

Теория и практика информационных войн против первых лиц государства

Информационные войны в современном мире стали одним из основных и уже привычных факторов окружающей нас действительности. Каждый из нас ежедневно оказывается в фокусе действия той или иной информационной атаки, несущий заряд убийственной агрессии, направленной как на общество в целом, так и на сознание каждого человека в отдельности. Технологии информационных войн, основанные на манипулятивном управлении политическим сознанием и поведением граждан, исключительно опасны: их главная задача – разделить и поляризовать общество, разорвать его на множество клочков и фрагментов, заставить эти фрагменты искренне ненавидеть друг друга с тем, чтобы затем столкнуть их между собой, инициировав борьбу на уничтожение, или объединить их агрессию в единый поток и направить его против действующей власти. При этом цель информационной войны – сломить волю противника к сопротивлению и подчинить его сознание своей воле. Высокая эффективность информационных атак и растерянность, являющаяся типичной реакцией большинства стран на акции информационной войны, делает информационные войны одним из основных элементов современных гибридных войн, таких как война в Сирии или конфликт в Украине.

Технологии информационных войн активно и весьма охотно применяют не только страны Запада (прежде всего, США, где термин «информационная война» официально закреплен в боевом уставе Армии США «Психологические операции»), но и международными террористическими организациями и группировками, такими как запрещенные в РФ «Исламское государство», Аль-Кайда. ИГ по всему миру ищет, вербует или просто нанимает на работу высококлассных специалистов в области кибервойны и информационного противоборства, которые в информационно-идеологическом поле вполне успешно конкурируют с силами специальных операций стран Запада.

Наиболее часто объектом информационной атаки становятся первые лица государства – президент и премьер: с них, как правило, информационная война и начинается. Причина этого предельно проста: первые лица всегда находятся под прицелом, они ведут публичный образ жизни, каждый их шаг, каждое их действие или движение рассматривается сквозь лупу. То, что прощается любому публичному политику, даже самому высокопоставленному и известному, никогда не прощают лидерам государства: они часто просто не имеют права на ошибку, что в определенном смысле роднит их с саперами. В силу своей публичности именно первые лица государства выступают главными ньюсмейкерами и производят большинство резонансных инфоповодов, которым затем дают свою интерпретацию национальные и зарубежные СМИ. Информационная война всегда разворачивается вокруг первых лиц, их действий, реакций на те или иные события, которые на первоначальном этапе тщательно

прощупываются и тестируются с помощью заведомо провокационных вбросов ложной информации, запуска в социальных сетях вирусного контента, распространения слухов и сплетен, способных эмоционально «зацепить» хотя бы одного из первых лиц государства и вызвать его ответную резкую, эмоционально окрашенную реакцию.

Наряду с более сложными технологическими схемами, в информационных войнах используется целый ряд простых приемов. Наиболее распространен среди них метод «наклеивания ярлыков». Работает он так: в отношении одного из первых лиц государства вбрасывается информация компрометирующего характера, в которой он без каких либо веских оснований объявляется коррупционером. Первоначальная реакция на такие обвинения, как правило, носит эмоциональный характер: попытка наклеить ярлык коррупционера воспринимается как чушь, дикость, абсурд. Однако ассоциативная связь между личностью политика и образом коррупционера при этом в сознании граждан все же выстраивается, а яркая эмоциональная реакция эту связь закрепляет. В результате, спустя некоторое время, образы лидера и коррупционера в сознании человека совмещаются и ярлык коррупционера прочно «приклеится» к личности конкретного политика. «Отодрать» или «отмыть» его затем будет очень непросто. Именно этот прием «наклеивания ярлыков» был использован Западом в информационной войне против лидера российского государства, сначала на базе извлеченного из нафталина «Дела Литвиненко», а затем и благодаря известному фильму про коррупцию в России, показанному по британскому телеканалу ВВС-2. Появился даже особый термин - «демонизация Путина», связанный с непрерывным наклеиванием новых ярлыков поверх прежних на один и тот же объект информационных атак.

Не менее распространенным в современных информационных войнах является метод так называемых «пробных шаров», которыми прощупываются эмоциональные реакции первых лиц на различные внешние раздражители. Действует он так: в отношении одного из первых лиц государства выдвигаются обвинения заведомо оскорбительного характера: к примеру, лидера и его страну ни с того ни с сего объявляют угрозой всему демократическому миру и ставят в один ряд с вирусом Эбола и с ИГ. Эти обвинения сконструированы так, чтобы они вызывали настойчивое желание «мощно ответить»; они служат своего рода приманкой, провоцирующей политика на ответные заявления столь же эмоционального характера. Если провокация удалась и лидер эмоционально ответил на «обвинения Запада», объектом информационной атаки становится уже конкретная эмоциональная реакция конкретного лидера, а первоначальные обвинения сразу же «забываются». Метод «пробных шаров» работает очень точно и без перебоев, но в его функционировании есть одна особенность: он всегда должен получать «обратную связь» от объекта информационной атаки (то есть от самого лидера), которая дает возможность организаторам информационной атаки контролировать процесс. Если по каким-то причинам обратная связь теряется – так, как это было перед Олимпиадой в Сочи, когда Президент РФ

на неделю исчез из публичного пространства и западные политтехнологи, перестав получать от него «обратную связь» на свои информационные выпады, потеряли связь с реальностью и запаниковали.

Довольно часто информационные атаки, в которых в качестве объекта критики фигурирует первое лицо, направлены не на него самого, а на элиты, которые его окружают. Эти элиты в условиях санкций и нарастания международной напряжённости могут испытывать различного рода колебания, которые очень тонко улавливаются организаторами информационных войн и затем умело раскачиваются по принципу маятника. Эта технология была применена в Югославии для свержения Милошевича: его, фактически, сдала собственная элита после того, как ей намекнули на то, что те, кто будет и дальше поддерживать Милошевича, через некоторое время разделят его участь. Недавний фарс с оглашением приговора Караджичу также является информационным поводом, раскручивая который, Запад вполне прозрачно намекает на то, что любой лидер, выступающий против воли США, в конечном итоге может повторить участь Милошевича, Караджича, Каддафи.

При всей своей опасности, информационные войны все же не являются «смертельным оружием»: в этой войне побеждает тот, кто умеет предсказать действия своих противников на несколько шагов вперед. И затем нанести удар, который не ожидают. Как в Сирии.

Андрей Манойло,
доктор политических наук, профессор
Член Научного совета при Совете Безопасности Российской Федерации,
Автор монографии «Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны»