большая динамика развития, которую нельзя сравнить, например, с аграрным обществом, когда годы не было никаких новых событий;

- выработка более существенных адаптивных возможностей у человека, поскольку он чаще попадает в неожиданные ситуации;

- большая открытость к инновационным технологиям. Главной своей чертой обществ прошлого, наоборот, была закрытость к информации из других обществ. Они делали это, поднимая себя на недосягаемый для других уровень. Представители других обществ не рассматривались как равные.

**Демократия делает ежедневным процессом отстаивание собственных прав гражданами.** Демократические правительства так же, как и недемократические, стараются спрятать невыгодную для них информацию, что ярко демонстрирует вся история прошлого столетия. Естественная реакция становится национальной реакцией исключительно благодаря оптимальному функционированию СМИ. Замалчивание негатива может привести, наоборот, к политическому кризису.

**Аксиома открытости власти является единственным ответом на новые возможности информационных технологий управления массовым сознанием со стороны власти.** Эта антитеза манипулированию защищает население от возможных негативных последствий. Концентрация власти тормозится благодаря прозрачности и открытости его действий. Это становится одним из вариантов контроля со стороны общественности, то есть происходит перераспределение власти, хотя бы и на информационном уровне.

Развитие связей с общественностью демонстрирует эксплуатацию именно обратной связи от населения к власти, когда власть становится принципиально зависимой от интересов населения. В этом же направлении работает и идея электронного правительства как вариант открытости, но уже в Интернет-пространстве.

Новая роль политтехнологов - это тоже проявление новых типов функционирования власти и населения в информационном обществе. Политтехнолог "адаптирует" политика к власти, когда в прошлом, напротив, население должно было "адаптироваться" к собственному монарху.

Это связано, среди прочего, и с тем, что только небольшой процент избирателей имеет непосредственный контакт с представителем той или иной

партии. Все остальные должны ориентироваться на информацию, которая порождается СМИ. Решение избирателя таково, что сделано только на основании информационного контекста.

**Информационное общество является открытым обществом, где есть возможность отстаивать свои взгляды не только для большинства, к чему мы больше привыкли, но и для меньшинства.** Поэтому происходит существенное усложнение управленческих механизмов, которые должны работать не только с гомогенным материалом, но и гетерогенным. В прошлом все виды пропагандистских войн, включая "холодную войну", работали на то, чтобы максимально сегментировать единое общество, в результате дестабилизируя его как систему. Кстати, прозрачность власти создает гораздо меньше возможности для применения подобных технологий в будущем.

### **1.3. Телевидение и интернет в системе социальных коммуникаций общества**

Телевизионный канал как доминирующий на определенном этапе "воспитал" новое поколение людей, структура мышления которых задается именно им. Для кого-то телевидение - бизнес, для кого-то просто развлечение, для кого-то - тяжелый труд. Но все это не исключает и понимание телевидения как инструментария для решения политических, социальных или даже военных задач, как это происходит во всем мире. Телевидение оказалось сильнейшим по своим функциям и последствиям, чем просто быть информационно-развлекательной машиной.

**Телевидение сегодня вышло на такие рубежи, когда событие не является событием, если оно не получило продолжения на телевизионном экране в виде того или иного варианта своего освещения.** Типичной реакцией всех тех, кто проводит форумы или съезды, является подсчет камер, сколько их в зале. Каждая политическая фигура пытается привлечь к себе внимание, поскольку публичность становится нормой нашей жизни. Эта публичность на сегодня находит свое главное выражение в телевидении.

**Телевизионная реальность влияет на истинную реальность, а не наоборот.** Вообще здесь можно увидеть продолжение идеи о том, какой военные видят будущую войну как войну знаний. Поскольку знания дают возможность принимать решения, неправильные знания дадут неправильные решения. Противник будет всегда принимать неверные решения, если он будет базироваться не на тех знаниях. Одно из подразделений этого направления называется "управлением восприятием": **мы не меняем объекты, поскольку во многих случаях это невозможно, а изменяем восприятие их.** Телевидение тоже все время меняет наше восприятие фигур и события.

Мы видим, что телевизионный вариант реальности весит не менее, а иногда даже больше, чем настоящая реальность. Это связано с изменением общества, в которое вступило человечество. В этом новом демократическом обществе иную роль играет не только информационная составляющая, но и отдельный человек. Власти необходимо находить поддержку своим действиям в обществе, она не может все решать единолично. Поэтому реализуется апелляция к массовому сознанию.

В случае военных действий все время нужно легитимизировать применение силы. Без этого современное общество отказывается жить.

Итак, первый вывод заключается в том, что **телевидение создает события**. В нормальной ситуации на это можно смотреть спокойно, но в кризисной все меняется. Потому происходит серьезное ускорение порождения событий и реагирования на них.

Второе, мир пришел к пониманию того, что **сегодня гораздо больше стали весить нематериальные объекты**. Это религиозная или политическая идентификация. Это общественная мифология, которую иногда называют национальной идеей. Весь мир научился хорошо работать с материальными объектами, с тоннами или километрами, но он, и особенно это касается бюрократических учреждений государства, не умеет работать с объектами более тонкой природы. А религиозная идентификация заставляет людей идти на теракты, национальная идентичность делает независимость. Политическая идентификация работает на выборах. Все это тонкие с точки зрения материального мира структуры.

Но никто не обращает внимания, что **именно телевидение способно материализовать именно эти нематериальные объекты**. Американская мифология практически создана кинематографом. Это постоянная фиксация и поддержка нужного варианта картины мира, что в результате дает положительные установки.

М. Маклюэн считал, что письменность принципиально изменила мышление человека. Затем такая же ситуация произошла с телевидением. Сегодня нас на новый тип мышления испытывает Интернет. Интернет является не пассивным, а активным средством коммуникации, поскольку люди сами могли искать информацию, а не ожидать перед экранами телевидения, что им предложат.

Хотелось, чтобы телевидение учитывало этот новый тип человека и в своих форматах. Итак, перед нами гораздо более сложный тип функционирования телевидения, чем просто информационно-развлекательный канал. Решая тактические задачи, оставляя стратегические на далекое будущее, может так случиться, что этого будущего может просто не быть, если на стратегические задачи не будет обращено внимание.

## Глава 2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ

### 2.1. Мышление информацией

**Как геополитика - это мышление пространством, так и информационная политика должна стать мышлением информацией.** Есть более мощные и менее сильные "машины" для порождения информации, они привязаны в том числе и к некоторым странам, и это позволяет более адекватно готовить почву для будущих действий, поскольку важным правилом настоящего стало следующее: **ни одно действие не имеет смысла без соответствующей информационной ПОДГОТОВКИ.** Мы видим это со времени подготовки к войне в Ираке, с начала конфронтации, развернувшейся в Украине.

Информация сегодня является существенным элементом не только производственной сферы, но и сфер экономической, военной, дипломатической, политической, социальной. Увеличивается количество людей, занятых обработкой и распространением информации. Возросло количество задач, которые человечество способно решать именно благодаря адекватному функционированию информационной сферы.

Как человечество перешло к этому новому типу мышления? Сегодня выигрывают те страны, которые имеют возможность входить открыто в любые информационные потоки, поскольку именно это обеспечивает их ускоренное функционирование. Система контроля заменена системой открытости. В мире выигрывают те страны, которые могут влиять на формирование новостей, то есть сами создают нужные виды информации.

Пример. США, Великобритания, Франция, другие европейские страны имеют мощные международные СМИ, информагентства (CNN, BBC, France Press), которые формируют повестку дня и распространяют ее по всему мировому информационному пространству. Но стоило России добиться мало-мальски значимых успехов в этом деле, создав Russia Today, Агентство Sputnik, которые стали производить качественный информационный продукт, дающий возможность западному обществу знакомиться с иной точкой зрения, как посыпались упреки в самых разных грехах – вмешательство в выборы, создание фейков, агрессивная пропаганда и т.д. Это свидетельствует о том, насколько важно для западного мира доминировать в информационном пространстве.

**Что дает нам информационное пространство? Оно дает возможность динамичного развития, поскольку упрощает процессы апробации нового. Это его динамическая функция.** Таким образом, динамическая составляющая информационного пространства дает нам возможность в ускоренном режиме выходить на новых людей, новых лидеров.

В то же время его консервативная составляющая, точнее объединительная составляющая, дает возможность создавать собственную идентичность, формировать собственную модель мира. Без этого тоже не может существовать любое общество.

Информационная цивилизация строит всю свою деятельность на информационных технологиях, организованных в информационной сети и которые сплачиваются вокруг обработки информации.

Однако информационное общество становится не только сильнее, но и уязвимее, потому что возникает серьезная информационная зависимость. Аль-Каида использовала именно эти возможности информационного общества, поскольку ее члены не были связаны территориально, они были объединены благодаря современным информационным технологиям. В результате неправительственный актор может быть равен правительственным вооруженным силам, что и случилось 11 сентября 2001 г.

Дж. Арквилла, как один из современных теоретиков информационных технологий, в случае Аль-Каиды подчеркивал, что поскольку это сетевая структура, влияние на ее членов можно будет осуществлять только тогда, когда удастся контролировать нарратив, функционирующий в этой среде, поскольку именно он формирует состав и структуру ее членов, определяющих ее модель мира. Отсюда требование Арквиллы видеть в информации две стороны. С одной стороны, информация как трансляция (привычный взгляд). С другой - информация как организатор системы или структуры (совершенно новый взгляд).

Развитие человечества постепенно вывело на первое место информацию и знания, оттеснив землю и промышленность как доминантные составляющие. Поэтому сегодня в военной сфере происходит переход от понятия информационная война к понятию война знаний. С чем это связано? Трансформация начиналась с изменения системы знаний.

#### Примеры.

1917 г. дал максимуму "Грабь награбленное", "Мир - хижинам, война - дворцам", и эти понятия стали доминирующими.

В 1985-1991 гг. в Советском Союзе стреляли не только по штабах, но и по всей символике советского общества (Ленин, Партия, Комсомол). И это завершилось тем, что мощное государство было разрушено, но общество не встало на его защиту. И только со временем многие жители Советского Союза поняли, что они потеряли.

2004 г. дал Украине идею сделать ее анти-Россией. Но с первого захода это не получилось. В 2014 г. эта идея получила дальнейшее развитие. Начался разрыв экономических культурных, политических связей Украины с Россией. Идея декоммунизации направлена, прежде всего, на уничтожение каких-либо

связующих нитей между Россией и Украиной, успешно существовавших в едином государстве – СССР.

**Изменение принятых в обществе знаний может позволить внести коренные изменения - изменить социальную систему, геополитическое позиционирование.**

Поэтому возникает проблема: как повлиять на принятие решений оппонента/врага и как защитить собственную систему принятия решений от подобного воздействия. Кстати, это сегодня отдельный научный участок, где строятся сети воздействия (influence net), или дерево воздействия (influence tree).

Что влияет на наше индивидуальное принятие решения?

**На массовое сознание лучше влияет массовая культура.** Возьмем для примера кино. В тридцатые годы и Советский Союз, и США сформировали свою систему героев. В США это были Супермен и Бэтмен. У них есть две-три существенные характеристики. Это мускульная сила выше обычного человека, это ограничение сексуальных контактов (герои всегда остаются в одиночестве), это попытка наказать зло.

Советская героиня тоже строилась однотипно, можно даже считать, что героиня в чем-то повторяет аксиоматику христианских святых. Герой всегда побеждает телесное. Зоя Космодемьянская или Гастелло отдают свою жизнь, П. Морозов побеждает свое биологическое ради победы социального. Если герой фильма "Один дома" защищает свой дом, то советской героиней защищал общественный дом.

Кстати, лучше влияет mix (сочетание), объединяющее реальное и нереальное (информационное и виртуальное). Такие объекты могут создаваться из материальных объектов с различной символической нагрузкой. Например, во время войны в Афганистане американские самолеты могли сбрасывать и бомбы, и продуктовые наборы.

Американские военные как когда-то во Вьетнаме, так и в Ираке или Гаити имели программу, которая называется Программа комбинированных действий, согласно которой они должны помогать местным жителям (давать питьевую воду, уют и пр.). Все это создает феномен когнитивного диссонанса, когда нам трудно в голове объединить противоположные интерпретации.

Использование новых технологий открывает принципиально новые возможности, последствия которых мы сегодня еще только начинаем чувствовать. Любая технологическая новация обязательно должна иметь социальные или политические последствия.

**В обществе возникает целый ряд профессий, которые связаны с информационным пространством.**

Перечислим некоторые из них:

- журналист,



- специалист по связям с общественностью,
- политтехнолог,
- специалист по рекламе,
- специалист по информационным/ психологическим войнам,
- специалист по переговорам,
- пропагандист.

Специалистов по связям с общественностью сейчас больше, чем журналистов. Если добавить сюда не только создающих информацию, но и тех, кто ее анализирует, то можно вспомнить еще такие участки, как создание психологических портретов в системе политической психологии, а также специалистов по анализу фреймов в системе когнитивной психологии.

В общем для всех этих профессий действует такое правило: лучше срабатывает чувство, когда решение человек принимает сам, а не кто-то заставляет его это сделать.

Для человека наиболее важны три измерения: реальный, информационный и когнитивный. Их следует изображать как треугольник, поскольку они влияют друг на друга. Задача любого влияния перейти именно в когнитивное пространство, используя для этого или информационный, или даже реальный. Когнитивное пространство имеет меньшую динамику, чем пространство информационное, поэтому вносить изменения в него гораздо труднее. Журналистика едва ли не единственная профессия среди упомянутых, которая работает на отрезке от реальности к информации, ведь все другие профессии пытаются, воздействуя на информационное или когнитивное пространства, получить результаты в реальном пространстве.

Вообще можно сказать, что на сегодня мы имеем технологии, способные переносить изменения из информационного уровня на военный, дипломатический, социальный, политический. Например, что такое выборы? Это действия в информационном пространстве, которые способны дать результат в пространстве политическом.

### **Фреймы**

**Фреймы - это готовые интерпретационные структуры, которые дают нам структуру мира вокруг нас.** Фреймы интересны еще тем, что при столкновении факта и фрейма победа остается за фреймом. Мы можем сказать, что это случайность, это неправда, предпочитая интерпретационные схемы, которые были введены.

Фреймы используют журналисты, рассказывая о тех или иных событиях.

Следует добавить, что мы постепенно переходим в новый тип цивилизации - виртуальный, ведь мы все больше времени проводим в виртуальных мирах. Если в дальнейшем информационной мир перейдет в цивилизацию виртуальную, военные будут захватывать не знания или

информацию, а именно виртуальное пространство, поскольку именно в нем решается, кто прав, а кто виноват. Например, уже сегодня США пытаются работать с виртуальным пространством исламского мира. Среди таких приемов предлагается предоставить больше возможности выхода на массовую аудиторию модернистам против фундаменталистов или традиционалистов, что позволит ввести в исламский мир принципиально новые идеи и новых людей. Это тоже вариант информационной интервенции в традиционный вариант мира, который, как правило, являются очень замкнутым.

Новое информационное общество постепенно захватывает все большее количество стран. Использование его преимуществ дает возможность как малым, так и крупным странам быть конкурентными в современном мире.

## **2.2. Информационные стратегии в различных сферах жизнедеятельности**

Информационные стратегии действуют по единому принципу: **они направлены на создание соответствующего виртуального мира, который позволяет на следующем шаге, опираясь на него, вносить изменения в реальность.** То есть перед нами происходит смена информационной реальности, по которой идет смена виртуальной реальности, для того, чтобы в результате изменить настоящую (физическую) реальность.

Массовое сознание видит в реальности те аспекты, которые акцентируются в информационных потоках. Отсюда вытекает понятие информационной повестки дня (agenda setting), которое возникло в США в процессе управления общественным мнением. Поскольку **массовое сознание реально реагирует только на первые по важности типы сообщений**, то надо создавать такие типы сообщений, которые будут занимать именно эти первые места. Это как конкуренция сообщений, а не авторитарный запрет на одни сообщения и выталкивание на первые места других.

Информационное пространство более динамично, одновременно физическое (реальное) пространство или когнитивное или виртуальное являются более консервативными. Изменения в них происходят очень сложно. Таким образом, **именно информационное пространство позволяет более быстро проверять новых людей, новые идеи и новые проекты.** Это также более дешевый вариант "экспертизы", поскольку изменения в информационном пространстве стоят гораздо меньше. Но каждое существенное изменение в реальном пространстве, которое планируется, требует соответствующей информационной подготовки.

Примеры именно такого использования информационной реальности мы можем найти во многих случаях. Например, в избирательных технологиях, когда создается соответствующий имидж кандидата, мотивирующего

избирателя проголосовать именно за него. Сам виртуальный объект - имидж - и является одной из главных составляющих принятия судьбоносного решения. При выборе Никсона политтехнологи заговорили о том, что имидж должен быть таким, который бы вызвал почти химическую реакцию избирателей, т.е. рациональное мышление в этом не должно участвовать.

В случае кризисной ситуации в информационном пространстве происходит **спин-докторинг**, т.е. попытка развернуть информационно ситуацию таким образом, чтобы это было более выгодно для коммуникатора. Информационное пространство является мобильным и динамичным, что позволяет выстраивать в нем разнообразные ментальные конструкции, которые в итоге влияют на индивидуальное и массовое сознание.

Подготовка к вооруженному конфликту, что было довольно отчетливо видно на примере войны в Ираке, требует существенной работы с информационной и виртуальной реальностями. Главным правилом при этом становится **демонизация врага**. Саддам Хусейн уже в первую войну в Персидском заливе подавался как арабоязычный Гитлер. Основанием войны в Ираке стало наличие оружия массового уничтожения; как выяснилось потом, это была просто виртуальная реальность, поскольку никакого оружия так и не было найдено.

Точно также сейчас в Украине происходит демонизация России, президента России. Для этого используются аналогии с фашизмом (Путлер, рашизм). Отношение в Украине к России традиционно было позитивным, и изменить это не так просто, поскольку оно базируется на многочисленных родственных узах, постоянных контактах на личном, общественном и производственном уровнях. Сейчас идет тотальная информационная атака на это отношение, чтобы изменить его на негативное.

Как видим, в качестве наиболее эффективного виртуального инструментария избираются точки уязвимости массового сознания - то, на что массовое сознание может прореагировать автоматически.

Например, когда речь идет о военном преступлении, то всегда возникают рассказы о **жестокости врага по отношению к детям и женщинам**, поскольку рассказ о тех же действиях в отношении солдат не даст такого же эффекта.

Любая революция или существенное изменение общественного строя базируется на разрушении виртуального мира массового сознания. Это и революция 1917 г., когда новым правилом стало "мир - хижинам, война - дворцам". Это и перестройка, процессы гласности которой работали на разрушение советской модели мира, когда все сакральные символы той эпохи представлялись исключительно в негативном плане. В теории принятия решений зафиксировано, что **изменение знаний дает в результате принятие совсем других решений**.

Т.е. соответствующая виртуальная интервенция способна временно менять карту мира, но после этого сразу же происходит исправление ситуации, что позволяет восстановить модель мира, программируемую коммуникатором.

Мы можем **разделить стратегии на следующие типы:**

- информационные стратегии, работающих с будущим;
- информационные стратегии, работающие с современностью;
- информационные стратегии, направленные в прошлое.

Каждая из этих стратегий в свою очередь делится на **стабилизационный и дестабилизирующий варианты**. Например, информационная стратегия, которая работает с будущими ситуациями, может быть либо мобилизационной (вариант - легитимизации) или такой, что отрицает этот вариант будущего, работает против него.

Мобилизационные стратегии достаточно часто использовались в Советском Союзе. Любой новый переход (например, покорение целины) нуждался в подключении массовой и индивидуальной сознательности для выполнения новых задач. Мобилизационная стратегия позволяет соединять современную ситуацию с ситуацией будущего, когда вместо некоторых реальных объектов "подставлены" объекты виртуальные. Затем происходит постепенная замена виртуальных объектов реальными, когда они постепенно начинают появляться.

Мобилизационная стратегия времен Великой Отечественной войны позволяла концентрировать массовое сознание на победу, а также забыть о неурядицах, сопровождавших трудные времена. В такие кризисные периоды информационные стратегии столь же важны, как и стратегии военные, поскольку роль гражданского населения в достижении победы является не менее важной.

Стратегия легитимизации, как мы рассматривали выше относительно войны в Ираке, создает предпосылки для применения военной силы. Это виртуальное применение силы перед тем, как сделать это в реальности. Массовое сознание может "проигрывать" в своем воображении будущие действия, функционирующее как соответствующее разрешение на такие действия.

Достаточно часто стратегии будущего стимулируют один тип ситуации, одновременно отрицая другой. Антиалкогольная информационная кампания являлась стратегией отрицания конкретного типа будущего. Или революция 1917 г. являлась одновременно мобилизационной стратегией для изменения общественного строя и отрицательной для проявлений старого порядка.

Во всех этих случаях информационная стратегия выстраивает в массовом сознании такой тип виртуального объекта, который позволяет делать переход к будущему, поскольку она направлена на поддержку тех

элементов будущего в современности, которые являются наиболее необходимыми для такого перехода.

Когда информационная стратегия работает с объектами прошлого, она реализует либо позитивные, либо негативные задачи.

Советский Союз проводил, например, большое количество юбилейных кампаний, что было характерно для времен "застоя". Целью таких кампаний было поддержание тех аспектов прошлого, которые были важными для поддержания нужной картины мира.

В преддверии 75-летия Победы в Великой Отечественной войны, во многих европейских странах появились псевдоисторические исследования, целью которых было принизить роль Советского Союза в этой Победе. В ряде случаев, причем на уровне государств, предпринимаются попытки возложить вину за развязывание Второй мировой войны на Сталина, равно как и на Гитлера, что противоречит исторической правде.

Можно говорить и о фиксирующей стратегии, которая направлена на усиление современной картины мира определенного социума, ибо она "отрабатывает" те или иные его аксиомы. Если советская система акцентировала социальные цели человека, то американская система акцентирует индивидуальные цели, например, такую модель, где каждый может стать миллионером. Кинофильмы каждой системы создаются вокруг таких аксиом.

В этом контексте следует также упомянуть **понятие мягкой силы**, которое использует в своих исследованиях Дж. Пусть из Гарвардского университета. "Мягкая сила" в отличие от "жесткой силы" (например, применение силы) - это поощрение к выполнению какого-либо действия исключительно методами аттракции, к которым относится, в первую очередь, массовая культура. Голливуд, например, выполняет такую функцию с точки зрения распространения в мире ценностей именно американского общества. Дж. Пусть подчеркивает, что жесткая сила - это использование военных или экономических действий, мягкая же сила базируется на аттракции, а не на принуждении.

Такие информационные стратегии более долговременны. Вспомним, например, влияние Франции на общество времен Пушкина. Высший свет тогда жил по стандартам другой нации. Сегодня США имеют мощные "машины" для порождения таких виртуальных стандартов. Это кино, телевидение и другие проявления массовой культуры, которые распространяются по всему миру, где они начинают конкурировать с собственными культурами разных народов.

Информационные стратегии работают с виртуальными объектами. Не все виртуальные объекты одинаковы. Паскаль Бойер, например, говорит о соответствующих когнитивных ограничениях, из-за которых некоторые

символы могут пройти, а некоторые - не могут. Т.е. наш мозг имеет соответствующие когнитивные фильтры, поэтому некоторые символические объекты имеют большую вероятность передаваться от одного человека к другому; к таким, например, П. Бойер относит религиозную символику.

Те или иные информационные стратегии используются в пропаганде, рекламе, брендинге и публичных реляциях. В этом случае тоже вводится и поддерживается виртуальный объект, являющийся аналогом объекта реального мира (товара, фирмы, страны). Виртуальный объект позволяет проводить различные виды трансформаций, чтобы приблизиться к выполнению различных задач.

Отдельным участком являются информационные стратегии в области здравоохранения, направленные на воспитание здорового образа жизни. Это большой участок, где проводится значительное количество информационных кампаний, вкладываются большие деньги.

Важным элементом становится выработка различных информационных стратегий для различных типов целевой аудитории.

**Выделяют четыре группы аудитории по их реагированию на риск.**

- Первая группа включает тех, кто вообще не боится, например, СПИДа, они не относятся к группе риска, им не нужно внимание со стороны планировщиков информационной кампании.

- Вторая группа - это "паникеры". Они тоже не относятся к группе риска, но преувеличивают собственную уязвимость. Эта группа должна получать информационные сообщения, которые смогут скорректировать их неадекватные стили поведения.

- Третья группа - "отказники" - существенно занижают реальные риски. Здесь информационная стратегия должна увеличить их чувство уязвимости.

- Последняя группа - "игроки" - признают риски, но являются активными в предотвращении рисков. Информационная стратегия в этом случае должна научить их выбирать менее рискованные модели поведения.

Новым вариантом информационных стратегий стало создание и содержание в массовом сознании фреймов, под которыми понимают стандартизированные интерпретации, вводимые в сознание человека. Таким фреймом для войны в Ираке стало представление ее как войны с терроризмом.

В целом, информационные стратегии являются элементами более широких стратегий, разрабатываемых человечеством, поскольку любая информационная стратегия все равно пытается трансформировать не только информационную, но и подлинную реальность.

### **2.3. Основные проявления стратегий**

Для понимания вариантов информационных стратегий нам следует разобраться с понятием стратегии вообще. Стратегическое видение является особым искусством. С одной стороны, это позволяет включать в процессы стратегирования ограниченный круг экспертов, поскольку стратегия характеризуется как междисциплинарность, так и системным характером, что определяет ее как особый вид аналитики.

#### **Стратегия как структурирование будущего**

Недооценка стратегии характерна для всех стран без исключения. Ведь даже в США в свое время в докладе Д. Рамсфельда о ракетной угрозе со стороны СССР констатировалось, что все ресурсы разведки работают на поддержку ближайших целей. Между тем реальное предупреждение угроз требует работы на уровне долгосрочных целей. Это был 1998 год, но с тех пор именно стратегическая работа существенно не улучшилась, хотя, несомненно, достигла нового уровня. Если это произошло в США, то рано или поздно и другие игроки стратегического пространства поняли необходимость усиления внимания к стратегическому мышлению как в бизнесе, так и в государственном управлении.

Решение проблемы возможно только тогда, когда оно будет рассматриваться в более широком контексте. Некоторый метауровень позволяет совместить не только краткосрочные, но и долгосрочные варианты контекстов. Но прогноз на 10-15-25 лет вперед требует изменения самого формата мышления, а к этому мы часто не готовы. Форма мышления, в рамках которой мы движемся, не позволяет (вполне возможно) адекватно осуществлять такие операции. Нужно воспитывать, производить новый тип мышления, новое форматирование его процессов. Наше мышление очень хорошо ориентировано в прошлое, и очень плохо - в будущее. Однако без знания будущего, без овладения систематикой стратегического мышления уже невозможно адекватно функционировать в современном мире. Это касается как отдельного индивида, который может иметь далеко идущие цели, так и организаций, корпораций и стран. Для того, чтобы попасть "в точку" в будущем, нужно найти соответствующую "точку" в настоящем и осуществить целый ряд конкретных операций по трансформации настоящего в конкретное будущее.

Можно выделить несколько ситуаций, в которых статус стратегии наиболее важный, где ее неучет или неразработанность приводят к катастрофическим последствиям.

Это такие варианты:

1. Стратегия нужна и реализуется тогда, когда ей противостоит чужая стратегия. Стратегия 1 в этом случае выступает против стратегии 2.

*Примечание.* Возникает двойное управление ситуацией, с одной и с другой стороны, и требует стратегического вмешательства, учета реальных и возможных действий другой стороны.

2. Стратегия важна, когда возникает взаимодействие различных уровней. Например, информационный (публичный) уровень вступает во взаимодействие с уровнем политическим, который, в конце концов, требует реагирования уровня государственного.

*Примечание.* Такое межуровневое взаимодействие требует стратегических решений, поскольку управление уже нельзя удержать на одном из уровней.

3. Необходимый результат находится за пределами стандартных, природных возможностей. Необходимо осуществить переход между различными ступенями, в чем может помочь только стратегия.

*Примечание.* В таком случае необходим вариант ресурса для преодоления разрыва или видоизменение сопротивления среды, что также можно рассматривать как ресурсное.

Главным аргументом в пользу стратегии как в бизнесе, так и в политике, а также в военном деле должна стать аксиома: при столкновении стратегии игрока А против тактики игрока Б всегда побеждает стратегия. При этом каждый отдельный "сот" имеет присущий ему уровень (горизонт) видения будущего. Здесь снова действует аксиома: побеждает тот, чья стратегия носит более долгосрочный характер. Китайцы не зря говорят, что можно сидеть у реки и ждать, когда она пронесет труп вашего врага. Это и есть столкновение стратегий различного уровня продолжительности.

К. Грей, один из ведущих западных специалистов по теории стратегии, видит трудности работы в области стратегии в таких факторах:

- суть стратегии, поскольку стратегия должна содержаться во времени и применяться к любым контекстам;
- многообразие сил противодействия;
- стратегия планируется для контекстов, которые еще не были реализованы, они касаются будущего, которого нет.

Раскрывая выражение К. Клаузевица о том, что **в стратегии все просто, но это не значит, что все легко**. К. Грей формулирует пять аргументов по этому поводу:

- стратегия не является ни политикой, ни вооруженным столкновением, она - мост между ними, следовательно, ни специалисты военного дела, ни специалисты-политики не являются специалистами по стратегии;
- сложность стратегии заключается в том, что каждый ее элемент или отрасль влияют на другие составляющие; суть стратегии неизменна во



времени, но любые изменения в технологиях, обществе, политических идеях влияют на нее;

- практически невозможно учить и готовить стратегов, поскольку это эксперты в сфере использования угрозы силы или в политических целях, но не те, кто может предлагать необходимые политические силы или умеют так бороться;

- поскольку в стратегии пересекаются множество составляющих, эта сфера, в отличие от тактики, содержит в себе потенциал для большого количества ошибок;

- существенным противодействием для реализации стратегии есть желание, умение и интересы противника.

**Стратегия структурирует будущее**, таким образом осуществляя оптимальный переход к нему. Структурирование будущего может происходить, например, в когнитивной сфере, что создает такое направление, как стратегический анализ фреймов. Фреймы, введенные в индивидуальное и массовое сознание, выступают в роли фильтров, не пропуская информацию, которая им не соответствует. При столкновении фрейма и факта человек отдает предпочтение фреймовой информации, отвергая фактическую как неадекватную соответствия фреймовой информации, изменяя модель мира, создает в результате мир, удовлетворяющий ее параметрам.

Структурирование будущего может происходить в направлении событийного анализа, когда выстраивается цепочка событий, что ведет к конкретно поставленной цели. Если фреймовый анализ структурирует виртуальную действительность, то событийный анализ структурирует реальную действительность. Но реально эти подходы полезны и интересны тем, что содержат одновременно две платформы - реальную и виртуальную, что и позволяет осуществлять переход к будущему.

Это удастся делать за счет содержания будущего в настоящем различными способами. Бизнес, например, может осуществлять этот процесс с помощью стратегического планирования. Общество в целом удерживает свое будущее (как и настоящее) за счет идеологии, находится в рамках виртуального пространства.

**Стратегия создает определенные эквивалентности** (взаимозаменяемости), что позволяет двигаться к будущему в условиях недостатка определенных элементов. Например, в рамках военной стратегии возникает возможность таких компенсаций: умение против количества; внезапность против количества; отвлекающий маневр против действий другой стороны.

Стратегия начинает заменять имеющийся ресурс тем, что необходимо в данный момент, компенсируя недостаток отдельных элементов другими. Итак, стратегия выступает как своеобразный "переводчик", что позволяет

создать необходимый набор реальных и виртуальных составляющих, ведущих к нужной цели.

Активное развитие в последнее время приобрели два варианта: информационно-пропагандистское и финансовое влияние.

**Информационно-пропагандистский вариант** направлен на различные типы аудитории с разными целями. В современных условиях в общественной мысли, в первую очередь в своей и нейтральных странах, нужно создавать ощущение справедливости данной войны, нравственности применения силы. В то же время противник должен получать яркую и понятную картинку бессмысленности своих действий.

**Финансовый вариант** воздействия также не раз был апробирован:

- в Афганистане вожди племен получали взятку в 50 тысяч долларов за отказ от сопротивления, а когда они не соглашались, у их дома взрывались ракеты, а сумма взятки менялась на сорок тысяч;

- в Ираке внезапное прекращение сопротивления объяснялось подкупом генералов;

- в Грузии силовые структуры за взятку перестали поддерживать президента Б. Шеварднадзе.

Это опять взаимозаменяемость (компенсация) одних действий другими, что в случае Ирака даже было просчитано как экономичное решение, поскольку стоимость применяемых ракет была выше стоимости взятки.

Мы можем выстраивать взаимодействие со средой (активной средой, что мешает нашим действиям в виде, например, агрессивных настроенных оппонентов) по трем направлениям. Это могут быть "ошибки" среды, под которой будем понимать, конечно, нашу ошибку в виде недостаточно разработанной стратегии. В результате такой "ошибки" среды наши действия подвергаются серьезному противодействию. Одной из причин такой ошибки может быть неправильное понимание противника.

Другим вариантом взаимодействия со средой является **принципиальное изменение среды**. Условно это можно представить как строительство моста или тоннеля через недоступную для нас среду. При этом мы как бы расширяем пространство возможного, что и является одной из основных черт стратегии. Если тактика останавливается в имеющемся пространстве, то стратегия как работа с метауровнем позволяет находить для решения задач принципиально новые просторы.

В предвыборной технологии это появление типа соперника, выгодного для победы. Примерно так происходил "поединок" Б. Ельцина и Г. Зюганова. Кстати, довольно часто политическая борьба подается как борьба нового и прогрессивного со старым и отжившим. В этом плане коммунисты всегда формируются на прошлое, что в целом облегчает победную борьбу с их кандидатом. Это и стратегия маркетинга, когда новый еще товар меняется под

уже имеющийся тип товара, который необходимо продвинуть в определенном сегменте рынка. Новый товар, как правило, может еще не иметь "воспитанные" потребности в нем. Но это может быть и очень долгосрочная стратегия, что сегодня называется глобализацией. В ее рамках наибольшие выгоды получают сильные игроки, поскольку именно они создают эти правила.

Сильный игрок (например, США) вообще может задавать нестабильные стратегии, поскольку его ресурс позволяет обыгрывать всех. Другие страны тратят большую часть своего ресурса для поддержания равновесия, в то время как сильный игрок может тратить его на достижение победы.

Необходимо сказать и о третьем варианте. Кстати, он самый распространенный в области публик рилейшнз и репутационного менеджмента. Речь идет о **трансформации самого объекта** для преодоления оптимальным образом среды. В этих словах есть известная "техничность" - объект, для того, чтобы летать, должен быть одним, а которому нужно плыть под водой – другим. Среда каждый раз видоизменяет наш объект, сохраняя модуль управления, но принципиально видоизменяя его защитные свойства.

В случае "ошибки" среды на следующем этапе мы или трансформируем сам объект, являющийся частым вариантом, или трансформируем саму среду. И. Сталин, например, выбирал последний вариант, таким образом доказывая населению необходимость полного послушания.

Взаимодействие со средой, тем более такой, которая стремится противодействовать движению, создает эффект запаздывания, поскольку принятие решений все чаще начинается в ситуации, имеющей принципиально новый характер.

Какие **факторы новизны** начинают появляться и влиять на процесс принятия решений?

Внезапность. Человек, как правило, плохо действует в новых ситуациях, так тренинг персонала осуществляется именно в этом направлении, выводя людей на повторение отрепетированных заранее действий, а не на выработку решений и действий. Подготовленному игроку не страшен пресс времени, поскольку некоторые варианты у него уже готовы, отработанные в спокойной ситуации.

Противодействие. Наличие другого игрока, другой свободы, создает противодействие, является существенным фактором, который в результате усиливает динамику ситуации, развивающейся. Наличие противодействия - это норма, а не исключение. Именно это отличает реальную ситуацию от модельной.

Неопределенность. Человек всегда действует в условиях неполной неопределенности, но в определенных ситуациях основной составляющей становится именно неопределенность, что создает существенные трудности.

Человек всегда стремится наложить имеющуюся ситуацию на ей подобные, из тех, что есть в ее арсенале.

Стратегия должна строиться на преодолении этих и других факторов, имеющих противоположную направленность. Именно множественность факторов, часто противоположно направленных, является главной сложностью при выработке стратегии.

Д. Дж. Форрестер свое время довольно категорично констатировал: "Человеческий разум в высшей степени приспособлен к анализу элементарных сил и действий, составляющих систему, и очень эффективен при идентификации структуры сложной ситуации. Но опыт свидетельствует, что наш разум не приспособлен для оценки динамических последствий в тех случаях, когда части системы взаимодействуют друг с другом". Чем сложнее объект, тем хуже мы его анализируем. В таком случае может спасти интуиция, которую всегда имели выдающиеся полководцы. При этом начинают работать и противоположные действия, которые, казалось бы, не дают эффекта, но они "многоходовые" и дают результат на последующих стадиях. Именно поэтому Е. Луттвак говорил о парадоксальной логике стратегии, видя ее источник в столкновении противоположностей: "Динамическое столкновение противоположных волей является распространенным источником этой логики".

Можно привести примеры, раскрывающие "нелогичность" первого шага, зато вполне логичны на втором. В данном случае это будет работа на своего оппонента.

Усиление противника. Мы уже упоминали выборы Б. Ельцина, которому был нужен сильный соперник в лице Г. Зюганова. Подобное усиление противника происходит и в реальных войнах. Так, С. Хусейну приписывали не только жестокость, но и владение средствами массового поражения, то есть в виртуальном пространстве враг был усилен, ему было добавлено особой демонизации. Это должно способствовать тому, чтобы все признали войну справедливой.

Поддержка лозунгов оппонента. Появление в выборах Б. Ельцина А. Лебеда преследовало цель отобрать голоса у КПРФ, тем самым противник сегментировался. Подобная ситуация повторилась в России с блоком "Родина" на парламентских выборах 2003 года. Д. Моррис в свое время назвал это методом треугольника, когда президент возвышается над своими симпатиками и соперниками, получая право пользоваться идеями как одной, так и другой сторон.

Стратегия, стратегическое мышление, стратегическое управление является попыткой "прорвать" завесу, которая скрывает от нас будущее, лишает нас возможности влиять на него, формировать его в нужном направлении. Яркими здесь являются различные "прорывные" технологии,

которые могут реализовываться в бизнес-среде. При этом, хотя стратегия в определенной степени не порождается путем обучения, она дает возможность увидеть ряд принципиальных вариантов, на которых может быть построено движение. Это потенциальная стратегия, принципиально отличается от стратегии, которая будет реализовываться на самом деле.

**Сформулируем некоторые принципы такой потенциальной стратегии, которые имеют обобщенный характер.**

Стратегия расширяет поле видения. Стратегия в принципе отличается тем, что расширяет временные рамки интересов и возможностей участников. Они начинают видеть настоящее через призму будущего, дает возможность выделять в настоящем другие приоритеты.

Стратегия обращена к отрицательному контексту. Стратегия возникает, реализуется в случае необходимости решать определенные проблемы, которые не решены сегодня. Кстати, отсюда возникает многовариантность стратегии, может решить возникшие проблемы рядом возможных шагов, а не только одним определенным набором.

Наличие стратегии усиливает субъект, но это не является стопроцентным решением проблемы. Однако в любом случае субъект, имеющий стратегию, сильнее субъекта или объекта без нее.

Стратегия активизирует противодействие ей. И это понятно, поскольку активные действия всегда будут наталкиваться на такое же активное противодействие. Стратегия активизирует не только одну сторону, но и противоположную ей.

Стратегия направлена на поддержку и форматирование будущего среды. Стратегия видит возможности для исправления ситуации в будущем. Поэтому она эксплуатирует потенциал будущего в настоящем. Все кандидаты на выборах акцентируют ту или иную модель будущего. Революции пытаются опереться на свое видение будущего ("мир - хижинам, война - дворцам" в России 1917 года или "социализм с человеческим лицом" в "пражской весне").

Стратегия не только и не столько планирование, но и выполнение. Лучшие планы "разбиваются", когда переходят к реальности. Реальность сильнее любой стратегии. Поэтому продвижение в ней возможно только за счет ориентирования на имеющиеся параметры реальности.

Стратегия как высший уровень управления может компенсировать нехватку ресурсов или любой другой недостаток, поскольку оптимально распределяет имеющиеся возможности. Стратегия должна иметь возможность для адаптации.

Игроки разного уровня имеют разного типа варианты стратегических интересов. С одной стороны, это позволяет искать и находить свои ниши в систематике других. С другой, наоборот, жестко ограничивает право других на определенные варианты ресурсов.

Стратегия имеет другой горизонт пространства и времени, что возможно только для сильного игрока. Слабый игрок "похоронен" под тактическими задачами. И в принципе серьезные задачи стратегического плана могут возникать только у сильного игрока. Инструментарий и ресурсы в этом плане являются вторичными. Если нет задач, то не будет ни инструментария, ни ресурсов. Если задача есть, то под них всегда найдется и инструментарий, и ресурсы. Однако расширение горизонтов требует дополнительной ресурсной поддержки, что, в свою очередь, затормаживает постановку целей такого уровня.

Стратегический "поезд" может взять ограниченное количество участников, а машинист вообще только один. Поэтому происходит постоянная борьба за право быть таким участником.

Стратегия принципиальна и интересна только тогда, когда суммируются действие и противодействие. В противном случае нет необходимости в стратегии вообще. Так думает Е. Луттвак, говоря о бомбардировке Германии и Японии, когда их противовоздушная защита уже не работала: "Это все еще была война, но логика стратегии больше не применялась, поскольку реагирование врага, даже само его существование как сознательного, живого существа, могло не учитываться".

Стратегия направлена на определение приоритетов, поскольку ресурсная поддержка возможна только в ограниченном объеме. Определенный набор приоритетов должен обеспечить продвижение к выбранной цели, возможно потянуть за собой другие сегменты.

Стратегия интересна и эффективна для того, кто может ею воспользоваться. Она теряет смысл, если организация или страна не могут быть адекватными современному миру, что своей динамикой отвергает попытки слабых игроков воспользоваться его трендами. Только сильный игрок может полностью "оседлать". Имеется тренд «Слабый игрок может только "спрятаться" за тренд, чтобы попытаться воспользоваться его "течением"». Стратегия, бесспорно, усиливает, но усиливает только того, кто способен ее разработать и воплотить в жизнь, несмотря на серьезное сопротивление среды. Стратегия направлена именно на агрессивную среду. Ею может воспользоваться только тот, кто умеет адекватно оценить риски и действовать в направлении наименьшего сопротивления среды.

#### **2.4. Стратегия как нетактика**

**Стратегия относится к управленческой деятельности, поскольку определяет движение организации / страны / человека к стратегической цели.** Стратегический анализ определяет основных игроков и правила игры в долгосрочной перспективе. Стратегическая разведка определяет ту же сферу

приоритетов не только со своей стороны, но и со стороны противника / оппонента. Таким образом, **стратегический анализ определяет стратегические цели и средства для их достижения.** Однако сделать это можно при наличии одного важного компонента - миссии, т.е. определенной метациели, которую ставит перед собой организация / страна / человек. В результате такой проработки ситуации управленческое пространство структурируется, мы получаем четкий и понятный вариант своего движения. Определив свое движение на будущее, мы можем выстраивать его сегодня.

Миссия реализуется в рамках определенного видения будущего. Стратегия в этом плане является движением на метауровне, когда учитываются не только реальные, но и потенциальные действия, как свои, так и противника / оппонента. Образуется многоуровневая система, к которой относятся разного уровня цели, как отдаленные, так и близкие.

Эксплуатация на метауровне позволяет расширять поле возможностей, поскольку мы начинаем смотреть на ситуацию с другой точки зрения, под множественными углами. Кстати, известное выражение В. Ленина "Мы пойдем другим путем" может быть слоганом стратегии. При этом строится на пересечении двух противоположных требований: с одной стороны, мы требуем расширения поля возможностей, с другой - нас интересует сужение этого поля в реальности.

Стратегия в этом плане достаточно креативная, поскольку расширяет поле действия (как в бизнесе, так и в случае боевых действий). Срабатывает то, что раньше не было "работающим" инструментарием. Тем самым **стратегия усиливает стратегического игрока**, предоставляя в его распоряжение новый вид инструментария, которого в принципе не будет у нестратегических игроков. Поэтому стратегия часто реализуется как использование новых факторов, новых параметров, которые до этого не включались в действие. Их появление на арене противодействия обусловлено изменением общей парадигмы, характерной для качественной стратегии, что позволяет изменить существующую или навязанную противником / оппонентом конфигурацию факторов.

В политике это может быть **втягивание оппонента в невыигрышную для него сферу.** Однако благодаря созданию феномена публичности, он не может избежать ее обсуждения. Видимый эффект CNN из этого же ряда: СМИ, организуя обсуждения проблемы, оказывают соответствующее давление на политиков или военных, которые могли бы принять другое решение без пристального внимания общественного мнения.

Д. Моррис в свое время, работая с Б. Клинтон, предложил вариант **перехвата идеи противника** для того, чтобы превратить ее в свою. Именно так в ряде случаев делал Б. Клинтон. В этом случае "мое" поле расширяется за

счет использования "чужого". Кстати, Гете когда-то сказал примерно так: нет, чья это идея, важно то, кто лучше ее использовал.

Новым фактором может стать обнародование принципиально **новой информации, несущей негативные последствия для оппонента**. Например, под таким углом зрения рассмотрел кубинский кризис К. Билдер. В этом случае борьба за общественное мнение заключалась в выяснении, кто говорил правду о ракетах на Кубе. Стороны конфликта производили противоречивую информацию. В решающий момент А. Стивенсон продемонстрировал в ООН фотографии авиасъемок, что было совершенно неожиданным в плане публичной демонстрации разведывательных фотографий.

**Стратегия - это серия тактик, которые могут даже противоречить друг другу, если объединены единой стратегией. В этом случае потери на одном уровне компенсируются выигрышем на другом.**

**Стратегия, в отличие от тактики, является одновременно и управлением противником / оппонентом.** Например, сообщение ненастоящего места десантирования союзников во Второй мировой войне или США в войне в Персидском заливе. Действия противника в результате готовятся и развиваются в неправильной точке пространства-времени, куда его сознательно заманили.

**Стратегия отличается от тактики тем, что работает в рамках многомерного пространства.** В результате возникает вариант межуровневых воздействий, когда действие в пределах одного пространства дает результаты в рамках иного. Оппонент / противник даже может не чувствовать опасности, поскольку видит все в пределах одного уровня.

Можно привести примеры негативной межпространственной связи, когда **события в рамках информационного пространства влияют на общественное мнение, вызвав изменения в пространстве принятия политических и военных решений:**

- вьетнамская война завершилась, когда телевизионный показ ее сформировал определенный взгляд общественного мнения;
- США вывели свои войска из Сомали после того, как на экране был продемонстрирован труп американца, который таскали по улицам Могадишо (так называемый эффект CNN);
- первая чеченская война вызвала резкое неприятие ее общественным мнением России.

Во всех таких случаях цепочка воздействия принципиально межуровневая.

Можно привести примеры положительной межуровневой связи:

- первые выборы у Путина на фоне обострения внутренней обстановки из-за чеченского фактора;
- вторые выборы Дж. Буша на фоне антитеррористической войны.



Это влияние на политическое пространство. Подобно происходит воздействие на экономическое пространство, когда, скажем, культурная экспансия США в виде массовой культуры вызывает понятные результаты в экономической и политической сферах.

Интересно, что "холодная война" была информационной войной, но не переносилась (почти переносилась) в другие сферы. "Холодная война" велась, в первую очередь, на собственной территории: СССР и США были активны идеологически и информационно в своих границах и поскольку напряжение не выходило наружу, уровень постоянно рос. Можно сказать, что он приобретал даже карикатурные формы, если бы это не было столь опасно.

**Стратегия работает по принципу «многоходовки», тогда как тактика предлагает только один ход.** Чем сложнее ситуация, тем более сложную конструкцию следует предложить для его преодоления. Стратегическое видение рассматривает дальнейшие горизонты, поэтому в такой ситуации понятными становятся ближние цели. Тот же, кто обладает только тактикой, даже эти ближние цели видит сквозь линзы неопределенностей.

**Стратегия выдвигает приоритеты.** Например, фирма "Нокия" направляет почти половину своего бюджета на научные исследования. Определение приоритетных целей позволяет сконцентрировать ресурсы для достижения результата, что из разряда потенциальных переходит в возможность.

**Стратегия определяет риски,** поскольку разрабатывается в агрессивной среде. Развитие стратегии, работающей с противодействием, всегда находится под влиянием двух игроков. На арене постоянно ощущается присутствие оппонента. Нет и не может быть стопроцентной уверенности в достижимости стратегических целей, но к ним можно двигаться, взвесив риски и свои возможности.

**Стратегия является мультипликатором имеющихся сил,** поскольку предоставляет им благоприятный путь применения. Если в бизнесе предприниматель ищет свою нишу, где уровень конкурентного давления будет наименьшим, то военные ищут, например, благоприятные условия для нанесения удара. Стратегия дает возможность увидеть не только цель, но и рациональные пути ее достижения. Она в этом плане максимально системная, поскольку рассматривает набор "работающих" факторов, переходя к парадигме, которую раньше никто не использовал.

**Время также играет важную роль при разработке стратегии.** Хотя стратегия имеет временной ресурс в отличие от тактики, но, однако, ощущается давление сроков. Поэтому на первом месте часто оказывается тот, кто и интуитивно, а не рационально чувствует будущее движение ситуации, помогая своему объекту подстроиться под этот будущий расклад сил.

Внимание к стратегии не отменяет роли интуиции. Стратегия усиливает сильного игрока, но может ослабить слабого, поскольку у него нет достаточного ресурса для осуществления собственной стратегии. Реализация же чужой стратегии будет невыгодной и в краткосрочной, и в долгосрочной перспективе.

## 2.5. Стратегия как методология работы с неизвестным

Любой анализ ситуации, любое планирование всегда, осознано это аналитиками или нет, предполагает наличие своеобразного "черного ящика": в него попадают **ситуации, которые нельзя предвидеть сегодня**. Любое развитие планируется в условиях прогнозируемого поведения будущих объектов, а прогнозируемое поведение всегда будет отличаться от реального. Более того, всегда есть неучтенные факторы, которые в определенный момент могут включиться, приведя систему в неожиданное действие. **Неизвестное / неопределенность является главным объектом стратегии**. Этот компонент уровня нашего незнания необходимо обязательно учитывать в любых построениях и выводах. Именно в нем скрываются главные препятствия и причины ошибок. К. Грей подчеркивал, что будущее трудно предсказать и не следует верить фразам о предполагаемом будущем.

П. Дэвис приводит список крупнейших неожиданностей последних десятилетий, среди которых кубинский ракетный кризис, падение шаха Ирана, распад Советского Союза, иракское нападение в Кувейт, экономический коллапс в Восточной Азии в конце 1990-х гг., атаки террористов на Всемирный торговый центр, превращение экономики Китая в одну из ведущих в мире, появление прорывных технологий в Китае, присоединение Крыма к России, сопротивление населения Донбасса перевороту в Киеве, военное участие России в событиях в Сирии.

Как видим, эти **неожиданности могут быть как отрицательными, так и положительными событиями в качестве возможного инструментария работы с неожиданностями**. П. Дэвис предлагает использовать идею комплексных адаптивных систем, когда даже незначительное событие может иметь значительные последствия для системы в целом. В одной из предыдущих работ он с коллегами выдвинул принцип: работа с неопределенностью - это планирование адаптации. Здесь также защищается идея отказа от сценариев, построенных под конкретную угрозу, поскольку угрозы, как правило, трудно предсказать. Сегодняшние угрозы вряд ли совпадут с угрозами, которые возникнут спустя пятнадцать лет. Решением также становится форматирование будущего, что в результате даст возможность уменьшать роль неопределенности, что можно делать за счет

поддержки факторов, способствующих стабилизации, и уменьшения роли факторов, которые создают дестабилизацию.

Центральная роль адаптивности в сфере преодоления неопределенности заключается в том, что **роль детального планирования в случае долгосрочных вариантов развития снижается**. Успеваемость в таких временных промежутках заключается в способности адаптироваться к изменениям. Соответственно определяются **два вида адаптивности: оперативная и стратегическая**. При этом стратегическая адаптивность составляет способность изменять военные составляющие легко и быстро, отвечая на изменения в геостратегическом контексте или национальной стратегии. При этом "быстро" значит несколько лет, а "легко" - использование для этого не более 10% военного бюджета, а не 20-50%. Даже эти цифры свидетельствуют, что на изменения способны все, только адаптивность сама по себе значит, что изменение не означает кардинальное разрушение.

Перенос бизнес-стратегии в военную отрасль, рассмотрим стратегический портфель, поскольку только наличие ряда составляющих может задать нужный уровень адаптивности. Такой **стратегический портфель может предусматривать:**

- возможность реагирования на различные ситуации (большие войны, конфликты малой интенсивности, военные операции по поддержанию мира);
- форматирование будущего в принципиальных регионах;
- стратегическую адаптивность.

Стратегическая адаптивность, в свою очередь, должна реагировать на изменения в четырех принципиальных сферах:

- международная безопасность;
- военные технологии;
- реальность стоимости, реализации и организационного поведения;
- национальные приоритеты, отраженные в оборонном бюджете, и степени включенности в конфликтные ситуации.

При этом военные технологии, например, должны учитывать как свои изменения, так и изменения, которые осуществляет противник.

Еще одним активно разрабатываемым вариантом "борьбы с неопределенностью" стало **планирование, основанное на возможностях** (capabilities-based planning). Это планирование в условиях неопределенности, что дает возможность и адекватные широкому спектру современных вызовов. Здесь, как следует уже из самого названия, происходит смещение по определению будущей угрозы, невозможно, на развитие защитных функций по универсальному пониманию будущей угрозы. П. Дэвис акцентирует следующие ключевые моменты этого типа планирования (мы, вероятно, говорим об определенной подготовке к будущему, а не просто о планировании):

- концептуальная схема планирования в условиях неопределенности, подчеркивает гибкость, достаточность и адаптивность возможностей;

- аналитическая схема с тремя составляющими: понимание потребности в возможностях, оценка выбора возможностей на уровне миссии или операции, выбор уровней возможностей в объединенной схеме, включающей другие факторы (управления войсками, риск, экономические ограничения);

- схема решения, акцентирует "строительные блоки".

При этом принципиальным становится **отказ от сценариев, построенных на угрозах**. Фокусировка на конкретных врагах, конкретных войнах, конкретных представлениях об этих войнах сказывается относительно гибкости и адаптивности. Поэтому изменение угрозы приводит к краху всего сценария. Следует рассматривать как можно более широкий спектр потенциальных угроз, а не концентрироваться на двух или трех из них, как это было в период "холодной войны".

Принципиальным моментом становится новый источник угроз. В ответ возникает потребность иметь и другие возможности - например, инструментарий для принуждения государств, поддерживающих терроризм. Для каждого в выбранном сценарии необходимо создать свой набор потребностей и возможностей. "Строительные блоки", предлагаемые в рамках такого подхода, новые. Важна именно универсальность этих блоков, из которых может строиться защита от различных вариантов угроз, а не только от одной. Такими блоками могут быть: подразделения, операции по выполнению миссий, оперативные понятия, ресурсы.

И тут появляется еще один аргумент в пользу такого модульного подхода. Ответ на модель конфликта усложнилась, в нем могут быть задействованы как традиционные иерархии, так и современные виды сетей. Важным заданием при этом становится подбор адекватного типа модулей, строительных блоков, с помощью которых можно будет ответить на новые типы вызовов.

Одним из вариантов неопределенности, к которому стоит готовиться, является переход к хаосу как ситуации, в которой нет долгосрочного предвидения. Это связано с тем, что поведение нелинейных систем уже нельзя определять терминами поведения их составляющих. Теория динамических систем выделяет три источника такой непредсказуемости:

- чувствительность к исходным условиям;
- детерминистский характер хаоса, т.е. долгосрочная непредсказуемость, что следует из локальной неустойчивости;
- чувствительность к контрольным параметрам.

**Неопределенность / неизвестность не является аномальным феноменом.** Наоборот, это норма, с которой имеет дело любой уровень управления. Поэтому весьма важно искать свои варианты возможностей в

работе с этим феноменом. Например, Д. Гилленспор предлагает вроде "делегировать" неопределенность на низшие уровни иерархии, не принимая решения самому, а давая возможность сделать это другим. Образуется модель, при которой количество неопределенностей на высшем уровне будет уменьшаться за счет перераспределения их на разных уровнях иерархии.

**Стратегия работы с неизвестностью** может строиться на таком наборе потенциальных возможностей:

- "закрытие" неизвестности (запрет на пересечение определенных точек);
- усиление собственных составляющих, эквивалентных по силе с предполагаемой неизвестностью;
- движение другим путем;
- движение с подстраховкой (минидвижение с разведкой впереди);
- ожидания изменения периода неизвестности на период известного.

Но это все пространственные метафоры ухода от неизвестности. Реальность оказывается сложнее, поскольку в ней закладываются факторы неизвестности на разных уровнях, а не только на одном.

Стратегический анализ определяет возможности движения вперед, опираясь на имеющиеся точки уязвимости чужой системы или собственного будущего. Точка в будущем требует определения оптимальных и неоптимальных путей ее достижения. Она вообще может быть за пределами нашего осознания. Ее также нужно "фильтровать" от имеющихся наслоений. Разведывательный анализ, например, оперирует со стратегическими предупреждениями и интенциями.

Стратегия замедляет свое движение при приближении к неизвестному, поэтому именно неизвестное стало сегодня основным объектом исследования, особенно в случае военного планирования. Это становится одним из основных параметров оценки моделей. Авторы этого подхода, названного ими "эксплораторным", в отличие от стандартного подхода, в котором выделяется базовый случай, а остальные анализируются как его производные, считают, что мы не имеем права отдавать предпочтение одному из случаев.

Какие на сегодня есть **методы, позволяющие облегчить переход и работу с неизвестным?** Это:

- определение трендов, драйверов, то есть возможных вариантов констант, которые достоверно не изменятся в будущем;
- выявление моделей, реализующихся в других странах, других областях знаний при "включении" определенного рода факторов.

Одной из собственно методологий, позволяющих заглянуть за завесу неизвестного, является **опрос экспертов** (вариант - метод Дельфи). После 11 сентября Пентагон использовал также методы оценки виртуальной

реальности, стремясь отследить возможные новые варианты террористической деятельности по продукции Голливуда.

П. Дэвис предлагает вариант эксплораторного анализа (exploratory analysis), имеющий такой набор целей: понимать последствия неопределенности для конкретной проблемы; помогать в определении нужной стратегии и последующих модификаций.

В целом эксплораторный анализ должен помочь создать гибкие, адаптивные и качественные стратегии. Он изучает последствия неопределенности, подходя к такому направлению, как анализ пространства сценариев. Поскольку имеем дело с неопределенностью, то она перестает быть единой, без разделения на типы. Предлагается анализировать два вида неопределенностей: параметрическую и структурную.

Параметрическая неопределенность относится к входу в модель, когда мы часто не знаем ее точных значений. Структурная неопределенность связана с формой модели и отвечает на вопросы, включены в рассмотрение все переменные реального мира.

Проводя параметрическое исследование, можно понять, к каким параметрам модель более чувствительна, а к каким менее. Можем определять ситуации, в рамках которых параметр становится важным. Вероятные исследования роли параметров также возможны.

Эксплораторный анализ не столько предусматривает ситуацию, сколько предоставляет результаты компьютерного моделирования, когда, меняя входные параметры, получаем другие результаты на выходе.

Неизвестное "препарируется" стратегией постепенно. Например, чисто стратегическая идея применения авиации для разрушения экономического потенциала врага пришла в тридцатые годы. Потом ее пришлось конкретизировать, чтобы найти критические точки экономики врага. В целом возникает такое правило: стратегическая идея появляется раньше, чем возможности для реализации.

**Стратегия - это всегда борьба с противодействием.** Противодействие несет в себе больший объем неожиданного, чем действие. По этой причине противодействие важнее действия. Действие планируем мы сами, а противодействие живет по другим законам.

Столкновение действия и противодействия может происходить в таких возможных вариантах:

- блокировки противодействия, то есть заранее проведена операция, направленная на то, чтобы остановить возможное противодействие;
- уход от столкновения - это попытка "разминуться", отложить вариант решающей схватки;
- собственно борьба с противодействием;

- переход борьбы в другую сферу (например, из политики в экономику, из военного противостояния в политическое и т.д.);
- перевод на свою сторону.

Примером блокировки может служить информационная кампания в период путча, цели которой Е. Луттвак определяет по двум направлениям: отбить желание дать отпор подчеркиванием своей силы; снимать страх, который в противном случае способствовал бы росту сопротивления. Речь идет о том, как можно понять разные сегменты общества. Во втором случае подразумевается влияние на пассивную часть населения, умеющего увидеть свое нормальное будущее при новом варианте правления.

Эти же методы видим и в сфере политической борьбы, которую некоторые исследователи определяют как "политическую войну". И действительно, ожесточенностью и агрессивностью политическая борьба очень напоминает войну.

При этом возможный выигрыш при переходе в будущее строится, как правило, на нарушении нынешнего равновесия. Настоящее "сбалансированное", оно всеми силами старается удержать существующий порядок. Все игроки и институты поставлены на свои места, которые они постараются удержать, не допуская в свою зону ответственности чужих. А чужими для них являются все, кто хочет нарушить равновесие.

В таких ситуациях следует различать личностное нарушение и институциональное. И то, и другое представляет опасность для нарушения равновесия, но часто в постсоветском пространстве личностная заинтересованность оказывается сильнее любых объективных движений. Однако по форме институты сильнее человека, поэтому бывший СССР был готов бороться с индивидуальными диссидентами, но не любил любого объединения в группы.

Однако парадоксальным образом тактическая победа может действительно стать стратегическим проигрышем. Е. Луттвак приводит пример времен Второй мировой войны, когда даже потеря трех самолетов союзников против двух сбитых немецких все равно считалась победой, поскольку союзники производили втрое больше самолетов. Есть возможно парадоксальный вариант, когда проигрыш на одном уровне ведет к победе на другом.

Увеличивая уровень неопределенности, мы получаем сложный объект, поведение которого теперь следует прогнозировать на большом количестве уровней. Стратегия работы со сложным объектом становится **комплексной стратегией**, которую мы будем задавать таким образом:

- необходимость межуровневых построений (переходов между политикой, экономикой, военным делом и т.п.);

- содержание площади на одном уровне позволяет достигать результатов на другом, трансформировать свои победы на другой уровень;
- аналогично можно говорить и о проигрыше, что также дает межуровневые результаты;
- в стратегиях работы с такими сложными объектами изменяются приоритетные характеристики. Например, сегодня военные планируют медиа-операции наравне с боевыми из-за зависимости военных действий от общественной мысли;
- есть эквивалентные игроки (сильные на всех уровнях) и есть эквивалентные игроки (типа террористов), пытающихся компенсировать слабость на одном уровне силой на другом;
- в комплексной стратегии одной из важнейших проблем становится проблема синхронизации действий на разных уровнях.

Приведем примеры разработки и реализации комплексных стратегий на уровне государств.

Промышленность и инфраструктура Японии находились в состоянии разрухи после окончания Второй мировой войны, в ходе которой она потерпела поражение, ее территория была оккупирована американскими войсками. Выработка стратегии на развитие наукоемких технологий (машиностроение, электроника) вывела в течение десяти лет Японию в число самых передовых и обеспеченных стран мира. Снизив или убрав налоги на работу в соответствующих отраслях, японское руководство привлекло инвестиции в эти сферы и добилось выдающихся результатов. Японские автомобили и электроника стали самыми лучшими в мире и завоевали рынок.

Южная Корея пошла по пути, проторенному Японией, а с учетом более низкого уровня стоимости рабочей силы в этой стране, быстро добилась успехов и сейчас это десятая экономика в мире с населением в 50 млн. чел.

Сингапур расположен на юге Малаккского полуострова. Небольшое островное государство, не имеющее сколь-нибудь значительных ресурсов, за исключением удачного стратегического положения на пути из Восточной Азии в Южную Азию и далее в Европу. Население представлено двумя основными этническими группами – китайцы и малайцы. Умелая стратегия экономического развития страны правительством Ли Куан Ю была направлена на превращение Сингапура в финансовый и торговый центр Юго-Восточной Азии, а также на привлечение иностранных инвесторов. Первым тактическим ходом была борьба с коррупцией, которая велась жесточайшими методами. Укрепление судебной системы путем повышения зарплат судьям и внедрение принципа равенства всех перед законом, включая самых высокопоставленных чиновников. Далее – подготовка высококвалифицированных кадров в лучших вузах мира. В настоящее время Сингапур является одним из самых богатых государств мира в расчете ВВП на душу населения.



Украина при обретении независимости в 1991 году имела 50 млн. чел. высокообразованного населения, развитую промышленность и сельское хозяйство, инфраструктуру, великолепное стратегическое расположение на сухопутном пути между Азией и Европой. Ни один президент Украины не смог выработать стратегию развития государства – ни экономическую, ни культурную, ни межгосударственного позиционирования. В результате за двадцать лет страна скатилась на уровень самой бедной в Европе, которую раздирают общественно-политические, языковые проблемы. Страна имеет проблемы практически со всеми своими соседями. Развалена промышленность, не используется уникальное географическое положение.

Приведем некоторые примеры взаимозависимости различных уровней, что позволит понять значение "игры" сразу по нескольким направлениям. Так, исследователи установили, что на уровне ниже 1000 долл. США ВВП на душу населения диктаторы живут очень хорошо. Они менее стабильны при уровне от 1000 долл. США до 4000 долл. США. Нет угрозы демократии при уровне дохода выше 6055 долл. США.

**Комплексные стратегии** (что можно понимать, как взаимодействие стратегий) объясняют интерес к так называемым манипуляциям, их можно трактовать как попытку осуществить межуровневые переходы. В целом объект для управления, резко осложнившись, потребует разработки комплексных стратегий, чего не было раньше. В результате образуется уже не два, а три типа стратегии:

- простой объект - один вариант стратегии (например, военной или политической);
- сложный объект (один объект в ряде проекций) - комплексная стратегия, в которой задействованы все уровни;
- множественность объектов - большая стратегия (grand strategy).

Наверное, мы немного гиперболизируем ситуацию. Однако именно ситуация со сложными объектами обусловила возникновение проектного подхода. Возникает серьезная потребность в синхронизации состояний объекта по нескольким направлениям. Хотя в некоторых случаях синхронизация не нужна. Так, в случае военной подготовки информационно объект движется впереди собственно его военной реализации. Объект сначала присутствует чисто информационно и в некоторых политических вариантах, когда проверяется реагирование общественного сознания на те или иные варианты развития ситуации. В этом случае используются или слухи, или "утечки" информации. Суммарно имеем несколько проекций объекта по нескольким направлениям, каждым из которых движет своя стратегия. На каких просторах объект идет впереди, на других опаздывает.

## Пространства

Это условный пример, демонстрирующий различие в движении объекта в различных видах пространств. Например, если взять войну в Ираке, то информационно она была завершена до начала боевых действий, поскольку С. Хусейн был осужден, а оружия массового уничтожения не нашли, но все это было сделано в рамках СМИ. Дипломатично США шли параллельно или даже обгоняя информационный объект войны. Общественная мысль движется параллельно с военными успехами: если их не будет, то не будет и общественной поддержки.

## Хаос

Уровень неопределенности современного мира не снижается, а растет, что вызывает разработку новых типов стратегий, пригодных для условий неопределенности. Сейчас **хаос** вводится сознательно, чтобы перейти к конструированному, заранее выгодному для одной из сторон, выходу.

Можно сформулировать несколько общих правил введения хаоса как политического инструментария: введение в хаос выгоднее субъекту введения, чем его объекту; введения в хаос безопаснее для внешнего субъекта, чем для внутреннего; введения в хаос может иметь как вероятный управляемый результат, так и менее вероятный неуправляемый результат.

Первое правило отражает тот факт, что подготовленному к такой операции игроку всегда легче в ней находиться, чем тому, кто попадает в нее случайно. Системный игрок сильнее случайного всегда, а в этой сфере – особенно. Второе правило вполне понятно, поскольку для одного игрока это политические шахматы, а другой сам является фигуркой такой игры. Третье правило отражает ситуации неудачного применения хаоса (например, события в Бирме или Венесуэле), когда было реализовано противодействие введенному хаосу. Хотя обе страны до сих пор находятся в состоянии перманентной борьбы, но результат планируемой операции с введением хаоса все же не был достигнут, поскольку в ответ был введен порядок, хотя и насильственными методами.

Неопределенность является элементом порядка, только другого типа. Она требует другого уровня инструментария управления ею, но это в принципе возможно. Сегодня разрабатываются системы введения в хаос. Меньше внимания уделяется обратной схеме - систематике борьбы с мятежами. Исключением является книга Дж. Шарпа и Б. Дженкинса "Анти-путч".

**Хаос является неизвестностью, но только для той стороны, что так его и трактует, отказываясь от вмешательства.** Преодоление хаоса требует серьезного интеллектуального и материального ресурса. Собственно говоря, в бизнесе для этого уже разработан кризисный менеджмент. Хаос как порядок с

преобладанием неопределенности требует особого типа стратегий. Эти стратегии принципиально отличаются от стратегий стандартного типа.

В качестве примера можно рассмотреть операции по поддержанию мира, к которым сейчас привлечены многие страны. Возникает сложный объект, имеющий множество проекций, главной из которых становится необычное сочетание мирного и военного компонентов. Осложнения этого объекта можем видеть на примере требований к разведке для такого рода операций:

- проблемы гражданского сектора: изменения в гражданском секторе критические для военных операций, чего нет в обычных военных действиях;
- новые партнеры и источники: как военная сила не работает изолированно от "гражданско-военной" интервенции, так и разведка не работает изолированно от других сил;
- многочисленные партнеры и источники: в дополнение к качественным изменениям оказываются и количественные изменения.

Здесь возникают включения совершенно новых параметров, что приводит к принципиальному усложнению объекта (военные стремятся управлять гражданскими объектами). В принципе подключения все новых типов объектов создает ситуацию многомерности, поскольку каждый из этих объектов играет по собственным правилам: у военных - свои, у гражданских – свои. Каждый из имеющихся объектов уже не может жить по старым законам, а новые не формируются, поскольку инерция объекта требует действий по старым схемам. Из-за новизны среды объекты оказываются в стрессовой ситуации и во многом это общее изменение характерно для современного мира.

Еще одним подобным примером может служить пересечение информации и экономики, что привело к возникновению информационной экономики, экономики на базе знаний. В Нобелевской лекции Дж. Стиглиц говорит: "Информационная экономика уже несет в себе существенные последствия того, как мы думаем об экономической политике, и будет еще большее влияние в будущем мире бесспорно сложнее, чем предлагают наши простые и даже сложные модели".

**Преодоление хаоса базируется на принципах постепенного отвоевывания порядка в критических сферах.** Однако решения в этом случае принимаются очень сложно, поскольку предусматривают возможные существенные потери в других сферах. Падение СССР (как и любой другой подобный пример) очень четко демонстрирует нехватку такой стратегии. Хаос вводился постепенно, уничтожал старые учреждения, которые одно за другим стали прекращать сопротивление. Все они содержали порядок на своей территории, чтобы потом внезапно отказаться от этого.

Хаос - это иносистема, которая затрудняет работу основной системы.

Неопределенность сегодня перестала быть тем страшным фактором, которого следует всеми силами избегать. Неопределенность, став объектом исследований, приобрела черты управляемости, тем самым став одним из компонентов, которые учитываются в стратегическом анализе. Новые типы угроз породили потребность инструментария нового типа, который в итоге и удалось выработать. Но главным все же является принципиальное изменение взгляда, типа или формата мышления, в результате чего удалось тем или иным образом "заарканить" неопределенность. Дальнейшие исследования дадут новое понимание инструментария для работы с неизвестностью.

## **2.6. Стратегические вызовы**

**Информационные стратегии способны приблизить то или иное будущее для страны.** Информационные стратегии могут создавать соответствующие виртуальные платформы, позволяющие облегчить переход от современности к будущему.

Для чего нужно знать свое и чужое будущее? Например, Финляндия в свое время поставила перед собой четкую задачу, как выжить небольшой стране в современном сложном мире. Финляндия сделала ставку на экономику на базе знаний и сформировала свое представление о будущем, где ставится задача войти в тройку экономически наиболее сильных стран мира. Кстати, каждый новоизбранный финский депутат должен прослушать курс "Принципы экономики", без чего он не может стать депутатом.

**1. Сегодня все страны занимаются трендами и мегатрендами, которые ожидаются через много лет.** Приведем лишь некоторые примеры. Министерство обороны Великобритании еще в начале века начало исследования периода 2015-2030 г. Военные США уже давно завершили "изучение" войны-2025. Кстати, эти исследования интересны именно тенденциями, что позволяет отвлекаться от конкретного наполнения будущих объектов. Каждый год Национальный университет обороны выдает стратегические оценки ситуации, но почти все они ориентированы на будущее развитие.

Россия не имеет таких общих стратегий, однако следует признать, что различные негосударственные фонды и институты России вышли на соответствующий уровень как стратегического мышления, так и соответствующей другого языка, создав и необходимый экспертный потенциал.

**2. Какой инструментарий позволяет оперировать категориями будущего?** Следует заниматься планированием в условиях неопределенности. Этим обоснован отказ от старого сценарного подхода, поскольку он базируется на конкретном варианте угрозы. Сегодня невозможно определить

угрозу 2030 года, поэтому такой подход лишь создает иллюзию защищенности страны. Поэтому планирование переходит на другой уровень, когда механизмы защиты готовятся не под конкретную угрозу, а под серию угроз, из которых неизвестно какая может быть реализована. Среди более формализованных подходов следует упомянуть также теорию хаоса и комплексных адаптивных систем.

**"Планирование в условиях неопределенности"**, "Операции, ориентированные на результат" - типы интеллектуальной работы, которую сегодня осуществляет Министерство обороны США. Это новый вид аналитики, который мы тоже должны изучать и знать.

3. Современный мир перешел в следующую фазу развития, когда **малые события могут иметь большие последствия**. Война 1914 года начиналась с малого события. Распад СССР как большое событие имеет следствием различные "малые события" во многих республиках - Вильнюс, Тбилиси, Рига, "ГКЧП", расстрел парламента Б. Ельциным. Но эти события не вызывали таких последствий. В Румынии свержение режима Чаушеску началось с элементарного отказа ознакомиться с требованиями бастующих в небольшом городке. В Украине события начались с разгона студенческого майдана силовыми структурами. И хотя впоследствии было показано, что на самом деле студентов на этом майдане уже практически не было, а были подготовленные для сопротивления полиции люди, которые и спровоцировали силовой разгон, но в информационном пространстве Украины и мира это событие прозвучало, как сигнал о «вопиющем» нарушении властью прав человека.

Подобные ситуации дают возможность создавать в современном мире варианты национальных трагедий, которые приводят к изменению режимов.

4. **Страна, которая не работает над формированием своей идентичности, своего будущего, может столкнуться с угрозой их потери**. Украина сейчас столкнулась с угрозой потери своей идентичности. Украина не работала над созданием собственных "мыльных опер" или бестселлеров, что не дало возможности кристаллизовать собственное представление о мире. Если не удастся создать собственную картину мира, остается пользоваться чужой.

Россия активно занимается в последнее время возрождением собственного производства фильмов, позитивно демонстрирующих жизнь в своей стране, однако их влияние охватывает преимущественно среднее и старшее поколение. А вот молодежь по-прежнему больше ориентирована на западную культуру, отсюда и преклонение молодежи перед идеалами Запада, согласие и поддержка его политики, в том числе весьма агрессивной по отношению к России.

В качестве возможной реакции можно создавать защиту против конкретного неожиданного объекта. Но интереснее выходить на списки **не отрицательных, а положительных объектов**, развитие которых может позволить стране перейти в более благоприятное состояние, признаками которого являются:

- инновационная экономика;
- рост ВВП;
- преодоление бедности;
- демократическое развитие;
- хорошие отношения со стратегическими партнерами;
- социальное государство;
- остановки эпидемий.

Выбор инструментария для реализации таких объектов и является принципиальной задачей государства.

**5. Сильные страны исследуют будущее ради того, чтобы активно его формировать.** США с конца 1990-х годов начали заниматься так называемым "environment-shaping", которое дает возможность создавать безопасную для США международную среду, избегая применения силы. Они считают, что должны активно формировать свое будущее, а не сидеть в ожидании. Исходя из этого, каждая страна, если хочет рассчитывать на успех, тоже должна моделировать и формировать типы отношений со своими стратегическими партнерами. Это направление "конструирования будущего".

Имея собственный набор подобных положительных / отрицательных детерминантов, мы можем планировать свои дальнейшие действия.

**6. Глобализация вызывает также существенные последствия в информационном пространстве.** Можно сформулировать пять последствий, которые существенно изменяют многие другие характеристики:

- исчезновение фильтров информационных потоков (этнических, моральных, политических, государственных, межгосударственных), которые ранее существенно формировали информационное пространство (вспомним, сколько Советский Союз тратил на "глушение" зарубежных голосов);

- возникновение важных информационных, политических, экономических взаимовлияний между государствами, корпорациями, неправительственными организациями. В этой новой системе, разумеется, лучше себя чувствуют сильные игроки, например, США, Россия или Китай по сравнению со слабыми государствами;

- как следствие этих воздействий происходит распространение норм культуры и поведения, которые являются чужими для потребителя информации, при этом выигрывают не те, кто придерживается старых норм, а те, кто быстрее принимает новые;

- возникают новые политические и информационные игроки, примером чего может служить "Аль-Каида" - вариант сетевой организации, которая смогла выступить против могущественной державы мира;

- именно благодаря информационному взаимовлиянию малые события имеют большие последствия.

Информационное пространство стало многоплановым и диалогическим, поэтому возникает потребность в новых вариантах его анализа.

**7. Теория хаоса поможет понять будущие ситуации.** Ведь эпоха, в которую мы живем, наполнена ситуациями, противоречащими друг другу. Управляемый хаос стал одной из тем, которая интересна как политикам, так и ученым. Мы должны как можно раньше понять новую ситуацию, в которую попали. Она принципиально другая. Американский ученый Дж. Розенау акцентирует внимание на изменении государства, эрозии понятия государственного суверенитета. Российский ученый О. Неклесса, например, подчеркивает появление феномена деформализации власти, уменьшение роли публичной политики и представительных органов, расширение зоны неформальных процедур принятия решений.

Вообще довольно серьезные научные исследования посвящаются сегодня темам, которые можно рассматривать, как введение страны в хаос, чтобы достичь перехода на какой-то другой уровень. Б. Луттвак, который считается "отцом" геэкономике, написал в свое время исследования по вопросам теории переворота. Дж Шарп много разрабатывал проблемы ненасильственного сопротивления, и его инструментарий применялся в Польше, Прибалтике, Югославии.

СССР и США активно изучали революционные ситуации, которые тоже являются вариантами перехода к новому состоянию системы. Именно нелинейность этих переходов представляет интерес и сегодня.

Геополитика реализуется сегодня в геэкономике и геокультуре. Те самые активные агрессивные импульсы входят в новые типы пространств, формируя их по заданным стандартам.

Сегодня также реализуется то, что может быть названо геоинформационными силами - это информационные мощности того или иного региона, которые оказывают влияние на другие страны. Ирландия, например, работает в режиме полного покрытия своей территории Великобританией. США является сильным государством, создающим в других странах собственную картину мира, что делается как за счет журналистики, так и массовой культуры. В этом случае отсутствие собственных защитных фильтров мешает выработке собственной картины мира, порождению варианта своей идентичности, а это обязательный элемент каждой нации.

## 2.7. Стратегические последствия развития информационных технологий для военного дела

Информационное общество концентрирует внимание на своих информационных составляющих во всем их разнообразии. Вступление в информационную цивилизацию одновременно сказывается на расширении применения информационных технологий, как в мирных, так и в военных целях. При этом есть варианты движения бизнеса вперед, поскольку он обладает большими возможностями для решения задач, но есть варианты выхода на первый план военных, задачи которых могут быть как очень важными, так и поддержанными большими людскими и финансовыми ресурсами.

Одновременно с появлением нового инструментария, изменением самого пространства безопасности меняются задачи и цели, и все это определенным образом взаимосвязано.

Можно привести мнение заместителя министра обороны США П. Вулфовица: "Мы движемся от границы, которая фокусировалась в прошлом на известных угрозах к более гибкой границе, основанной на возможностях защищать себя от меняющихся и неизвестных угроз, от фокуса на программах и платформах к фокусу на результатах от сегментированной информации и закрытой информационной архитектуры к сетевой информации и открытой архитектуре". Речь идет о принципиальном изменении всей парадигмы войны. Однако во всех подобных случаях параллельно проходит и изменение парадигмы мира, поскольку любая новая технология, где бы она сначала не появилась, всегда начинает развиваться в наиболее популярных отраслях.

Получив бурное развитие, информационные технологии смогли переформировать обычные военные действия, изменив при этом стратегию и тактику. Эти изменения мы и рассмотрим ниже.

### **Сетевая война** (Дж. Арквилла и Д. Ронфельдт)

Дж. Арквилла и Д. Ронфельдт подчеркивали, что **сетевая война не заканчивается только Интернетом**. Информационная революция усилила сетевую форму организации, чем воспользовались в военных целях. Информационная революция также создала зависимость боевых действий от информации и коммуникации. Растущая роль негосударственных игроков и сетевые формы организации соединились, чтобы воссоздать возможность 11 сентября.

**Новый вид сетевой войны против войны иерархической** (иллюстрацией чего и стали события 11 сентября и последующие события), возник в результате новых информационных возможностей. По сути, сетевая



структура разорвана территориально, но рыхлая информационно. Каждая структурная должно сочетаться когнитивно.

Отсюда следует, что разорванность физическая должна компенсироваться усилением информационной и когнитивной связанности.

Последний тип связанности, вероятно, и сказывается на росте радикализма. Сетевые структуры терроризма вызвали к жизни новые методы борьбы с ними, в том числе попытки контролировать нарратив, что распространяется в сети, поскольку именно он формирует ту связанность участников сети, заменяя им территориальную близость.

Мир осуществил переход от эпохи геополитики к новой геоэкономике. Однако сегодня геостратегия начинает реализовываться в когнитивной сфере: типична американская фраза, которую можно проследить от Сун-Цзы, такова: войны проигрываются в головах полководцев и солдат.

Если раньше победу добывали в сфере геополитики, затем - геоэкономики, то теперь действия сместились в сферу когнитивного пространства.

**Информационная революция меняет как систему вооружений, так и систему целей, в результате чего происходит переход, например, к нелетальному оружию, а также к атаке, направленной на электронные системы противника.**

Дж. Арквилла и Дж. Ронфельдт видят будущие возможности в защите ценностной системы общества, поскольку информация не только важна как процесс, а и выполняет структурную роль, программирующую организацию системы. Авторы считают, что в будущем информационная революция сделает идеи более важными, чем материальные объекты.

Исходя из всех этих причин, возникает предложение, чтобы информационная стратегия стала отдельным измерением большой стратегии. Тем более, что постоянно возникают новые варианты применения информационных технологий, к которым общество не готово. Ярким примером такой новой реализации стало Сапатистское движение в Мексике, которое посредством связей между неправительственными организациями различных стран оказалось способным удержаться в рамках как партизанской, так и информационной войны. Повторился стандартный феномен, когда имеющаяся структура начинает действовать как большая, получив поддержку информационного пространства, и в состоянии изменять приоритеты. **Информационно сильное становится реально сильным, в то время как реально сильная, но информационно слабая структура начинает восприниматься как действительно слабая.**

Новые технологии стимулируют возникновение новых форм организации, что, в свою очередь, может нарушать существующий баланс сил, завоевывая себе место под солнцем. В ответ для борьбы с ними должны

трансформироваться и вооруженные силы, как это произошло, например, со спецподразделениями, получившими права на глобальные применения.

Д. Фрам и Р. Перл подчеркивают, что атака на Всемирный торговый центр стоила не просто сто тысяч долларов, а за ней стоит рекрутированная тренированная сотня бойцов джихада, содержание лагерей, где они проживают, а также вся инфраструктура экстремистского ислама.

Сетевые структуры предлагается анализировать в структурах этих пяти уровней:

- организационный уровень: организационная структура;
- нарративный уровень: какие истории функционируют;
- доктринальный уровень: стратегии и методы;
- технологический уровень: информационные системы;
- социальный уровень: личные связи, обеспечивающие доверие и преданность.

Сетевая организация как новый феномен получила очень быстрое распространение, поскольку она соответствует тем новым, которые часто только формируются, реалиям мира, к которым еще не готовы старые иерархические формы.

### **Сетево-центристская война (А Цебровски)**

Адмирал А. Цебровски, который в Пентагоне отвечал за трансформацию всех вооруженных сил, говорит о третьей глобализации, в которую вступил мир после 11 сентября. Если первая глобализация продолжалась с 1800 гг. до великой депрессии 30-х годов XX века, вторая - от Второй мировой войны до конца 90-х годов, то третья только начинается. Каждая глобализация характеризуется резким изменением правил игры и введением новых. Так что нынешние попытки США сохранить свое доминирование связаны с новыми реалиями, которые ими уже не контролируются. Более того, возник даже термин "вынужденная империя".

Сегодня мир полон угроз, в результате чего изменилась и его структурность: теперь оружие массового уничтожения может попасть к новому типу игроков, которые даже не достигают уровня государств.

Параллельное развитие информационных технологий обусловило переход этих новых негосударственных игроков на новый уровень. Кстати, именно здесь возникает новый тип структурности - сеть, нарушает предыдущий тип структурности, основанный на территориальной близости. Дж. Пусть говорит в этом аспекте о демократизации технологий, позволяющих негосударственным игрокам делать то, что в прошлом могли делать только государства.

Если обычная война ведется в рамках физического пространства, "холодная война" проходила в рамках информационного пространства, то

сегодняшняя когнитивная война, которая привела к трагедии 11 сентября, была направлена на захват виртуального пространства. Вероятно, можно говорить о понятии информационного и виртуального доминирования, которое в итоге ведет к эрозии цивилизационных границ, и о сдаче своего цивилизационного пространства. Интересно, что героика виртуального постсоветского пространства насыщена типажам пиратского типа - это, например, менты или бригада, есть игроки, которые оказываются способными действовать при принципиальной потере всех других членов "команды". По сути, перед нами постсоветский вестерн, где царит не закон, а сила, которая переходит из рук в руки. Героика как категория обязательно должна проявиться. Если в советское время она сознательно ассоциировалась с такими типами, как рабочий и колхозница, которые олицетворяли торжество физического труда, то позже появились инженер или другие представители нефизического труда (или смешанные типы - например, офицеры, сочетающие в себе два вида труда).

А. Цебровски говорит об американском образе войны как о совершенно особом способе. Определяются три типа войны: войны системного уровня (например, "холодная"), войны на уровне "государство - государство", а также возникающие войны, ведущие группы индивидов.

А. Цебровски говорит о роли системного администратора, который не останавливает кого-то, а поддерживает систему в рабочем состоянии. В этой же системной области можно разместить как ориентацию на опережающие действия, поскольку, как она считает, реагирующие действия являются карательными. Войска должны теперь больше походить на спецподразделения как из-за растущей мобильности, так и из-за того, что им приходится действовать с минимальной поддержкой из дому.

В недостаточно четко сформулированном виде автор различает горизонтальные последствия и вертикальные. Шоки 11 сентября - это несомненный вертикальный шок, вызвавший множество последствий. Но при этом и войну в Ираке он склонен также рассматривать как вариант вертикального шока, поскольку считает, что для США более интересно двигаться, захватывая инициативу, создавая новые вертикальные шоки. Под эту идеологию легко подходит систематика комплексных адаптивных систем и хаоса, где малые изменения начальных условий могут приводить к существенным изменениям на выходе. Отсюда появляется возможность при захвате инициативы менять и эти начальные условия.

Если действия террористов 11 сентября были определены как сетевая война, и здесь на первое место вышли анализы Дж. Арквиллы и Д. Ронфельдта, то соответствующие действия армии США в Ираке были восприняты и представлены как сетевое-центристская война.

Термин "network-centric warfare" был переведен на русский язык как "сетевое-центристская война", и мы воспользуемся этим вариантом.

А. Цебровски связывает возникновение сетево-центристской войны с переходом от платформно-центрического программирования к сетевому-центрическому, что сказывается на росте роли Интернета. Переход к сетевым формам в бизнесе также создает возможность для более гибких и более динамичных действий. По сути, вероятно, все это является ответом на резко возрастающую динамику среды.

Из всего сказанного следует, что военные не могли не изменить тактику ведения войны. Естественным переходом стал переход от ориентации на истощение противника к ориентации на скорость управления и синхронизацию, когда отдельные единицы в состоянии сами принимать нужные решения, отвечающие общей направленности.

Ускорение управления имеет три составляющих:

- информационное преимущество дает глубокое понимание ситуации боя, а не просто увеличение "сырого" фактажа;
- действия с другой скоростью и точностью достигают массовости эффектов в противовес массовости силы прошлого;
- как следствие, возникает прекращение действий противника и шок, который останавливает его стратегию.

Есть еще одно важное следствие, сформулированное авторами. Они справедливо считают, что каждая новая революция в военном деле порождает новую элиту.

Дж. Гарстка связывает суть этого типа военных действий с возможностью обмена информацией среди географически разделенных элементов силы. Изучение взаимосвязи между информационной и боевой силой нового аналитического инструментария и новых ментальных моделей. Когнитивное пространство трактуется ими как пространство ума, как сфера непознанного, где находятся такие явления, как лидерство, мораль, общественное мнение, знание ситуации, сплоченность боевых единиц.

Перед нами результаты действительно общих изменений функционирования нашего мира, его отрыва от материальной составляющей и смещения в сторону информационной составляющей, кардинально может измениться даже место принятия решений. Так, в случае войны в Афганистане решения часто принимались не в самом Афганистане, а в Темпе во Флориде, где находится центральное командование.

Не только информационный акцент привнес новизну, теперь и когнитивный акцент стал доминирующим. Ведь физическая и информационная составляющие направлены на достижение эффекта в голове противника. Как пишет П. Мердок: "Целью войны является достижение политических целей путем использования организованного насилия для

воздействия на умы и поведение враждебного лидерства". Поэтому речь идет о поведенческих результатах, об операции, направленной на результат (effects-based operations).

Сетевые структуры породили сетевую войну и сетево-центристскую войну, главной характеристикой которых становится уход обязательности физической концентрации массы, теперь географически распределенной. Сохранение же ее силы и единства достигается благодаря новым информационным возможностям, когда все действующие лица максимально обмениваются информацией, задавая свое информационное доминирование. Это как внутреннее информационное доминирование; традиционно же этот срок рассматривается во внешнем измерении, когда создаются препятствия для использования своих информационных ресурсов противником.

### **Война, основанная на энтропии (М. Херман)**

Новым вариантом также стал подход анализа, названный "война базируется на энтропии". Целью этой парадигмы является разрушение порядка у противника с сохранением своей связанности. Эта парадигма призвана изменить парадигму истощения, обычно применяется при анализе и планировании военных действий. До этого моделирование не учитывало таких характеристик, как боевой дух, мораль, дисциплина, тренированность. Боевая единица без энтропии может реализовать весь свой физический потенциал. Если прежние модели акцентировали внимание на количественные аспекты, то модель, базирующаяся на энтропии, является более сбалансированной, предоставляя новое измерение для определения эффективности боевых действий. Соответственно, за четыре года была создана компьютерная игра, основанная на этой новой идеологии. Причем военные обращаются за созданием таких деловых игр именно к коммерческим структурам, которые могут сделать это гораздо быстрее.

Динамика изменений нового контекста безопасности диктует новые варианты стратегии и тактики вооруженных сил, новые типы боевых группировок, что, кстати, наиболее ярко было продемонстрировано войной в Ираке, где наиболее ярко проявились возможности применения информационных технологий.

## Глава 3. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

### 3.1. Общие аспекты зарубежного опыта регулирования информационной сферы

Прежде всего следует отметить, что в этом разделе акцентируется внимание на основных направлениях осуществления информационной политики зарубежных стран по построению информационного общества.

Термин "информационное общество" широко употребляется зарубежными политическими деятелями разного уровня. Именно с таким обществом связывают будущее своих стран большинство лидеров государств мира. Если этот процесс начинался под руководством таких развитых стран мира, как США (прежде всего в виде формирования национальной информационной инфраструктуры), стран Европейского Союза (построение информационного общества), Канады (построение информационной магистрали) и т.д., то сейчас мы можем наблюдать массовое осознание потребности в указанных процессах. Свидетельством этого стали соответствующие программы многих стран мира - Китая, Сингапура, Малайзии, Филиппин, Норвегии, Индии и других. Активно процессы построения информационного общества протекают и в странах, образовавшихся после распада Советского Союза. Следует отметить, что преобразования, происходящие в современном мире, связаны прежде всего с внедрением информационных и коммуникационных технологий практически во все сферы жизни. Именно поэтому этот процесс должен контролироваться и направляться в интересах всего общества. Сделать это может государство только вместе со всеми заинтересованными кругами, прежде всего частным сектором.

Итак, начиная с 1994 года приоритетным направлением государственной информационной политики многих стран мира стал курс на построение информационного общества, в частности на развитие национальных и глобальных информационных инфраструктур.

Активизация этого процесса обусловлена проведением специального **Конгресса специалистов Международного союза электросвязи (Буэнос-Айрес, март 1994 года)**, на котором вице-президент США Альберт Гор предложил план развития Глобальной информационной инфраструктуры, а также сформулировал ее пять фундаментальных принципов:

- 1) поощрение частных инвестиций;
- 2) содействие развитию конкуренции;
- 3) создание подвижной регулирующей структуры для поддержания темпов технологического и рыночного развития;
- 4) обеспечение открытого доступа к сети всех провайдеров;

5) создание универсальной службы и организация универсального обслуживания.

Эти принципы были положены в основу **Буэнос-Айресской декларации**, принятой на конгрессе. Было решено, что глобальная информационная инфраструктура должна состоять из местных, национальных и региональных сетей. Как "сеть сетей" она будет способствовать глобальному использованию информации, взаимосвязи и коммуникации, создавая единое глобальное информационное пространство и информационную рыночную площадку.

Современный анализ зарубежной практики регулирования информационной сферы общества позволяет выделить ряд **направлений**:

- поощрение конкуренции, борьба с монополизмом (прежде государственный контроль за концентрацией средств массовой информации);
- обеспечение права и технических возможностей для доступа к информации и информационным ресурсам для всего населения;
- соблюдение свободы слова;
- защита интересов национальных меньшинств, подрастающего поколения в информационной сфере;
- защита национального культурного наследия, языка, противостояние культурной экспансии других стран;
- обеспечение информационной безопасности;
- охрана интеллектуальной собственности, борьба с пиратством;
- борьба с компьютерными преступлениями и преступлениями, связанными с высокими технологиями;
- внедрение электронного правительства;
- правовое регулирование сети Интернет

К наиболее значимым тенденциям в зарубежной информационной индустрии последних лет можно отнести пересмотр установленных ранее правил ее регулирования:

- дерегуляции рынка телекоммуникаций, позволяющая кабельным, телефонным, сотовым, спутниковым и другим компаниям конкурировать на рынках друг друга;

- ослабление контроля за концентрацией собственности в различных средствах массовой информации. В результате происходит как вертикальная, так и горизонтальная интеграция рынков информации и средств ее передачи.

За рубежом наблюдается тенденция слияния крупнейших информационных компаний мира в крупные объединения, которые в дальнейшем контролируют рынок и распространение массовой информации. Эти превращения являются ответом ведущих информационных компаний на возможности, создаваемые новыми технологиями и изменениями в системе регулирования информационной индустрии. Этот процесс чрезвычайно

динамичен, поэтому отставание в этом деле чрезвычайно опасно для любого государства.

Сохранение конкуренции, борьба с монополизмом отдельных производителей или фирм, предоставляющих услуги, являются краеугольным камнем государственного регулирования. В сфере телекоммуникаций объединения различных компаний на национальном и межгосударственном уровнях происходит обязательно с разрешения соответствующих органов. В США это Федеральная комиссия связи и Министерство юстиции, которые определяют не приведет объединение двух или больше компаний к возникновению монополии, устраним конкуренцию и как следствие со временем снизит качество и уменьшит разнообразие услуг, предоставляемых в деловом мире и населению, а также приведет к росту цен.

### **3.2. Информационная политика Организации Объединенных Наций**

Среди основных направлений современной информационной политики Организации Объединенных Наций можно выделить следующие:

- ✓ инфраструктура: ее финансирование, развитие и устойчивость;
- ✓ определение и преодоление барьеров, препятствующих созданию информационного общества;
- ✓ роль правительств, бизнеса и гражданского общества в продвижении ИКТ в целях развития информационного общества;
- ✓ образование, развитие людских ресурсов и профессиональная подготовка;
- ✓ доступ к информационным и коммуникационным технологиям;
- ✓ безопасность информации в сетевой среде;
- ✓ разработка политики и регламентных рамок;
- ✓ виды применения ИКТ (образование, здравоохранение, культура, ликвидация бедности, государственное управление, трудоустройство, бизнес)

Следует отметить, что активная деятельность ООН в направлении содействия и развития построения информационного общества в как можно большем количестве стран мира началась еще в 1996 году с принятием концептуального документа "ЮНЕСКО и информационное общество для всех", в котором стратегические позиции этой организации определены следующим образом: "Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) уполномочена ее 185 государствами-членами, в частности, способствовать свободному распространению идей словесными и изобразительными средствами и содействовать развитию международного сотрудничества в области



коммуникации, информации и информатики с целью сокращения имеющегося разрыва в этих сферах между развитыми и развивающимися странами".

Так, по мнению специалистов ЮНЕСКО, общество сталкивается с рядом проблем, которые прежде всего касаются:

- права на коммуникацию, которое предусматривает также и обеспечение доступа к телекоммуникационным средствам по низким ценам для интеллектуальных секторов (образование, наука, культура, средства массовой информации, библиотеки и архивы), которые играют решающую роль в развитии национальных информационных инфраструктур;

- поддержки языкового и культурного многообразия. Глобализация, обусловленная развитием информационных и коммуникационных технологий, воспринимается многими как угроза для местных обычаев, ценностей и верований;

- распространение доступа к взаимосвязанным сетям и базам данных порождает серьезные этические и правовые проблемы, такие, например, как конфиденциальность информации и право каждого проверять данные, которые его касаются. Регламентация содержания информации, распространяемой информационными магистралями (информация нетерпимого, расистского, насильственного или порнографического характера и, особенно, ее доступность для детей), компьютерное пиратство и другие преступления в области информатики, авторском праве и т.п.

- влияние компьютерных технологий на личность и ее поведение также имеет противоречивый характер: уже сегодня перед человеком открыты огромные возможности доступа к различным отраслям знаний. Это может неоправданно завысить значение связи "человек - машина" в ущерб осмыслению, самостоятельности и развитию способностей личности.

Начиная с 2000 года внимание международного сообщества все больше сосредоточивается на вопросах содействия развитию информационного общества. Ключевые проблемы: цифровое неравенство и опыт его преодоления в разных странах мира, влияние и значение ИКТ для всех сфер общественной жизни, внедрение электронного правительства, развитие свободы слова и плюрализма посредством как традиционных средств массовой информации, так и новых.

### **Окинавская хартия глобального информационного общества**

В Окинавской хартии глобального информационного общества (принятой лидерами стран восьмерки в г. Окинава, Япония, в 2000 г.) отмечается, что потенциальные выгоды информационных и коммуникационных технологий, которые заключаются в стимулировании конкуренции, содействии расширению производства, создании и поддержке экономического роста и увеличения занятости, открывают значительные

перспективы. Задача стран - не только поощрять переход к информационному обществу и облегчать этот процесс, но и как можно полнее реализовать его экономические, социальные и культурные предпочтения.

Для достижения этих целей необходимо построить работу по таким **ключевым направлениям:**

- проведение экономических и структурных реформ в целях создания обстановки открытости, эффективности, конкуренции и новаторства, которые дополнялись бы мерами по адаптации рынков труда, развития человеческих ресурсов и обеспечения социального согласия;

- управление макроэкономикой поможет предприятиям и потребителям составлять более точные планы, быть уверенными в будущем, эффективно использовать преимущества новых информационных технологий;

- разработка информационных сетей, обеспечивающих быстрый, надежный и безопасный экономичный доступ с помощью конкурентоспособного рынка, соответствующих нововведений в сетевых технологиях, услугах и приложениях;

- развитие человеческих ресурсов, способных отвечать требованиям информационной эпохи, готовых к обучению в течение всей жизни и способных удовлетворять растущий спрос на специалистов по информационным и коммуникационным технологиям во многих секторах нашей экономики;

- активное использование информационных и коммуникационных технологий государственным сектором, содействие предоставлению в режиме реального времени услуг, необходимых для обеспечения повышения уровня доступности власти для всех общин.

В Хартии также отмечается, что частный сектор играет ведущую роль в развитии информационно-коммуникационных систем в информационном обществе. Однако задача создания предсказуемой, прозрачной и недискриминационной политики и нормативной базы, необходимых для информационного общества, возложена на правительства. Важно избежать неуместных регулирующих вмешательств, которые мешают выявлению инициатив частного сектора по созданию условий, благоприятных для внедрения информационных и коммуникационных технологий. Правительства должны гарантировать, что правила и процедуры информационных и коммуникационных технологий отвечают революционным изменениям в экономической деятельности, учитывают принципы эффективного партнерства между государственным и частным секторами, а также будут прозрачными и технологически нейтральными.

Чтобы максимизировать социальные и экономические выгоды информационного общества, лидеры стран восьмерки договорились о таких **ключевых принципах и подходах** и рекомендовали их другим:

- продолжать способствовать развитию конкуренции на открытых рынках в области информационных технологий и телекоммуникационной продукции и услуг, включая дискриминацию и ориентированное только на стоимость подключение к основным телекоммуникациям;

- защита прав интеллектуальной собственности в сфере информационных технологий жизненно важна для внедрения информационных и коммуникационных технологий и инноваций, развития конкуренции и распространения новых технологий;

- важно также восстановить обязательства правительств по использованию программного обеспечения в соответствии с принципами защиты интеллектуальной собственности;

- такие услуги, как телекоммуникации, транспорт и почта, являются исключительно важными для экономики информационного общества - повышение именно их эффективности способно максимализировать выгоды информационных и коммуникационных технологий; таможенные и другие процедуры, связанные с торговлей, также важны для создания условий, благоприятных для их развития;

- упростить международную e-торговлю путем дальнейшей либерализации и совершенствованию сетей, соответствующих услуг и процедур в контексте жестких рамок Всемирной торговой организации и т.д.;

- развивать эффективные и действенные механизмы защиты приватности потребителей, а также защиты тайны обработки персональных данных с сохранением свободного информационного потока;

- в дальнейшем развивать и обеспечивать эффективное функционирование электронной идентификации, электронной подписи, криптографии и других средств безопасности и надежности операций.

Усилия международного сообщества, направленные на развитие Глобального информационного общества, должны быть скоординированными, чтобы обеспечить безопасное и свободное от преступности киберпространство. Государства должны гарантировать, что будут приняты эффективные меры - как это указано в Руководящих принципах безопасности информационных систем ОЭСР - в борьбе с преступностью в компьютерной среде. Такие насущные проблемы безопасности, как хакерство и компьютерные вирусы, также требуют эффективных политических решений.

Стратегия развития информационного общества должна быть подкреплена развитием человеческих ресурсов, способных ответить на требования информационной эпохи. Страны восьмерки стремятся достичь того, чтобы все их граждане имели возможность приобретать и совершенствовать информационную и коммуникационную технологическую грамотность и навыки путем образования и обучения на протяжении всей

жизни. С этой целью оборудуют компьютерами с подключением к Интернету школы, классы и библиотеки, готовят преподавателей по информационным и коммуникационным технологиям.

### **3.3. Американский опыт развития национальной информационной инфраструктуры**

В 1993 г. правительство США одним из первых подготовило доклад с планами развития национальной информационной инфраструктуры (Agenda for Action). Для изучения проблем, связанных с построением этой национальной и информационной инфраструктуры, была создана Рабочая группа по информационной инфраструктуре (Information Infrastructure Task Force).

Было предложено 9 базовых принципов государственного регулирования:

- 1) поощрение частных инвестиций;
- 2) концепция универсального доступа;
- 3) помощь в технологических инновациях;
- 4) обеспечение интерактивного доступа;
- 5) защита личной жизни, безопасности и надежности сетей;
- 6) улучшенное управление спектром радиочастот;
- 7) защита прав интеллектуальной собственности;
- 8) координация государственных усилий;
- 9) обеспечение доступа к государственной информации.

Правительство США сделало развитие национальной информационной инфраструктуры и глобальной информационной инфраструктуры приоритетами своей политики. Было признано, что эффективность этих процессов зависит прежде всего от распределения функций между государством и частным сектором и их взаимодействием. Так, частный сектор как главный источник капитала и экспертов, должен в ответ на запросы рынка определить, какие технологии развивать, установить стандарты, развивать новые услуги и продукты. Государство же, со своей стороны, может облегчить протекание этих процессов путем принятия соответствующих законов и административного регулирования. Государство также может обеспечить лидерство в этих областях посредством поддержки испытаний новых технологий, способствуя переносу технологий в частный сектор, путем создания и развития приложений.

Поощрять частные инвестиции. С этой целью ей следует:

· устранять барьеры на пути частных инвестиций, придерживаться политики, которая способствует инвестиционным инициативам в телекоммуникационном и информационном рынках;

- обеспечить, чтобы законы и правила регулирования, применяемых были доступны, умными и не дискриминационными;

- развивать взаимодействие с международными финансовыми институтами, в частности Всемирным банком и региональными банками развития для привлечения частного и государственного капитала.

Способствовать развитию конкуренции. В этом контексте отмечалось, что конкуренция приводит к положительным результатам: сети постоянно внедряют новые технологии, пользователи имеют больший выбор услуг и более низкие цены, поставщики внимательно относятся к проблемам клиентов, низкие цены стимулируют использование телекоммуникаций к этому аспекту были рекомендованы такие действия государства:

- увеличивать конкуренцию на местном, национальном и международном уровнях;

- оценивать мероприятия, осуществляемые для либерализации рынка и конкуренции в других странах;

- постоянно работать над устранением барьеров на пути развития конкуренции;

- поощрять новичков на рынке путем борьбы с антиконкурентным поведением фирм, доминирующих на этих рынках.

Обеспечивать доступ к сетям. Было отмечено, что выполнение задач глобального информационного рынка требует от правительства действий по обеспечению всем поставщикам информационных услуг доступа к оборудованию, сетям и сетевым услугам на недискриминационной основе и за низкую цену. Обеспечивая доступ к сетям, государство способствует развитию конкуренции - как результат существенно увеличивается количество информационных услуг, доступных потребителю.

В сотрудничестве с частным сектором государство может улучшить возможности доступа к сетям и обеспечить широкий выбор услуг. При этом процесс установления единых стандартов должен быть открытым и происходить с участием больших групп заинтересованных производителей.

Таким образом, оптимальное административное и законодательное регулирование, по мнению правительства США, должно:

- определять цели и задачи, которые должны регулироваться законодательно, включая обеспечение конкуренции;

- быть достаточно гибким, чтобы позволить внедрять новые услуги и технологии без внесения дополнительных поправок в законодательство;

- делегировать широкие полномочия органа регулирования, независимому от национального оператора;

- установить открытый процесс участия заинтересованных кругов в написании правил регулирования;

· направить процесс формирования свободного рыночного доступа, основанного на недискриминационных принципах.

Обращается внимание на то, что независимо от модели регулирования в правилах должны быть четко прописаны права старых и новых операторов. Новички должны быть защищены от того, чтобы доминирующие на рынке операторы мешали развитию свободной конкуренции.

### **3.4. Канадский опыт построения информационной магистрали**

В 1994 г. Министерство промышленности Канады подготовило доклад "Построение более инновационной экономики" ("Building a more innovative Economy"), в которой обсуждались способы, с помощью которых государство, используя информационные технологии, может достичь экономических и социальных целей. Для развития заложенных в докладе идей было реализовано две программы: Канадская сеть для развития исследований промышленности и образования (цель - внедрение высокоскоростных сетей) и SchoolNet - одна из ведущих в мире образовательных сетей.

Разработан план действий, в которые привлечено более 30 государственных органов (Building the Information Society: Moving Canada into the 21st Century / Ministry of Supply and Services, Canada, 1996) Предложено осуществить переход к информационному обществу и экономике знаний с помощью Канадской информационной магистрали.

Внимание акцентировалось на том, что для достижения этой цели нужны скоординированные действия государства, частного сектора и общественных организаций.

Было поставлено четыре основные задачи:

1) построить Канадскую информационную магистраль путем создания условий для конкуренции и такого регулирования, которое бы отвечало общественным интересам, способствовало инновациям, инвестициям, развитию новых услуг;

2) увеличить канадское содержание, развивать национальный диалог, создать новые рабочие места, дать новый импульс экономическому развитию;

3) реализовать экономические и социальные преимущества для всех канадцев, что даст им возможность лично участвовать в формировании информационного общества;

4) сделать государство более доступным и ответственным.

Как результат этого, в Канаде была создана одна из самых современных телекоммуникационных и вещательных систем. Она стала результатом скоординированных действий, направленных на преодоление расстояний и географических условий, которые разъединяют канадцев.

Итак, работа со стороны государства началась в 1994 г., когда был основан Консультативный совет по информационной магистрали для подготовки предложений правительства. Деятельность совета направлена на:

- создание рабочих мест с помощью инноваций и инвестиций;
- усиление суверенитета Канады и культурной идентичности;
- обеспечение универсального доступа по приемлемым ценам;

Работа совета строится, исходя из пяти основных принципов:

- 1) взаимодействие и взаимосвязь сетей;
- 2) сотрудничество в области развития государственного и частного секторов;
- 3) защита личной жизни;
- 4) безопасность сети;
- 5) обучение в течение жизни.

В сентябре 1995 г. Совет опубликовал итоговый доклад "Соединение, Сообщество, Содержание: вызов информационной магистрали", в котором были сформулированы более 300 конкретных предложений относительно действий правительства. Задача правительства состоит, по мнению авторов доклада, в создании конкурентной среды, в котором бы канадские фирмы смогли увеличивать национальное богатство. Федеральное правительство должно обеспечить такую политику, чтобы информационная магистраль создавала рабочие места, способствовала экономическому росту в каждом секторе экономики. Там, где рыночные силы не могут предоставить равный доступ или создать для него предпосылки, там должно выступить правительство. Предлагается национальная стратегия для доступа к основным услугам путем законодательной регламентации доступа к информации всех канадцев.

Как отмечается в докладе, в новой информационной экономике успех будет определяться рынком, а не государством. Следовательно, основная роль государства должна сводиться к установлению правил, а само оно должно быть своеобразным образцом (примером, моделью). Сами государственные органы также должны пройти этап реинжиниринга.

Особое внимание канадское правительство уделяет культуре и цифровизации культурного наследия. Прежде всего, здесь подразумевается поддержка собственного производства массовой информации. Следует отметить, что именно стремление сохранить свою культурную самобытность, поддержка создания собственной массовой информации позволило Канаде за несколько лет превратиться в крупного экспортера кино-и видеопродукции, отстаивать свои позиции на американском рынке.

Стратегия доступа к услугам и содержания строится на основе четырех принципов:

- 1) универсальный, доступный и равный доступ;

- 2) ориентация на потребителя и разнообразие информации;
- 3) компетентность и участие граждан;
- 4) открытые и интерактивные сети

Совет рекомендовал правительству, проводя либерализацию правил регулирования телекоммуникаций, стремиться устранять устаревшие и ненужные барьеры на пути конкуренции и внедрять защиту против антиконкурентной практики. Кроме того, государство должно само стать лидером во внедрении и использовании электронной информации и коммуникационных систем, что позволит всем канадцам иметь возможность связываться и взаимодействовать с правительственными департаментами и ведомствами электронными средствами.

Таким образом, роль государства заключается в обеспечении баланса между конкуренцией и регулированием, свободой пользоваться шифрованием для защиты частной жизни и персональных коммуникаций и необходимостью защищать общественные интересы от террористов, свободой слова и высказываний и защитой нравственности и интересов несовершеннолетних. Этот баланс должно устанавливать и предусматривать само государство, так как рыночные силы этого сделать не могут. Сюда же относятся образование, телемедицина, идея универсального доступа к сетевым услугам и информации, доступ к правительственной информации.

Интересными для нас являются такие рекомендации государству:

- федеральное правительство должно признать острую необходимость заняться нормами регулирования и устранить барьеры на пути конкуренции;
- магистральные сети и новая инфраструктура должны создаваться частным сектором, а риск и вознаграждения должны ложиться на владельцев акций;
- магистраль должна продвигаться по стране в соответствии с требованиями рынка;
- развитие информационной магистрали должно быть "технологически нейтральным" (то есть государство не должно поддерживать одну из технологий).

Значит, роль государства следует рассматривать в контексте роли частного сектора, который вкладывает инвестиции и несет финансовый риск. Ее политика должна быть направлена на создание рабочих мест, стимуляцию конкуренции, исследований и разработок. Ее цель - участие в разработке стандартов, обеспечения взаимодействия, стимуляция конкуренции, ускорения создания новых технологий и защита потребителей.



### **3.5. Информационная политика Европейского Союза относительно построения информационного общества**

Как указано в документах Европейского Союза, информационное общество становится важной движущей силой экономических, социальных и технологических изменений и влияет на функционирование общества в целом и на отношения между отдельными лицами, группами и странами на мировом уровне, предоставляя более широкие возможности связи и обмена информацией, в частности, на трансграничном уровне, из-за глобализации широко доступных для общества сетей и служб. Важное значение это имеет на европейском уровне, прежде всего, в отношении культурного и языкового разнообразия. Эти явления обуславливают необходимость нового подхода к регулированию сектора средств массовой информации, в частности, учитывая то, что сейчас есть возможность осуществлять общественные и частные связи через те самые сети. С целью обеспечения лучшего баланса в доступе к новым технологиям и новых коммуникационных и информационных служб, для того, чтобы развитие информационного общества был полезным всем европейским странам, а также всем лицам и группам, которые проживают в этих странах, Европейское сообщество с 1994 года рассматривает задачу построения информационного общества как наиболее приоритетную.

С 1994 по 1998 год все научно-технические инициативы Европейского Союза происходили в рамках Четвертой рамочной программы, реализация которой осуществлялась по 18 целевым программам. Одна из наиболее действенных - актуализация серии последовательных проектов, направленных на развитие культуры и сохранение культурного наследия:

1) Мультимедийный доступ к европейскому культурному наследия. Меморандум взаимопонимания (1995-1998);

Это проект сотрудничества, добровольное соглашение между организациями (музеями и галереями, государственными и общественными организациями, учебными и научными центрами, электронными издательствами, компаниями, специализирующимися в сфере телекоммуникационных и аппаратно-программных комплексов), готовыми активно выступать за достижение консенсуса по проблемам, важным для всех сторон.

Под этим документом поставили свои подписи более 450 представителей различных институтов, в том числе: 297 музеев, 47 государственных учреждений (в том числе - научных и учебных), 76 организаций индустриальной сферы, 45 неправительственных организаций.

Мультимедиа для образования и занятости через интеграцию культурных инициатив (1998-2002)

Можно выделить две основные задачи в этом проекте:

1) культурное, направленное на создание и внедрение технологических решений для организации информационных ресурсов с европейской культурному наследию и доступа к этим ресурсам;

2) экономическое, направленное на создание условий для организации нормального маркетинга в сфере эксплуатации электронного культурного наследия

Ключевые проблемы, решаемые в рамках проекта:

- авторское право и интеллектуальная собственность;
- проблемы взаимодействия в сети (структура данных, терминология, навигация);
- маркетинг;
- проблемы финансирования

В рамках проекта работа ведется в четырех основных направлениях:

- 1) межмузейные тематически ориентированные виртуальные выставки;
- 2) культурное наследие и новые информационные технологии в образовании;
- 3) культурное наследие и новые информационные технологии в туризме;
- 4) подготовка практического справочника по наиболее важным для пользователей вопросам (правовые вопросы, стандарты, финансирование и т.д.)

### **Форум для обсуждения общих проблем построения информационного общества**

Рассматривая информационную политику Европейского Союза по построению информационного общества, следует особо отметить работу основанного Европейской комиссией в феврале 1995 г. форума для обсуждения общих проблем построения информационного общества. Форум стал своеобразным местом для обмена идеями, мнениями и рекомендациями по вопросам, касающимся информационного общества. Первым главой Форума был назначен Мартин Бангеманн - комиссар по делам промышленности, информационной технологии и телекоммуникаций.

Форум состоит из 130 членов, наделенных полномочиями сроком на три года. Половина из них назначается государствами-членами, а половина - Европейской Комиссией. Члены Форума являются представителями шести основных социально-производственных сфер деятельности:

- 1) пользователи новых технологий;
- 2) различные социальные группы;
- 3) поставщики содержания и услуг;
- 4) сетевые операторы;
- 5) государственные и международные институты;
- 6) производители оборудования.

Социальные группы: профессорско-преподавательский состав, организации работодателей и профессиональные союзы, молодежные группы, представители регионов и городов. Поставщики контента и услуг: издатели и авторы, продюсеры фильмов и телепередач, работники служб вещания, производители программного обеспечения для компьютеров и поставщики информационных услуг.

Сетевые операторы: фиксированные телекоммуникации, кабельное телевидение, операторы мобильных и спутниковых сетей.

Производители устройств сети, потребительская электроника, компьютерная промышленность Государственные и международные институты: члены Европейского парламента, экономических и социальных организаций.

Целью первых лет работы Форума было отслеживание процесса становления информационного общества в шести основных сферах:

- 1) воздействие на экономику и занятость;
- 2) основные социальные и демократические ценности в "виртуальном сообществе";
- 3) влияние на общественные, государственные службы;
- 4) образование, переквалификация, обучение в информационном обществе;
- 5) культурное измерение и будущее СМИ;
- 6) устойчивое развитие, технология и инфраструктура.

26 июня 1996 г после года интенсивной работы Форум принял первый годовой отчет "Сеть для людей и их сообществ: максимальное использование информационного общества в Европейском Союзе". Идеи и рекомендации годового отчета охватывали широкий спектр социальных, культурных, политических и экономических вопросов информационного общества. В нем также, в частности, подчеркивалось, что, если Европа не сможет быстро и эффективно адаптироваться, ее ждет не только потеря конкурентоспособности по сравнению с США и азиатскими экономиками, но и рост социального отчуждения в самих европейских странах.

В отчете рекомендовалось создавать информационное общество как общество обучения в течение всей жизни (Lifelong Learning Society). В отчете отмечалось:

- новые технологии в конечном итоге создадут больше рабочих мест, чем уничтожат;
- в будущем телеработа станет основным занятием для миллионов людей;
- никто не должен быть исключен из информационного общества;
- свобода личности должна быть защищена от посягательств.

В отчете провозглашался антропоцентристский подход (people-centered approach), т.е. акцентировалось внимание на человеке и его потребностях, и определялись основные приоритеты по осуществлению информационной политики Европейского Союза, а именно

- обучение граждан умению использовать новые информационные средства и прикладные задачи;
- построение общества обучения в течение жизни;
- раннее приобщение граждан к развитию новых приложений и услуг для того, чтобы они стали полезными им в повседневной жизни;
- использование новых технологий с целью включения людей в процессы принятия решений и предоставления им возможности знать, что делает их правительство, гарантируя тем самым плюрализм и открытый доступ к информации.

В отчете отмечалось, что "ни наши люди, ни наши институты, ни, наконец, большинство наших компаний на самом деле не готовы принять новые технологии до тех пор, пока будет продолжаться это состояние неготовности, оно будет оставаться серьезным препятствием к получению Европой тех благ, которые предусматриваются новыми технологиями: более быстрый экономический рост, более широкая занятость и лучшее качество жизни".

В дальнейшей работе Форума акцентировалось внимание на таких важных вопросах:

- 1) влияние на организацию и способ работы в информационном обществе;
- 2) индивидуальный доступ в информационном обществе;
- 3) общественное и демократическую жизнь в "виртуальном сообществе";
- 4) более прозрачные и качественные общественные услуги;
- 5) культурное измерение;
- 6) защита индивидуума;
- 7) обучение и инструктирование в информационном обществе;
- 8) достижение устойчивого самостоятельного глобального развития;
- 9) будущее мультимедиа.

### **3.6. Информационная политика Российской Федерации**

Современная государственная информационная политика Российской Федерации безусловный приоритет придает обеспечению национального суверенитета и национальной безопасности в информационной сфере в самом широком значении этих понятий.

Важнейшими опорными точками являются гарантия Конституцией Российской Федерации права граждан и юридических лиц на свободное получение и распространение информации для массового пользования; разработку информационного законодательства; обеспечение информационной безопасности; предусматриваемое российским законодательством регулирование деятельности национальных средств массовой информации; противодействие информационным идеологическим диверсиям; реализацию программ государственной политики информатизации, развития информационной инфраструктуры и системы информационных ресурсов, телекоммуникаций и связи; участие в международном информационном обмене; информационное сопровождение деятельности российского государства в сфере внешней, оборонной, экономической, социальной и культурной политики; реализацию программ формирования объективного имиджа за рубежом современной России; содействие обеспечению конкурентоспособных позиций отечественного информационного и информатизационного комплекса на мировом рынке профильных технологий, товаров и услуг.

Первое комплексное осмысление целей, задач и объектов государственной информационной политики, основных направлений и механизмов ее реализации, результатов воздействия ГИП на социально-экономическое, политическое и культурное развитие Российской Федерации в конце XX и начале будущего века было предпринято в современной России в связи с принятием на заседании Комитета Государственной Думы по информационной политике и связи 15 октября 1998 г. и на заседании Постоянной палаты по государственной информационной политике Политического консультативного совета при Президенте Российской Федерации 21 декабря 1998 г. **Концепции государственной информационной политики России.**

Концепция впервые после провозглашения российской государственности конкретизировала и уточнила основные направления деятельности органов государственной власти и управления по становлению информационного общества в России, формированию единого информационного пространства страны и ее вхождению в мировое информационное сообщество. Было сформулировано и официальное определение понятия государственной информационной политики Российской Федерации как совокупность целей, отражающих национальные интересы России в информационной сфере, стратегических направлений их достижения (задач) и систему мер, их реализующих.

С начала 1990-х годов в России формировались и развивались принципы и положения государственной политики информатизации, выраженной в различных программах информатизации. Их основное содержание сводилось

к обеспечению научно-технических, производственно-технологических и организационно-экономических условий создания и применения информационных технологий, информационной инфраструктуры и системы формирования информационных ресурсов. При этом политика информатизации практически была отделена от политики, проводимой государством в области СМИ, связи и телекоммуникаций. На протяжении многих лет государственная информационная политика охватывала, главным образом, проблемы, связанные с деятельностью средств массовой информации. В Концепции содержание ГИП было несколько расширено и в него попали уже отдельные элементы защиты гарантированных Конституцией прав граждан и организаций на общедоступную информацию, а также некоторые аспекты информационной безопасности.

В рамках ГИП Концепция заложила основу для решения таких крупных задач, как формирование единого информационного пространства России и ее вхождение в мировое информационное пространство, обеспечение информационной безопасности личности, общества и государства, формирование демократически ориентированного массового сознания, становление отрасли информационных услуг, расширение правового поля регулирования общественных отношений, в том числе связанных с получением, распространением и использованием информации, способствовала укреплению связи федерального центра и регионов, упрочению федерализма и целостности страны.

Концепция 1998 г. определила свободное создание, распространение и потребление информации как важнейшее конституционное право граждан, возведя государственную информационную политику в ранг серьезной движущей силы проведения в России демократических преобразований общества и государства, отражающую и учитывающую множество интересов граждан, общественных организаций и движений, федеральных, региональных и муниципальных органов власти, государственных организаций и коммерческих структур.

Безусловно, с момента принятия Концепции 1998 г. за прошедшие десятилетия изменилось очень многое и в России, и в окружающем нас мире. Сегодня все мы живем условиях окружающей нас новой политической реальности. За прошедшие десятилетия проделана титаническая работа по созданию в стране мощной материально-технологической базы ГИП. Однако многие ключевые положения Концепции 1998 г. не потеряли своей актуальности и в наши дни, а сам этот документ стал по сути первой важной программной основой для последующей разработки и принятия целого ряда дальнейших стратегических программ развития информационного общества в нашей стране и совершенствования государственной информационной политики.

Разработка стратегических направлений ГИП, наряду с внешней, оборонной, социально-экономической политикой и политикой безопасности, осуществляется непосредственно Президентом России.

Главная функциональная задача государственной информационной политики России в настоящее время – реализация национальных интересов Российской Федерации в информационной сфере, обеспечение ее информационного суверенитета и информационной безопасности. Объект информационной политики – информационная сфера жизни общества – печатные и электронные средства массовой информации, средства связи; информационное право и информационная безопасность. Субъект – государственные институты власти, органы и структуры, осуществляющие властные полномочия и обеспечивающие выполнение задач, стоящих перед государством. **Приоритетная задача государственной информационной политики – обеспечение универсального повсеместного доступа к информации и информационным услугам, что является важнейшим условием успешного социально-экономического развития, укрепления единства и безопасности страны, консолидации российского общества.**

Целью ГИП является также подготовка и реализация федеральных целевых программ по аналогии с действующей с 2001 г. программой "Электронная Россия", которые конкретизируют участие органов государственной власти и управления в рамках их компетенций в формировании и реализации государственной политики.

**Долгосрочной стратегической целью государственной информационной политики России является задача формирования открытого информационного общества на основе развития единого информационного пространства как пространства целостного федеративного государства, его интеграция в мировое информационное пространство с учетом национальных особенностей и интересов при обеспечении информационной безопасности на внутригосударственном и международном уровнях. В среднесрочной перспективе – создание единого информационно-телекоммуникационного пространства страны как базы решения задач социально-экономического, политического и культурного развития России и обеспечения ее национальной безопасности.**

Различаются два аспекта государственной информационной политики: технологический (регулирование процесса развития компонентов информационной среды) и содержательный (приоритеты коммуникационной деятельности участников общественно-политического процесса). Государство оказывает регулирующее воздействие на обе центральные составляющие ГИП – и социально-политическую, и технико-технологическую.

В настоящее время функции государственной информационной политики России заключаются в первую очередь в содействии развитию в

стране гражданского общества, обеспечении конструктивного диалога между властью и обществом, между органами государственной власти и управления всех уровней и средствами массовой информации; признании презумпции открытости информации для граждан и защиту их информационных прав; ориентации главных компонентов информационного пространства на обеспечение свободного обращения информации, реализацию на практике конституционного права на свободный поиск, получение, производство информации и ее распространение, обеспечение доступа граждан к открытым государственным информационным ресурсам; сохранении и укреплении духовно-нравственных ценностей российского общества, интеллектуального культурного и научного потенциала страны; эффективной оперативной защите и активном наступательном противодействии по принципу действия на опережение в отношении внутренних и внешних информационных угроз, идеологических диверсий и информационных провокаций. Следует также отметить, что открытость и доступность всей системы российских органов государственной власти и управления является и важной формой противодействия в стране проявлениям коррупции.

Отдельно следует упомянуть комплекс вопросов, связанных с государственной политикой информатизации. В контексте ГИП России работа ведется по следующим направлениям: создание эффективного современного высокотехнологичного национального комплекса информационных ресурсов и информационно-телекоммуникационной инфраструктуры; всестороннее развитие отечественного научно-технического и производственного потенциала, необходимого для завершения процессов формирования единого общероссийского информационно-телекоммуникационного пространства; стимулирование рынка передовых информационных и телекоммуникационных средств, современных, конкурентоспособных с зарубежными аналогами информационных продуктов и услуг.

По ряду направлений создания новейших информационных и телекоммуникационных технологий российский рынок информатики и информационной продукции уже в известной степени интегрирован в мировой. Создана эффективная технологическая база цифровых технологий в интересах отечественной оборонной промышленности. Сформулирован приоритет развития в стране цифровой экономики. Данный процесс приобрел в последние годы особое значение с точки зрения национальной безопасности страны ввиду проводимой странами Запада в отношении России явно рассчитанной на весьма продолжительный период политики санкций. В сложившихся внешних условиях особо актуальным является ускоренное завершение создание полномасштабной отечественной базы высококачественной современной информационной и телекоммуникационной продукции и гарантированная защита информационных ресурсов от



несанкционированного доступа, надежное обеспечение безопасности действующих и создаваемых на территории страны информационных и телекоммуникационных систем. В неразрывной связи с этими задачами и требование наращивания всесторонней государственной поддержки процессам профильной подготовки и переподготовки отечественных высокопрофессиональных кадров.

С целью формирования единого системного подхода государства к развитию отрасли информационных технологий 1 ноября 2013 г. распоряжением Правительства РФ была утверждена **Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014-2020 годы и на перспективу до 2025 г.** Предполагалось, что реализация Стратегии будет содействовать снижению зависимости экономики страны от сырьевого экспорта за счет увеличения экспорта продукции отрасли информационных технологий до 11 млрд. долларов США; повышению производительности труда вследствие ускоренного внедрения информационных технологий в важнейшие сферы экономики; улучшению общего инвестиционного климата в России в интересах ускорения перехода к новому постиндустриальному технологическому укладу общества. Наряду с этим Стратегия предусматривала обеспечение информационной безопасности и высокого уровня обороноспособности страны, в том числе за счет создания современных средств реагирования и предупреждения глобальных информационных угроз.

