

А. Н. Горбенко¹**ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОТИБОБОРСТВО В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Диалог культур — это форма и уровень коммуникативного процесса, в идеале приводящего к гармоническому взаимодействию его участников. Однако мир сложен, взаимодействия участвующих в информационном обмене сторон предполагают не только гармонию межгосударственных и межкультурных отношений, но зачастую и информационное противостояние, противоборство, в основе которого — стремление к получению превосходства над противостоящей стороной в интересах достижения своих целей. В современном мире информационное противоборство играет более чем заметную роль.

Информационные формы и способы борьбы с противником, манипулирование его сознанием — одна из древнейших форм физически ненасильственного управления людьми, много веков практически применяемая и теоретически осмысливаемая в обществе. На эту тему размышляли Конфуций, Платон и Аристотель. В последующие столетия были написаны многочисленные трактаты и разра-

ботаны соответствующие методики. О необходимости «развития духа» писал А. В. Суворов в своем военно-теоретическом труде «Наука побеждать». По словам Наполеона, четыре газеты смогут причинить больше зла, чем стотысячная армия. Однако в предшествующих военных столкновениях, несмотря на то что широко использовалась пропагандистская деятельность и изощренные методы дезинформации, решающую роль играло огневое поражение противника. В конце XX — начале XXI века обязательным и главным атрибутом победы является завоевание превосходства в информационно-психологической сфере.

Переход к однополярному мировому порядку привел к активизации теоретических разработок и практического применения новых методов и средств информационного противоборства. Об этом говорят основные результаты исследований, проведенных специалистами американской корпорации «Рэнд» в конце 1990-х годов и представленных в Отчете MR-661-OSD (**Strategic Information Warfare. A new face of War**).

В этом документе впервые употребляется термин **strategic information warfare** — «стратегическое информационное противоборство». Появление подобной термино-

¹ Главный редактор, генеральный директор «Российской газеты». Председатель Комитета по предпринимательству в сфере СМИ и книгоиздания Торгово-промышленной палаты РФ, президент Гильдии издателей периодической печати, вице-президент Союза издателей и распространителей печатной продукции.

логии существенным образом отличается от официальной трактовки информационного противоборства в достаточном узком смысле (подобие радиоэлектронной борьбы).

Необходимо отметить следующие ключевые особенности стратегического информационного противоборства (ИП): сравнительно невысокая стоимость его средств; отсутствие статуса традиционных государственных границ; усложнение обнаружения начала информационной операции, а также выделение поля этой операции в общем потоке информации.

Характерны различия двух поколений информационного противоборства. Если в первом поколении информационное противоборство понимается как *один из компонентов наряду с другими средствами достижения цели* (ядерными, химическими, биологическими и др.), то второе поколение стратегического информационного противоборства в условиях информационной революции трактуется как долговременное (недели, месяцы и годы) воздействие, позволяющее в принципе *отказаться* от использования военной силы.

В одном из двух сценариев, приложенных к Отчету, рассматривается ведение стратегического ИП России и США в период до 2010 года. Совершенно очевидно, что при всей новизне понятие «информационного противоборства второго поколения» формально обозначило цели информационной борьбы, которые вели спецслужбы США еще во времена холодной войны. Тем не менее ИП второго поколения предусматривает и несколько иную стратегию, предполагающую создание атмосферы бездуховности и безнравственности, формирование негативного отношения к культурному наследию противника; дестабилизацию отношений между партиями, объединениями и общественными движениями; инспирирование ошибочных управленческих решений; провоцирование социальных и национальных столкновений; подрыв международного авторитета государства и др.

С конца 1990-х годов специалистами корпорации «Рэнд» осознается факт, что стратегическое ИП является *самостоятельным принципиально новым видом стратегического противоборства*.