Реализация мероприятий Стратегии должна была позволить поддержать средний темп роста отрасли информационных технологий на уровне, значительно превышающем средний темп роста валового внутреннего продукта, увеличить количество высокотехнологичных рабочих мест в российской отрасли информационных технологий, обеспечить рост объема производства отечественной продукции и услуг в сфере информационных технологий.

С учетом изменения внешней конъюнктуры, обусловленной санкционной политикой Запада в отношении России, особую актуальность приобрела известная инициатива ряда российских экспертов о необходимости создания правовых, экономических и организационных условий для объединения государственных и негосударственных информационных ресурсов, информационно-коммуникационных сетей и систем в **единую общегосударственную информационно-коммуникационную инфраструктуру и систему национальных информационных ресурсов.** Многие уже сделано.

Информатизация всех сфер государственного управления является в последнее время одним из приоритетных направлений информационной политики российского государства. Начиная с 2002 г. реализуется программа

«Электронная Россия», которая значительно расширила применение современных IT-технологий в практике государственного управления. С 2007 г., **использование информационных технологий служит обязательным критерием эффективности работы ведомств, властей регионов и органов местного самоуправления** в контексте принятых регламентов повышения эффективности государственного управления и совершенствования оказания гражданам страны публичных услуг.

Так, к примеру, в июле 2017 г. Госдума приняла в последнем, третьем чтении законопроект о телемедицине, разрешающий выписывать электронные рецепты и оказывать врачебную помощь дистанционно. В целях идентификации участников программы будет использоваться единая федеральная специализированная система. Врачи смогут выдавать рецепты на лекарства и справки в форме электронного документа. Кроме того, предусматриваются консультации пациента с лечащим врачом дистанционно после очного приема или осмотра. Законопроект должен вступить в силу с 2018 г. Телемедицинская помощь полностью будет соответствовать действующим в стране медицинским стандартам, а на полученную в ходе таких консультаций информацию распространяется врачебная тайна.

Другим подтверждением осязаемого прогресса на пути дигитализации государственных услуг в интересах населения страны является деятельность многофункциональных центров, ознаменовавших собой, без излишних эпитетов, подлинную революцию в направлении реального перехода российского гражданина от эпохи бюрократии в эпоху цифровых технологий. От многочасовых очередей в бесконечных коридорах самых разных органов власти и управления к совершаемому в течение нескольких минут электронному документообороту.

**Приоритетные принципы** планирования и реализации государственной информационной политики России практически почти на три десятилетия вперед вплоть до принятия в мае 2017 г. Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы были заложены именно в первой Концепции ГИП 1998 г. В их числе: открытость и двусторонность коммуникационного взаимодействия власти и общества, центральные мероприятия информационной политики открыто обсуждаются обществом и государство в порядке обратной связи учитывает общественное мнение. Информационная безопасность, достигаемая посредством проведения единой государственной политики в области обеспечения информационной безопасности, системой организационно-правовых, экономических и иных мер, адекватных угрозам информационных интересам личности, государства и общества. Системность за счет программно-целевого подхода к проблеме информатизации российского общества, когда при реализации принятых решений по изменению состояния

одного из объектов регулирования должны учитываться его последствия для состояния других и всех в совокупности.

К числу указанных принципов относится также **социальная ориентация и равенство интересов** посредством учета в равной степени интересов всех участников информационной деятельности вне зависимости от их положения в обществе, формы собственности и государственной принадлежности при направленности основных программ ГИП на обеспечение социальных интересов и духовных потребностей граждан России. Государственная поддержка и государственное финансирование ключевых программ ГИП, в первую очередь, направленных на информационное развитие социальной сферы, сокращение региональных диспропорций в коммуникационной сфере на базе информационной интеграции регионов и преодоление информационно-технологического дисбаланса между различными группами и слоями общества.

Впоследствии, еще до кардинальных изменений, происшедших в сфере международных отношений с 2014 г., связанных с введения странами Запада системы секторальных санкций в отношении России, в принятых после Концепции 1998 г. концептуальных документах развития ГИП России все отчетливее стали делаться акценты на приоритетности требования соблюдения интересов отечественного производителя информационных продуктов и технологий.

Имеющиеся информационные ресурсы России (базы данных, электронные информационные массивы, библиотечные и архивные фонды и т.п.) колоссальны по своему объему, стоимости и сложности. Вместе с тем существует еще немало резервов для повышения степени их использования для наиболее полного обеспечения потребностей общества и выхода по этим показателям на уровень ведущих промышленно развитых стран мира.

Среди них: создание государственной системы аудита и мониторинга состояния информационных ресурсов; формирование и осуществление федеральных, региональных и межотраслевых программ, направленных на формирование и использование научно-технической информации, информатизации библиотек, архивов и др.; бюджетное финансирование социально значимых информационных систем; создание экономических условий для поддержки отечественного производителя в развития сектора предоставления различных информационных услуг населению; стимулирование создания и развития национальных корпоративных сетей и коммерческих систем; защита прав граждан на личную жизнь и на доступ к информации; реализация концепций, программ и проектов развития информационных и телекоммуникационных систем и сетей, согласованных с международными стандартами; поддержка перспективных научных

исследований в области создания конкурентоспособной отечественной элементной базы.

В настоящее время действуют утвержденная Распоряжением правительства России от 20 октября 2010 г. **Государственная программа Российской Федерации "Информационное общество (2011-2020 гг.)"**, а также **Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014 - 2020 гг. и на перспективу до 2025 г.**, также утвержденная Распоряжением Правительства от 1 ноября 2013 г. В обоих документах дается расширенное современное определение понятия информационной среды как совокупности информации, объектов информатизации, информационно-коммуникационных систем и сетей, включая сеть «Интернет».

По состоянию на декабрь 2016 г. в народном хозяйстве России, по данным Министерства связи и массовых коммуникаций РФ, имелся дефицит в 1 млн. специалистов информационно-коммуникационной сферы. Для большинства из них уже созданы соответствующие рабочие места. В 2017 году число работников данного профиля составляло 400 тысяч. Минкомсвязь совместно с Минобрнауки работают над повышением количества бюджетных мест для изучающих ИТ – дисциплины студентов в российских вузах. Запущена практика создания в вузах базовых кафедр предприятий соответствующего профиля для содействия в т.ч. решению вопроса профильного трудоустройства выпускников высших учебных заведений. Если в 2012 г. в стране насчитывалось всего 27 тыс. бюджетных мест по обучению информационно-коммуникационным технологиям, то к началу 2017 г. этот показатель возрос практически вдвое до 42 тыс.

Последовательная реализация государственной информационной политики открыла новые возможности регулярного информирования населения органами государственной власти и управления о политической и социально-экономической жизни через средства массовой информации, пресс-центры, центры общественных связей и т.п. Проведенная масштабная работа по созданию и постоянному совершенствованию законодательства, правовых и организационных механизмов, позволила эффективно регулировать взаимоотношения всех субъектов политической жизни современного российского общества в реализации их информационных прав и обязанностей. В стране в принципе создана целостная функционирующая система независимого и гласного контроля за деятельностью государственных средств массовой информации, институтов, центров и служб изучения общественного мнения, а также специальных служб по связи с населением. Разработка и осуществление цивилизованных, демократических форм и методов воздействия на средства массовой информации в рамках действующего в стране правового поля, что составляет одну из главных задач

ГИП, создали надлежащие условия для формирования и распространения духовных ценностей, отвечающих национальным интересам и культурно-историческим традициям России.

Государственная информационная политика России выполняет регулирующие функции в отношении отечественных средств массовой информации, являющихся одновременно и объектом, и субъектом ГИП, и важнейшим инструментом ее практической реализации.

Приоритетной целью реализации государственной информационной политики применительно к СМИ является разработка правовых, экономических и организационных мер, обеспечивающих в деятельности средств массовой информации необходимого баланса интересов личности, общества и государства посредством прямой поддержки государственных средств массовой информации и определения отношения органов власти к негосударственным СМИ при обеспечении равноправия и разнообразия организационных форм их деятельности и любой формы собственности. Другая цель заключается в установлении баланса между государственным и общественным регулированием деятельности СМИ и создание правовых, организационных, экономических и технологических условий для эффективного выполнения средствами массовой информации функции объективного информирования населения, социальных институтов и государства. В данном контексте следует также упомянуть такие задачи ГИП, как контроль за соблюдением в полной мере законодательства в отношении СМИ, противодействие подчинения средств массовой информации не отвечающим объективным потребностям общества конъюнктурным интересам, регулирование степени монополизации и концентрации СМИ, гарантии их плюрализма и доступа к органам государственной власти и управления всех уровней, учет интересов региональных и местных органов информации.

ГИП выполняет также ограничительно-охранительную функцию с точки зрения обеспечения информационной безопасности страны как в общественно-политическом, так и технологическом плане, включая недопущение распространения на территории страны информации, противоречащей требованиям Конституции РФ, российского законодательства, общепринятых норм этики и морали. Суть такой охранительно-ограничительной функции не имеет ничего общего с государственной политической цензурой, которая в соответствии с действующим Основным законом Российской Федерации недопустима в России. Данная функция ГИП полностью соответствует требованиям Международного пакта о гражданских и политических правах, принятого резолюцией 2200 А (XXI) Генеральной Ассамблеи ООН от 16 декабря 1966 г. В статье 19 Пакта говорится, что каждый человек имеет право на свободное

выражение своего мнения; это право включает свободу искать, получать и распространять всякого рода информацию и идеи, независимо от государственных границ, устно, письменно или посредством печати, или художественных форм выражения, или иными способами по своему выбору. Пользование данными правами налагает особые обязанности и особую ответственность. Оно может быть, следовательно, сопряжено с некоторыми ограничениями, которые, однако, должны быть установлены законом и являться необходимыми для уважения прав и репутации других лиц; для охраны государственной безопасности, общественного порядка, здоровья или нравственности населения.

Россия, являясь важнейшим участником международного информационного обмена, обладает развитой информационно-коммуникационной инфраструктурой на Евразийском пространстве, в своем неизменном качестве одного из ключевых звеньев мирового информационного пространства традиционно выполняет функции связующего коммуникативного моста между Европой и Азиатско-Тихоокеанским регионом. Последовательно выступает против всякого вида «гибридных войн» и их неизменной составляющей – «информационных войн», против превращения международных отношений в арену ожесточенного информационного противоборства, против любого рода идеологических информационных диверсий и провокаций.

Реализация ГИП России подразумевает активное участие российской стороны в международном информационном сотрудничестве с учетом национальных интересов страны. Такая активность ориентирована на разработку и принятие правовых положений и международных соглашений, обеспечивающих информационную безопасность в процессах трансграничного информационного обмена и создания межгосударственного законодательства и международных стандартов в области информационной безопасности. В частности, российской стороной предлагается разработка соглашения с участием возможно большего числа государств-участников такого соглашения о координации деятельности в сфере борьбы с информационным терроризмом и информационным криминалом, по предотвращению киберугроз и согласованию действий по минимизации их последствий. Предметом переговоров должна стать также международно-правовая защита национальных информационных ресурсов и интеллектуальной собственности, а также авторских прав на материалы, распространяемые по мировым открытым сетям, в первую очередь, по интернету.

Россия выступает за принятие согласованных национальных и международных правовых норм, устанавливающих ответственность за хакерство и другие компьютерные преступления, злоумышленное

проникновение в национальные государственные и корпоративные информационные сети, нарушение прав и законных интересов граждан в процессе информационного обмена. Предлагается также рассмотреть возможности контроля за распространением по сети интернет непристойной и оскорбляющей общественную нравственность информации, недобросовестной рекламы, мошеннических операций и т.п., оказывающих негативное воздействие на массовое сознание, физическое, психическое и социальное здоровье людей.

На протяжении ряда лет наша страна выступает, в частности, за принятие Организацией Объединенных Наций правил поведения государств в киберпространстве. Россией разработан для принятия под эгидой ООН проект конвенции «О сотрудничестве в сфере противодействия информационной преступности», который должен прийти на смену Будапештской конвенции о компьютерных преступлениях 2001 г., которая, по мнению российской стороны, содержит определенные угрозы национальному суверенитету нашего государства. Основной акцент делается при этом не на постфактумное реагирование на кибератаки, а на приоритете задачи широкого международного сотрудничества по предотвращению компьютерных атак. Россия выступает за введение ответственности производителей за обеспечение гарантий безопасности программных и аппаратных средств. На территории РФ производство, распространение и применение вредоносного программного обеспечения является уголовно наказуемым преступлением. Этому примеру могли бы последовать и все другие страны-члены ООН.

В ходе переговоров Президента России В.В. Путина с Президентом США Д. Трампом в рамках состоявшейся в июле 2017 г. в Гамбурге (ФРГ) встречи лидеров «Большой двадцатки» кибербезопасность стала третьей по значимости обсужденной лидерами обеих стран темой после проблематики, связанной с положением в Сирии и в Украине. Было отмечено, что сфера кибербезопасности становится все более рискованной и в ней рождаются угрозы, в том числе и террористическая. С российской стороны было выдвинуто предложение выработки комплексного подхода к решению вопросов борьбы с терроризмом, с оргпреступностью, а также с хакерством во всех его формах, сделав их предметом российско-американского взаимодействия в рамках специально создаваемой совместной рабочей группы. Тем более, что определенный опыт российско-американского взаимодействия в IT-сфере все же имеется – соответствующие двусторонние механизмы были созданы в 2013 г. в рамках пакета соглашений между РФ и США о мерах доверия в сфере информационно-коммуникационных технологий.

## Глава 4. ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СФЕРЫ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

### 4.1. Правовая среда деятельности средств массовой информации

Прежде всего следует отметить, что правовое регулирование средств массовой информации в демократических странах осуществляется законами, гарантирующими, с одной стороны, свободу средств массовой информации, с другой - право человека на свободу получения информации, свободу высказываний и самовыражения, плюрализм мнений в обществе, подконтрольность СМИ обществу, их ответственность.

Система законов в этих странах складывалась на протяжении веков и развивалась в направлении развития и сохранения хрупкого, тонкого баланса между свободой средств массовой информации и ограничением их во имя права на неприкосновенность частной жизни, права каждого человека на свободу выражения своего мнения и во имя сохранения плюрализма в обществе. Таким образом, функции и место средств массовой информации в обществе признаются как средство информирования общества и как способ контроля общества за деятельностью власти, что, естественно, как правило, исключает возможность власти непосредственно управлять средствами массовой информации, используя их для своих целей. Тем не менее, власть, государство сохраняют некоторую возможность регулировать и контролировать процессы в области средств массовой информации.

Регулирование и контроль власти в области средств массовой информации, регулирование концентрации средств массовой информации осуществляется системой законодательства каждой страны, как законами, так и общими и специальными правительственными программами содействия средствам массовой информации.

Европейский Суд по правам человека постановил, что свобода средств массовой информации требует особой защиты, чтобы обеспечить ей возможность "играть жизненно важную роль общественного охранника" и "распространять информацию, которая представляет общественный интерес".

В таких странах, как Австрия, Германия, Канада, Нидерланды, Норвегия, США, Франция, Швеция, свобода выражения мнений закреплена письменно в конституциях этих стран. Такого положения не имеет Великобритания и Австралия. Законодатели этих стран утверждают, что свобода выражения мнений гарантирована в их неписаных конституциях. В Германии и Испании считается, что представители прессы имеют больше, чем кто-либо, права собирать и распространять информацию. Эти права являются следствием особой роли средств массовой информации в формировании



общественного мнения и служении общественным интересам. В некоторых странах на правительство возложена обязанность поддерживать свободу средств массовой информации и плюрализм мнений (в дополнение к традиционной либеральной обязанности воздерживаться от вмешательства) в соответствии с положениями Конституции (Нидерланды, Швеция) или с судебным толкованием (Франция, Германия) всего защищены свободу средств массовой информации.

Австралия, Австрия, Канада, Германия и США - страны с федеральным государственным устройством. В Австралии, Канаде и США основные законы, касающиеся средств массовой информации, включая законы о клевете и вмешательстве в частную жизнь, - законы субъектов федерации. В Австрии федеральное правительство имеет все полномочия при решении вопросов, связанных со средствами массовой информации.

В Германии вопросы, связанные с клеветой и вмешательством в частную жизнь, регулируют федеральный закон, в то же время другие вопросы, связанные с массовой информацией, решаются на уровне законодательства земель.

Отдельный закон о печатных изданиях имеют только Австрия и Швеция. Закон содержит основные положения, касающиеся прессы (в Швеции такой закон имеет конституционный статус). В то же время в Германии действует целый ряд федеральных законов, касающихся прессы, каждая земля имеет отдельный закон о печатных средствах, и все они построены по одному образцу. Во Франции действует ряд законов о печатных средствах. Такие страны как Австралия, Канада, Нидерланды, Норвегия, Испания, Великобритания, США не имеют отдельного закона о печатных средствах и имеют мало (или вообще не имеют) законов, которые применяются исключительно к прессе. Во многих странах реформаторы призвали к кодификации и совершенствованию законов.

Современные зарубежные исследователи, в частности М. Прайс и П. Круг, выделяют четыре основных аспекта правовой среды, в которой действуют средства массовой информации и благодаря которому законодательство или способствует, или препятствует их независимости и эффективности:

- 1) сбор информации;
- 2) регулирование содержания;
- 3) нейтральное относительно содержания регулирование, которое одновременно способно влиять на содержание косвенно;
- 4) защита журналистов в процессе их профессиональной деятельности, в том числе защита от физического нападения.

**Сбор информации** - основная функция прессы в демократическом обществе - является главной предпосылкой эффективной работы средств

массовой информации. К законам об информации относятся законы, признающие и гарантирующие общественный доступ к правительственной информации и институтов; исключения здесь составляют случаи, касающиеся сферы национальной безопасности, защиты тайны личной жизни, предотвращения преступлений и каких-либо других случаев. К вопросу эффективности также имеют отношение законы, касающиеся лицензирования и аккредитации журналистов.

Другой ряд законов, касающихся регулирования содержания (здесь имеется в виду вмешательство со стороны государственных органов) или законными средствами (т.е. на основании законодательных актов и норм, созданных судебными органами), или незаконными средствами (правительственными актами, не основанными на законодательных или судебных нормах, имеющих прямое отношение к регулированию содержания). Эти законы, направленные на обеспечение соответствующих государственных, общественных и частных интересов, действуют путем осуществления разнообразной предварительной цензуры, создание ограничений доступа на рынок информации, а также режимов последующего наказания за явные нарушения свобод журналистов. Круг таких проблем (касающихся содержания) и их методы решения являются лучшим свидетельством наличия в обществе благоприятной среды для средств массовой информации.

К третьей категории относятся законы, не касающиеся непосредственно редакционного содержания, то есть внешне нейтральные по содержанию, но оказывающие на него побочное влияние и поэтому создающие опасность внешнего манипулирования при их применении, или же это законы, предназначенные защитить средства массовой информации от давления извне.

Наконец, рассмотрим вопрос защиты журналистов в ходе их профессиональной деятельности. Здесь есть два момента. Во-первых, гарантия занятости журналистов, при рассмотрении этой проблемы следует обратить внимание на так называемую внутреннюю свободу прессы или на отношения между журналистами и владельцами средств массовой информации. Во-вторых, это вопрос физической безопасности: журналистам часто приходится сталкиваться с угрозами и захватами, физическим преследованием со стороны или органов государственной власти или частных лиц, степень защиты журналистов со стороны данной правовой системы является ключевым компонентом благоприятной среды.

К отмеченному выше в целом можно добавить следующее. Во-первых, признание факта, что регулирование содержания правовыми средствами осуществляется как общепринятыми законами (законами, которые применяются ко всем лицам в пределах юрисдикции данных правовых систем и прямо не касаются средств массовой информации), так и специальными

законами, которые касаются этих средств. Этот аспект имеет важное значение при решении вопроса о конституционности конкретных правительственных актов. Дело в том, что, исходя из внешних признаков, гораздо сложнее оспорить конституционность (в плане свободы прессы) того или иного общепринятого закона, чем специального закона о средствах массовой информации. Общепринятые законы касаются именно тех аспектов, в которых деятельность средств массовой информации пересекается с основной правовой системой.

Относительно специальных законов о средствах массовой информации, то выделяются две их категории:

- законы о средствах массовой информации или законы о прессе, которые во многих странах являются основными в регулировании средств массовой информации;
- законодательные акты, касающиеся более конкретных, узких тем, как-то регулирования вещания или права и обязанности журналистов.

Во-вторых, следует отметить, что, хотя мы рассматриваем в основном государственные акты, в правовой среде, в которой действуют средства массовой информации, значительную роль играет и частный сектор. Например, одним из важных моментов сбора информации является объем доступа к информации о частных предприятиях и лицах. Относительно прямого влияния на содержание, то во всех правовых системах частные предприятия и физические лица могут подавать иски с требованием возбудить судебное дело в случае нарушения их прав со стороны средств массовой информации. Что касается косвенного воздействия, то значительный вес, особенно в случае частного владения средствами массовой информации, имеют не только государственные структуры, но и частные лица и компании.

Наконец, рассмотрение правовых норм имеет более широкий характер. К ним относятся не только законодательные акты, но и нормативные административные акты, учитывая потенциально примененные конституционные и международные нормы.

#### **4.2. Доступ к информации (документам) и его структурные аспекты**

В этом разделе мы акцентируем внимание на вопросах доступа к информации журналистов. Общий доступ к информации - важный вопрос, который требует дополнительного освещения.

Наличие в государстве благоприятной среды можно определить достаточно четко, исходя из того, имеет ли данный журналист возможность собирать информацию и успешно выполнять свои функции. Сбор информации - это важный фактор свободы информации. Без доступа к информации

журналисты преимущественно выражают свои мысли. И хотя гласность при высказывании мнений является важной составляющей демократического общества, для его развития и поддержки этого недостаточно. Возможность информировать граждан зависит от наличия для журналистов доступа к информации. Без этого аспекта журналистской деятельности общество, конечно, может иметь свободную, независимую прессу, но при этом будет значительно ограничена ее полезность для становления демократических институтов.

Наличие в государстве благоприятной среды относительно доступа к информации имеет ряд признаков. В некоторых странах властные структуры ограничивают аккредитацию журналистов и тем самым лишь незначительной части дают доступ, например, к пресс-конференциям правительства или к работе законодательного органа. Во многих странах для журналистов закрыты важные государственные учреждения: тюрьмы, военные учреждения. Даже в самых демократичных обществах для публики и прессы закрыт доступ к некоторым судебным процессам. Эти ограничения могут объясняться интересами национальной безопасности, неприкосновенности частной жизни или охраны процесса принятия политических решений. Но какие бы уважительные причины не были, эти ограничения должны быть предметом пристального внимания.

Благоприятная для свободы слова правовая среда также предусматривает доступ к мировым базам данных. Государство может ограничивать эту форму доступа, вводя определенные тарифные ставки, устанавливая ограничения для провайдера Интернет-услуг или усиливая опасения, будто существует государственный контроль над тем, к каким базам данных пытается получить доступ журналист. Сбор информации также зависит от степени доступа к фондам публичных библиотек.

Безусловно, политика правительства относительно доступа журналистов к информации является ключевым для функционирования прессы. Это касается не только законодательства, но и неформального доступа и неформальной политики. При этом одним из важнейших моментов является отношение государства к своим архивам, документам, протоколам и институтам. Нормы, регулирующие доступ к документам и институтам, являются примерами позитивного применения с целью обеспечения независимости и эффективности средств массовой информации.

Необходимым условием эффективной профессиональной журналистики есть возможность журналистов обращаться за информацией к архивам, находящимся в ведении или под контролем государственной власти. Благоприятная среда предполагает наличие правовых гарантий этого вида деятельности.

Какие составляющие необходимы для эффективности свободного информационного режима? Основной чертой законодательства о свободе информации четко выражена **презумпция гласности**. Презумпция гласности заложена в следующем принципе: любой объект, находящийся в ведении государственных органов является открытым для общества, если на него не распространяется исключение, указанное в том или ином законодательном акте. Согласно этому принципу, объяснять отказ в раскрытии той или иной информации должен хранитель государственной документации.

В большинстве правовых систем к лицам, которые обращаются с заявлением о доступе к документам, применяется определенный критерий: например, требование, чтобы они доказали, что запрашиваемая ими информация затрагивает их права и законные интересы, или же то, что информация имеет для них особую важность. Законодательство о свободе информации в значительной степени теряет эффективность, если вместо презумпции гласности применяется требование, что на тех, кто запрашивает информацию накладывается сложное бремя доказывания. Проблема заключается в том, что предъявляемые требования такого рода создают благоприятную почву для произвольного отказа раскрыть или предоставить информацию, предоставляя хранителю государственной документации право самому судить о правах и интересах лица, которое запрашивает, или о важности документа. Что касается последнего, то у хранителя, естественно, будет меньше желания предоставлять документы, которые могут считаться важными и поэтому наносят ущерб правительственным или корпоративным интересам, а это, в свою очередь, нанесет ущерб свободе информации.

Рассмотрим примеры доступа к правительственной информации в некоторых демократических странах. Так, в Великобритании нет закона о свободе информации. Принятие решений правительством скрыто под завесой секретности. В США федеральный закон о свободе информации предусматривает обязанность предоставления правительственной информации по запросу с определенными ограничениями (секретная информация, сведения о гражданах частного характера, правоохранительная информация). Во Франции закон каждому предоставляет право доступа к государственным документам. Этим же законом определяется восемь условий, которые запрещают доступ к подобной информации. Решение государственного органа об отказе в предоставлении информации может быть обжаловано в суде. Пресса этим редко пользуется. В Германии земельные законы содержат положения о праве на доступ к информации правительства. Федеральные и земельные правительства могут отказать средствам массовой информации в предоставлении информации только в том случае, когда ее обнародование может помешать судопроизводству, если нарушатся нормы секретности, если какой-либо общественный или личный интерес будет

возбужден, если объем необходимой информации чрезмерно большой. В других странах Европы доступ журналистов к правительственной информации регулируется законами, во многом похожими на законы Франции и Германии.

Любое исключение относительно презумпции гласности должно отвечать нескольким требованиям. Во-первых, исключение должно быть прописано законодательно. Иными словами, у законодательного органа исключительная власть или компетенция не только определять, как надо охранять тайны, но и определять конкретные параметры данного исключения.

В ряде стран вообще запрещено квалифицировать некоторые категории информации как государственную тайну. Например, обычно не считается государственной тайной информация, касающаяся вопросов общественного характера: информация о катастрофах или стихийных бедствиях, угрожающих здоровью и безопасности граждан, информация о состоянии окружающей среды, информация о состоянии учреждений здравоохранения, народного образования, культуры и сельского хозяйства, информация о незаконных действиях, совершенных государственными учреждениями и государственными служащими, информация о нарушении прав человека.

Европейская конвенция по правам человека в статье 101 требует, чтобы государства, подписавшие ее, гарантировали право на свободу слова, под которой также понимается свобода получения информации "без вмешательства со стороны государственной власти". Практика Европейского суда по правам человека не дает четкого объяснения определения границ применения статьи 101 о свободе информации. Однако статья 102 Конвенции содержит требование ограничения прав, предусмотренных статьей 101, должны быть необходимыми в демократическом обществе для достижения перечисленных законных целей (а именно: национальная безопасность, защита граждан, предотвращения преступлений, защита здоровья и нравственности, защита чести и достоинства или прав других граждан, предотвращения разглашения информации, полученной в конфиденциальном порядке, сохранения авторитета и беспристрастности судебных органов).

**Есть две категории исключений относительно свободы слова:**

- исключения, направленные на удовлетворение общих или государственных интересов относительно тайны;
- исключения, защищающие интересы конкретных юридических или физических лиц.

В конце рассмотрим основные положения Рекомендаций Комитета Министров Совета Европы «О доступе к официальным документам», в которых отмечается важное значение прозрачности деятельности государственных органов и доступности информации по вопросам, имеющим общественный интерес, для развития плюралистического и демократического

общества. Это обусловлено тем, что обеспечение широкого доступа к официальным документам на принципах равенства и в соответствии с четкими правилами:

- дает людям возможность получать адекватное представление и формировать критические суждения о состоянии общества, в котором они живут, и органы власти, которые ими управляют, способствуя тем самым привлечению сознательной общественности к делам, представляющим общий интерес;

- укрепляет действенность и эффективность функционирования органов власти и помогает поддерживать их единство, противодействуя коррупции;

- способствует утверждению легитимности административных властей в качестве общественных органов и укреплению доверия к ней со стороны населения.

Следует отметить, что в этой рекомендации речь, в первую очередь, идет о предоставлении частным лицам доступа к официальным документам. С этой целью государственным органам следует проводить активную политику по связям с общественностью, направленную на предоставление населению любой информации, которая может оказаться полезной в открытом демократическом обществе.

Эта рекомендация касается только официальных документов, находящихся в распоряжении органов государственной власти. Она не касается права на доступ или ограничений доступа, предусмотренных Конвенцией о защите личности в связи с автоматической обработкой персональных данных. Государства-участники должны гарантировать право каждого человека на доступ, по его требованию, к официальным документам, которые находятся в распоряжении органов государственной власти. Этот принцип следует применять без дискриминации по какой-либо признакам, в том числе по признакам национальной принадлежности.

Государства-участники вправе ограничивать право доступа к официальным документам. Ограничения должны быть четко установлены законом, быть необходимыми в демократическом обществе и соразмерны целям защиты:

- национальной безопасности, обороны и международных отношений;
- общественной безопасности;
- профилактики, расследования и судебного преследования уголовной деятельности;
- неприкосновенности личной жизни и других правомерных частных интересов;
- коммерческих и иных экономических интересов, как частных, так и общественных;
- равенства сторон в ходе судебного разбирательства;

- природы;
- инспекционных, контрольных и наблюдательных функций органов государственной власти;
- экономической, кредитно-денежной и валютной политики государства;
- конфиденциальности обсуждений в ходе подготовки какого-либо вопроса внутри органа государственной власти или между такими органами.

В доступе к документу может быть отказано в случае, если разглашение информации, содержащейся в официальном документе, может нанести ущерб хотя бы одному из интересов, перечисленных выше, если только обнаружение такой информации не составляет преобладание общественного интереса.

Лицо, которое запрашивает официальный документ, не должно обязательно указывать причины, по которым оно желает получить доступ к этому документу. Связанные с запросом формальности должны быть сведены к минимуму. Запрос на получение доступа к официальному документу должен рассматриваться органом государственной власти, в распоряжении которого находится этот документ.

Орган государственной власти, который полностью или частично отказал в доступе к официальному документу, должен указать основания отказа.

Ознакомление с оригиналами официальных документов в помещении органа государственной власти в принципе должно быть бесплатным. За предоставление копии официального документа с лица, обратившегося с запросом, может взиматься плата, которая должна быть умеренной и не превышать фактических расходов органа государственной власти на изготовление копии.

Государства-участники должны принять необходимые меры для того, чтобы:

- информировать население о его правах на доступ к официальным документам и о порядке реализации этих прав;
- обеспечить подготовку государственных служащих для выполнения их должностных обязанностей, связанных с осуществлением указанных прав;
- обеспечить реализацию своих прав лицами, которые обращаются с запросами о доступе к официальным документам
  - Для этого органам государственной власти следует, в частности:
  - эффективно обрабатывать свои документы, чтобы их можно было легко найти;
  - применять четкие, официально утвержденные правила хранения и уничтожения документов;



· по возможности обнародовать информацию о своей деятельности или о вопросах, за которые они отвечают, например, путем составления списков или реестров документов, находящихся в их распоряжении.

Кроме того, органам государственной власти следует по собственной инициативе и в тех случаях, когда это оправдано, принимать необходимые меры по опубликованию информации, которая у них есть, если такого рода опубликования отвечает интересам повышения открытости и эффективности органов управления и способствует вовлечению населения в дела, которые представляют общий интерес.

### **4.3. Регулирование концентрации средств массовой информации**

Сосредоточение средств массовой информации в руках некоторых лиц или групп ограничивает плюрализм мнений и подрывает конституционные основы свободы слова. Именно поэтому правительства осуществляют как правовое регулирование собственности на средства массовой информации, так и специальные программы содействия печатным изданиям. В центре внимания мирового и европейского сообщества постоянно находятся проблемы концентрации средств массовой информации - опасного экономического явления, которое имеет такие негативные последствия как ограничение свободы слова, плюрализма мнений и т.п. Тем не менее, концентрация средств массовой информации наблюдается во всем мире. Как экономическое явление концентрация СМИ имеет объективную причину - изменения материально-технической базы средств массовой информации, характерные для массовых коммуникаций всех развитых стран (прежде всего, создание и внедрение новых способов телекоммуникаций), объективно приводит к централизации капиталов, вращающихся в сфере массовых коммуникаций, к выходу конкуренции в средствах массовой информации на качественно новый уровень, к формированию мощных информационно-финансовых групп с собственными корпоративными интересами.

Концентрация средств массовой информации происходит в различных формах. Имеет место так называемое перекрестное владение (между телевизионным и радиовещанием, между телерадиовещанием и периодическими печатными изданиями), вертикальная интеграция в сфере средств массовой информации (т.е. вложения капитала в организации, связанные с основным бизнесом), а также проникновение иностранного капитала.

В разных странах процессы концентрации средств массовой информации происходят по-разному, а также по-разному ведется борьба с этими процессами. Так, в США основными средствами государственного противостояния монополиям и концентрации средств массовой информации

являются антистратовые законы, которые неоднократно использовались американскими судами.

Как отмечается в ряде документов Европейского Союза, потенциальным недостатком действующих в Европе моделей правового регулирования плюрализма средств массовой информации является их склонность концентрировать внимание исключительно на традиционных средствах массовой информации. Однако процесс концентрации СМИ активно идет и в области новых коммуникационных технологий и услуг, роль которых все более возрастает. Очевидна также опасность того, что технологическая конвергенция между отраслями вещания, телекоммуникаций и компьютерных технологий способствует созданию господствующего положения на рынке и развития концентрации средств массовой информации.

Перед государствами - участниками Европейского Союза стоит задача законодательно предотвращать и противодействовать концентрации СМИ, которая может угрожать плюрализму средств массовой информации на национальном, региональном или местном уровнях. В своем законодательстве или процедурах регистрации, лицензирования или похожих процедурах государствами должно быть предусмотрено определение максимальных уровней государственного контроля для того, чтобы ограничить влияние, которое коммерческая компания или группа может оказывать в одном или нескольких секторах средств массовой информации. Такие уровни, например, могут принимать форму максимальной доли аудитории, или основываться на доходе / обороте коммерческих компаний в сфере средств массовой информации. Также предусматривается ограничение доли капитала в коммерческих компаниях средств массовой информации. При установлении уровней воздействия государства должны учитывать объем рынка средств массовой информации и уровень имеющихся на нем ресурсов. Компании, достигшие разрешенного уровня влияния на рынке, не должны получать на нем дополнительных лицензий. Кроме указанных мероприятий, национальные органы, отвечающие за выдачу лицензий, в частности вещателям, при осуществлении своих функций должны обращать особое внимание на содействие плюрализму средств массовой информации.

Государства - участники Европейского Союза рассматривают возможность создания специальных органов в сфере средств массовой информации, наделенных правом противодействовать слияниям компаний и другим операциям по концентрации, что грозит плюрализму средств массовой информации, или правом наделения такими правами уже действующих органов регулирования языкового сектора. В случае, если государства не считают это целесообразным, органы власти, которые занимаются общими вопросами конкуренции, должны обращать особое внимание на плюрализм средств массовой информации при проверке слияния компаний или других

операций по концентрации в секторе средств массовой информации. Государства-участники должны принять особые меры в тех случаях, когда вертикальная интеграция - то есть осуществляемый отдельной компанией или группой компаний контроль за ключевыми секторами производства, вещания, распространения и смежных видов деятельности - может стать угрозой для плюрализма.

Следует отметить, что кроме общих наработок, в отдельных европейских странах осуществляется достаточно детальное регулирование этой проблемы особыми законодательными актами о средствах массовой информации. Так, например, правительство Австрии субсидирует все ежедневные газеты для того, чтобы помочь им выжить на рынке прессы, и тем самым поддерживает существование широкого спектра мнений. Кроме того, действует специальная программа поддержки нескольких небольших газет, которые играют особенно важную роль в формировании различных политических мнений. Шведское правительство финансирует так называемые газеты "второго ряда" (которые занимают второе место по тиражам). Кроме того, в североевропейских государствах оказывается финансовая поддержка партийным изданиям, религиозной прессе.

Правовое регулирование осуществляется с помощью общих и специальных антитрастовых законов. Так, в Великобритании министр торговли имеет право ограничивать концентрацию прессы в одних руках. Без его согласия невозможна передача издания (при тираже свыше 500 тыс. экз.) в собственность другому лицу, если в результате передачи новый владелец может закрыть газету или поглотить ее конкурирующим изданием. Кроме того, английский закон о вещании (1990 г.) ограничивает покупку средств массовой информации разных видов одним лицом. Законодательство Германии гарантирует плюрализм печатных органов как важнейший фактор свободы прессы путем запрета монополии. В федеральном законе о монополии есть специальные положения, позволяющие осуществлять контроль за малыми и средними объединениями в сфере средств массовой информации. Согласно ему, Федеральное агентство по монополиям может запретить слияние компаний.

Правительство Канады ограничило право собственности в области средств массовой информации установлением определенной доли на рынке. Других рекомендаций по ограничению концентрации нет. Но правительство имеет право рассматривать собственность с точки зрения объединенного закона о ревизии и препятствовать образованию монополии, если ее формирование может нанести вред канадскому обществу. В Нидерландах нет специального правового регулирования собственности на средства массовой информации. Однако правительство рассматривает проекты регулирования

прессе, для того, чтобы один собственник не мог обладать слишком большой долей средств массовой информации на рынке.

В США пресса на общих основаниях является объектом регулирования со стороны антитрастовых законов или корпоративных законов штатов. Электронные средства массовой информации являются объектом специального нормативного регулирования, косвенно касается это и печатных средств массовой информации (например, правило "один на рынке", запрет на одновременное владение одним лицом газетой и телерадиостанцией в одном месте или на одном информационном рынке).

К 1995 году в США действовали законодательно установленные национальные и местные ограничения на владение теле- или радиостанциями. Так, например, в общенациональном масштабе разрешалось владеть 12 телестанциями (14, если дополнительные две станции контролируются расовыми меньшинствами), и эти станции не имели права включать более 25% национальной аудитории (30%, если принадлежат расовым меньшинствам). Владелец местного телевидения обязан не перекрывать частоты станций общественного владения "степени А" (68-74 dBu в зависимости от частоты станции). Что касается радиостанций, то в общенациональном масштабе разрешалось владеть не более 20 AM и 20 FM станциями (или 25 AM и 25 FM станциями, контролируемые меньшинствами или малым бизнесом). На небольших рынках (14 и менее станций) не более трех станций одного владельца могли составлять не более 50% станций на рынке. На крупных рынках (15 и более станций) не более четырех станций одного владельца могли охватывать не более 25% местной аудитории.

Рассматривая регулирование концентрации СМИ, следует отметить, что государственная монополия в области средств массовой информации в демократических странах также рассматривается как нарушение конституционного права на свободу слова. Правительства, регулирующие концентрацию средств массовой информации, действуют согласно Декларации о средствах массовой информации и правах человека, принятой ПАСЕ, где указывается, что независимость средств массовой информации должна быть защищена от угрозы со стороны монополий, а также ни частные предприятия, ни финансовые группы не должны иметь права на монополию в области прессы, радио или телевидения, и не следует позволять образование монополии, подконтрольной правительству.

Несмотря на все разногласия применяемых мер, можно выделить **общие экономические подходы к урегулированию процессов концентрации средств массовой информации:**

· ограничение концентрации в области периодической печати осуществляется в зависимости от объемов тиража и его доли в общенациональном тираже или тираже в регионе;

- ограничение доли в акционерном капитале;
- ограничение числа лицензий у одного лица;
- регулирования перекрестного владения;
- ограничение доли иностранного капитала;
- обеспечение прозрачности средств массовой информации (публикация годового финансового отчета, список основных акционеров, информации о продаже крупных пакетов акций и т.д.)

#### **4.4. Законодательство о диффамации**

**Диффамация** - (от лат *diffamo* - лишаю доброго имени) - объявление (обычно в печати) действительной или ложной информации, порочащей честь и достоинство гражданина или учреждения, организации.

Прежде всего следует рассмотреть, как классифицируют судебные процессы о диффамации. В данном случае рассматриваются несколько различных видов судебных процессов. В зависимости от интересов защищаемых, выделяют следующие виды судебных процессов (исков):

- иски о защите чести отдельного лица - подразумевают защиту от распространения ложной информации. Иски этого вида могут быть гражданскими или уголовными;

- иски о защите чести отдельного лица - подразумевают защиту от высказываний, порочащих честь отдельной личности, будь то высказывания, распространяемые или не распространяемые третьими лицами, то ли они выдумка, то ли якобы реальные факты или выражение личного мнения - значения не имеет. Иски этого вида могут быть гражданскими или уголовными;

- иски о защите государственных служащих, учреждений или символов - подразумевают защиту по отношению к государственным институтам, будь то высказывание является выдумкой или якобы реальным фактом или выражением личного мнения - значения не имеет. Эти иски рассматриваются по уголовному законодательству;

- иски о защите групп лиц, различающихся по признакам расы, национальности, религиозной принадлежности, пола или по другим признакам. Эти иски также рассматриваются по уголовному законодательству.

В разных странах конституции Германии, США и Швеции предлагают средства конституционной защиты чести и достоинства человека. Конституция Германии гарантирует такую защиту. В Швеции такая защита установлена законом о свободе прессы, что является составляющей Конституции. Учитывая внимание, уделяемое в этих странах праву прессы распространять, а общественности - получать информацию и знакомиться с

разными мнениями, конституционное право на защиту репутации не дает преимуществ истцам по делам о клевете.

В большинстве стран клевета является и преступлением, и гражданским правонарушением. В некоторых странах, где ранее уголовные дела по таким вопросам были обычным делом, наблюдается тенденция к активному изменению гражданского законодательства (например, в Австрии). В других странах гражданские процессы в течение длительного времени были более распространены (Австралия, Канада, Нидерланды, Норвегия). В США уголовный закон о клевете перестал применяться в 1950-е годы (и был бы сегодня признан неконституционным, кроме норм, применяемых к заявлениям, способных вызвать нарушение общественного порядка). В Великобритании нормы, связанные с клеветой, остаются частью общего права, но фактически не используются в последние годы. Во Франции, Германии и Швеции уголовный и гражданский процессы могут проходить одновременно и рассматриваться одним составом судей. Причем в уголовном процессе подсудимому может быть присужден штраф в пользу государства, тогда как в гражданском процессе денежные выплаты начисляются в пользу потерпевшего.

В ряде стран установление истины, подтвержденной фактами, обеспечивает полную защиту от обвинений в диффамации (Австрия, Германия, Великобритания, США). В Германии и Австрии истец несет бремя доказательства того, что факты, которые нанесли ущерб, ложные. В США также истец должен доказать ложность утверждений, по крайней мере когда это затрагивает общественные интересы. Во Франции установление истины обеспечивает защита, кроме тех случаев, когда факты имеют срок давности более десяти лет, когда они нарушают право на частную жизнь, и правонарушения, по которым есть решение о помиловании, превышающие срок давности и, определенные законом, или затрагивает лицо, которое было оправдано. Как в Великобритании, так и во Франции ответчик несет бремя доказывания правды. Слабость этого требования заключается в том, что ответчики-журналисты как правило ссылаются на конфиденциальные источники информации.

Как правило, правительство и правительственные органы не вправе подавать иск о клевете. В этом назначении - поощрять критику правительства. Отдельные правительственные чиновники, наоборот, вправе предъявлять иск в клевете. Как уже отмечалось, они при этом сталкиваются с особыми трудностями: им нужно доказывать наличие явного злого умысла того, кто опубликовал выдумку, которая их позорит, и у него при этом были серьезные сомнения в правдивости этой информации.

До сих пор речь шла о гражданских делах, в которых один человек, физическое или юридическое лицо, добивается возмещения денежных

убытков другим лицом. По американской конституции истцу практически невозможно наложить запрет на публикацию, даже если он знает, что напечатано или передано по радио или телевидению будет иметь к нему клеветнический характер. Такого рода "предыдущий запрет" нежелателен и недостаточен как средство защиты при иске о клевете. Даже если на карту поставлена государственная тайна, как в деле о документах Пентагона, нельзя запретить объявлять правдивую информацию, которая заслуживает обнародования. Клевета не является уголовным преступлением. За последние годы не было ни одного случая уголовного преследования за клевету или диффамацию. Это вполне соответствует представлению о том, что власть не вправе карать за выражение мыслей.

Своеобразие шведского законодательства, как и американского, в отношении компаний, организаций и правительственных органов также заключается в том, что они не имеют права возбуждать дела о клевете. Как результат, пресса имеет значительную свободу в исследовании и критике деятельности правительства, бизнесменов и других учреждений. Пресса, однако, по добровольному Кодексу прессы имеет профессиональное этическое обязательство предоставлять учреждениям право отвода на опубликованную информацию, их касающуюся.

В ряде стран сохранились законы, которые относят к преступлениям: публикации, оскорбляющие национальное правительство, его членов, государственные символы (включая герб, флаг и гимн), монарха или главу правительства, законодательный орган, суды, армию, представителей иностранных государств (это Австрия, Франция, Германия, Нидерланды, Норвегия, Испания). Однако, во всех странах (кроме Испании) такие законы больше не применяются, а оскорбление является наказуемым, только если оно подпадает под закон о клевете. Конституционный суд Германии установил, что использование таких законов для ограничения свободы слова и вне закона о клевете неконституционно. Испания проявляет большую терпимость к оскорблению даже относительно короля. В Швеции последние законодательные нормы, защищающие правительственные учреждения от обид, были отменены в середине 1970-х годов на основании того, что в демократическом обществе правительственные учреждения должны быть открытыми и подвергаться любой критике, даже если она основана на лжи. В США решениями Верховного Суда допускается любая критика или оскорбительные высказывания в адрес правительства, а также любых государственных учреждений или символов.

Как своеобразный итог современного отношения к проблеме диффамации, рассмотрим **Декларацию о свободе политической дискуссии в СМИ**, принятой 12 февраля 2004 на заседании Комитета Министров Совета Европы. Эта Декларация подтверждает первостепенное значение свободы

выражения мнений и информации, в частности, посредством свободных и независимых СМИ, для обеспечения права общества на получение информации, имеющей общественное значение, и осуществление контроля за решением общественных и политических вопросов, а также для обеспечения подотчетности и прозрачности органов политической власти, органов государственной власти, без ущерба для действующих в государствах-членах законодательных норм относительно статуса и ответственности государственных должностных лиц.

В документе одновременно напоминает о том, что свобода выражения мнений предполагает наличие чувства долга и ответственности, о чем должны помнить работники СМИ, о том, что она может быть ограничена на законных основаниях в интересах поддержания баланса между реализацией этого и других основных прав, свобод и интересов, охраняемых Конвенцией о защите прав человека и основных свобод.

Под "политическими деятелями" понимают лиц, являющихся кандидатами или избранных в политические органы, или которые прекратили работать в них, или выполняют политические функции на местном, региональном, национальном или международном уровне, либо имеют политическое влияние; под "государственными должностными лицами" - лиц, занимающих государственные должности или осуществляющих государственные властные полномочия на этих уровнях. Все они наделены основными правами, которые могут нарушаться в результате распространения в СМИ информации и мнений о них.

Хотя в некоторых правовых системах за политическими деятелями и государственными должностными лицами по-прежнему сохраняются определенные правовые привилегии, направленные на ограничение распространения в СМИ информации и мнений о них, это несовместимо с правом на свободу выражения мнений и информации, которые гарантированы в 10 Конвенции. Кроме того, право на осуществление общественного контроля над решением общественно значимых вопросов может содержать право на распространение информации и мнений о лицах, не являющихся политическими деятелями и государственными должностными лицами.

В Декларации особое внимание обращается на такие принципы, касающиеся распространения информации и выражения мнений о политических деятелях и государственных должностных лиц в СМИ.

1. Свобода выражения мнений и распространения информации посредством СМИ. Плюралистическая демократия и свобода политической дискуссии требуют, чтобы общество получало информацию по всем вопросам общественной жизни, что предполагает право СМИ распространять негативную информацию и критические мнения о политических деятелях и



государственных должностных лиц, а также право общества знакомиться с ним.

2. Свобода критики государства и общественных институтов. Государство, правительство и любые другие институты исполнительной, законодательной и судебной власти могут подвергаться критике в СМИ. В связи с их господствующим положением эти институты не должны быть защищены с помощью уголовного законодательства от клеветнических и оскорбительных утверждений. Причем, в тех случаях, когда эти институты пользуются такой защитой, закон должен применяться ограниченно, чтобы никоим образом не ограничивать свободу критики. Лица, представляющие эти институты, сохраняют право на индивидуальную защиту.

3. Общественная дискуссия и контроль за политическими деятелями. Политические деятели решили заручиться общественным доверием и соглашаются стать объектом общественной политической дискуссии, следовательно, общество может осуществлять за ними строгий контроль и энергично, жестко критиковать в СМИ то, как они выполняли или выполняют свои обязанности.

4. Общественный контроль за государственными должностными лицами. Государственные должностные лица должны согласиться стать объектом общественного контроля и критики, в частности посредством СМИ, о том, как они выполняют или выполняли свои обязанности, поскольку это необходимо для обеспечения открытого и ответственного исполнения ими полномочий.

5. Свобода сатирических выступлений. Юмор и сатира, охраняемые ст. 10 Конвенции, допускают высокую степень преувеличения, даже провокации, при условии, что общество не вводится в заблуждение относительно фактического состояния дел.

6. Репутация политических деятелей и государственных должностных лиц. Политические деятели не должны пользоваться большими правами по защите своей репутации и прав, чем другие граждане, и поэтому в соответствии с нормами национального законодательства за критику политических деятелей к СМИ не могут применяться более строгие меры наказания. Этот принцип также распространяется на государственных должностных лиц; отступления от него допустимы лишь в строго ограниченных случаях, когда это необходимо в интересах надлежащего осуществления государственными должностными лицами своих полномочий.

7. Защита частной жизни политических деятелей и государственных должностных лиц. Согласно ст. 8 Конвенции частная и семейная жизнь политических деятелей и государственных должностных лиц должна быть защищена от освещения в СМИ. Однако информация об их частной жизни может распространяться в тех случаях, когда есть общественная

обеспокоенность непосредственно о том, как они выполняли или выполняют свои обязанности, с учетом необходимости избегать причинения ненужного ущерба третьим лицам. В случае, если политические деятели или государственные должностные лица обращают внимание общества на те или иные стороны своей частной жизни, СМИ имеют право подвергать их тщательному анализу.

8. Средства защиты от противоправных действий СМИ. Политические деятели и государственные должностные лица должны иметь возможность пользоваться теми же средствами правовой защиты от нарушения их прав со стороны СМИ, что и частные лица. Размеры компенсаций за нанесение ущерба и штрафов, взимаемых за клевету или оскорбление, должны быть соразмерны степени нарушения прав и подрыва репутации других лиц, с учетом любых возможных добровольных компенсаций, предлагаемых самими СМИ и принятыми пострадавшими. За клевету или оскорбление с использованием СМИ не должно назначаться наказание в виде лишения свободы, за исключением случаев, когда такая мера наказания крайне необходима и соразмерна степени причиненного вреда, особенно в тех случаях, когда вследствие распространения СМИ клеветнических или оскорбительных высказываний, например, направленных на разжигание ненависти, было допущено серьезное нарушение других основных прав личности.

#### **4.5. Основные проблемы правового регулирования сети Интернет**

Интернет, не будучи управляемой организационной структурой и юридическим лицом, не является субъектом правоотношений, в связи с чем нет юридических отношений между сетью Интернет (или ее национальными сегментами) и государством. Структура информационных ресурсов в Интернете включает страницы (сайты) существующих традиционных средств массовой информации (телевидение, радио, газеты и т. др.), страницы (сайты) средств массовой и информации, которые не имеют вне Интернета аналогов, страницы (сайты) субъектов, которые не являются средствами массовой информации.

Основными субъектами правоотношений в связи с функционированием Интернета является:

- владельцы информации и владельцы информационных ресурсов в Интернете;
- информационные посредники (провайдеры);
- пользователи.

**Особенности Интернета** как инструмента распространения массовой информации:

- широкая аудитория пользователей и возможности ее неограниченного расширения;
- распространение информации является трансграничным;
- высокая скорость и оперативность предоставления информации;
- практически неограниченный выбор источников и видов информации;
- отсутствие предварительного контроля содержания информации (цензуры);
- возможность обсуждения вопросов, возникающих в режиме реального времени;
- возможность одновременного представления информации в различной форме (текст, графика, звук, анимация и др.)

С развитием и распространением Интернета все больше стран мира осознают потребность в его правовом регулировании. Прежде всего это обусловлено тем, что благодаря мощным темпам развития Интернет способствует революционным преобразованиям во всех сферах общественной жизни. Интернет уже стал мощным фактором социального, образовательного и культурного развития, предоставляя новые возможности как государственным органам, так и общественникам, работникам образования и культуры, устраняя барьеры для создания и распространения материалов, предлагая общий доступ к источникам цифровой информации, количество которых постоянно увеличивается. Эти возможности (а именно: предоставление и передача огромных объемов информации; интенсивное общение между гражданами не только в пределах своей страны, но и между гражданами различных государств, возможность самовыражения посредством создания и открытия собственных сайтов) в подавляющем большинстве случаев используются в законных деловых и личных целях.

Однако Интернет содержит также и определенную часть потенциально ненадлежащей (непристойной, оскорбительной) или противозаконной информации и может иногда использоваться как средство преступных действий. Хотя преимущества Интернета намного перевешивают его потенциальные недостатки, игнорировать эти проблемы нельзя. Это - острые проблемы общественного, политического, коммерческого и юридического значения. Если не решить их, то они, возможно, гораздо усложнят пользование Интернетом, затормозив развитие отрасли, предоставление широких и разнообразных возможностей всем сферам общества. Именно поэтому проблема правового регулирования Сети приобретает все большее значение, как на уровне международного сообщества, так и в отдельных странах мира.

Рассмотрим более подробно, как решается эта проблема в некоторых ведущих государствах.

## Опыт США

До недавнего времени в законодательстве Соединенных Штатов в сфере Интернета действовали две основных правовых нормы, принятые в 1996 году ("Telecommunications Act of 1996" как дополнение к федеральному закону "Communications Act of 1934" в виде нового пункта 230 "Охрана личной блокировки и защиты от оскорбительных материалов") и регулировавшие содержание информационных ресурсов, касающихся Интернет.

Первая норма определяет, что ни провайдер, ни пользователь интерактивной компьютерной услуги, не несут ответственности за содержание информации, опубликованной другим провайдером.

Вторая норма снимает с провайдера всякую ответственность за действия по ограничению доступа к информации, которую он расценивает как оскорбительную, лживую, такую, которая пропагандирует насилие и т.д., а также за действия по распространению средств, предназначенных для осуществления этих действий. Невзирая на то, что подобные подходы были достаточно либеральными, общественная реакция оказалась неоднозначной, и эти нормы расценивались общественным мнением как вмешательство в "суверенитет" пользователей Интернета.

В частности, получила распространение "Декларация о независимости киберпространства" Джона Барлоу. Декларация была написана в 1996 году как протест против Закона "О приличии в средствах связи" (Акта о реформе телекоммуникаций). Как заявил Дж Барлоу, Акт о реформе телекоммуникаций, прошедший в Сенате только с пятью голосами "против", делает незаконным и наказуемым в 250000 долл. США штрафа выражение "черт возьми" в Сети. Сама вероятность вмешательства в Сеть со стороны властей расценивается как ограничение свободы слова и отход от демократии. Именно поэтому в декларации говорится: "Правительства получают полномочия по согласию управляемых. Вы их не спрашивали, и не получали от нас. Мы не приглашали вас. Вы не знаете нас, вы не знаете наш мир. Киберпространство не находится внутри ваших границ. Не думайте, что вы можете строить его так, будто это был проект общественного здания. Вы не можете этого делать. Это - явление природы, и оно растет само по себе через наши коллективные действия. Вы не участвовали в нашем огромном и возрастающем диалоге, вы не создавали богатства нашего рынка. Вы не знаете нашу культуру, нашу этику, наши неписанные законы. Они уже обеспечивают в нашем обществе больше порядка, чем могло быть получено от каждого из ваших распоряжений. Вы утверждаете, что у нас есть проблемы, которые вы должны решить. Вы используете эту претензию как оправдание для того, чтобы вторгнуться в наши владения. Большинство из этих проблем просто не существуют. Где реальные конфликты, где есть правонарушение, мы будем выявлять их, применяя наши собственные средства. Мы формируем наш

собственный Социальный Контракт. Это руководство возникнет соответственно к условиям нашего мира, а не вашего. Наш мир другой".

В июне 1997 года Верховный Суд США отверг положения Закона о приличиях в средствах связи, по которому, в частности, распространение материалов непристойного содержания, к которым может получить доступ несовершеннолетнее лицо, квалифицируется как преступление, поскольку это было бы нарушением защищенного конституцией права свободы слова, однако при этом Верховный Суд поддержал положения закона относительно материалов непристойного содержания.

16 июля 1997 г. президент Б. Клинтон и вице-президент А. Гор обнародовали стратегию, направленную на создание в Интернете "семейно-дружеской атмосферы". Согласно этой стратегии, родителям и преподавателям должны быть предоставлены необходимые средства для ограничения доступа детей к нежелательным материалам в Интернете и для направления их в высококачественные образовательные ресурсы. Руководители и ассоциации отрасли пришли к соглашению о необходимости принять меры по развитию систем фильтрации и рейтинговой оценки и повышению осведомленности о возможностях глобальной сети.

Итак, в 1997 г. Президент США подписал указ, в котором были сформулированы основные принципы политики Администрации США в сфере Интернета. Там, где вмешательство государства необходимо, оно должно иметь целью установление минимальных, понятных и простых правовых норм. Вмешательство властей должно защитить частные права и собственность, предупредить мошенничество, поддерживать свободу коммерческих отношений и создавать условия для решения спорных вопросов. Правовые нормы, наработанные за последние шестьдесят лет в сфере телекоммуникаций, радио и телевидения, не могут быть непосредственно применены к Интернету. Действующие законы, которые могут влиять на Интернет, должны быть пересмотрены и изменены с учетом новой электронной эры.

Для осуществления деятельности, связанной с этими вопросами, продавцы услуг должны быть уверены в том, что их интеллектуальная собственность не будет украдена, а покупатели должны знать, что получают аутентичную продукцию. Существует необходимость в заключении международных соглашений, которые содержали бы адекватные и эффективные правовые нормы для борьбы с мошенничеством и воровством интеллектуальной собственности.

Защита частных интересов должна основываться на следующих принципах: тот, кто собирает информацию, обязан сообщить потребителям о том, какая информация собирается и как предполагается ее использовать, а

также обеспечить возможность для потребителя ограничения использования персональной информации.

Для обеспечения выполнения этих требований Администрация США поддерживает развитие с помощью криптографических средств самостоятельных, действующих на рыночных принципах соответствующих инфраструктур, которые должны обеспечивать идентификацию, целостность и конфиденциальность информации. В частности, Администрация США работает совместно с Конгрессом над разработкой законов, которые должны способствовать развитию таких инфраструктур.

В обществе господствуют мысли, что несмотря на доступность технологии "фильтрации", содержание ресурсов в Интернете не должно регулироваться по тем же правилам, что радио и телевидение. Ненужное регулирование будет наносить ущерб развитию и многообразию Интернета. Исходя из этого, Администрация США намерена поддерживать саморегулирование в этой области, внедрять конкурентные рейтинговые системы и решения легко применяемых сетевых решений по блокированию информации. В проведении своей политики Администрация придерживается следующих четырех приоритетов:

- 1) регулирование содержания;
- 2) квотирование иностранной информации;
- 3) регулирование рекламы;
- 4) борьба с мошенничеством.

В октябре 1998 года Конгрессом США был принят законопроект, который касается ограничения распространения материалов в сети Интернет среди несовершеннолетних пользователей. Закон о защите личной жизни несовершеннолетних ("Children's Online Privacy Protection Act") предусматривает, что распространение информации личного характера в отношении детей, младше 16 лет, возможно только при предоставлении на это согласия их родителей. Также в нем предполагается, что лица, не достигшие совершеннолетия, не могут иметь собственного адреса, персонального канала в Интернете. Конгресс США также принял Акт о защите прав несовершеннолетних ("Child Online Protection Act", 1998), в котором предусматриваются значительные штрафные санкции (до 50 тыс. долл. США) и другие меры наказания (заключение сроком до 6 месяцев) за распространение материалов без ограничения доступа в сети и которые могут нанести вред детям.

Значительное внимание также уделяется правовым проблемам, связанным с деятельностью коммерческих онлайн-компаний в Интернете. В этом аспекте можно выделить следующие проблемы:

- регулирование содержания (вредного и незаконного),

- соблюдение авторских и смежных прав в условиях технически легкого копирования любой информации, представленной в цифровом виде,
- вопросы формирования информационной экономики (электронные каталоги, реклама, маркетинг, электронные публикации, электронные контракты, налог на передачу информации),
- информационная безопасность, то есть безопасность жизненно важных для общества систем управления: транспорт, войсками, хозяйством крупных городов и др.

Как свидетельствует статистика правоохранительных органов США, нарушение авторских прав и действия хакеров ежегодно вызывают убытки до 10 млрд. долл. Правительства не успевают адаптировать свои законодательства в соответствии с новыми достижениями в сфере развития информационных и коммуникационных технологий. По оценкам Интерпола, объявленным на шестом заседании Рабочей группы по сотрудничеству правоохранительных органов стран Центральной и Восточной Европы по вопросам борьбы с компьютерной преступностью (г. Мюнстер, 28-30 августа 2000 г.), доходы компьютерных преступников в мире занимают третье место после доходов наркодельцов и нелегальных поставщиков оружия.

### **Европейский союз**

Существенным комплексом нормативных документов, которые оказывают решающее влияние на правовые нормы европейских стран в области Интернета, стали нормативные документы Европарламента и Совета Европы. Среди этих документов необходимо выделить Директиву 97/66/ЕС "Об обработке персональных данных и защите частных интересов в области телекоммуникации", Директиву СОМ (1998) 586 "О ряде правовых аспектов электронной коммерции на внутреннем рынке". Эти документы являются основой европейской законодательной базы в сфере Интернета по обмену информацией и электронной коммерции. Директива 97/66/ЕС рассматривает отношения между поставщиками услуг в общедоступной телекоммуникационной сети и конечными пользователями этих услуг. Основные вопросы, рассмотренные в ней, такие.

Безопасность. На поставщика услуг возлагается обязанность по обеспечению информационной безопасности своих услуг, если нужно, - во взаимодействии с владельцем общедоступной телекоммуникационной сети.

Конфиденциальность телекоммуникационной связи. Приводится перечень данных, касающихся потребителя и услуг ему (номер и идентификатор компьютерной станции, адрес, номер контракта, информация о контактах с поставщиком услуги, платежи и пр.), условия их использования и сохранения поставщиком услуг, а также обязанность поставщика услуг по уничтожению данных.

Права потребителя (пользователя общедоступной телекоммуникационной сети) по персональным данным, размещаемым в электронных или печатных справочниках, предназначенных для общего пользования.

"План мероприятий по обеспечению безопасного пользования Интернет" (1997) является важной составляющей борьбы с материалами противозаконного и ненадлежащего (непристойного) содержания в Интернете. Для успешной реализации этого Плана все мероприятия должны непосредственно координироваться с другими инициативами Европейского Союза по борьбе с ненадлежащим использованием информационно-коммуникационных технологий. В этом Плане действий с "противозаконным содержанием" рассматривается широкое понятие, которое включает очень большое количество материалов, касающихся:

- национальной безопасности (инструкции по изготовлению взрывных устройств и по незаконному производству наркотиков, инструкции по проведению террористических актов);
- защиты несовершеннолетних (оскорбительные формы маркетинга, сцены насилия, порнография);
- защиты человеческого достоинства (подстрекательство к расовой ненависти или расовой дискриминации);
- экономической безопасности (мошенничество, инструкции по пиратскому использованию кредитных карт);
- защиты информации (преступная деятельность хакеров);
- защиты частной жизни (неразрешенная передача персональных данных, электронное преследование);
- защиты репутации (клевета в печати, незаконная сравнительная реклама);
- интеллектуальной собственности (неразрешенное распространение приложений, защищенных авторским правом, например, компьютерных программ или музыкальных приложений). Так, во Франции с 2011 г. работает закон «о трех предупреждениях», который предусматривает принудительное отключение от сети Интернет тех, кто нарушает законы об авторских правах. Власти имеют право прослушивать тех пользователей, которые активно скачивают из сети пиратские программы и мультимедийный контент с файлообменников. Законом предусмотрено не только отключение, но и штраф до 300 тыс. евро и даже тюремное заключение. При этом закон обязывает интернет-провайдеров передавать властям данные о тех, кто занимается распространением пиратских материалов.

Под ненадлежащим (неприличным) содержанием понимается содержание, которое не является противозаконным, но распространение которого ограничено (например, только для взрослых), а также содержание,



которое может оскорбить некоторых пользователей, хотя опубликование его не ограничено в силу принципа свободы самовыражения.

Решить указанные проблемы планируется двумя путями: во-первых, введя Рекомендацию Совета Европы о защите несовершеннолетних и человеческого достоинства, во-вторых, реализуя представленный План мероприятий, который является результатом интенсивных консультаций со всеми заинтересованными кругами.

В этом Плане определяются те сферы, где необходимо принимать конкретные меры и где должны быть использованы ресурсы Европейского Сообщества, чтобы создать благоприятную среду для развития Интернета как самостоятельной отрасли:

- развитие саморегулирования и создание систем контроля за содержанием, включая общеевропейскую сеть горячих линий с целью достижения высокого уровня защиты (особенно защиты от детской порнографии и материалов расистского и антисемитского содержания);

- демонстрация и применение эффективной фильтрации и совместимых систем рейтинговой оценки, учитывающих культурное и лингвистическое разнообразие;

- развитие мероприятий по ознакомлению пользователей, особенно детей, родителей и работников образования, для того чтобы обеспечить им возможность пользоваться ресурсами Интернета с чувством доверия.

Европейская Конвенция по киберпреступности (2001 г.) является необходимым условием предотвращения правонарушений, направленных против конфиденциальности, целостности и доступности компьютерных систем, сетей и данных, а также неправомерному использованию указанных систем, сетей и данных через предоставление этим действиям статуса преступления в сроки, предусмотренные настоящей Конвенцией, а также путем применения властных полномочий, доступных для эффективного противодействия указанным правонарушениям путем облегчения выявления, расследования и судебного преследования указанных правонарушений.

В Конвенции определяются следующие виды преступлений:

- преступления против конфиденциальности, целостности и доступности компьютерных данных и систем (незаконный доступ, незаконное перехвата, вмешательство в данные, вмешательство в систему, ненадлежащее использование устройств);

- преступления, связанные с компьютерами (подделка компьютерных данных, компьютерное мошенничество);

- правонарушения, связанные с содержанием (прежде всего это преступления, связанные с детской порнографией);

- преступления, связанные с нарушениями авторского права и смежных прав.

В Руководящих принципах по защите личности по сбору и обработке персональных данных на информационных магистралях, которые могут быть включены или учтены в кодексах поведения, изложены принципы обеспечения неприкосновенности частной жизни для пользователей и поставщиков услуг Интернета. Пользователи должны быть информированы об обязанностях поставщиков услуг Интернета и наоборот.

#### Защита персональных данных пассажиров

Начиная с марта 2003 года, США требуют от европейских авиалиний, выполняющих рейсы в США, сообщения персональных данных пассажиров. Данные направляются в США перед отлетом и используются для проверки пассажиров и применения оценки рисков. Регистрационные данные пассажиров (PNR) состоят из различных данных о рейсах вылета и прибытия, пересадки, специальные услуги на борту (выбор пищи др.) и расчетной информации, такой как номер кредитной карты. Авиалинии могут не получить разрешение на приземление, если не выполнят требований США.

Европарламент, Европейские Уполномоченные по защите данных и даже Европейская Комиссия считают, что передача таких данных о пассажирах нарушает положения законодательства ЕС по защите конфиденциальности.

В некоторых странах начинает внедряться практика использования электронных карт в общественном транспорте частности эта практика распространяется во Франции. Французская служба защиты данных (CNIL) рассматривает это явление как серьезную угрозу частной жизни граждан на основании того, что карты являются одновременно идентификационным и проездным документом. На них фиксируются названия станций посадки и высадки в метро, даты и время, а в отдельных случаях - точный маршрут пассажира. В своих рекомендациях от 16 сентября 2003 CNIL утверждает: "По полученным данным можно воспроизвести маршрут любого пассажира. Таким образом, карты не обеспечивают анонимность. Это нарушает фундаментальное и гарантированное Конституцией право на свободу передвижения, а также право на неприкосновенность частной жизни".

#### Создание общеевропейской идентификационной карточки

Европейский союз предпринял шаги к созданию общеевропейской идентификационной карточки, в которой записаны биометрические и персональные данные, которая заменила традиционные бумажные паспорта. Страховые медицинские полисы заменены на единую карточку медицинского страхования (European Health Insurance Card).

## Глава 5. ЭЛЕКТРОННОЕ ПРАВИТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ И ПРИОРИТЕТЫ

### 5.1. Сущность электронного правительства, методы и принципы его организации

Вопрос электронного правительства является весьма актуальным. Большинство стран уже давно осознали преимущества электронного правительства и массовым порядком внедрили или внедряют его в своих государствах.

Тем не менее, следует отметить, что в отношении самого понятия "электронное правительство" (е-правительство) продолжают вести оживленные дискуссии. Так, одни исследователи считают, что е-правительство - это правительство, которое имеет собственный электронный портал, другие - что это правительство, которое активно взаимодействует с гражданами посредством сети Интернет, третьи под е-правительством рассматривают всю сферу электронных услуг, которая предоставляется государством и его соответствующими органами своим гражданам.

В частности, российский исследователь М. Вершинин, е-правительство определяет, как систему интерактивного взаимодействия государства и граждан посредством Интернета, новую модель государственного управления, которое перестраивает традиционные взаимоотношения граждан и властных структур.

В отличие от него А. Кошкин под электронным правительством рассматривает сетевую информационно-коммуникационную инфраструктуру, которая поддерживает процесс выполнения органами исполнительной власти своих функций в обществе.

По общему мнению, **электронное правительство** - это не просто система предоставления государством и его органами услуг (в том числе и соответствующей информации) гражданам на основе их активного взаимодействия с помощью современных и информационных и коммуникационных технологий, но и прежде **всего модернизация самого процесса государственного управления применительно к новым условиям общественного развития.**

Как отмечается в одноименном проекте ОЭСР, понятие е-правительства - фокусируется на использовании новых информационных и коммуникативных технологий правительством, которые применяются к полному спектру управленческих функций. В частности, программный потенциал, который заложен в Интернете и соответствующих технологиях, может стать потенциалом для структурирования операций правительства. Отправной точкой проекта "е-правительство" является убежденность в том,

что е-правительство потенциально является основным источником адаптации лучших управленческих практик.

**Критерии создания электронного правительства** должны отвечать управленческим приоритетам XXI века, которым присуща:

- легитимность;
- роль законов;
- прозрачность, ответственность и честность

Последний аспект приобретает сегодня все большее значение, поэтому немного остановимся на его раскрытии. **Прозрачность** способствует эффективному управлению благодаря открытому процессу принятия решений на основе публичного обсуждения и уровня контроля граждан по отчетам управленческих (властных) институтов. Эффективная власть требует этического поведения и энергичной борьбы с коррупцией. Честность является предпосылкой для выработки эффективной власти, которая заслуживает доверия. Эффективные властные институты отвечают перед своими гражданами. Ответственность предусматривает отчетность и обратные механизмы:

- эффективность;
- согласованность;
- адаптация;
- партнерство и консультации.

**Методология формирования электронного правительства** обусловлена его широтой и разнообразием. Анализ ее можно сфокусировать на следующих четырех основных задачах:

#### 1. Предсказание, проектирование, способность к реагированию

Как может е-правительство сделать правительство более чувствительным?

1) Определение четкого, потенциального социального и соответствующего технологического контекста для реализации е-правительства, включая анализ соответствующих вопросов.

2) Определение принципов, стратегий, механизмов, потенциальных взаимных компромиссов и рисков е-правительства с целью увеличения участия граждан в политических процессах.

3) Определение принципов, стратегий, механизмов, потенциальных взаимных компромиссов и рисков е-правительства по максимизации соответствующих намерений и предоставление услуг.

4) Определение потенциальных изменений относительно роли и легитимности государственного управления и отношений с заинтересованными кругами в результате реализации е-правительства.

#### 2. Реформирование государственного управления

Какие реформы сделают е-правительство возможным?

5) Определение потенциальных структурных процессов и поведения, культурных реформ государственного управления, которые делают возможным е-правительство, включая потенциал эффективной действенности.

6) Определение необходимых стратегий и механизмов помощи и поддержки реформирования результативного е-правительства, включая сферы изменений в менеджменте, управленческих и других навыков и компетентного управления.

### 3 Стратегическая реализация е-правительства:

Какие требования относительно работы е-правительства?

7) Определение эффективных последовательных подходов к руководству, координации и политики по реализации е-правительства, включая рассмотрение подходов централизации / децентрализации.

8) Определение эффективного инвестирования и финансовых моделей для е-правительства, включая рассмотрение моделей для координации применения информационных и коммуникационных технологий.

9) Определение соответствующего частного / публичного сектора моделей сотрудничества по реализации е-правительства.

10) Определение управленческих и других навыков, необходимых для реализации е-правительства, и политики их обеспечения.

### 4 Измерение и оценка:

Как сделать эти меры влиятельными?

11) Оценка рабочей программы и ключевых индикаторов (показателей) для е-правительства под углом ответственности правительства, влияния государственного управления и реализации е-правительства, включая контрольные измерения прогресса, качества, пользы и стоимости (затраченных средств), эффективности.

## **5.2. Опыт создания электронного правительства в США**

Лидерство США в сфере формирования национального информационного общества обусловлено тем, что федеральные органы четко осознают ведущую роль информационных и телекоммуникационных технологий в развитии собственной экономики и повышении ее конкурентоспособности на мировом рынке. Американское правительство проводит целенаправленную политику по поддержке науки, высоких технологий и, в частности, информационных и коммуникационных технологий.

Это обусловлено прежде всего тем, что:

· правительство заинтересовано в достижении хотя бы одной из двух целей - либо обеспечить повышение эффективности своей работы, или

обеспечить значительные удобства для граждан. Желательно, конечно, чтобы достигались обе цели - поэтому принимаются даже неожиданные решения: например, закупка военной техники с помощью системы электронной коммерции через Интернет;

- правительство пытается быть настоящим лидером. Так, электронная коммерция, которая развита в сфере бизнеса, активно используется правительством, и значительное количество ведомств закупает товары по электронным каталогам (список товаров одного поставщика) или через электронные магазины (позволяющие выбирать из различных каталогов);

- работа осуществляется на конкурентном уровне. При этом правительство никогда не выбирает одну компанию или поставщика для той или иной закупки и всегда поддерживает разнообразие подрядчиков. Это делается для того, чтобы избежать обвинений в предвзятости и одновременно предусмотреть конкурентную базу в следующих контрактах.

Основными направлениями современной информационной политики правительства США являются:

- электронная торговля (прежде всего между государственными организациями и министерствами, конкурсные электронные торги на поставку товаров и услуг для удовлетворения государственных потребностей и т.д.);

- содействие доступа населения к правительственной и административной информации;

- внедрение электронного правительства;

- регулирование и поддержка развития информационно-коммуникационных технологий;

- обеспечение безопасности использования информационно-коммуникационных технологий;

- применение информационно-коммуникационных технологий в государственных учреждениях;

- защита персональных данных;

- социальные аспекты использования информационно-коммуникационных технологий (в частности, применения ИКТ в сфере здравоохранения);

- поощрение использования смарт-карт, в том числе в федеральном правительстве;

- предоставление различных электронных услуг (в частности, получения официальных документов через правительственные вебсайты, уплата налогов, предоставление статистической информации о работе государственного аппарата населению).

### 5.3. Е-правительство как составляющая программы "е-Европа"

Как отмечается в декларации 1999 года Европейского Союза, "истинно демократическое информационное общество, основанное на фундаментальных ценностях Совета Европы, может быть построено при наличии оснований политики, которая поощряет доступ и участие, компетентность и подготовленность, творчество и многообразие и обеспечивает надежную защиту".

**Задачи е-правительства.** Итак, государства должны по доступу к новым информационным технологиям и участия в них:

- способствовать максимально широкому доступу всех к новым информационным и коммуникационным услугам, например, путем создания широкой сети точек доступа в общественных местах;

- предоставить всем лицам возможность играть более активную роль в жизни общества на национальном, региональном и местном уровнях за счет использования новых информационных технологий для обеспечения беспрепятственного доступа к информации местных, региональных и национальных административных и юридических служб и прямых связей с ними;

- поощрять свободный обмен информацией, мыслями и идеями с использованием новых информационных технологий; поощрять разработку и производство материалов культурного и образовательного назначения и их широкое распространение;

- поощрять эффективное международное сотрудничество с целью реализации преимуществ расширения доступа и увеличения прозрачности, способствовать созданию равных возможностей использования новых информационных технологий всеми европейскими странами.

**План действий "е-Европа".** Остановимся более подробно на основных аспектах указанного Плана действий "е-Европа". Цель этого Плана заключалась в определении необходимых мероприятий по реализации Программы "е-Европа", включая 11 сфер, где на европейском уровне должны быть внесены соответствующие изменения и дополнения. Как результат, действия должны фокусироваться на трех основных объектах.

1. Дешевый, быстрый, безопасный Интернет:

- дешевый и быстрый Интернет;
- быстрый Интернет для исследователей и студентов;
- безопасные сети и смарт-карты

2. Инвестиции в людей и умение:

- европейская молодежь в цифровую эпоху;
- работа в экономике, основанной на знаниях;

- участие для всех в экономике, основанной на знаниях

### 3. Стимулирование использования Интернета:

- развитая e-коммерция;

- правительственные онлайн: электронный доступ к публичным услугам;

- медицина в сети Интернет;

- европейский цифровое содержание (контент) для глобальных сетей;

- умные транспортные системы

Таким образом, План действий фокусировал на решении и сосредоточении усилий на том, что должно быть, благодаря кому и когда. Были определены три основных метода, с помощью которых должна быть реализована программа "e-Европа":

Ускоренное регулирование соответствующей правовой среды. На европейском уровне ряд законодательных предложений были разработаны и утверждены, но процесс не стоит на месте. Цель "e-Европы" - ускорение их адаптации в сжатые сроки для всех государств-членов.

Поддержка новой инфраструктуры и услуг во всей Европе. Преимущественное развитие предприятий частного сектора. Развертывание субсидирования главным образом частного сектора. Такая деятельность поддержана как европейским финансированием, так и благодаря действиям государств-членов. Эти действия должны иметь бескомпромиссный бюджетный характер.

Применение открытого метода координации и оценочных исследований (контрольных измерений). Эта цель гарантирует, что действия будут отмечаться эффективностью, иметь запланированное (предполагаемое) влияние и обязательно достигнут высокого уровня во всех государствах-членах. Эти процессы полностью согласовываются с общим оценочным исследованием (контрольным измерением), которое проводится каждую весну Советом Европы.

### **Приоритетные направления программы "e-Европа"**

Европейская молодежь в цифровой век. Чрезвычайно важным фактором, определяющим экономический и социальный прогресс общества, является уровень образования населения. В цифровую эпоху образование приобретает еще более весомое значение: следует организовать процесс обучения нового поколения технологов, исследователей и провайдеров, а также предоставить каждому гражданину возможность активно влиять на развитие информационного общества.

В странах Европейского Союза внимание акцентируется на ориентации школьного образования и подготовке граждан для деятельности в условиях информационной эпохи, а целью этой инициативы является ускорение



данного процесса и преобразования цифровой литературы в основную информационную базу для обучения молодежи. Европейская инициатива включает три главных направления:

- усовершенствование Интернета и мультимедийных ресурсов;
- использование этих ресурсов для освоения новых профессий;
- развитие базовых навыков совместной работы, адаптации, творческого подхода к делам, стремление к расширению знаний и межкультурных коммуникаций

Дешевый доступ в Интернет. Политика либерализации в Европейском Союзе рынка телекоммуникаций и телекоммуникационных услуг, которая началась 1 января 1998 года, вызвала снижение цен и рост потребительского спроса в этой сфере, что подтвердило правильность выбранного курса. Однако условия для реализации преимуществ конкуренции в разных странах Европейского Союза не одинаковы. Общеввропейский сервис имеет определенные проблемы из-за существенных различий в лицензионном законодательстве государств. Поэтому Совет Европы и Европарламент стимулируют страны-участницы ускорить законотворческие процессы, чтобы государства Евросоюза должны своими решениями влияли на либерализацию рынка.

Ускорение внедрения электронной коммерции. Несмотря на увеличение объема электронной коммерции, т.е. продажи / покупки товаров с использованием Интернета, страны Европейского Союза в целом отстают в этом от США, Китая и ряда стран юго-восточной Азии. Европа имеет сильные позиции в ряде приоритетных направлений, например, в технологиях обеспечения безопасности и шифровании данных, а также в сфере электронного банковского обеспечения. Массовое использование евро для электронных транзакций должно существенно способствовать развитию общеевропейского электронного рынка.

Европе необходимо ускорить процесс практической реализации электронной коммерции путем привлечения в эту сферу малых и средних предприятий, а также создание условий для того, чтобы они воспринимали территорию Европы как в собственный сегмент рынка. Эта задача требует, в свою очередь, реализации правового регламента внутреннего рынка, который должен обеспечить правовую основу для этого вида коммерции и ликвидировать имеющиеся межгосударственные барьеры. Европе также необходима государственная администрация для управления электронными торгами для поставки товаров и услуг с целью удовлетворения государственных потребностей.

Быстрый Интернет для исследователей и студентов. Интернет предоставляет исключительно широкие возможности для исследовательской работы и позволяет реализовывать абсолютно новые подходы для обучения в

форме организации системы е-образования, когда студентам предоставляется доступ в онлайн-режиме к академическим и научным материалам. Общение посредством электронной почты и передача информации через сеть стали базовыми аспектами академической и профессиональной жизни.

Быстрый Интернет особенно активен как средство организации и реализации совместных интерактивных исследований, когда его участники географически удалены друг от друга. В этом случае они получают возможность коллективного использования данных или инструментов для генерации новых знаний; эта технология знаменует появление новой формы научной работы - е-исследования. Для поддержки такого вида исследований нужно предоставить конечным потребителям мультимедийные коммуникации гарантированного качества, обеспечить разработку инновационного контента, а также методов и средств для демонстрации достижений виртуальных общественных институтов.

Смарт-карты для электронного доступа. Смарт-карты - удобный и выгодный инструмент для проведения электронных платежей за медицинские услуги, мобильный Интернет, общественный транспорт, платные программы телевидения и много других информационных и коммуникационных услуг. Такую карту должен иметь каждый гражданин, а главное требование к ней связано с обеспечением надежности и безопасности хранения и передачи данных. Эти карты могут быть индивидуальными, многофункциональными, или встроенными в различные устройства.

Однако, для того, чтобы достичь успеха в данном направлении, необходимо сформировать новую инфраструктуру поддержки этих технологий в странах ЕС. Для успешного решения этой задачи нужно наладить сотрудничество европейских провайдеров и государственных органов власти с целью разработки общих принципов организации мобильной связи, обеспечения безопасности, установления прав собственности и организации потребительского контроля.

Рисковый капитал для высокотехнологичных средних и малых предприятий. Часто перспективные идеи, которые предлагают европейские предприниматели и провайдеры контента, студенты университетов и сотрудники компаний, не получают должной финансовой поддержки и поэтому не могут быть реализованы. В США, где культура предпринимательства способствует рисковому вкладу, где первоначальный капитал инновационных компаний в три-четыре раза больше, чем в Евросоюзе, ситуация несколько иная, и этот опыт свидетельствует о том, что коммерческая реализация передовых идей способствует созданию тысяч дополнительных рабочих мест.

Вовлечение в электронное общество нетрудоспособных граждан. Развитие цифровых технологий способствует преодолению различных

барьеров (социально-экономических, географических, культурных, временных и т.д.), которые препятствуют социальной адаптации нетрудоспособных. Благодаря развитию современных технологий такие люди получают возможность принимать полноценное участие в общественной и профессиональной жизни. Однако, оказалось, что европейская индустрия не способна мгновенно обеспечить инвалидов продуктами и услугами.

Эта ситуация может несколько измениться благодаря кардинальным мерам, в частности, в рамках внедрения новых принципов конструирования для всех ("Design-for-All"). По этому подходу, еще на этапе концептуальной разработки изделий учитываются особые потребности инвалидов и граждан, относящихся к категории нетрудоспособных. Государства Евросоюза уже взяли на себя конкретные обязательства по удовлетворению особых потребностей этой части населения в Декларации Амстердамского договора. Сейчас нужно поддержать усилия по реализации этих обязательств в сфере информационного общества.

Особое внимание необходимо уделить образованию, переквалификации этой категории граждан, а также обеспечению их полноценного участия в жизни общества. Медицинские сети должны предусматривать специальный многоязычный онлайн-сервис, а цифровые технологии в целом - упростить формальности, связанные с использованием частных и общественных систем социального обслуживания.

Онлайновая медицина. Предоставление эффективных и качественных медицинских услуг гражданам является одной из крупнейших забот европейских правительств. Потребности в наличии технологий по охране здоровья быстро растут. Правительства столкнулись с такими проблемами, как общее старение населения и увеличение расходов на здравоохранение. Растущее противоречие между необходимостью улучшения качества медицинских услуг и ростом их стоимости не преодолеть без модернизации медицинских систем и широкого использования цифровых технологий. Однако этот потенциал не используется в полной мере.

В этом направлении Европейский союз уже сделал важные шаги по защите и усовершенствованию сферы общественного здравоохранения. Однако полной гармонизации этой сферы на европейском уровне достичь не удалось, и поэтому необходимо продолжить совместную работу органов здравоохранения европейских стран по поддержке научных исследований, согласованию стандартов и спецификаций продуктов и созданию общеевропейских медицинских библиотек.

Интеллектуализация транспорта. Объемы перевозок людей и грузов в Европе различными видами транспорта постоянно растут, и вместе с тем растут транспортные проблемы (дорожные происшествия, гибель и травмирование пассажиров). Растут экономические потери от перегрузки

дорог, значительное количество авиарейсов выполняется с отклонением от расписания, повышается отрицательное воздействие транспорта на окружающую среду. Цифровые технологии позволяют сделать транспорт более безопасным и кардинально повысить качество управления общественным транспортом.

#### **5.4. Препятствия на пути к электронному правительству (проблемы цифрового неравенства)**

Анализ международного опыта показывает, что **не существует единой формулы успешной программы развития информационных технологий**. Каждая стратегия и план должны быть индивидуальными и учитывать специфические национальные особенности. Однако, можно выделить несколько ключевых моментов, важных для успеха инициатив по развитию информационных технологий:

- наличие четко сформулированных реальных целей проектов развития информационных технологий;
- действующая законодательная и регулирующая база, включая акты в области права интеллектуальной собственности, информационных технологий и телекоммуникаций;
- налоговые и таможенные стимулы, льготные ссуды для ускорения роста сектора услуг информационных технологий;
- начальная поддержка информационно-технологических инициатив при их внедрении, прежде всего, в таких областях, как образование, здравоохранение, государственное управление и электронная коммерция;
- создание информации и услуг местного значения в результате реализации национальных технологических инициатив по разработке компьютерных интерфейсов на языке стран, где значительная часть населения не владеет английским языком;
- принятие решительных действий по внедрению информационных технологий, направленных на интеграцию изолированного сельского населения в народное хозяйство;
- деполитизация проблемы компьютеризации, например, посредством создания негосударственного фонда, который будет получать государственное финансирование на закупку оборудования и программного обеспечения;
- чрезвычайно успешным оказалось обеспечение общественных мест доступа, например, кафе, общественных центров и телекоммуникационных центров, и это должно стать ключевым компонентом плана действий по расширению доступа в Интернет;

- проблема слишком высокой стоимости доступа должна быть рассмотрена государственной властью, учитывая преимущества информационных технологий для улучшения работы государственных служб;
- стратегическим психологическим аспектом является, в первую очередь, тот факт, что каждый получатель телекоммуникационного оборудования, программного обеспечения и сервиса доступа в Сеть должен внести до 50% их стоимости формирует у него чувство собственника и, естественно, вызывает у соседей, не обладающих такими системами, чувство зависти;
- использование оборонных бюджетов с целью создания информационно-технологической инфраструктуры, что, с одной стороны, обеспечивало бы безопасность страны, а с другой - использовалось как ресурс для образования и предоставления услуг.

Международное сообщество выражает обеспокоенность по поводу нескольких проблем, связанных с развитием информационных технологий частности, **ключевой вопрос - стоимость использования Интернета**: обычная стоимость доступа все еще слишком превышает уровень, который мог бы обеспечить широкое распространение этой услуги. Другие проблемы - **безопасность онлайн-делок, компьютерные преступления, защита прав интеллектуальной собственности, соблюдение ограничений распространения через Интернет материалов**, которые могут рассматриваться как оскорбительные и угрожающие социальной стабильности, а также **недостаточное участие развивающихся стран**, в управлении Интернетом, особенно в сфере назначения доменных имен.

**В США проблему цифрового неравенства решали** путем выделения средств в бюджете, введения новых налоговых льгот для стимулирования обеспечения компьютерами школ, библиотек и общественным технологических центров, для спонсирования школ, библиотек и общественных технологических центров, а также для повышения компьютерной грамотности и уровня образования работников этих учреждений.

Конкуренция в частном секторе и мощный технологический прогресс значительными силами, способствующих преодолению информационного неравенства. Так, ИТ-индустрия способна каждые 12 - 18 месяцев вдвое увеличивать потребность ПК, не повышая при этом их стоимости. Однако, доступ к ИКТ является лишь первым шагом. Следует также помочь людям получить навыки, необходимые для использования этих технологий. Именно поэтому правительство США реализовало инициативы, направленные на расширение возможности использования ИКТ всеми гражданами страны.

## Глава 6. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

### 6.1. Понятие информационной войны

Информационные воздействия на массовое сознание существовали всегда. Как технологию его использовали еще шаманы и жрецы, когда они пытались "конструировать будущее" в том или ином направлении.

Впервые термин «**психологическая война**» в 1920 г. применил британский историк Дж. Фуллер, который анализировал первую мировую войну. И этот термин взяли на вооружение американцы. Они датируют собственно использование этого термина 1940 годом. Соответствующий английский вариант этого термина – «политическая война». Термин «психологические операции» впервые в документе применил капитан (потом контр-адмирал) Е. Захария. Именно этот термин начали с 1957 года использовать в американских официальных документах, ведь он дал возможность применить соответствующий инструментарий в ситуации отсутствия широкомасштабных военных операций. Этот инструментарий можно применять не только к врагам, но и к нейтральным странам или даже союзникам.

Интересно, что современный термин, который использует НАТО, а именно «информационные операции», может использоваться вообще при отсутствии намека на боевые действия. Это, например, случай миротворческих операций. Однако, как считают аналитики, мирная ситуация даже тяжелее для применения психологических операций, поскольку для нее характерно достаточно динамическое изменение окружающей среды, тогда как в случае военных действий оно имеет относительно устойчивый характер.

Психологические / информационные операции в разные периоды разной степени привлекали внимание со стороны властных и военных структур. В результате вьетнамской войны, например, уменьшилось значение этого направления, он не был представлен на высших уровнях военного руководства. И именно тогда американское общество почувствовало разочарование в собственных военных силах.

Образование в этой сфере в США началось со Школы специальных операций ВВС, где в 1967 г. был введен соответствующий курс. Но уже в 1968 г. в связи с отсутствием дополнительного финансирования он был закрыт. С 1974 г. в той же школе опять началось обучение офицеров стратегии и тактике психологических операций, ее планированию и проведению.

Термин «пропаганда» самый древний из всех этих терминов. Впервые это слово появляется в названии соответствующего учреждения в 1622 г., когда папа Урбан VIII основал конгрегацию пропаганды как комиссию кардиналов, которые должны были нести ответственность за иностранные

миссии церкви. Здесь, как и в случае психологической войны, речь идет лишь об иностранной аудитории. В XVIII и XIX вв. слово пропаганда было полностью нейтральным, под ним понимали распространение политических идей.

В XX в. активное использование этого термина во время Первой мировой войны и в СССР и Германии превратило его в далеко не нейтральное понятие, которое в некоторых случаях получило сугубо отрицательное значение.

Сегодня термин пропаганда снова может быть нейтральным для широкого потребления, хотя чаще он используется как журналистское негативное определение действий тех или иных информационных подразделений, особенно военных. Это касается случаев политического противостояния, когда оппоненты могут указывать на высказывание своего противника как на пропагандистское.

#### Определение

Нас в первую очередь интересуют различные виды системного воздействия на индивидуальное и массовое сознание. Таких воздействий достаточно много. Это может быть и статья в газете, и тоталитарная секта, и совет авторитетного человека. Все это случаи того, как информация влияет на принятие нами решений.

**Психологические войны (операции) являются коммуникативными технологиями, направленными на внесение изменений в поведение индивида посредством модификации его модели мира, которая осуществляется путем внесения изменений в информационные потоки.**

Все американские определения четко указывают на иностранную аудиторию как на объект коммуникативного воздействия. Американский военный словарь также указывает в этом случае на "враждебно настроенную иностранную аудиторию", что еще больше "отводит" использование этих методов от собственной аудитории. Однако сегодня при наличии глобальных коммуникативных потоков трудно влиять на другую аудиторию, не вводя одновременно в заблуждение собственную. Любые сообщения могут легко пересекать границы, становятся известными одновременно всем сразу.

Интересно, что даже требования к персоналу подразделений по психологическим операциям говорят о понимании, или даже о любви к целевой аудитории, ненависть к ней должна остаться дома. Это опять же говорит не просто о необходимости знания своей аудитории, но и о том, что эмоционально эта аудитория может быть чужой для коммуникатора.

**Информационные войны являются информационными технологиями, влияющими на информационные системы, с целью введения в заблуждение массового или индивидуального сознания,**

**выведение из строя или десинхронизацию процессов управления обществом и его составляющими, прежде военными.**

Уин Швартоу, который является адептом этого направления в США, пишет: "Информационная война является электронным конфликтом, где информация является стратегическим достижением, который стоит захватить или уничтожить. И компьютеры, и информационные системы становятся привлекательным направлением первого удара".

Пропаганда является термином, который уже со времен первой мировой вызывает негативные ассоциации, поэтому часть стран до сих пор его избегает. **Под пропагандой мы будем понимать интенсивные коммуникативные процессы, имеющие целью изменение поведения аудитории, на которую они настроены.** Истоки пропаганды можно увидеть в любой человеческой цивилизации.

Существенным для взглядов на пропаганду является попытка отделить ее от других вариантов коммуникативного воздействия, таких как реклама или избирательные технологии. В истории и теории определены два возможных варианта влияния, называемые манипулятивная и усилительная теории. В качестве примера возможностей манипулятивной теории приводят фашистскую Германию, которая под руководством Геббельса достигла в этом неслыханных успехов. Согласно этой теории, коммуникация может изменить отношение населения в любую сторону. Сегодняшним примером такой активной роли может служить теория, рассматривающая прессу как таковую, задающую порядок дня для общества. Мы обсуждаем только то, что записано в этом перечне. Факты, которые в него не попали, остаются неизвестными обществу. В рамках усилительной теории считается, что довольно трудно переубедить людей в обратном, если они уже имеют собственное мнение о том или ином объекте или событии. Пропаганда в ее старом понимании скорее касается первого подхода. Реклама уже представителем второго, она ближе к усилительной теории.

Еще одним подходом к различению этих процессов является попытка акцентировать внимание на двух вариантах целей коммуникации: с одной стороны, это может быть порождение сообщений, с другой - порождение положительных контекстов того или иного будущего решения. Паблик рилейшнз (а с ним и пропаганда) может касаться порождения положительных контекстов. Реклама - порождает сообщение. Хотя современная имиджевая реклама тоже направлена на порождение контекстов. Исходя из того, что пропаганду различают по тому, насколько в нее посвящен пропагандист. Поиск правильного определения может идти и в этом направлении.

Пропаганда является "белой", когда источник известен, "черной" - если нет, или источник является искаженным. "Серая" пропаганда может иметь и известный и неизвестный источник. Источник становится скрытым, если



пропагандист не хочет ассоциировать цели сообщения с собой. Такой акцент на скрытности позволяет даже классифицировать пропагандистские сообщения, говорить, как о существенных изменениях в поведении, которые хочет вызвать пропагандист, так и о несоответствии этих целей нормам аудитории. Кроме того, эффективные открытки, побуждающие к дезертирству, никогда не скрывают, что идут от противника.

Гитлер разграничивал пропагандистские и организационные потребности: задача пропаганды - вербовать сторонников, задача организации - вербовать членов партии. Удачно выполненное первое задание уменьшает необходимость во втором. Есть и противоположный взгляд, когда умаляется значение пропагандистской подготовки, считается, что переход власти может быть осуществлен любым каким-либо обстоятельством по удачному выбору направления удара. Однако сам Л. Троцкий, которого автор хвалит и пропагандирует как образец, негативно отзывался именно о книге. Немаловажный аспект современной методологии военных действий - асимметричный удар - определил К. Малая. Государство всегда действует симметрично там, где оно намного сильнее, поэтому побеждать его можно только в асимметричных ситуациях, которые являются принципиально неожиданными. Так поступали не только революционеры времен К. Рис а парте, но и современные террористы.

Приведем некоторые другие подходы к определению пропаганды. Дж. Браун говорит о пропаганде, как о какой-либо доктрине или практике, которая строится на воздействии на эмоциональное отношение других. Эффективная пропаганда действительно находится и действует в эмоциональном слое влияния, а не в рациональном, поскольку в рациональном можно найти не только аргументы, но и контраргументы, и это сразу может включить противодействие.

Ф. Тейлор, директор Института коммуникативных исследований Лидского университета (Великобритания), делает акцент в пропаганде на попытке служить тому, кто организует этот процесс. Это коммуникация, задачей которой является удовлетворение интересов людей, которые выполняют эту коммуникацию. При этом он считает Паблик Рилейшнз лучшим названием для этого направления вообще. Но, на наш взгляд, в таком случае трудно будет различить рекламу и пропаганду. Удачным в его подходе является ударение на том, что пропаганду определяют по тому, о чем надо говорить, так и по тому, о чем надо молчать.

Дж. Джоветт и В. О'Доннелл определяют пропаганду как "заранее запланированные и системные попытки формировать восприятие, манипулировать пониманием и направлять поведение, чтобы достичь результатов, которые удовлетворяют пропагандиста" \* 148. Здесь снова делается акцент на несоответствии устремлений пропагандиста и того, кто

получает его информацию. Но, на наш взгляд, довольно трудно различить, что соответствует, а что не соответствует желанию аудитории.

А. Эделстайн вводит понятие новой пропаганды, которая, по его мнению, формируется сегодня уже по другим законам. Если старая пропаганда тоталитарная и направляется от небольшого количества коммуникаторов многим, то новая пропаганда демократическая и задается как порождение коммуникации от многих ко многим. Если для старой пропаганды были характерны ограниченный доступ и гомогенность, то для новой характерны широкий доступ и разнообразие. Старая пропаганда характеризуется упрощенными сообщениями и защищенностью своих форм, новая пропаганда - сложностью сообщений и созданием новых языковых форм. Он считает, что современный американский президент, общаясь с избирателями через Интернет, является примером новой пропаганды. Все имеют доступ к такой коммуникации, все являются ее создателями, следовательно, это вариант нового варианта пропаганды.

Старая пропаганда ориентирована на ценности производства, новая - на ценности потребления. Если первая задается лидерами, то вторая - с помощью консенсуса. Если первой управляют правила, то второй - ситуация в целом, если коммуникация облегчает возможности индивидам и группам участвовать в популярной культуре, то это новая пропаганда, если уменьшает, то это старая пропаганда. Построенная А. Эделстайном модель делает акцент на тех изменениях, которые происходят в самой пропаганде, когда происходит переход к новым формам влияния.

Пропаганда как интенсивная коммуникативная технология постоянно нуждается в использовании новых методов и новых исследовательских теориях, поскольку она имеет прикладные цели, требующие постоянного обновления во всех механизмах. Меняется человечество, и вместе с ним меняются методы воздействия, переходя от простых к значительно более сложным.

## **6.2. Информационные войны / психологические операции и национальная безопасность**

Психологические операции, как отмечалось, имеют следующие цели по изменению поведения аудитории, которые бы отвечали национальным интересам тех, кто порождает эту коммуникацию. Есть четко понятные общие стратегические установки, которыми руководствуются в вопросах информационных войн.

В. Швартау видит, как **общую цель - создание национальной информационной политики**, а среди возможных уровней применения информационного оружия – такие:

- личная информационная война, куда относят различные виды манипуляций с личной электронной информацией:

- корпоративная информационная война, куда относят ситуации атаки информационных систем компаний;

- глобальная информационная война, где информация рассматривается как национальное достояние, за которым могут охотиться другие страны.

Как видим, эта классификация построена по уровню объектов: от одного человека к целому государству. И это простой вариант возможной классификации, поскольку она носит чисто формальный характер, и не раскрывает содержательное наполнение.

М. Викерс рассматривает возможности информации в двух аспектах: изменения формы и бессилия. Первый вариант предусматривает маневры для введения в заблуждение противника, второй - бессилия его центров управления. Все это связано с вмешательством в информационные системы противника. Кстати, именно входение в системы принятия решений и является главной новой целью будущих воен.

По мнению Д. Маклаурина, неразличение стратегических и тактических психологических операций может приводить к снижению их эффективности. В случае стратегических психологических операций имеется большой выбор возможностей. Ошибочным он считает использование вьетнамскими пропагандистами в листовках против американских солдат стратегических концептов (вроде "американские империалисты"), тогда как следовало отмечать вопросы выживания, которые для солдата на фронте более важны. К этому следует добавить еще и то, что к концепту "американские империалисты" отношение двух разных сторон конфликта будет разным, а проблема выживания является нейтральной.

К. Лем считает, что психологические операции труднее производить в невоенных ситуациях, поскольку возникает необходимость динамического реагирования на тактические изменения. Быстрые изменения ситуации требуют таких же быстрых изменений в проведении психологических операций. Информационные войны принципиально меняют стратегические и тактические принципы современной армии, без применения которых невозможно дальнейшее развитие военной доктрины.

Вообще, современные военные доктрины, например, США, переходят от концепции информационной войны к концепции войны знаний, поскольку информация меняет знания, на основании которых будут приниматься те или другие решения. Следует вспомнить пример из новейшей истории: когда перестройка изменила типы знаний, которыми владело массовое сознание, последнее начало принимать другие решения.

## **Асимметричное информационное воздействие**

Постиндустриальные страны имеют достаточно мощную информационную инфраструктуру, что делает их сильнее в области информационного воздействия. В то же время эти страны становятся более уязвимыми со стороны информационного оружия. Страны аграрного типа развития не имеют такой инфраструктуры, поэтому являются менее уязвимыми. Но они могут планировать и осуществлять свои действия для взыскания информационного воздействия на постиндустриальные страны. Можно говорить об асимметричном характере информационного оружия, что позволяет, например, террористам держать в напряжении современное общество: малой силе – большую. Еще один пример - "Норд-Ост", когда небольшая группа смогла управлять (условно) целой страной, выдвигая свои требования (например, проведение митинга на Красной площади).

Именно о таком влиянии (хотя и неинформационном) писал К. Малапарте. Его основная идея заключается в том, что на действия государства можно отвечать только неадекватно, благодаря этому они сводятся на нет. Можно привести такой пример из китайских стратегий, когда город, не имея возможности защититься от наступающего войска, открыл свои ворота и жители что-то там начали убирать. Войско остановилось и обошло город, потому что полководец подумал: наверное, у них сильное войско, если они нас не боятся. Неадекватное действие принесло победу против сильного противника. Симметричный (адекватный) ответ принес бы лишь поражение. В этом случае действие должно иметь информационный характер. Мы можем сформулировать такое правило: чем сильнее противник, тем более асимметричным должно быть информационное действие, совершаемое против него.

Сегодня разработано большое количество таких асимметричных вариантов поведения, которые получили название ненасильственных действий протеста. Всего в этом списке 198 видов таких действий, некоторые из которых были неоднократно реализованы на улицах Киева и Минска. Это и палатки, и сожжение чучела, и голодание, и преподнесение цветов работников правоохранительных структур, несущих службу по охране порядка. Дж. Шарп, который был основным разработчиком этого направления, подчеркивал, что его разработки использовала польская "Солидарность", Прибалтика во время выхода из СССР, Югославия во время борьбы против С. Милошевича.

Асимметричность действия информационного оружия можно увидеть, например, в ситуации воздействия на противника, когда убеждают его сдаться в плен. Солдат в такой ситуации получает значительно больше поддерживающих его действия пропагандистских сообщений, и только одно сообщение в виде листовки способно вызвать его противоположные действия.

Против массовой пропаганды может сработать только асимметричное информационное воздействие. Но оно должно иметь другой качественный уровень, что позволит победить систему влияния другой стороны.

Кстати, Ф. Фукуяма среди причин, которые привели к развалу СССР, называл невозможность легитимного выражения негативных оценок. Успешность действия информационного оружия, можно считать, заключается в степени его асимметричности. Асимметричность реализуется, когда известны места уязвимости атакуемой системы.

Асимметричность действия информационного оружия особенно проявляется в негативных контекстах. Это могут быть, например, обвинения или опровержения, на которые современное общество реагирует достаточно неадекватно. Мы умеем порождать положительные контексты и не умеем работать с негативными контекстами, которые всегда представляют трудности. Например, было такое - заказ для одной из фирм Санкт-Петербурга: разработать этичный вариант отказа в спонсорстве. Давать деньги - всегда приятнее, чем отказывать в этом, поэтому именно эта задача требует специальной коммуникативной подготовки.

Порождение негативных контекстов требует особого умения, а потому - и отдельной специализации. В американском коммуникативном пространстве профессия **спин-доктора** (spin-doctor), одной из задач которого является исправление ситуации, если она начинает приобретать не желаемое освещение в СМИ. Или он выполняет свою работу еще до того, как событие произошло, чтобы предотвратить неправильное освещение ее в СМИ.

Д. Уоттс, цитируя других исследователей, насчитывает **пять видов "спина"**, т.е. "искривления" ситуации ради того, чтобы она приобрела нужную форму:

- 1) до спин - подготовка перед событием;
- 2) после-спин - наведение блеска на событие;
- 3) торнадо-спин - попытка направить интерес к чему-то, что реально не вызывает его;
- 4) контроль кризиса - менеджмент событий, выходящих из-под контроля;
- 5) уменьшение потерь - менеджмент событий, которые уже вышли из-под контроля, чтобы уменьшить дальнейшие потери.

Спин-доктора работают как часть медиа-команды. Например, именно спин-доктора готовили "раскаяние" Б. Клинтона в 1998 г. по поводу его связей с Моникой Левински. В результате выступления население изменило свое негативное отношение к Б. Клинтону. Выступление американского президента состоялось только тогда, когда население уже готово было простить его, считая слова раскаяния достаточными для этого.

Спин-доктор готовит в информационном пространстве предстоящее событие, или исправляет ситуацию, которая освещается не должным образом в СМИ. Это активное информационное поведение, которое может принципиально влиять на развитие событий в информационном пространстве.

Асимметричные информационные действия имеют больше шансов на успех, потому что им нельзя найти соответствие. Например, в случае Никсона рациональные обвинения были сняты эмоциональным контрвыступлением, т.е. реально в другой плоскости. Асимметричность - единственный вариант выступления против сильного противника. Для психологической войны это становится нормой, ибо в этом случае речь идет о порождении коммуникативного сообщения, которое выступает в роли "одиночки" против пропагандистской армии противника.

Еще одним вариантом асимметричного информационного действия можно считать демонстрации и манифестации, которые сегодня широко используются для организации воздействия на властные структуры через общественное мнение. На них властные структуры не имеют возможности отвечать симметрично, то есть путем проведения собственной демонстрации. Отсюда следует принципиальная асимметричность их действий. Например, распространен такой вариант коммуникативного действия, как голодание, который применяется как проявление протеста.

Асимметричные информационные действия могут стать возможными еще и потому, что противник может "не заметить" их на стадии принятия решения, так как они являются скрытыми от него. Вообще, одной из особенностей информационного оружия является возможность его незаметного применения, когда страна до последнего момента может не видеть этого спланированного влияния.

Асимметричность может сработать в специфической модели представления выступления политика по телевидению, когда демонстрируется невнимание к нему со стороны аудитории или когда комментарии журналиста перекрывают выступление политика. Это все то же порождение информации в несимметричной плоскости, возможности которой, как мы видим, достаточно велики.

### **Из истории**

В историческом плане нас интересуют те этапы развития или коммуникативные жанры, где происходит соответствующая профессионализация коммуникации. Если посмотреть на основные составляющие коммуникативного процесса (коммуникатор, процесс коммуникации, получатель информации), то нас интересует, когда возникают (и почему возникают) профессиональный коммуникатор, профессиональная передача и профессиональные условия восприятия сообщения. Есть

специальные условия, которые задают возможность процесса коммуникации. Профессионализация одной составляющей, как правило, вызывает профессионализацию других.

Среди жанров, которые уже прошли профессионализацию, можно отметить религиозную, литературную, управленческую (включая военную), пропагандистскую коммуникацию. Возьмем, например, религиозную коммуникацию. Для нее характерен не только особый коммуникатор, но и особые условия проведения, задаваемые в пространстве (храм) и времени (службы). Проповедь в храме в средневековье была одновременно и вариантом средства коммуникации, поскольку выполняла функции информирования населения о событиях, происходивших в мире. Военная коммуникация, как и другие виды коммуникации, пытается запрограммировать варианты поведения солдата, например, приказы не обсуждаются. Все это не просто коммуникативные процессы, они одновременно выполняют функции социального управления. Именно в них мы переходим от случайного решения проблемы к системному, профессиональному.

Как пример одного из первых вариантов такого решения, на которые опирается современный мир, рассмотрим Древний Рим. И в мирной, и в военной жизни он реализовал много знакомых нам сегодня коммуникативных моделей. Например, именно в Древнем Риме применялись варианты первых избирательных технологий. Боевой дух солдат тоже достаточно интенсивно поддерживался.

Чтобы быть успешной, война должна была считаться справедливой. Битве обязательно предшествовало выступление полководца, который должен был сделать солдата по-настоящему храбрым, довести его до высокого уровня готовности к бою. Римляне владели ораторским искусством, чтобы уметь защищать себя в суде, потому что в некоторые периоды действовал старинный закон Цинция, по которому ораторам запрещалось принимать подарки или деньги за выступления в суде. Итак, если ты не защитишь себя сам, тебя никто не защитит.

Существенное пропагандистское влияние имели триумфы, которые сопровождали победы римских императоров. Легионы получали деньги и землю, а население в течение недель праздновало победу. Императоры изображались на монетах, что давало возможность вести визуальную пропаганду.

Цивилизация все время использует все новые и новые средства визуальной коммуникации для пропаганды для солдат.

Человечество изобрело книгопечатание как новый коммуникативный способ получения одинаковых экземпляров одного текста – Библии. Кстати, университеты также учреждаются в этот период, чтобы все могли получить

одинаковое образование. В этом есть пропагандистский элемент: порождение одинаковых сообщений всеми возможными в то время каналами.

К 1500 г. книги печатали уже в 250 городах Европы. Св. Августин писал, что в его время монахи впервые научились читать не вслух, а про себя. Появляется новый коммуникативный канал, который также сразу начинает служить идеологическим целям.

Реформация стала первой войной с применением книгопечатания. Лютер написал 30 памфлетов, которые были на то время бестселлерами, потому расходились большими тиражами. Например, его третий трактат имел тираж 300 тысяч экземпляров, что много даже для сегодняшнего дня. Отсюда возникает проблема контроля: в 1559 г. в Риме был составлен индекс запрещенных книг. Лютер также применил соответствующие зрелищные действия, а не только тексты, чтобы привлечь внимание к своему делу. Например, в 1617 г. он прибывает гвоздями свои девяносто пять тезисов к двери церкви в Виттенберге. Возможно, в неграмотном обществе подобное действие должно производить на граждан большее впечатление, чем просто выпуск памфлетов.

Наполеон тоже активно использовал визуальную коммуникацию (монеты, медали, статуи). В обществе создавался соответствующий имидж солдата-императора. Имидж Наполеона помогал создавать художник Жак Луи Давид, который разрабатывал модели одежды, причесок, ставшие символом Наполеона. Во время своей коронации в 1804 г. Наполеон получил корону из рук папы Пия VII, что тоже стало большим пропагандистским событием. Наполеон уделял значительное внимание своим коммуникациям, например, он указывал своим газетам не только, о чем им надо писать, но и о чем надо молчать. Поэтому до 1810 г. у него осталось всего 4 газеты (до этого в 1789 г. начали выходить 60 новых газет). Наполеон занимался контрпропагандой, был среди первых, кто применил то, что потом получило название черной пропаганды: он издавал газеты на оккупированной немецкой территории, псевдоанглийскую газету - в Париже, которую сам и контролировал.

Мы видим, что во всех этих случаях требуется подавать информацию в такой форме, которая лучше влияет на ее позитивное восприятие. Только формой в этом случае становится новое содержание или новый контекст, на который и настроен потребитель информации.

В России во времена императоров Петра и Павла тоже применяли интересные варианты визуальной коммуникации. В первом случае шла борьба с одеждой в пользу немецкой. Но эта визуальная разница была не такой легкой, потому что в церквях той поры черт изображался именно в немецком платье. Купцов, которые торговали российским платьем, отправляли на каторгу. При Павле была борьба уже с французским платьем как слишком революционным. Это борьба с формой, которая воспринимается не как форма, а как содержание.



Достаточно часто в советское время происходил этот вид идеологической борьбы: с галстуками, с джинсами, например, которые рассматривались как проявление буржуазной идеологии.

Визуальная пропаганда имеет следующие преимущества: она универсальна (ее понимают независимо от знания языка) и долговременная. Как доказывают психологические эксперименты, визуальные сообщения лучше запоминаются, и дольше хранятся в памяти.

### **6.3. Пропагандистские действия в XX веке**

С возникновением массового сознания возникает инструментарий, способный с ней работать. Это и массовая культура, и массовые коммуникации, и пропаганда.

**Первая мировая война** стала первым полигоном для испытания идей воздействия на массовое сознание. Например, в течение 1918 г. каждый день поднимались 2 тыс. пропагандистских воздушных шаров, каждый из которых нес тысячу открыток. В октябре того же года более 5 млн. листовок были сброшены на территорию Германии. Появляются настоящие технологии для воздействия на массовое сознание. Интересно, что листовки сохранили свое значение и поныне, их используют во всех военных конфликтах (например, война во Вьетнаме, война в Персидском заливе, чеченская война). Только во вторую мировую войну предложили бомбу Монро – она открывалась на необходимой высоте и выбрасывала все открытки.

Великобритания создала специальное бюро пропаганды под руководством Чарльза Мастермана, которое работало с 1914 до 1917 г. Это бюро было настолько тайным, что о его работе не знали даже члены парламента. Великобритания начала также интересную форму работы с населением нейтральных стран. У своих граждан они взяли адреса людей, с которыми те в частном порядке переписывались. И по этим адресам начали рассылать пропагандистские материалы. Таким образом с 1914 по 1918 г. они разослали 250 тыс. различных памфлетов и буклетов. Произошло использование уже существующих социальных связей, что сразу усилило действие коммуникаций.

США в 1917 г. создали соответствующий Комитет публичной информации под руководством Джорджа Криля. Поскольку в то время еще не было такого влиятельного средства массовой коммуникации, как радио, комитет Криля готовил листовки, плакаты, фильмы и публичные выступления, которые Дж Криль называл бумажными шарами.

Задачами этой работы были:

- мобилизация своих граждан и направление их ненависти в сторону врага;
  - убеждения своего населения в необходимости участия США в войне в составе союзных войск;
  - развитие дружественных отношений с нейтральными странами, чтобы получить их поддержку;
  - развитие дружбы между странами, которые воюют на одной стороне.
- Основной целевой аудиторией этой пропагандистской кампании была внутренняя (собственная).

Комитет Джорджа Криля изобрел форму информирования своего населения, которая позволяла выполнять функции массовой коммуникации без специальных средств, которые мы имеем на сегодня. Были созданы группы так называемых четырехминуток. Это были докладчики по всей стране, получавших телеграммы с текстом выступления, рассчитанным как раз на четыре минуты. Они выступали с новостями с фронтов в госпиталях, церквях, школах, т.е. в местах массового скопления людей. На комитет Криля работало 75 тыс. докладчиков, произнесли 755 тыс. речей. Такие доклады были представлены для 400 млн. слушателей.

К работе с населением были привлечены американские рекламные компании, которые "атаковали" население выставками, плакатами, фотографиями. К 1914 г. рекламная индустрия США уже прочно стала на ноги. Кстати, книжка, которую Дж Криль выпустил после войны, называлась "Как мы рекламировали Америке войну" (1920). Комитет выпустил 75 млн. копий тридцати различных буклетов. Американская киноиндустрия за счет прекращения работы киностудий в Европе стала первой в мире и такие известные фигуры, как Чарли Чаплин, Мэри Пикфорд, Дуглас Фербенкс снимались в пропагандистских фильмах того времени. Например, в одном из художественных фильмов М. Пикфорд путешествовала во Францию, где собственными глазами видела зверства немецких солдат. Здесь использовался наиболее эмоциональный вариант влияния.

Подобные формы пропаганды о зверствах противника почти автоматически появляются во время войн. Германский кайзер подавался как "дьявол в шлеме". Использование подобных рассказов о немецких зверствах является типичным примером пропагандистской работы во время войны. Они использовались и во время второй мировой войны, и во время войны в Персидском заливе. Пропаганда противника максимально "раскручивает" такие ситуации. И степень доверия к ним достаточно велика. Это можно объяснить тем, что в кризисной ситуации, а война всегда является такой, люди начинают реагировать на более простые варианты раздражителей.

Считается, что Германия допустила такие ошибки в своей пропагандистской работе:

- весь мир увидел зверства немецких войск;
- немцы отвечали на комментарии Би-Би-Си, чего нельзя делать, поскольку это лишь привлекает внимание к враждебной пропаганде;

Это не столько ошибки, сколько скорее возможность для противной стороны максимально использовать возможности, которые ему предоставляются.

Во время **второй мировой войны** впервые были применены методы "глубинного интервью" для того, чтобы построить условную картину мира немецкого солдата. Это делал Генри Дикс, которого называют ведущим аналитиком по психологическим операциям тех времен. Работая с военнопленными, он определил следующие пять категорий среди немцев:

- 1) настоящие нацисты - 10%;
- 2) почти нацисты - 25%;
- 3) неполитические немцы - 40%;
- 4) пассивные антинацисты - 15%;
- 5) активные антинацисты - 10%.

Для второй мировой войны характерна строгая цензура, что мешало работе СМИ. Если, например, репортеры спокойно работали в первую мировую войну, то в начале второй это было уже трудно. Приводят даже такой факт, когда журналист попросил текст листовки, которая миллионным тиражом уже была распространена в Германии, британский чиновник отказал ему со словами: "Мы не раскрываем информацию, которая может быть интересной для противника".

Соответствующее управление было создано в середине 1940 г., что сразу упростило ситуацию. Как и в первую мировую войну, контроль применялся на уровне источника информации. Цензура работала до того, как тексты попадали в газеты. Было лишь четыре случая за всю войну, когда газеты попадали в ситуацию вне закона.

Достаточно широко в Великобритании применялась визуальная коммуникация. Плакаты были выпущены на все темы, которые известны и нам, включая вариант советского плаката "Болтун - находка для шпиона". Плакаты работали против слухов, призывали к экономному способу жизни, призывали женщин к работе на фабриках.

Изменилась кинопродукция. Поскольку нужно было получить поддержку населения, на экранах впервые как герои появились простые люди. Это даже позволило использовать в производстве старые довоенные сценарии. Контроль за процессом киноиндустрии был упрощен тем, что целлулоид, из которого делается пленка, был занесен в перечень военных материалов. Следовательно, ни один фильм не мог быть выпущен, если на него не дали "добро" военные.

С сентября 1941 г. в Великобритании начало работать соответствующее подразделение, занимавшееся политической войной. Достаточно мощно использовалось радио, создавались соответствующие радиостанции, передавали информацию из поработанных Гитлером стран, например, Нидерландов. Это давало возможность населению этих стран почувствовать сопротивление, которое оказывалось определенными силами внутри страны. В 1942 г. Би-Би-Си проводила работу на 23 языках.

В США в июне 1942 г. также было создано подразделение военной информации. Для Голливуда был составлен список важных с позиции военных задач, в который вошли такие:

- разъяснять, почему Америка воюет;
- отражать Объединенные Нации и их народы;
- помогать в работе и в выпуске продукции;
- поднимать боевой дух на фронтах;
- отображать героизм военных.

Министерство обороны США выделяло ежегодно 50 млн. долларов на создание кинофильмов. Это было необходимо еще и для того, чтобы научить большое количество резервистов военного дела. Семь американских фильмов "Почему мы воюем" были обязательными для призывников, а первый из них "Прелюдия войны" посмотрели широкие слои гражданских в 1943 г. С 1942 г. в Лондоне к Би-Би-Си присоединилось американское радио. В 1943 г. "Голос Америки" вел передачи на 46 языках 50 часов в сутки, имея 36 радиопередающих станций.

В Советском Союзе для поддержки патриотизма возродили исторические реалии прошлого, вернули старый вариант военной формы, новый статус получила церковь, которую тоже можно рассматривать как канал массового влияния. Уже через две недели после начала военных действий начали показывать военную кинохронику. Особый статус имело художественное кино. К старым фильмам доснимали новые окончания, где герои, например, Чапаев, призывали к борьбе с немецко-фашистскими захватчиками. Те трудности, с которыми сталкивались люди, можно было преодолеть лишь при интенсивной идеологической поддержке со стороны различных видов пропаганды. Советский Союз активно использовал все виды визуальной коммуникации (почтовые марки и открытки, плакаты, монеты), что всегда является достаточно эффективным средством влияния.

Гитлер придавал особое значение пропаганде, считая, что причиной поражения Германии в первой мировой войне была именно она. Поэтому вторая мировая война иногда рассматривается такой, где Гитлер получил победу именно на пропагандистском фронте.

Пропагандой в Германии руководили профессионально. Министерство пропаганды и образования с 1933 г. возглавлял Геббельс. Гитлер первым

применил самолет в своей предвыборной борьбе, и население удивлялось, как фюрер одновременно может выступать на митингах в двух разных немецких городах. Особое значение имело кино: в 1940 г. количество кинозрителей удвоилось. На пропаганду работало и радио. Немцы использовали свои радиостанции, чтобы создавать впечатление, что это повстанческие голоса из Великой Британии.

Приведем некоторые факты. Имидж Гитлера был создан Геббельсом так, чтобы он соответствовал требованиям всех: для солдат он был солдатом первой мировой, для художественной интеллигенции - художником и т.п. Проведение партийных съездов как античных триумфов было после войны продолжено в западных демократиях. Знаменитый фильм Лени Рифеншталь "Триумф воли" рассказывал о партийном съезде 1934 г. После войны, когда ее обвиняли в пропаганде фашизма, она говорила об этом фильме как о документалистике. Немецкая пропаганда запрещала использование слова "мир", чтобы не забивать ненужным головы немцев. Вместо "после войны" или "после заключения мира" рекомендовалось применение только словосочетания «после победы». К октябрю 1944 г. не использовалась модель изображения "зверств" советских войск, чтобы не пугать родственников тех, кто воевал на восточном фронте. Хотя модель представления советского солдата как "скота" на общем уровне применялась.

Пропаганда действовала достаточно оперативно. Так, например, сразу возник запрет упоминать в прессе о том, что члены британской королевской семьи посетили место немецкой бомбардировки в Великой Британии, когда было обнаружено, что это вызывает симпатии к ним.

Кстати, все время шел достаточно серьезный мониторинг общественного мнения, даже собирались слухи. На слухи отвечали специально сконструированными слухами-ответами. Если население говорило, что большевики не такие страшные, то сразу появлялись контрслухи, которые рассказывали о зверствах большевиков. Слухи собирались на региональном уровне и передавались выше, они систематизировались и на них готовились ответы. Геббельс считал, что роль пропаганды состоит в том, чтобы вербально выразить то, что аудитория носит в сердце. Немецкая пропаганда действовала достаточно системно. Например, определялся тематически "лозунг недели", по которому начинала потом работать вся пропагандистская система. Кстати, сегодня Служба коммуникации Белого дома использует понятие "идея дня", под которой понимают темы "повестки дня" для СМИ, которые администрация пытается максимальным образом привнести в массовое сознание.

В общем, мы можем выделить следующие характерные черты немецкой пропаганды, как системность и динамичность реагирования, что делало ее весьма чувствительной силой. К тому же эта пропаганда работала в закрытом

сообществе, куда трудно попасть альтернативным коммуникативным потокам.

### **"Холодная война"**

Главным результатом "холодной войны" Запад считал, что каждое действие Москвы оценивалась лишь в интерпретации Вашингтона. Любые действия имеют смысл лишь тогда, когда им предоставляют содержание, и это делает именно интерпретация.

"Холодная война", как было решено на Западе, должна вестись не в плоскости идеологической, а в плоскости вещей, т.е. не сообщение становилось главным оружием, а контекст, который в будущем помогал порождать положительное восприятие возможных сообщений. Контексты передавались с помощью фильмов, телевидения, вообще культурного обмена. Как это ни странно, но даже выставка абстрактного искусства в СССР, например, финансировалась из фондов ЦРУ.

Итак, очень важным был чисто вещественный контекст, который влиял на человека на уровне повседневной жизни. Мы можем составить перечень плоскостей, где велась настоящая борьба, с определением ее как интересной/неинтересной с точки зрения пропагандистского эффекта.

Среди крупнейших информационных операций со стороны СССР считается попытка связать СПИД с разработками Пентагона, а со стороны США - разработка ситуации со "звездными войнами», которая разрушала экономику СССР, не имели под собой реальных оснований.

К своим победам западные специалисты относят также освещение ситуации с гибелью корейского "Боинга-470" в 1983 г. А. Снайдер, один из руководителей ЮСИА, отмечает в своем интервью "Комсомольской правде" (1997, 26 ноября), что они тогда подготовили пятиминутный фильм, который продемонстрировал, как Советский Союз сбивает самолет. Это удалось сделать, стерев из стенограммы переговоров ненужные для пропагандистского сообщения моменты. СССР, как он считает, со своей стороны потратил 100 млн. долларов на кампанию против нейтронной бомбы, включая митинги, манифестации, телепрограммы, публикации в прессе. В результате этого Картер и его западноевропейские союзники отказались от дальнейших разработок в этой сфере.

Запад не выиграл "холодную войну", как отмечает П. Тейлор, скорее, можно считать, что Советский Союз отказался от ее продолжения. "Холодная война" продолжалась очень долго и поглотила огромные материальные и интеллектуальные ресурсы двух сторон.

**"Гласность и перестройка"** базировались на моделях ведения психологических операций. Если со стороны Советского Союза говорили

"лидеры производства", внимание к которым уже исчезло, с другой стороны выступали "лидеры потребления", которые более эффективно влияли на свою аудиторию. Если на начальном этапе перестройки в общество эти новые лидеры внедряли мысль о необходимости реформирования страны на базе идей социализма, то со временем сами идеи социализма начали подвергаться такой уничижительной критике, что общественное мнение поставило эти идеи под сомнение. Большую роль в этом сыграли средства массовой коммуникации: в известной мере перестройку было осуществлено посредством телевидения. Творческая интеллигенция в своем большинстве выступила с критикой и политических и экономических базисов социализма. Массовое разочарование жителей Советского Союза в идеях социализма стало результатом сочетания оголтелой критики советского обустройства страны с целым рядом непродуманных экономических реформ, предпринятых М. Горбачевым, которые привели к нарастанию проблем в экономике, ее хаотизации. Однако такого рода события не означали неизбежности развала Советского Союза, о чем свидетельствовали итоги референдума, проведенного весной 1991 г., на котором народы СССР однозначно высказались за сохранение великой страны. Но дело в том, что перестройка при активной поддержке Запада опиралась также на активизацию идей национального характера, вплоть до возрождения национализма, с которым в СССР постоянно и достаточно успешно велась борьба. Именно этот аспект, помноженный на амбиции руководителей союзных республик, желавших самостоятельно «поручить» в своей вотчине, привели, в конечном счете, к распаду Советского Союза. Произошло это без соблюдения, хотя бы формального, конституционных норм. Появившиеся в результате распада СССР молодые государства дружно ринулись в объятия западной модели демократии.

**Война в Персидском заливе** требовала решения Америкой трех проблем. Во-первых, следовало доказать собственному населению необходимость военного вмешательства США за много километров от своего дома. Во-вторых, необходимо было обеспечить достаточную легитимность этих действий в глазах международной общественности. В-третьих, следовало подорвать боевой дух иракских войск, заставив их сдаться в плен.

Как и при первой мировой войне, Саддам Хусейн моделировался как "дьявол" - "арабоязычный Гитлер". Поскольку и те, и другие участники конфликта противостояли США как представители одной арабской нации, по отношению к Кувейту и Саудовской Аравии был использован термин "страны потенциальной демократии", хотя в них за решеткой находилось не меньше журналистов, чем в самом Ираке. Одновременно Дж. Буш объявил несколько тысяч американцев, которые остались в Кувейте, заложниками. Интересно,

что все примененные виды описания этой ситуации - "арабоязычный Гитлер", "страны потенциальной демократии", "заложники" - требуют использования оружия, делают это использование вполне легитимным, что и нужно в таком случае для оправдания своих действий.

При этом осуществлялось активное обращение к американской мифологии, что позволило привлечь на свою сторону массовое сознание. По этой мифологии США защищают демократию во всем мире, поэтому участие американских вооруженных сил становится оправданным. Этот метод использовался еще во времена первой мировой войны, когда попытки втянуть США в военные действия аргументировалось тем, что США «защищают свободу всех людей». Как видим, военные действия все время требуют упорной поддержки со стороны масс-медиа.

Особенностью этой войны были "журналистские пулы", с помощью которых можно было попасть в зону военных действий. При этом журналистам запрещалось самостоятельно брать интервью, фотографировать раненых. В результате этот строгий контроль, особенно над визуальной составляющей, привел к тому, что мир не увидел ни одного убитого американского солдата, ни одного разбитого американского танка. Даже внезапное окончание войны некоторые аналитики связывают с возможностью показа по телевидению "дороги смерти", на которой были расстреляны с воздуха тысячи иракских солдат.

Война в Персидском заливе продемонстрировала достаточно веское пропагандистское воздействие на войска противника: было сброшено 29 млн. листовок, транзисторы, которые работали только на одной волне. Листовки были разработаны после консультаций с арабскими психологами в виде приглашения. Они были построены на ожидании, что арабский мир выиграет в результате этого конфликта. В результате каждый солдат-дезертир имел в руках открытку, которая "позволяла" ему переход к противнику. Три четверти солдат переходили на сторону противника, свидетельствовали, что на них повлияли листовки и передачи. Особенно эффективными были листовки, где сообщалось о следующей бомбардировке. Например, перед тем, как сбросить крупнейшую в мире бомбу размером с автомобиль "жук-фольксваген", войска получили открытку: "Завтра, если вы не сдаетесь, мы бросим на вас самую большую в мире бомбу».

Впервые в истории войн случилось так, что CNN вел свои передачи с территории противника. Как отмечает П. Тейлор, это было то самое, если бы во время второй мировой войны в 1944 г. кто-то вел передачи для Би-Би-Си из варшавского гетто. Это можно рассматривать как необычную иллюстрацию феномена "глобальной деревни", к которой пришло человечество.

Другой феномен появился в связи с цензурой визуальных сообщений. Телевидение как визуальный канал, не имея, что демонстрировать, в ответ



породило вариант анимационной войны, удовлетворив потребности своего канала хотя бы таким образом. Именно на это телеканалы потратили почти те суммы, которые потеряли в связи с отсутствием рекламы. Вьетнамская война стала выглядеть устаревшей, поскольку не была так освещена на экране с помощью анимации.

Анализ самых влиятельных открыток времен войны во Вьетнаме показал, что актуальными были темы смерти и семьи. Тема дезертирства кодировались с помощью других тем, которые больше соответствовали интересам того, кто получает сообщение. Это американские открытки. Вьетнамские открытки, подготовленные для американской армии, проигрывали, как оказалось, из-за применения идеологических тем (например, "американские империалисты"). Вообще, необходимо тестировать открытки перед их применением в реальных обстоятельствах.

Особое внимание следует уделять вариантам сообщений. Они строятся на эмоциональной или гедонистической (развлекательной) основе. Дело в том, что чисто пропагандистское сообщение в этом случае уходит на другой план, поэтому ему трудно противостоять. Мы легко оперируем сообщениями, которые идут на первом плане, с другими нам работать намного труднее.

**Пропагандистский анализ.** Пропаганда как конкретная технология воздействия за годы своего существования выработала достаточное количество различных моделей, по которым строится информационный инструментарий (отличный от, например, инструментария массовой культуры или научного дискурса).

Дж Джоветт и В О'Доннелл приводят две модели пропагандистского воздействия Т. Смита: модель изменения источника и модель легитимации источника. В модели изменения источника пропагандист размещает свое сообщение в другом источнике, откуда оно и попадает к получателю информации.

В модели легитимации источника пропагандист размещает свое сообщение в легитимном для аудитории источнике для того, чтобы потом использовать его в своих целях, опираясь на него, как на чужое.

К этому можно добавить модель увеличения влияния сообщения, когда пропагандист принимает сообщение из другого источника, но придает ему значительно больший вес, чем это было раньше.

#### **6.4. Коммуникативные составляющие психологической / информационной операции**

Психологическая / информационная операция – это, прежде всего, коммуникация, поэтому нас интересуют типы коммуникативных процессов,

наиболее эффективно служат ее целям. Г. Джоветт и В. О'Доннелл определяют пропаганду как манипуляцию символическим окружением, которое может быть без физического окружения, так и с ним. В последнем случае мы имеем вариант влияния новых коммуникативных технологий на сущность пропаганды, то есть изменение условий передачи сообщений формирует те или иные характеристики самого сообщения. На эту тему писал и Ю. Лотман, когда размышлял над проблемой перевода текстов, написанных на разных языках культуры. При таком перекодировании всегда остается доля, которая не поддается переводу, и именно она наиболее удачно воспроизводит сущность этого типа коммуникативного канала.

Важной составляющей психологической операции есть другая аудитория, обычно по определению это всегда аудитория за пределами своей страны. Это обязательно отмечается в соответствующих определениях. Например, "Организация для "международных коммуникаций" означает организацию в одной стране для коммуникаций или с миром в целом, либо с отдельной аудиторией в другой стране". Поскольку это другая аудитория, мы хуже знаем ее язык и культуру. Иногда, считая, что знаем, мы получаем отрицательные результаты из-за реального незнания. Например, полевой устав по психологическим операциям США говорит об использовании во время войны во Вьетнаме туза пик, который для западной культуры является символом смерти. Но это было ошибкой, поскольку этот символ в восточной культуре такого значения не имеет. Или такой пример, как листовки, которые писались на несовершенном японском языке, что вызывало улыбки на первом этапе психологической войны тихоокеанской операции. Действие подобных международных коммуникаций может направляться как на индивидуальное, так и на массовое сознание. Существуют операции по дистанционному влиянию на лидера, что позволяет достигать максимальной точности и в коммуникации. Это становится возможным благодаря детальному знанию этого лица и его каналов коммуникации. С другой стороны, массовое сознание как особый объект тоже подлежит точному и объективному измерению. Успех психологической операции зависит от точности этого исследования.

В рамках психологических операций нас будут интересовать два варианта информационных действий

- ввод характеристик;
- замена характеристик.

Типы характеристик, вводимых определяются тремя основными составляющими коммуникативного процесса - целевой аудиторией, ключевым сообщением и по каналу коммуникации. При этом, ключевой коммуникатор (или лидер общественного мнения) также, по нашему мнению, элементом канала, поскольку достаточно серьезно связанный с ним. Исследователи выделяют два типа ключевых коммуникаторов:

универсальные, связанные со всеми каналами, и специфические, связанные с конкретным каналом.

Сообщение должно соответствовать личностным потребностям получателя информации. Например, во время второй мировой войны пропагандисты передавали немецким солдатам следующее сообщение: "Не лучше ли использовать свою храбрость и силу для собственной жизни, когда Германию реабилитируют после войны?" Сообщение также не должно атаковать, оно должно говорить с аудиторией на ее языке, признавать храбрость и профессионализм солдат противника. При этом следует подчеркивать неизбежность своей победы и обязательного поражения противника.

Внимание при планировании психологических операций уделяется выбору коммуникативного канала, через который может передаваться любое сообщение. При этом даже толпа в американском полевом уставе рассматривается как вариант канала, который одновременно является и получателем этого сообщения.

На советском и постсоветском пространстве уровень доверия к источнику информации является очень важным параметром, поскольку довольно часто официальные сообщения не находят поддержки у населения именно из-за низкого уровня доверия. Именно в этой области потеряно важное звено связи между властью и населением, одновременно в США правительственные публик рилейшнз активно развивались в годы депрессии, когда власть не имела ничего, кроме слов, чтобы предложить своему населению.

Популярным средством пропаганды радио было в годы Второй мировой войны (что потом дублировалось в годы "холодной войны"). Тогда для Германии это было основным инструментарием: она имела сеть из 26 радиостанций. Одновременно осуществлялся мониторинг иностранного вещания, чтобы давать отпор слухам. Однако в этой модели есть один недостаток: нет возможности ссылаться на чужие данные, чтобы самому их не распространять. Профессор Я. Засурский в программе "Третий лишний" справедливо подчеркнул по поводу западной пропаганды в советские времена, она рассказывала нам о событиях внутри страны, а не за ее пределами. Подобные темы всегда будут пользоваться популярностью, если о них молчать.

Сообщение может по-разному влиять на характеристики канала коммуникации. Тот или иной канал может перестраиваться согласно информации, которую получает. Например, освещение в масс-медиа во время войны в Персидском заливе из-за введения особой цензуры на визуальные сообщения отразилось на создании компьютерной графики. Та самая система в новой ситуации может наращивать другие "мышцы". Один исследователь

войны в Персидском заливе пишет: "Антивоенно настроенные критики в СМИ обвиняли телевизионные сети в попытке украсить лицо войны с помощью видеографики. Но эта критика не была принята во внимание, ведь сущность хорошего телевизионного дизайна, направленного на то, чтобы привлечь зрителя, одновременно спрятав аспекты, которые отталкивают. Хорошо сделанная графика теоретически способна поднять рейтинг". Следующий вывод автора еще более серьезный: "Еще никогда ранее старательно сделанное электронное изображение не доминировало в освещении конфликта" (Р 80). Вследствие этого фильмы периода войны во Вьетнаме, которые демонстрировали настоящий конфликт, стали выглядеть устаревшими. Все это еще раз демонстрирует, что канал придает свои характеристики сообщению и благодаря этому зритель видит символическую картину канала, а не настоящие ситуации. Графика вышла на первое место из-за нехватки кадров, т.е. сама сущность канала вступила в противоречие с отсутствием реального заполнения, что проявилось в решении проблемы чисто голливудски - с помощью мультипликации, хотя и компьютерной.

Р. Маклаурин распределил факторы убеждения на такие:

- факторы источника;
- факторы содержания;
- факторы канала;
- факторы аудитории.

Престижные источники считаются более достоверными, особенно на непродолжительный период. При этом, если аудитория чувствует, что источник пытается изменить общественное мнение, эффективность сообщений сразу падает. Сближение аудитории и источника увеличивает силу убеждения.

В отношении содержания сообщения Е. Беттингхаус писал, что значение содержится не в словах, а в людях. Р. Маклаурин говорит также о значении содержания для невербального действия, понимая под ним поддержку целей действием.

С точки зрения аудитории различают сообщения, сила убеждения которых чувствуется или не чувствуется аудиторией.

Исследование в области психологических операций, и в области Паблик Рилейшнз начинаются с так называемого коммуникативного аудита. В результате должен появиться ответ на вопрос, какой канал или комбинация каналов являются желанными для этого типа аудитории. В результате анализа аудитории можно ответить на вопрос, в чем уязвимы мы, какова восприимчивость к тем или иным пропагандистским сообщениям.

После проведения подобного коммуникативного аудита и соответствующего анализа аудитории можно более четко формулировать свои действия и цели. Знание общественного мнения позволяет сделать следующий

шаг - попытаться построить национальную модель мира. Такая модель дает возможность увидеть положительные и отрицательные характеристики объектов

В целом исследования имеют следующие задачи:

- определение целевых аудиторий;
- мотивации и взгляды индивидов и групп выбранных типов аудиторий;
- анализ точек уязвимости с точки зрения психологической операции;
- определения наиболее эффективного содержания сообщений;
- определение коммуникативных каналов;
- оценка эффективности программ по психологическим операциям.

Еще раз подчеркнем то, с чего начинали: речь идет о коммуникативных параметрах. Даже детальный (культурный или этнографический) анализ аудитории имеет целью построение более точного коммуникативного потока, который в результате сможет помочь сэкономить материальные и интеллектуальные ресурсы. Выбор альтернатив во всех этих случаях осуществляется только с точки зрения увеличения эффективности пропагандистской коммуникации.

Сфера применения психологических операций в современном мире не сужается, а, наоборот, расширяется. Ф. Тейлор видит следующие причины этого: "Психологические операции не были больше привязаны к традиционному полю боя, поскольку таким полем стало глобальное информационное пространство. Они использовались в конфликтах низкой интенсивности, например, колониальных и партизанских войнах, которые нуждались в высокой интенсивности пропаганды, их использовали при эскалации конфликта во Вьетнаме". Не меньшее значение придает своей пропагандистской деятельности и противоположная сторона, например, террористы из ИРА. В современном мире роль и статус психологических операций пока не уменьшаются, а возрастают, поскольку возрастают роль и статус информационной составляющей современных цивилизаций.

### **Факторы повышения эффективности информационной операции**

Информационные операции стали сегодня важной частью военной стратегии. Уже Р. Никсон считал, что доллар, вложенный в пропаганду, важнее доллар, вложенный в вооружения, поскольку он начинает работать сразу. Однако мы еще недостаточно понимаем, что несут с собой эти новые возможности влияния. Апологет этого направления в США В. Швартау заявляет: "Большинство людей и, разумеется, большинство в Вашингтоне, не представляют себе, какие проблемные вопросы следует поставить ради создания национальной информационной политики". Перед обществом (особенно это касается стран с переходной экономикой) стоят задачи стабилизации. Среди них - создание новой макроидентичности. В странах СНГ

практически остановился переход от типа "советский человек" к новым типам идентичности, включая вхождение в различные добровольные ассоциации, тогда как в США в подобные ассоциации входят почти 75% населения, т.е. создается более многослойная и, следовательно, более стабильная структура.

Коммуникативная система не хаотична, не случайна: она постоянно перестраивается, приобретая более оптимальные формы. Какие факторы влияют на увеличение влияния?

#### Фактор эквивалентности

Страны, находящиеся на постиндустриальном уровне развития, одинаково готовы к воздействию через однотипную роль информационной составляющей. В то же время страны, которые еще не достигли подобного уровня, не имеют информационных точек уязвимости. Однако они, в свою очередь, могут влиять на постиндустриальные страны на равных. Как пишут Р. Пфальцграфф и Р. Шульц "постиндустриальные общества более зависимы от информации, станут наиболее уязвимыми в информационной войне". Однотипно, например, действуют террористы, для которых взаимодействие со СМИ становится сегодня обязательным элементом стратегии.

#### Фактор социальной среды

Человек, испытывающий влияние информационной операции, принимает решение не сам по себе, а с учетом своей социальной среды. Американцы во время войны во Вьетнаме учитывали этот фактор: многие не дезертировали, пока не получали подтверждения от родственников или друзей, что правительство Вьетнама выполнит свои обещания относительно хорошего поведения и других аспектов программы амнистий. Следовательно, речь идет о том, что следует учитывать имеющиеся социальные сети влияния, строя свою коммуникацию с учетом уже имеющихся взаимоотношений.

Коммуникации имеют социальный характер, что должно приниматься во внимание при планировании взаимодействия. Задачей становится превращение массовой коммуникации в конкретное принятие решения на индивидуальном уровне.

#### Фактор визуального доминирования

Последние информационные кампании доказали важность контроля именно визуальной составляющей коммуникации. С одной стороны, телевидение стало доминантным среди других СМИ по воздействию на массовое сознание. Кроме того, визуальное сообщение не только лучше воспринимается и дольше сохраняется в памяти, но и воспринимается как истинное ("лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать"). Вербальное сообщение обязательно проходит соответствующую проверку на степень соответствия реальности при обработке его человеком. Военные действия в Персидском заливе продемонстрировали результаты такого контроля: не было фотографий разбитых американских танков или убитых / раненых солдат.

Контроль над визуальной картинкой привел к ее отсутствию в телевизионных новостях, что отразилось в появлении компьютерной анимации в новостях.

#### Фактор тематического доминирования

Коммуникация приспособляется к тем темам, которые являются основными для определенного контекста. Например, в истории бывшего СССР в период перестройки такой темой был экономический вопрос: политические требования пропагандистски связаны с уровнем жизни. Немного гиперболизируя, можно сказать, что такой объект, как колбаса стал одним из основных факторов внедрения демократии. Это особенно выгодно в агрессивной среде, под которой мы понимаем коммуникативную среду, где действуют сообщения противоположного содержания. При насыщенности аргументами одной ниши произошел переход в другую нишу, которая была свободной. При этом в массовом сознании произошел переход от одной ниши в другую. В результате лозунги типа "Кто съел мое мясо?" находят свою реализацию там, где слабы позиции противника.

#### Фактор доминирования формы

В пропагандистском сообщении "работает" как содержание, так и форма. В некоторых случаях удачная форма сообщения становится основным фактором влияния, поскольку на первых этапах весьма важным является привлечение внимания и сообщению, что делает форма, которая также способствует запоминанию сообщения. В этом можно увидеть сближение с сакральными и поэтическими текстами, которые могут влиять одной лишь формой. Этот тип воздействия применяется человечеством с древних времен, он обязательно должен учитываться и при планировании современных информационных кампаний.

#### Фактор несоответствия собственной и чужой коммуникации

Объектом воздействия психологических и информационных операций - принципиально "не собственное население". Существует соответствующая неэквивалентность, не всегда учитывается теми, кто планирует такого типа коммуникации. Например, анализ действия северовьетнамской пропаганды показал неэффективность использования в ней стандартных с точки зрения внутренней аудитории терминов, например, "американские империалисты". У немцев во время второй мировой войны такой темой, которая не сработала при пропаганде был "капиталистический еврейский мятеж". Теряется эффективность действия пропаганды также при сильном завышении своих позиций (и соответствующем занижении позиций противника).

#### Фактор неоднородности аудитории

Даже аудитория противника только кажется однородной, на самом деле это не так. Например, анализ немецких военнопленных во время Второй мировой войны показал, что только 10% из них в действительности были

фанатичными нацистами, к ним еще следует добавить 25%, которые могут быть признаны как нацисты с некоторыми оговорками.

#### Фактор перевода в действие

Речь идет о переводе коммуникативного сообщения в действие, т.е. перевод вербального сообщения в невербальное. Это касается не только противника, гражданских лиц тоже готовят к возможному варианту поведения после заключения мира, чтобы предотвратить разрушение гражданских коммуникаций и ограблению ресурсов. Для перевода вербального сообщения в невербальное характерно столкновение двух разных норм, что необходимо учитывать при создании пропагандистских посылов.

#### Фактор опровержения контраргументов

Пропагандистское сообщение следует формулировать таким образом, чтобы опровергнуть возможные контраргументы, заранее предвидя их. Уведомление должно содержать два принципиально разных уровня: аргументацию и одновременно контраргументацию. Это очень важно, поскольку такое сообщение попадает в массовое сознание в условиях, когда против него действует много других сообщений. Может быть только одна возможность коммуникативного контакта, которую должно быть использовано максимально, в том числе возлагая на нее функции второго этапа коммуникативного контакта, сразу отвечая на возможные возражения со стороны аудитории. Два варианта коммуникации должны присутствовать уже в исходном пропагандистском сообщении, поскольку оно может оказаться единственным.

#### Фактор детализации контекста

Следует как можно лучше знать контекст, в котором происходит коммуникация и принимается решение. П. Катц говорит в этом плане о работе со всеми носителями такой информации, включая туристов. "Специфическая и детализированная информация необходима по широкому кругу вопросов, включая личную безопасность, ограничения на поездки, полицейские методы и средства наблюдения, роль религии и религиозных лидеров, традиционные в противовес "прогрессивным", социальные модели, роль малого предпринимательства в "новом социальном порядке", запрета на коммуникативные процессы, "тон социального контроля", роль образования в "новом ряду", степень и уровень социальных услуг". В подобных списках одним из важных пунктов приемлемых для данного общества коммуникативные модели. Для США главным источником такой информации является ЦРУ и военная разведка, а также ЮСИА.

Приведем типы вопросов для определения модели общества.

- Какие основные вопросы волнуют местное население?
- Касаются эти проблемы всех или только отдельных сегментов населения?



- Может ли эта проблема использоваться противником?
- Какие идеи находят эмоциональный отклик в обществе?
- Какова степень влияния на коммуникации политических доктрин или религиозных догм?
  - Какие виды музыки, литературы, драмы, живописи и других культурных символов вызывают эмоциональный отклик в обществе?
    - Кто является ключевыми коммуникаторами для религиозного деятеля, политического деятеля, учителя, рабочего, фермера, бизнесмена, полицейского, военного?
    - Каковы надежды людей на будущее?
    - Что считается возможными и приемлемыми целями жизни?
    - Жители страны ощущают свою принадлежность к единому этническому обществу?
    - Какие ценности оправдывают существование системы социальной стратификации?
    - Какие элементы общества будут против изменений классовой стратификации и почему?
    - Кто считается виновным за соответствующие проблемы в стране и почему?
    - Как относится население к оппоненту в целом?
    - Какие изменения в мыслях происходили в последнее время или после соответствующих действий или событий?
    - Какие связи могут быть установлены между изменениями в общественном мнении и событиями или действиями?
    - Какой уровень эффективности оппозиционной пропаганды?
    - На какие подгруппы делится населения по отношению к соответствующим вопросам?
    - Какие точки уязвимости и чувствительности целевых групп с позиции мотивирующих тем или тем, которых следует избегать?
    - Какие СМИ являются эффективными средствами коммуникации для конкретных групп?
      - Какие коммуникации признаются группой как достоверные?
      - К каким моделям поведения можно убедить перейти целевую группу?
      - Существует культ героизма о военных?

В этих вопросах интересным является детализация, которая ведет к построению конкретной модели общества, где четко выделены сегменты с принципиально иным поведением.

#### Фактор различия визуальных и вербальных сообщений

Визуальные характеристики ориентированы на действие, на отражение внешности, дополнительных черт, которые не всегда имеют вербальное отражение. Всеволод Мейерхольд подчеркивал необходимость владения

рисунком для режиссера: "До размещения людей на сцене можно применить или метод упрощения (в связи с примитивным декоративным панно, как фоном), или метод "скульптурный" ("без декораций", как в "Жизни Человека" в моей инсценировке)".

Информационные войны существенно усиливают сильного игрока и ослабляют слабого противника, поскольку воспользоваться их преимуществами можно только на другом цивилизационном уровне. Если информационные войны и психологические операции направлены на чужую аудиторию, то такая профессия, как спин-доктор, возникает для работы в информационном пространстве собственного государства. Спин-доктор работает над тем, чтобы направить общественную мысль в том или ином направлении. Он особенно важен в тех ситуациях, когда общественная мысль пошла искривленным путем через неправильное поведение лидеров, несанкционированные утечки информации и т.д., т.е. спин-доктор работает прежде всего с негативными ситуациями.

Страны СНГ столкнулись лишь с одной стороной этого явления - войной компроматов. Но не менее важен и гораздо сложнее другой аспект этой проблемы - исправления ситуации, возникшей вследствие изменения общественного мнения в нужную сторону. Г. Курц видит важность "спин-войн" в том, что для большинства людей национальная политика не имеет никакого значения в их повседневной жизни. Двум сторонам - нападающему и защитнику - приходится прилагать сверхусилия, чтобы привлечь внимание населения к своим проблемам. Причем возможно применение методов из сферы информационных войн, где выделяются операции сокрытия и бессилия. Первые имеют целью введение в заблуждение информационных систем противника, вторые - их перегрузки. Очень часто в нашей политической жизни используется первый метод.

Следует признать, что работа спин-доктора не была новой для советской системы. Одной из основных функций спин-доктора считается создание соответствующих ожиданий события до ее наступления. Этим инструментарием в совершенстве владела и советская система. Например, западные исследователи определяют такую схему типичной советской информационной кампании:

- идентификация недостатков системы посредством опубликования в прессе многочисленных писем трудящихся;
- принятие резолюции, направленной на искоренение определенных недостатков;
- рапорты местных руководителей об успешном проведении кампании.

Здесь есть также, хотя и весьма условно, учет мнения населения в качестве отправной точки для принятия решения.

В итоге мы можем представить, как основную, такую схему влияния: переход от одной системы к другой - от системы информации в систему действия. Информация ® Действие.

Такой переход требует соответствующего перекодировки одного типа сообщения в другой. Для упрощения перекодировки следует опираться на те или иные имеющиеся в обществе сети, под которыми мы понимаем пути распространения информации, характерные для этого общества. Назовем некоторые из них.

Социальные сети, к которым относятся ключевые коммуникаторы, а также сети обсуждения, в рамках которых информация преобразуется из публичной в индивидуальную. Информация не будет эффективной, если она не сопровождается следующим обсуждением.

Коммуникативные сети как приемлемые для того или иного общества способы получения и предоставления информации. Основным, как в этом, так и в других случаях, становится совпадение с существующими в данном обществе или его в сегментах путями передачи информации.

Р. Маклаурин говорит о достоверности как о непосредственной операционной цели психологической операции. "Все психологические операции пытаются установить достоверность сообщения, коммуникатора и, обычно, и того и другого. Достоверность является ключевым фактором в психологических операциях, имея кратковременное и долговременное значение в поддержании конкретной операции". Достоверность вообще реально становится довольно динамичной категорией, ведь одно и то же сообщение, которое поступит от различных коммуникаторов, имеет разную достоверность для аудитории.

В принципе, выбор оптимального пути следования сообщения обусловлен именно тем, чтобы его эффективность в результате повысилась, а не осталась постоянной или снизилась, например, вследствие передачи этого сообщения.

Учет перехода от информации к действию выдвигает на первый план типы сообщений, которые имеют непосредственную связь с действиями. Например, открытка, в которой рассказывается о следующей бомбардировке, будет иметь максимальную эффективность. Этой открытке ничего не может противопоставить противоположная сторона, что говорит о снижении контрпропагандистской активности в этом случае.

Особое внимание уделяется средствам получения информации, имеющимся в данном обществе, что выше обозначили как коммуникативные сети. В схемах планирования американских психологических операций предлагается уделять внимание данному вопросу:

- Как информация попадает к людям?

- Кто зависит от радио, газет или иных индивидов в получении информации?

- Кто и когда слушает радио?

- Кто ходит в кино?

- Кто и какие журналы читает?

Кстати, П Катц также говорит о вышеупомянутой характеристике достоверности, когда подчеркивает, что необходимо понимать, каким типам сообщений будут верить больше всего, какие типы сообщений воспринимаются аудиторией и ведут к желаемым действиям. Это также связано с тем, что сообщения должны соответствовать групповым стандартам. Есть даже такой удачный термин, как информационное поведение, с помощью которого можно характеризовать всю эту сферу.

Выделяют стратегические и тактические психологические операции. В некоторых случаях разница между ними весьма условна, в других, наоборот – существенная. "Хотя стратегические и тактические психологические операции совпадают во многих конкретных случаях, важна существенная концептуальная разница между коммуникациями на поддержку долгосрочных государственных интересов и на поддержку ближайших наступательных операций." Это касается также использования тех или иных аргументов для оказания воздействия на населения в различные периоды.

Мы постепенно переходим к выяснению информационных составляющих общества, что дает возможность разработки как операций по защите своего собственного информационного пространства, так и наступательных операций, знание о которых тоже необходимо в современном обществе.

### **Особенности радиопропаганды как асимметричного информационного действия**

Мы должны признать радиопропаганду принципиально асимметричной, поскольку ведение пропагандистского вещания на другую страну связано не только с его полным политическим и экономическим несоответствием тому, что обычно слышит человек, но и с тем, что по законам пропаганды нельзя отвечать на выступления "вражеских голосов", чтобы не привлекать к ним внимания. В то же время тематически эти передачи ориентированы на другие типы сообщений, которых нет внутри страны, поскольку повторение привело бы к тому, что их просто никто бы не слушал. Таким образом, можно говорить о трех принципиальных асимметриях, связанных с международным радиовещанием: неэквивалентность стран вызывает несоответствие картин мира и интерпретаций событий, невозможность ответа через другие СМИ, а также расхождение сообщений.

Важность этой стороны пропаганды демонстрирует война в Югославии 1999 г., когда радио- и телецентры также стали объектами нападения войск НАТО. Параллельно была развернута сеть радиопередатчиков с введением двадцатичетырехчасового вещания странами НАТО.

В истории радиовещания именно бывший Советский Союз впервые применил радиовещание для решения международных вопросов: это было в 1926 г. во время конфликта с Румынией по Бессарабии. В 1922 г., когда начались первые трансляции, Москва имела самый мощный передатчик в мире. В 1929 г. радио Москвы вело передачи на четырех языках, в 1933 – одиннадцати. Запад воспринимал это как призыв к революции в своих странах.

Особое значение имело радио и для Германии. В 1938 г. Геббельс раздал в Австрии 25 тыс. приемников, настроенных на немецкие станции, чтобы организовать пропагандистское обеспечение "аншлюса". Для Геббельса именно радио было основным средством пропаганды. Раздача приемников с одной частотой затем использовалась во время войн во Вьетнаме и Персидском заливе. В Японии во время второй мировой войны были запрещены коротковолновые радиоприемники, как, кстати, и в бывшем СССР во время войн.

Уже во время "холодной войны", когда применялось глушение радиопередач на языках народов СССР, Би-Би-Си учитывало, что сообщения на английском языке все равно слушают наиболее образованные граждане. Именно Би-Би-Си удерживало пальму первенства в моделировании своей объективности и обеспечении соответствующего уровня доверия слушателей (хотя английский исследователь Г. Ронсли справедливо подчеркивает: "Достоверность, баланс и правда используются для продажи политического сообщения так же, как и открытые пропагандистские техники". Этот статус Би-Би-Си подтверждается и тем, что советские войска в Афганистане создавали слухи, подавая их именно как сообщение Би-Би-Си. Во время событий в Венгрии в 1956 г. люди тоже верили сообщениям, поступавших от Би-Би-Си. В бывшем Советском Союзе Би-Би-Си рассматривалось как значительно менее пропагандистски насыщенный источник. Моделирование достоверности, объективности, но со стороны "враждебного" голоса, тоже можно рассматривать как необычный вариант, значит, это опять асимметричный ресурс.

Асимметричность выступает как непредсказуемая действие, на которое трудно дать симметричный, то есть предполагаемый, ответ. В этом отношении большие возможности для влияния оказывают кризисные ситуации. Их главным информационным фактором следует признать информационный вакуум, поскольку происходят запоздалые реагирования и действия со стороны властных структур. Недостаток информации компенсируют слухи и сообщения чужих радиостанций.

В 1961 г. во время десанта на Кубу в заливе Свиней никто не просчитал достаточно понятных психологических последствий этого вторжения. Ведь оно имело смысл лишь при дальнейшей поддержке его кубинским народом, чего не случилось. О сомнительности такой поддержки говорила военно-морская разведка и соответствующие исследования ЮСИА. Но никто не хотел этого слушать, ЮСИА вообще было отстранено, его руководитель Эд Мурроу узнал о начавшемся вторжении только от журналистов. Советник Кеннеди А. Шлезинджер говорил, что, если бы он увидел эти данные морской разведки, вторжения бы не произошло. Данные ЮСИА тоже говорили о поддержке Ф. Кастро его народом. В результате, как считает Запад, СССР получил пропагандистскую победу, не потратив для этого ни цента.

США сразу получили для себя уроки из этой неудачи, Эд Мурроу стал членом специальной группы, которая проводила работу против Кастро, членом Совета национальной безопасности. Он стал директором новостей CBS, заменив направление пропаганды "Голоса Америки" на "третий мир" с провозглашения успехов свободного предпринимательства, на разъяснение американской роли в мире.

Когда возник кризис 1962 г., связанный с размещением советских ракет, и началась блокада Кубы, в разъяснении одного из руководителей ЮСИА по поводу выступления Дж. Кеннеди уже говорилось о таких пропагандистских целях:

- получить понимание и поддержку кубинцев по поводу блокады и возможных дальнейших действий;
- убедить кубинскую оппозицию не взаимодействовать с режимом Кастро и прекратить преждевременные и неэффективные восстания.

Кстати, война в Косово также сразу вызвала необходимость разъяснения причин бомбардировок не только международному сообществу, но и населению Югославии. Из-за погодных условий 2 млн. листовок, были унесены на территорию Венгрии (Комсомольская правда - 1999 - 9 апреля).

Во время вьетнамской войны тоже были примеры асимметричных действий. Председатель вьетнамского подразделения ЮСИА Дж Меклин предложил выделить из числа целевых групп интеллигенцию, студентов и средний класс, чтобы проецировать их недовольство на широкую аудиторию Северного Вьетнама. Мы считаем это тоже асимметричным действием, поскольку ощущения одного слоя общества начинает подаваться как ощущение всей нации. Такое "усиление" только одного голоса реально делает из диалога монолог. Во Вьетнаме Дж. Меклин повторил выделение наиболее неудовлетворенной части общества по аналогии с другими социалистическими странами. Интересным также было его решение направлять пропаганду не только на Север, но и на Юг. Те же пропагандистские темы должны были иметь смысл и для Южного Вьетнама.

Эта пропагандистская война в итоге была проиграна: "Голос Америки" не имел того уровня доверия, который давал бы ему возможность выполнять свои задачи. Американские аналитики считают в этом случае, пропаганда выигрывает, когда она поддержана победами на поле боя, сама по себе пропаганда не способна заменить плохую политику.

### **Методы реструктуризации коммуникативного пространства**

Психологические / информационные операции прежде используют имеющееся информационное пространство, опираясь на эффективные коммуникационные потоки, которые уже есть в нем. Изменения в это пространство можно внести двумя путями:

- 1) изменив набор сообщений;
- 2) изменив организацию самого пространства.

Примером первого варианта может служить сравнение газет до периода перестройки, периода перестройки и сегодня. Такое сопоставление продемонстрирует резкие тематические смены наполнения газет, которые произошли за это время. Вспомним также войну компроматов, которую тоже можно рассматривать как вариант тематической смены. Еще одним вариантом подобного преобразования является изменение приоритетности сообщений: нужному сообщению предоставляется больше внимания, одновременно это снижает уровень внимания к сообщениям, которые являются неинтересными с точки зрения пропагандиста. То же используется и в случае подачи негатива: властные структуры могут подать негативное для них сообщение вместе с другим, тоже отрицательным, а не вызвать всплеск негативного внимания дважды.

Одновременно, и более эффективно, можно осуществить изменения, перестроив само информационное пространство. Рассмотрим некоторые возможные варианты этих изменений.

· Расширение контекста: когда одной группе общества СМИ предоставляют право голоса за счет других. В речи на социалистические страны в период вьетнамской войны пропагандисты предоставляли слово, например, интеллигенции, чье недовольство ситуацией проецировалось на все общество, при этом голос малой доли общества становился голосом всего общества, было выгодно для пропагандистских целей.

· Замедление / ускорение информационных процессов: в зависимости от потребностей некоторые информационные процессы можно замедлить, другие – ускорять. В результате происходит ускорение / замедление нужных для коммуникатора процессов. Например, открыв страну для новостей из одной части земного шара, мы ускоряем выработку общих ценностей и идеалов. Другой пример, замедлив процесс книгоиздания, создание собственной кино- и телепродукции, мы останавливаем процессы

собственного осмысления ситуации, принимая интерпретации других сторон, чью продукцию мы потребляем.

- Замена ключевых коммуникаторов: как пишется в американском уставе по психологическим операциям, если ключевые коммуникаторы не работают на нужные цели, их следует заменить, предоставив обществу других ключевых коммуникаторов. Соответственно, каждая резкая смена выдвигает новые типы ключевых коммуникаторов. Например, период перестройки выдвинул журналистов, писателей на новые для них политические позиции.

- Создание пассивного большинства: телевидение ориентировано на фактический материал, поступающий из различных источников, из него невозможно самому воссоздать ясную картину мира. Соответственно, как правдивая воспринимается лишь та картина, которую хотят дать коммуникаторы. Такая интерпретация воспринимается как единственная возможность, сразу запоминается.

- Переориентация текста из внешних ориентиров на внутренние: большее влияние имеет сообщение, созданное исходя из внутренних интересов самой аудитории, поэтому даже американские открытки времен войны в Персидском заливе рассказывали об арабском братстве. В пропаганде против Вьетнама тоже разыгрывалась "китайская карта" - делались ссылки на старого врага Вьетнама Китай, что это он заинтересован в войне. В американском уставе по психологическим операциям приводится пример использования фольклорных персонажей в борьбе с повстанцами в Азии.

- Переход информации личного плана в публичный дискурс: "чужие" радиостанции всегда отличались тем, что выдавали информацию, которая была принципиально запрещенной, например, подробности из жизни советского высшего света. Англичане во время второй мировой войны имели станцию Gustav Siegfried Eins, которая использовалась как источник "черной" пропаганды. К примеру, после допросов пленных немецких подводников компрометирующая информация о некоторых немецких военных и чиновниках пошла в эфир, следствием чего были отставки или самоубийства.

- Использование мифологических матриц для осмысления новых ситуаций: речь идет об использовании имеющихся мифологических матриц для усиления влияния на население. Например, Г Ронсли считает, что освещение венгерского кризиса было более удачным, чем освещение суэцкого кризиса того же года. Это связано с тем, что предмет освещения был понятным для пропагандистов, что позволило говорить на языке черно-белых оценок. Кроме того, демонизация Насера не удалась, хотя осуществлялась по той же модели, поскольку Насер не воспринимался как противник в чистом виде, как это было с Советским Союзом.

- Попытки представления информации целыми блоками: непонятные большинству населения темы (вроде "валютного коридора") принципиально



не подлежат собственному осмыслению и обработке, они входят в массовое сознание только вместе, записываются в неизменном виде в памяти. Постоянное повторение таких тем способствует блочному их запоминанию. Кстати, по этим же методам работают тоталитарные секты, когда подают свою информацию: непонятные тексты все равно запоминаются, но без соответствующего осмысления.

Большая часть из этих принципов имеют асимметричный характер, то есть неожиданными со стороны получателя информации, что в свою очередь делает их такими, на которые нет готовых вариантов ответа.

Возможности асимметричного построения не раскрываются современными теориями влияния, например, риторикой. "Чужой" всегда моделируется как асимметричный, активно используется пропагандой. В период "холодной войны" противник всегда воспринимался как асимметричный, даже наличие тех же видов вооружений всегда было справедливым для одной стороны и несправедливым для другой. И США, и СССР утверждали: "Новые ракеты - для мира, их - для нападения". И Никсон, и Рейган подавали СССР как "империю зла". СССР подавал себя вместе с "прогрессивным человечеством", США - с реакционным. В период войн противнику приписывались разные зверства; например, и в первую, и во вторую мировую войну говорилось о производстве мыла из умерших людей. В целом происходит гиперболизация разницы: "наши" - лишь позитивы, "их" - только негативы. Это можно назвать контрастной пропагандой, и она полностью соответствует принципу асимметрий.

С другой стороны, есть ситуации, требующие симметричного построения. Так, например, во время предвыборной кампании кандидаты пытаются говорить то, что ожидает услышать от них население. Это специально проверяется на экспериментальных группах. Например, во время президентских выборов 1996 г. в США при проведении экспериментов каждый реципиент оценивал те или иные части выступления кандидата по шкале от 0 до 100 то, что в среднем получало оценку выше 80, считалось хорошей темой.

Симметричность также необходима для обеспечения единства государства с точки зрения единой системы ценностей, общей для всего народа. А. Мигранян видит в такой системе один из четырех базовых элементов, которые создают государство. Как один из вариантов выхода из кризиса он рассматривает принципиально асимметричное решение: новая власть могла бы принести в жертву одну из олигархических групп, направив на нее гнев населения.

США сделали из пропагандистского поражения во Вьетнаме несколько выводов: об одном из них уже говорилось выше: ничем нельзя заменить местную пропаганду, поскольку знание языка и культуры является

неотъемлемым для искусства эффективного воздействия. Это в данном случае удивительно потому, что США проводили довольно детальные исследования вьетнамского общества, включая модели влияния на него. Все это говорит и о том, что невозможно строить новое общество в странах СНГ, опираясь на интерпретации действительности, предоставляемые какой-то другой стороной. Только собственное осмысление ситуации дает возможность реального влияния на нее.

Серебрянников, рассматривая перестройку и постперестроечные процессы в России, приводит такой неизвестный факт: руководство СССР запрещало ведение психологических операций во Вьетнаме и Афганистане, поскольку это была чужая территория. Из-за противоположной активной позиции по этому вопросу был даже отправлен в отставку один из руководителей управления спец-пропаганды генерал-майор Л. Шершнев.

С. Расторгуев строит общую схему работы средств массовой информации России в 1990-1997 гг. по таким целям:

- расслабления общества посредством идеи отсутствия врагов (цель: общество как целое исчезает как объект сознания);
- заставить общество слушать только одну парадигму развития, например, западную, а не мусульманскую или китайскую (цель - ослабление общественного сознания);
- заставить общество не размышлять, сняв в СМИ серьезные аналитические разбирательства проблем (цель - торможение общественного мышления);
- сконцентрировать внимание общества на других проблемах, например, внутренних катаклизмах, актах террора (цель - подсистема защиты становится не способной выполнять свои функции);
- постоянно говорить, что общество становится лучше, все к нему относятся лучше (цель - ослабление исторической памяти и чувства идентичности);
- заверения СМИ, что это состояние - не совсем то, что должно быть (цель - создание пассивного состояния сознания)

Мы можем считать подобные анализы гиперболизации их авторов, но мы не должны отбрасывать даже теоретические возможности перестройки информационной системы общества. Ведь можно вводить общество в заблуждение даже в критические периоды, например, Япония благодаря своей системе дезинформации в 1939-1941 гг. смогла совершенно неожиданно напасть на США в Пирл-Харборе. Кстати, японцы использовали такое интересное название для пропаганды, как "война мнений".

Г. Ронсли также приводит два существенных вывода из работы пропагандистов во время венгерского восстания. Один из них мы уже

упоминали. Из того, что венгры вышли на уличные бои, надеясь на поддержку со стороны Америки очевидно:

- существовал существенный разрыв коммуникации между американскими политиками и пропагандистами;

- пропагандисты должны учитывать, как именно целевая аудитория прореагирует на их сообщения.

Информационное пространство современного государства должно уметь работать не только с позитивами, но и с негативами - теми угрозами, которые возникают ежечасно. Именно работа с негативными ситуациями является проверкой эффективности информационного пространства.

Исходя из вышесказанного, можно определить два варианта информационной асимметрии: асимметрия первой степени и асимметрия второй степени. Если в первом случае - это асимметрия в любом контексте то во втором - лишь в специально для этого построенном контексте. Например, СССР не сообщал о том, что сбитый пилот У-2 Пауэрс остался жив. США были выведены на их вариант заявления об инциденте, после чего пошла совсем другая информация. Эту модель второй степени асимметрии СССР использовал еще раз, когда Н. Хрущев приехал в Париж на встречу в верхах, а затем поставил перед США требование извиниться, без чего он бы не начал встречу и вернулся домой.

Пропаганда США во Вьетнаме не смогла избавиться от такого асимметричного недостатка, как "иностранный захватчик", что привело к их пропагандистскому поражению, хотя эта пропагандистская война была разработана по всем законам.

Можно привести такой пример из первой мировой войны: с мая по октябрь 1918 союзники распространили в Австро-Венгрии 60 миллионов копий 643 буклетов на восьми языках, 10 миллионов копий 112 различных газет на четырех языках. В ответ создается не менее мощный механизм для порождения необходимых для пропагандиста новостей.

При таких условиях в рамках той или иной тематики иногда возникает потребность в асимметричных решениях. Например, В. Костиков вспоминает со времен, когда он работал пресс-секретарем Б. Ельцина: "Чаще мы просто не реагировали на такие публикации, поскольку опыт показал, что опровержение только подогревает слухи". Или другой пример: А. Гор ни разу не упомянул фамилии М. Левински (речь идет о секс-скандале, связанном с Б. Клинтон). Это создание явной асимметрии, поскольку эфир заполнен противоположным. Кстати, и загадка, и анекдот также являются примерами информационной асимметрии, ведь они пытаются за счет гиперболизации только одной черты, часто не главной, дать описание всего предмета. Отгадывая загадку, мы снова возвращаемся в симметричный вариант мира. Но его сбалансированность не

творческая и неинтересная. Поэтому загадка является первым вариантом асимметричной информации.

**Информационная асимметрия позволяет реструктуризировать информационное пространство наиболее эффективно, поскольку оно создается не только с определенным вариантом построения, но и возможных реакций на него со стороны противника есть информационная асимметрия является более сложным информационным продуктом, учитывающим не только интересы коммуникатора, но и следующий шаг со стороны его реципиентов.**

### **6.5. Информационные войны в структуре современных цивилизаций**

В современном мире **новая роль информационной составляющей делает возможным свержение правительств многих стран мира.** Нет необходимости ни в военных действиях, ни в кровопролитии. Так, в Албании, в Болгарии, в Индонезии, в Тунисе, Египте, Ливии, а сейчас – в Украине – в результате "раскачки" волн в одной из социальных групп общества (например, среди студентов, вкладчиков трестов, национальной группы) переворачивалась вся государственная лодка. **Это механизм резонансной технологии, с ключевым аспектом на информационной войне,** позволяет за определенную сумму денег и при наличии соответствующих специалистов сменить правительство любой малой или средней страны. При этом страна даже не почувствует, что она испытывает такое влияния извне.

**Воздействие может иметь как конструктивный, так и деструктивный характер.** В первом случае воздействие направлено на усиление политической, психологической и других составляющих общества. В результате общество будет меньше подвергаться как внешним, так и внутренним воздействиям. Во втором случае влияние направлено на повышение нестабильности, включая информационную поддержку центров, создающих такую нестабильность как внутри страны, так и за ее пределами. Психологические операции также могут стимулировать новое поведение как стабилизирующего, так и дестабилизирующего характера.

Украина уже неоднократно ощущала потенциал такого интенсивного коммуникативного воздействия. В 1990 году в результате студенческой голодовки было изменено правительство В. Масола. Студенты как социальная группа оказались подходящими для создания "резонанса", поскольку они не только меньше других связаны социальными условностями, но и с ними крепко связаны все другие слои общества: все были в свое время студентами. В той ситуации 1990 г. СМИ также были на стороне студентов, что и

обеспечило необходимое политическое давление. Сами по себе, без переноса этого протеста на другие группы студенты не имели силы.

В 2004 году давление определенной части населения на майдане привело к отмене результатов голосования и проведению не предусмотренного законами Украины так называемого третьего тура, который обеспечил победу нужного кандидата. Сегодня Украина пожинает плоды еще одного майдана, который начался как протест против отказа Украины от подписания договора с ЕС, а вылился в незаконное отстранение от власти президента.

Подобные резонансные ситуации наблюдались и в России при президентстве Б. Ельцина.

В XX в. впервые в истории были получены важные результаты применения технологий воздействия на массовое сознание. И первая, и вторая мировые войны показали довольно **серьезные возможности воздействия на массовое сознание**, что привели к созданию совершенно новых технологий. Так, в первую мировую войну на противника за месяц могло поступать более 5 млн листовок.

Генерал Эйзенхауэр уже в 1943 включил в состав своих войск в Африке подразделение, которое должно было заниматься листовками и другими формами пропаганды для поддержки военных действий основных подразделений. После войны в Персидском заливе была разработана методология ведения психологических операций. Она применялась в Северном Ираке (1991), Сомали (1992), Гаити (1994). Во время операции в Гаити специальный самолет подразделения по психологическим операциям отправлял сообщения на местное телевидение и радио. А особенностью освещения войны в Персидском заливе, как уже отмечалось, было полное избежание показа трупов в фото- и видеоматериалах. Это связано с особым значением именно визуальной составляющей, осуществляющий непосредственное влияние на массовое сознание.

Другой парадокс связан с влиянием художественного телевидения, когда распространенность какого-то параметра в художественных произведениях переносится в реальную политику. Например, в США распространенность теледетектива предопределяет то, что для внутренней политики вопросы преступности выходят на первое место, хотя в реальной жизни она не столь значима. Или такой пример: Япония потратила миллионные суммы на покупку пакетов акций американских киностудий, чтобы изменить образ японца в художественном мире Америки. Назовем этот парадокс переносом художественных приоритетов в реальность.

Резко повысила степень влияния масс медиа современная глобализация коммуникаций, когда, например, события в Югославии или Индонезии одновременно становятся известными людям во всех уголках земли. Массовая коммуникация стала эффективным инструментарием современной политики.

Это связано и с более важной ролью общественного мнения в нынешних условиях. Именно поэтому внимание к тому или иному событию становится ключевым фактором политики. Английское правительство убеждено, что не только оно должно работать эффективно, но и все граждане страны должны быть уверены в этом. А это две разные задачи.

Есть также интересные американские данные времен вьетнамской войны. 69% американцев, которые положительно относились к армии, были ориентированы на телевидение как источник информации. Среди ориентированных на другие информационные источники, доля положительно относившихся к армии, составляла уже 59,9%. Поддержка армии сразу снижается на 15%, когда количество жертв растет от 1000 до 10 000. Причем независимо от того, успешной была эта война или нет.

**Цивилизационные изменения, произошедшие в XX в., стали причиной и изменили статус информационной составляющей в структуре современной цивилизации.** В результате коренным образом изменилась зависимость общества от информации, оно стало более уязвимым.

Эти изменения произошли вследствие действия таких **факторов:**

1) повышенная зависимость успешного развития общества от информационных потоков как в области экономики, так и в сфере политики;

2) глобализация коммуникации, следует из новых технических возможностей, когда стало трудно скрывать события, происходящие как от всего мира, так и от собственного народа;

3) все возрастающая зависимость правительств от населения: вариант демократии, который развивается сегодня, в значительной мере опирается на соответствующие информационные механизмы. И нередко результат этого информационного влияния весьма далек от реального демократического волеизъявления.

Естественно, что подобные изменения не могли остаться незамеченными. Новый коммуникативный фактор, влияющий на политику и экономику, нуждался в создании новых методов управления. Это вызвало появление разнообразных специалистов и новых профессиональных областей, где применяется их труд. В США, например, в области публик рилейшнз работает 150 тыс. человек, в то время как в журналистике - 130 тыс.

**Возникла также проблема agenda setting - повестка дня.** Поскольку на обсуждение общественным мнением СМИ реально могут вынести три-пять тем, властные структуры ведут жесткую борьбу за определение этих тем, исходя из собственных интересов. Аксиомой при этом становится правило: не давать журналистам возможности самим устанавливать эти приоритеты. Активное "наращивание мускулов" в этой сфере произошло еще во времена Никсона, который заявлял: успех президентства зависит от умения манипулировать прессой, но не дай вам Бог показать журналистам, что вы ими

манипулируете. При этом в общественном мнении навязывается та или иная интерпретация событий. Соответствующий отдел Белого дома называется Службой коммуникации, фактически выполняет функции Отдела пропаганды и агитации ЦК КПСС. Однако делать это приходится в основном не административно - методом запретов, а интеллектуально, подавая в общественном мнении другую информацию. Полсотни работников отдела в состоянии "переиграть" как свободную прессу, так и более демократическую общественность, которая пристально следит за действиями своих властных структур, формируя достаточно сильную оппозицию.

Нынешние события в США свидетельствуют, что свободная пресса на самом деле далеко не свободна в выборе своей позиции, а подчиняется воле своих владельцев, которые, в свою очередь, действуют в рамках партийной дисциплины. Если Д.Трамп республиканец, значит перед выборами пресса, которая на стороне демократов, должна его критиковать, и наоборот, поддерживать кандидата Д.Байдена. Республиканская пресса должна действовать с точностью наоборот.

Война компроматов в России наглядно продемонстрировала действенность влияния на общественное мнение путем предоставления негативной информации, так и возможностей борьбы с компроматом посредством усилий спин-докторов. Например, в случае неудачных высказываний Б. Ельцина в качестве спин-доктора активно выступал его пресс-секретарь С. Ястржембский, который своей активностью перекрывал любые возможные отклонения от "генеральной линии". В прессе также промелькнуло его неофициальное прозвище "Ястреб", которое довольно точно отражает внешний рисунок его деятельности.

Политолог А. Мигранян среди четырех основных элементов, составляющих основы государственности, называет систему ценностей, принятую большинством населения. Однако в современной России имеется существенное расхождение по этому вопросу: кризисную ситуацию нечем "скреплять". Здесь роль СМИ очевидна, а Мигранян считает, что на выборах Ельцина победу обеспечили не СМИ, а административные структуры. Но власти решили, что победу добыто именно благодаря СМИ и попытались заручиться их поддержкой на будущее. "Сами хозяева СМИ и телевидения максимально использовали это, потому что власть готова была признать за ними главную роль в победе Ельцина на выборах. НТВ получило целый канал, Березовский полностью подчинил себе ОРТ и пошел на открытый штурм политического Олимпа. В обмен на все полученное хозяева СМИ обещали с помощью телевидения создать виртуальный мир для народа и решить его проблемы в этом виртуальном мире". Как видим, мир политики стал чрезвычайно зависимым от мира информационного.

Информационная составляющая стала важным компонентом будущих военных действий. США тратят на разработки в этой сфере до двух миллиардов долларов в год, держа в секрете даже сами исследовательские задачи, а не только их решения. Полевой устав армии США по психологическим операциям очень четко формулирует задачи, раскладывая их на цепочки составляющих. Читая его, достаточно четко можно определить те механизмы, с помощью которых "раскручивалась", например, перестройка, поскольку среди целей можно найти и такую, как "поддержка контрэлит". Оба государства - бывший СССР и США - могут похвастаться проведением таких операций друг против друга. Так, СССР в свое время связал СПИД и лаборатории Пентагона, США раздувал ситуацию с космическими войнами, толкая Советский Союз на разрушительные для него вложения средств в эту сферу.

Мало что изменилось и в XXI веке. США и Европа с одной стороны, Россия и Китай с другой, ведут друг против друга различные психологические операции (дело Скрипалей, попытка цветной революции в Гонконге).

Психологические операции учитывают то, что изменить нормы общества нельзя путем изменения норм отдельного человека. Это можно сделать другим путем - посредством введения групп с другими нормами, под которые затем можно перестроить всю страну. Именно так в истории человечества внедрялось христианство. Именно поэтому Запад поддерживал диссидентское движение в бывшем СССР. Именно по этой модели происходила перестройка. Кстати, и пропаганда бывшего СССР не учитывала того, что произошла смена лидера общественного мнения. Если раньше таким лидером был лидер мира производства, то потом им стал лидер мира потребления (актер, режиссер, писатель и т.д.).

Пропагандисты показывали в программе "Время", например, знатного токаря или колхозника, который рассказывал о своих успехах, но который попадал в невыгодную для себя коммуникативную среду, поскольку не умел выступать перед аудиторией. Лидеры мира потребления, естественно, и выглядят, и говорят лучше, притягивая нас к себе. Именно поэтому нас больше интересовал режиссер Марк Захаров, который разрывал свой партбилет, чем Егор Лигачев, который оставил свой.

Постсоветские страны не имеют равных возможностей противостоять этим технологиям. Нужна иная концентрация усилий, жесткий отбор собственных задач, на выполнении которых следует сосредоточить все имеющиеся ресурсы.

Те или иные информационные механизмы стали составляющей современной политики. Они интересны и важны еще и потому, что в этой области материальные ресурсы не являются определяющими. На первое место



выходит интеллектуальный ресурс, что очень важно для стран с переходным типом экономики, к которым относятся страны СНГ.

М. Джоветт и О'Доннелл подчеркивают как характерные для пропагандистского воздействия скрытые цели и скрытые источники сообщения. Стандартная схема коммуникации претерпевает существенные изменения в случае пропаганды. Дж. Браун также акцентирует внимание на том, что всегда есть что-то, что скрывается пропагандистом.

Решаемые в рамках психологических операций задания мы можем представить, как различные варианты отклонений от стандартной модели коммуникации. В таком случае новые задачи, возникающие в рамках психологических операций, могут рассматриваться как сознательное отклонение от стандартной схемы.

Варианты решений могут быть такие:

1) Изменение источника. Происходит подмена источника другим, например, советский источник печатает в индийской газете разоблачения связи ЦРУ со СПИДом. В результате советские газеты перепечатывают этот материал как индийский.

2) Изменение канала. Переход по официальным каналам на неофициальные. Например, порождение слухов для распространения нужных сообщений

3) Изменение получателя. Утечка информации, когда потребитель получает информацию, которая якобы ему не была направлена

4) Изменение сообщения. Здесь целью может быть, как смена приоритетов того или иного события в модели мира, так и изменение статуса того или иного события.

5) Изменения в шуме. Может резко возрасти роль шума, в стандартной схеме, наоборот, лишь помехи. Так, например, российские специалисты по психотехнологиям предлагали в случае захвата заложников в США пускать голоса их родных и близких как шум, чтобы на подсознательном уровне попытаться повлиять на мирное решение проблемы, т.е. шум в этом случае, наоборот, становится главным источником информации.

Если предыдущий набор приемов обеспечивал усиление сообщения, то задача контрпропаганды противоположна контрпропагандистской деятельности. Нужны приемы, уменьшающие эффективность чужого сообщения. Это набор действий, условно обозначаются словами, которые отражают их физическую характеристику.

· **Зонт** - прием, в результате применения которого чужие сообщения просто не достигают потребителя, например, глушение радиостанций в советский период.

· **Лейка** - прием нейтрализации сообщения суммарным действием других сообщений

- **Колесо** - прием замены сообщения в массовом сознании другим из-за введения сообщений с более важными приоритетами

- **Замена** - прием опровержения на акцентировании других блоков схемы коммуникации (например, ссылки "сам дурак", когда сомнение вызывает не сообщения, а тот, кто говорит).

Чрезвычайно важной особенностью психологической операции является **работа в альтернативной коммуникативной среде**. Например, советская пропаганда практически не знала альтернативности, решая проблему и с помощью количественного охвата своей аудитории, до создания агитплощадки возле домов, чтобы не оставлять население без контроля в любой момент времени и в любой точке пространства. Безальтернативная коммуникативная среда, к которой привыкли советские пропагандисты и к которой невольно обращаем взоры, принципиально иное, чем то, где происходит работа в случае психологических операций. Противник пытается убедить сдать в плен в ситуации, когда основной массив сообщений, которые он получает, направлен на противоположное.

Альтернативная коммуникативная среда вообще характерна для демократических СМИ. В этом случае **на первое место часто выходят сообщения, которые опережают другие**. Например, первая интерпретация события, которое произошло с официальным лицом, привлечет внимание всех, поскольку население всегда хочет услышать эту интерпретацию от власти. Промедление вообще является одной из главных ошибок в проведении кризисных коммуникаций.

Можно ввести также понятие агрессивной коммуникативной среды как характерной для ситуации воздействия, поскольку необходимо изменение существующих представлений, которые активно защищаются кем-то другим. Подобное сообщение в некоторых случаях может вообще не восприниматься. Поэтому коммуникаторы применяют серию приемов, поддерживающих сообщение, повышают его эффективность.

- Акцентирование внимания на совпадении интересов, задачей которого является максимальное сближение с аудиторией. Хорошие отношения говорящего, и слушающего, переносятся на само сообщение.

- Использование авторитета для создания нужного сообщения. Здесь также доверие к тому, кто говорит, переносится на то, о чем сообщается. Например, слухи в Афганистане советские военные специалисты подавали как сообщения Би-Би-Си, поскольку эта радиостанция имела наибольший авторитет среди населения.

- Присоединение к мнению большинства. Сообщение подается как мнение большинства ("все так думают", "все так считают"), а противник представляется как представитель меньшинства. Цветные революции в постсоветских странах происходили именно таким образом, когда мнение

части населения (вышедшей на митинг, выражающей протест и т.д.) подавалось СМИ как мнение большинства.

· Представление предлагаемого решения как прогрессивного, а противоположного решения - такого, что происходит из области прошлого. Это довольно активно используется современными политиками.

· Перемещение спора в плоскость негативных характеристик самого оппонента, разоблачение противника относительно других сфер, поскольку плохой человек не может говорить правильные вещи.

Мы активно используем многочисленные чисто информационные средства воздействия. Таким образом, сегодняшняя цивилизация во многом является "заложницей" своей информационной составляющей, что заставляет вкладывать в эту сферу все более значимые ресурсы.

### **6.6. Информационная асимметрия в формировании информационного пространства**

Информационная асимметрия является самым эффективным типом информационного воздействия, поскольку оппонент не имеет на нее должного ответа, или он дает неадекватный ответ. Мы рассматривали пример из китайской истории, когда открыты ворота города, что должно символизировать силу, на самом деле соответствовало слабости. Рассматривая этот ответ как знак, можно сказать, что в нем заложено нарушение соотношения формы и содержания. Избранная форма не соответствует реальной ситуации, а подталкивает оппонента к другой, более благоприятной для коммуникатора.

Как уже отмечалось, как элементарные сообщения с нарушением информационной симметрии можно рассматривать загадку и анекдот. Загадка имеет специально созданную асимметричную форму, которая должна остановить оппонента на металингвистическом уровне: он должен отгадать элементарное слово, т.е. оппонент попадает в положение ребенка, который не знает слов, поскольку не владеет кодом.

Анекдот - не менее древний способ выражения, в котором юмор тоже способствует созданию информационной асимметрии. Функционально анекдот (вспомним советскую эпоху) реализовывался на противодействие официальному сообщению. Когда в официальной прессе Л. Брежнев моделировался как "мудрый генсек", то в анекдоте, наоборот, Л. Брежнев был "глупым генсеком". Анекдот отвечает на стремление официоза вести свою информационную линию. Это реакция на официальную интерпретацию действительности, вследствие чего происходит необходимая компенсация, массовое сознание вводит свой вариант интерпретации действительности.

Постсоветский анекдот про новых русских тоже является ответом на официально продекларированную рыночную политику, которая породила этот новый социальный класс. Этот ответ косвенно выражает неудовлетворенность населения своим социальным положением. И это опять - компенсация, потому богач моделируется как глупый, благодаря чему достигается какая-то сбалансированность.

Сообщение Би-Би-Си или Радио "Свобода" тоже были асимметричными, так как рассказывали о тех событиях, которые не освещались официальными советскими источниками информации. Сообщения "вражеского голоса" реально рассматривают одни и те же объекты, только придают им новую интерпретацию. Например, война рассматривается не с позиции государства, а с позиции человека, его биологических страхов, желания выжить.

Информационная асимметрия в анекдоте или в загадке достигается за счет того, что одна реальная черта максимально гиперболизируется, вытесняя все остальные характеристики. Так же в листовке отмечается только одна характеристика, к тому же противоположная той, что официально поддерживается. Это нарушение приоритетов, задаваемых официальным дискурсом. Например, возраст генсека может быть вторичной характеристикой для официоза, но первичной для анекдота. Массовое сознание неспособно охватывать событие во всей ее сложности, оно ориентируется на малое количество характеристик.

Вообще, система информирования населения должна иметь как официальные, так и неофициальные каналы влияния. И. Сталин, например, требовал именно создания такой асимметрии, когда предложил переориентировать "Литературную газету" или создать при ней неофициальное телеграфное агентство. По воспоминаниям К. Симонова, И. Сталин говорил: "Вы должны понять, что мы не всегда можем официально высказываться о том, о чем нам хотелось бы, такие случаи бывают в политике, и "Литературная газета" должна помогать нам в этом. "И далее:" Мы, возможно, предложим вам, чтобы вы создали при "Литературной газете" свое собственное, неофициальное телеграфное агентство для получения и распространения неофициальной информации." По сути, речь идет об источниках порождения именно асимметричной информации. И уже позже такое агентство было создано - им стало АПН. Кстати, указанная книга К. Симонова тоже была издана АПН. Сталин был мастером создания асимметричных ситуаций. К. Симонов вспоминает свои ощущения, когда Сталин на одном из пленумов ЦК выступил с речью, где просил освободить его от должности генерального секретаря. Он вспоминает испуг Маленкова, который вел это заседание: "Лицо Маленкова, его движения, его отчетливо поднятые вверх руки были прямой мольбой ко всем присутствующим немедленно и решительно отказать Сталину в его просьбе. И тогда, заглушая

слова, уже звучали за спиной Сталина: "Нет, просим остаться!". Или что-то в этом духе, зал загудел словами: "Нет! Нельзя. Просим остаться. Просим принять свою просьбу назад!" (С. 245).

Обычное общение направлено на снятие информационной асимметрии, в результате его действия знания источника и получателя информации уравниваются. В случае пропагандистского воздействия информационная асимметрия специально поддерживается и усиливается. Вообще, дестабилизирующие структуры пытаются создавать дисбаланс, в результате которого автономные части системы выталкиваются на собственный вариант поведения, что становится несистемной. (Обычным вариантом поведения в этом плане выглядит работа средств массовой коммуникации, которые предоставляют всем единственный вариант интерпретации события. Мода как социальный институт тоже имеет целью создания унифицированных тенденций одежды). Информационное воздействие в этом случае может вести к неприемлемому поведению автономной части с точки зрения большой системы. Это может быть: а) стимуляция нового поведения б) прекращение прежнего поведения.

Немаловажным элементом повышения эффективности информационного воздействия является невербальная поддержка вербального действия. Это может быть сочетание типа "открытка бомбардировки". Невербальные действия производят больше впечатления на поведение, чем действия вербальные. Многоканальное влияние эффективнее моноканального.

Информационная асимметрия позволяет разрабатывать специфические схемы влияния. В досье на Т. Дяченко (дочь Ельцина), хранившееся в Кремле, даются, например, такие советы: "При работе с Татьяной Борисовной необходимо использовать такую схему: при подаче ей информации о том, что она несамостоятельна и полностью подконтрольна отцу. Татьяна сразу же начинает конфликтовать с Борисом Николаевичем и совершать "самостоятельные" поступки, следовательно, ей нужно аккуратно "подсказывать" эти поступки и поддерживать ее комплекс постоянной легкой обиды на отца. В этом случае мы получаем сильный рычаг влияния". Благодаря информационной асимметрии в виде представления "новой" информации "включается" характеристика, которая начинает порождать другие типы поведения.

Роль информационной асимметрии увеличивается еще и потому, что пропагандистская коммуникация реально смещается в сферу, где есть слабые места у противника. Во время "холодной войны", например, Запад прилагал усилия не в идеологической плоскости противостояния, а демонстрировал другой уровень жизни, что в итоге оказалось правильной стратегией.

Новости, как считают специалисты, поддерживают распределение сил в обществе, сложившееся на данный момент. Это касается прежде официальных

новостей. Неофициальные новости, наоборот, пытаются нарушить это распределение. Например, ради этого создаются сообщения о коррупционности верхов общества, которые используются как в политической борьбе, так и в пропаганде во время военного противостояния.

Информационная асимметрия может объяснить любовь СМИ к чрезвычайным ситуациям (землетрясений, наводнений, голодомора). С одной стороны, такие чрезвычайные события идеально стирают предыдущие сообщения из общественного сознания, спасая нашу память. С другой - ЧП всегда является проявлением асимметричности, поскольку не является предсказуемой, а именно это отвечает сущности новостей. То же самое можно сказать и о спортивных соревнованиях, результаты которых далеко не всегда предсказуемы, что повышает интерес к ним и дает СМИ возможность их использовать для переключения внимания населения.

Информационная асимметрия является основным элементом информационной борьбы, формируя информационное пространство любого государства. Официальные сообщения, которые являются предсказуемыми и, следовательно, симметричными, попадают на экран в связи с принципиально асимметричным положением власти, которая сама устанавливает приоритеты сообщений. Таким образом, асимметричность достигается на другом уровне. Как определяют исследователи масс-медиа, пресса и телевидение выступают во вторичной роли, первичная роль принадлежит власти, которая может определить то или иное событие как угрожающее для общества. Масс-медиа лишь расширяет и расширяет представление, предоставляемые властью. Исследовательская группа из Университета Глазго утверждает, что масс-медиа "системно организованы таким образом, чтобы изображать картинку мира, которая является репродукцией отношений доминирования, существующим в обществе". Новости при этом рассматриваются как выборочная интерпретация событий.

Английские исследователи, анализируя освещение кризисных событий в прессе, определили следующие двенадцать характеристик (восемь основных факторов и четыре, связанных с культурой):

1. частота - чем больше частота события совпадает с частотой новостей, тем больше вероятность того, что она будет рассматриваться как новость;
2. амплитуды - соответствующий уровень, например, насилия, нужен для того, чтобы оно рассматривалось как новость;
3. неоднозначность - чем меньше неоднозначность, тем больше вероятность быть замеченным;
4. релевантность - событие должно быть культурно релевантным, чтобы быть замеченной как новость;
5. совпадение - чем событие более ожидаемо, желаннее, тем быстрее она станет новостью;

6. дополняя, отметим, что последние два фактора являются неожиданностью: событие должно быть редким и неожиданным, чтобы быть новостью;

7. если событие стало новостью, она будет оставаться новостью, даже при уменьшении амплитуды;

8. композиция - новости komponуются так, чтобы создавать баланс между различными сообщениями.

Многие из этих характеристик подчеркивают именно информационную асимметрию. Четыре культурных фактора, определяющие новости, такие:

9. элитные нации скорее становятся предметом новостей;

10. элитных слоев общества скорее становятся предметом новостей;

11. чем больше событие персонализировано, тем больше вероятность того, что она станет новостью;

12. чем событие негативнее, тем больше вероятность того, что она станет новостью.

Телевидение выдвигает свои дополнительные требования: событие должно быть драматичным, привлекательным, развлекательным.

Эти факторы определяют различие между реальным событием и символической новостью. Информационная асимметрия базируется при этом на возможности освещения события, исходя из различных ее аспектов, создавая различные виды новостей. Например, как мы уже отмечали, война может интерпретироваться или с патриотических, или родственных позиций. В первом случае большее влияние оказывают официальные источники, во втором – неофициальные. Поэтому именно асимметричность позволяет если не побеждать сильнейшего, то наносить ему значительный ущерб, ведь она всегда находит слабые места в "обороне" противника;

Непредсказуемый вариант поведения производит сильное впечатление на собеседника, лучше фиксируется в памяти. Л. Замятин вспоминал резкий тон М. Тэтчер в одном из разговоров с М. Горбачевым: "Сейчас она напоминала разъяренную тигрицу, которая защищала свое заповедное поле. Но, может быть, премьер просто переутомилась, потеряла контроль над собой, оказалась в плену эмоций? Пауэлл в доверительной форме сказал мне: "Наша леди разыграла разговор именно так, как и хотела его разыграть". Не сомневаюсь: если бы Тэтчер не была крупным политическим деятелем, она вполне могла бы стать актрисой. Впрочем, она такой и была в политике.

Для пропагандистских целей информационная асимметрия всегда может быть применена, поскольку в каждом обществе существует противостояние официальной и неофициальной идеологии. Это по пропаганде для противника. В системе внутренней пропаганды, например, в случае предвыборной борьбы, тоже всегда существует другой взгляд на события, что сразу начинает порождать другой тип информации. Эта информация тоже принципиально

асимметрична, ведь другая сторона ее не использует. Единственным методом предотвращения этого является предоставление своей аудитории как отрицательной, так и положительной информации для создания соответствующего иммунитета. При этом негативная информация должна сопровождаться соответствующими контраргументами. Появление ее со стороны противника в этом случае уже не будет иметь страшных последствий. Бывший Советский Союз не учитывал этого, создав таким образом огромный информационный пробел, что позволяло пропагандистам с другой стороны достаточно свободно использовать информационную асимметрию.

Информационное пространство современного общества формируется благодаря работе нескольких мощных информационных источников. Если при этом возникает информационная асимметрия, которая кем-то может быть использована, спин-доктор пытается исправить эту ситуацию. Специализацией спин-доктора и есть исправление последствий негативного освещения того или иного события в новостях. Белый дом, например, сам порождает необходимые новости, что потенциально привлекает внимание массового сознания именно к своей интерпретации происходящего.

Следует отметить, что действия не всех политических деятелей одинаково освещаются в СМИ. Действия кого-то подробно освещаются, действия другого – замалчиваются. Назовем это асимметрией освещения. Сюда же можно отнести попытки освещать действия исключительно положительно или исключительно негативно того или иного политического актора, что особенно проявляется в период предвыборной борьбы. Типичный пример, освещение предвыборной борьбы Д. Трампа и Д. Байдена в 2020 году. При этом возникает проблема автоматизма восприятия, поскольку происходит исчезновение информационной асимметрии вследствие привыкания к одному типу интерпретации.

Особенностью настоящих новостей есть соответствующая сбалансированность, которая и снимает автоматизм восприятия, и увеличивает доверие к информационному источнику. При этом это не нарушает технологичности: например, 70% новостей Би-Би-Си - это отражение событий, которые были запланированы заранее. Вообще, технология создания новостей предусматривает размещение журналистов в местах массового порождения новостей (например, в парламенте).

Новость - это временное создание информационной асимметрии. Когда она становится известной всем, новость следующего дня перечеркивает новость дня предыдущего, поддерживая принцип информационной асимметрии.

**Пропаганда как коммуникативная технология.** Пропагандистское воздействие на человека является важным достижением именно двадцатого



века, когда возникло большое количество новых профессий, связанных с коммуникацией. Е. Роджерс считает, что и реклама, и паблик рилейшнз, и политические кампании являются пропагандой, поскольку в них имеется ориентация на большой выигрыш коммуникатора, а не того, кто получает сообщение, то есть интересы коммуникатора в этом случае являются более важными. Кстати, Е. Роджерс определяет пропаганду именно как массовое влияние.

Вообще, влияние в пропаганде идет от коммуникатора к лидерам влияния, а уже потом к населению.

Например, ЮСИА свои программы обменов ориентирует на 10-20 процентов населения как на свою целевую аудиторию, определяя ее как имеющих потенциал влияния, высшее образование и принимающих соответствующее участие в процессах политического или экономического принятия решений. Интересно, что даже самые ярые противники США тоже есть в списке приоритетов для приглашения с гостевым визитом.

Массовый отказ молодежи от курения в США показывает эффективность подобных методологий. Практически те же методы лежат в основе психологических операций как влияния не на свое, а на чужое население.

Применение коммуникативных технологий в военной сфере также требует отдельного рассмотрения. Привнесение их качественно изменило военную стратегию и тактику. Например, исследователи определяют, что сегодня, с одной стороны, исчезают четкие границы между различными уровнями военных действий, с другой - возникают новые связи, когда в ответ на военные действия могут применяться чисто информационные действия, которые смогут, например, вывести из строя Нью-Йоркскую биржу или Федеральную резервную систему. Происходит расширение пространства военного влияния и сокращения его времени, в результате чего исчезает географически заданный традиционный театр военных действий. Оперативные и тактические действия в информационном пространстве и теперь опережают чисто физические действия.

Аналитики предлагают ряд базисных положений, задающих порождения информационного продукта в военных целях:

- информационные ресурсы должны охраняться так же осторожно, как и ядерное оружие;
- информационные операции нарушают баланс сил;
- информационные операции плохо распознаются в начальный период войны;
- точные информационные операции не наносят экологический ущерб, поэтому могут быть использованы быстрее, чем ядерное оружие;

- информационные операции могут быть направлены на разрушение экономической системы;
- информационные операции могут вести к деградации национального сознания;
- информационные операции могут приводить нации к неверным суждениям и решениям;
- информационные операции и технологии существенно усиливают военную эффективность систем оружия.

Западные страны имеют значительный опыт работы подразделений по психологическим операциям. Россия имеет массовый опыт работы в Афганистане, Чечне, Таджикистане, Сирии. Этот опыт очень нужен, поскольку это направление в основе своей является прикладным. Ни одна теория не является здесь столь же интересной, как практика.

Принципиально военный контроль по психологическим операциям был необходим по двум причинам. С одной стороны, пропаганда прочно связана с военными операциями, поскольку она их поддерживает. Кроме того, эффективные психологические операции должны полагаться на планирование военных операций, в таких ситуациях не может быть независимых подразделений. Очень важным фактором было время. Руководители этих операций использовали и такое высказывание: "Нужная открытка в нужном месте в нужный момент является сутью всей программы". Также считалось, что сначала пропаганда должна быть достаточно осторожной, незаметной. Когда проходило время и происходило ослабление врага, пропаганда становилась более четкой. На последнем этапе она была уже смелой и выразительной, т.е. главным фактором можно считать постепенность коммуникативного влияния.

Таким образом выделяют три этапа развития эффективной пропагандистской кампании.

На первом этапе вносится сомнение в ряды противника относительно военной ситуации. Японцам доказывали информацию о победах своих союзников в различных локальных схватках. Такие новости должны содержать карты и фотографии, чтобы показать противнику мощь частей, которые ему противостоят. Подчеркивалась изоляция Японии среди других стран. В конце демонстрировались дома японцев, чтобы вызвать ностальгию по родным.

Второй этап начинался, когда чувствовалось, что атака союзников становится неизбежной. Цели были теми же, что и на первом этапе: снизить боевой дух и снизить эффективность боевых действий. Демонстрировалась невозможность сопротивляться высадке союзников. Чтобы вести спор, в стане противника подчеркивалась неспособность японских морских и воздушных сил защищать наземные войска.

Третий этап начинался тогда, когда войска высаживались и уже вступали в контакт с противником. Акцент в листовках делался теперь на не общих победах, а на конкретном региональном противодействии. Новости концентрировали внимание на слабых местах противника, известных по информации разведки (недостаток пищи, болезни, дезертирство). Здесь уже были призывы к сдаче в плен, поскольку войска вступили в контакт.

Можно сделать вывод, что эта пропагандистская кампания была довольно системной научно обоснованной. Постоянно создавались обзоры, в которых анализировался боевой дух противника. О системности свидетельствует даже выражение, которым пользовались тогда: "Одна хорошая листовка лучше, чем десять каких-нибудь". Системный подход проявляется, например, в советах лингвистов, которые рекомендовали не употреблять в открытках слово "нацисты", поскольку оно могло быть неизвестным японцам, а лучше говорить о "немцах", когда речь шла о европейском театре военных действий. Они вообще рекомендовали меньше писать о Европе, а больше о том, что непосредственно касается Японии. Все сводится к порождению эффективных сообщений.

Разработанный в 1944 г. план действий по проведению психологических операций определял психологическую войну как любую активность против враждебных сил, за исключением обычных и партизанских действий, а также физического саботажа. Интересно, что сдача в плен японского солдата определялась как вторичная цель, первичной целью считались ослабление сопротивления и снижение боевого духа противника.

Интересный пропагандистский опыт работы с населением от имени властных структур предлагает известный кибернетик С. Бор. Этот опыт был применен в широких масштабах в Чили. Это тоже можно считать метапропагандой.

Как видим, опыт Запада в проведении психологических операций довольно значительный. К нему, кроме десятков военных конфликтов, следует отнести и холодную войну, и гласность, и перестройку. При этом целевой аудиторией ЮСИА всегда были элиты стран, даже радиопропаганда направлялась на них, а не на всех. Например, Г. Ронсли пишет о внимании "Голоса Америки" к венгерским интеллигентам во время событий 1956 г. Перед нами четкий, проверенный годами опыт функционирования в достаточно агрессивной коммуникационной среде. Советский Союз имел свой лучший опыт работы все-таки в ситуации сопутствующей коммуникационной среды, которым была собственная страна. В случае агрессивной среды все пропагандистские усилия сводились на нет, вспомним, например, социальные роли Л. Брежнева как генерального секретаря и как героя многочисленных анекдотов.

Страны постсоветского пространства находятся сегодня в столь невыгодном положении, что для них наиболее важной должна стать разработка доктрины информационного сдерживания, уметь не только порождать ответы на угрозы (быть реактивной), но и самостоятельно и активно порождать информацию, снижающую уровень угроз (быть проактивной). Быть самодостаточными постсоветским странам позволяет то, что практически любое действие в информационной сфере характеризуется указанной выше асимметрией. Именно по этой причине, например, террористы, будучи малой силой, могут держать в напряжении большое государство, что является большой силой.

Доктрина информационного сдерживания должна реализовываться специалистами, в состоянии осуществлять информационные действия в режиме быстрого реагирования. Среди этих действий можно назвать следующие:

- порождение ответов на негативные сообщения, собственно порождение негатива об объектах и действиях противника;
- порождение положительных сообщений о собственных объектах и событиях;
  - умение использовать в информационной борьбе слухи;
  - умение использовать открытки;
- постоянное проведение мониторинга информационного пространства, поскольку начальный этап информационной войны, как правило, проходит почти незамеченным.

Все эти действия позволяют современному государству быть защищенным от угроз, исходящих изнутри или извне. Важной составляющей также должно быть обучение и переподготовка специалистов в области информационных войн (в США уже каждый военный вуз осуществляет такую подготовку).

Разные страны по-разному внедряют различные информационные технологии, ловкие в одном, они могут оказаться тяжелыми на подъем в другом. Такие культурные различия в отношении технологий тоже должны приниматься во внимание.

## РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Декларация о европейской политике в области новых информационных технологий Будапешт - 6-7 мая 1999 года // Дипломатический вестник. - 1999. - № 6. - С. 37 - 39.
2. Декларация о свободе политической дискуссии в СМИ (Принята Комитетом министров Совета Европы 12 февраля 2004 г на 872-м заседании на уровне постоянных представителей) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/2563417/>.
3. Дрожжинов В. Европейский путь построения информационного общества / В. Дрожжинов, Ф. Широков // itWeek [Электронный ресурс]. – 1998. - 1 дек. - Режим доступа <https://www.itweek.ru/themes/detail.php?ID=49452>.
4. Дрожжинов В. Электронное правительство информационного общества : Обзор / В. Дрожжинов, А. Штрик // itWeek [Электронный ресурс]. – 2000. – 10 мая. – Режим доступа <https://www.itweek.ru/themes/detail.php?ID=54207>.
5. Ковалева Н. Н. Информационное обеспечение органов власти : учебное пособие для вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Изд-во Юрайт, 2020. — 245 с.
6. Манойло А. В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Д. Б. Фролов. - 3-е изд. стереотип. - М. : Горячая линия - Телеком, 2018. - 542 с.
7. Мелюхин И. С. Информационное общество и государство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/23d97560ce093100c32575bc002dfc6c>.
8. Окинавская хартия Глобального информационного общества (Принята главами государств и правительств «Группы восьми» 22 июля 2000 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.umk.virmk.ru/study/U-DISCIPLINA/info-politic/U-POSOBIE/LOW/okinava.htm>
9. Организационное и правовое обеспечение информационной безопасности : учебник и практикум для вузов / [Т. А. Полякова и др.] ; Под ред. Т. А. Поляковой, А. А. Стрельцова. — М. : Изд-во Юрайт, 2020. — 325 с.
10. Панарин И. Н. Информационная война, PR и мировая политика : Курс лекций. - 2-е изд., стереотип. - М. : Горячая линия - Телеком, 2015. - 352 с.
11. Почепцов Г. Г. Информационные войны. – М.; К. : Ваклер: Рефлбук, 2000. - 576 с.
12. Почепцов Г. Г. Информация и дезинформация. - М. : Эльга: Ника-центр, 2001. - 256 с.

13. Почепцов Г. Г. Психологические войны. – М.; К. : Ваклер: Рефлбук, 2000. – 528 с.
14. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации – М.; К. : Ваклер: Рефлбук, 2001. – 656 с.
15. Почепцов Г. Г. Спин-доктор и его работа: нетрадиционные методы управления информационным пространством / Г. Г. Почепцов // Детектор Медиа [Электронный ресурс]. – 2001. – 30 ноя. – Режим доступа: <https://detector.media/community/article/1945/2001-11-30-spin-doktor-i-ego-rabota-netraditsionnye-metody-upravleniya-informatsionnym-prostranstvom/>
16. Почепцов Г. Г., Чукут С. Л. Информационная политика: Учебное пособие – М. : УАДУ, 2002 - 96 с.
17. Почепцов Г. Г. Виртуальные войны. Фейки. – Харьков : Фолио, 2019. – 512 с.
18. Почепцов Г. Г. Информационные войны: новый инструмент политики. – М. : Алгоритм, 2015. – 254 с.
19. Почепцов Г. Г. Когнитивные войны в соцмедиа, массовой культуре и массовых коммуникациях. – Харьков : Фолио, 2019. – 320 с.
20. Почепцов Г. Г. Революция.com. Основы протестной инженерии : Монография. – М. : Европа, 2013. – 532 с.
21. Почепцов Г. Г. Стратегия: инструментарий по управлению будущим. – М. : Рефлбук ; Киев : Ваклер, 2005. – 384 с.
22. Почепцов Г. Г. Управление будущим. – Харьков : Фолио, 2019. – 480 с.
23. Рассолов И. М. Информационное право : учебник и практикум для вузов. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Изд-во Юрайт, 2020. – 347 с.
24. Расторгуев С. П. Информационная война. – М. : Изд-во Радио и связь, 1998. – 221 с.
25. Сидорова А. А. Электронное правительство : учебник и практикум для вузов. — М. : Изд-во Юрайт, 2020. — 166 с.
26. Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014-2020 годы и на перспективу до 2025 года. Утверждена распоряжением Правительства РФ от 01.11.2013 г. №2036-р [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499055616>.
27. Чернов А. А. Становление глобального информационного общества: проблемы и перспективы – М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2003. – 222 с.
28. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. – М. : Socio-Logos, 1997. 326 с.

УЧЕБНОЕ ИЗДАНИЕ  
*Рекомендовано Ученым советом  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»  
(протокол №2 от 06.03.2020 г.)*

Автор-составитель  
Безродный Владимир Павлович  
**ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА И БЕЗОПАСНОСТЬ**

Учебное пособие  
для студентов направлений подготовки  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью  
42.04.02 Журналистика

---

***Адрес издательства:***  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет»,  
ул. Университетская, 24, г. Донецк, 283055