Директивой Президента США PDD-68 от 30 января 1999 года Белый дом создал новую структуру под названием International Public Information Group (IP), в задачи которой входит профессиональное использование разведывательной информации в целях оказания влияния «на эмоции, мотивы, поведение иностранных правительств, организаций и отдельных граждан». Существенную роль в создании агентства сыграло разведсообщество и прежде всего ЦРУ. Американские специалисты считают вполне возможным достижение в обозримом будущем подавляющего преимущества в информационной борьбе, что, по их мнению, позволит успешно разрешать конфликтные ситуации в свою пользу без вооруженного вмешательства.

История всех локальных вооруженных конфликтов конца XX — начала XXI века, начиная с операции «Буря в пустыне», связана с действиями сил и подразделений, специально подготовленных для проведения операций информационной войны. Их деятельность на сопредельной с противником территории (без непосредственного вооруженного соприкосновения) начиналась, как правило, задолго до нанесения первых огневых ударов. При этом действия сил специальных информационных и информационно-психологических операций в основном были настолько успешны, что вооруженные силы противника еще до начала боевых действий получали урон, который в минувших войнах мог быть нанесен только в результате нескольких тяжелых поражений и потери части территории страны.

Вместе с тем необходимо учитывать и отрицательный опыт информационной политики в вооруженных конф-

ликтах. Руководство НАТО обозначило ряд ошибочных информационных действий во время операции на Балканах и в период войны в Ираке. Однако нам следует обратить первоочередное внимание на собственные проблемы в этой сфере. Даже самые ярые приверженцы политики президента Б. Н. Ельцина не могут не признать, что обе чеченские кампании 1994–1996 годов в информационном плане были «вчистую» проиграны федеральными властями, что имело трагические последствия для международного престижа и военного авторитета Российской Федерации. И это при совершенно несопоставимых информационно-технических возможностях противоборствующих сторон.

Контролирующие возможности нашего государства в отношении международных потоков информации оказались очень слабыми. Развитие средств международной связи высветило дисбаланс между «информационно богатыми» и «информационно бедными» странами. Россия пока, к сожалению, относится к последним.

Принадлежность СМИ отдельным физическим и юридическим лицам, контролирующим направленные информационные потоки, создавала ситуацию, способную причинить ущерб национальным интересам во всех сферах. Мы хорошо помним направленность репортажей канала НТВ, владельцем которого являлся В. Гусинский. Имела свое значение и демонизация на Первом канале российского телевидения роли Б. Березовского в чеченском конфликте.

К тому же, как показала чеченская кампания, представители СМИ, стремясь получить информацию из «первых рук», по их мнению, самую достоверную и объективную, нередко оказывались в боевых порядках противоборствующих войск, не подозревая, что, кроме безусловной пользы общественности, они оказывают «услуги» противоборствующей стороне путем распространения сведений о составе частей и подразделений, их вооружении, командирах.

В целом недооценка роли влияния СМИ на общество, а также неумение «работать» с прессой способствовали своего рода «перепрограммированию» российской общественности: ухудшалось отношение к собственной армии в проводимой военной политике государства на Северном Кавказе, а цели чеченских боевиков становились ближе и понятнее.

Очевидно, что чеченская кампания явилась сильнейшим катализатором, способствующим осознанию военно-политическим руководством страны значительного влияния СМИ на общественное сознание и политику государства. В последующие годы российские средства массовой информации уже не оставались без внимания государственных структур. Думается, что важно найти «золотую середину» при выстраивании отношений власти и СМИ.

Сегодня структуры государственного управления все больше проявляют заинтересованность в разяснении и популяризации своей деятельности, в том, чтобы подготовленная ими информация доводилась до сведения общественности. Необходимым условием достижения целей деятельности государства является общественная поддержка. В этом плане может быть полезен опыт западных стран и прежде всего США, которые свою военную политику в обязательном порядке соотнобразуют с основательной подготовкой национального и мирового общественного мнения. На практике это нашло отражение в сформированном принципе американской политики в отношении населения своего государства — «делать не только правильно, но и так, чтобы тебя правильно понимали».

Очевидно, что политическое руководство Российской Федерации извлекло позитивные уроки из предыдущих недоработок и большинство своих действий, особенно

в военной сфере, пытается четко объяснить своему населению, восстанавливая ослабленный контакт с обществом. Это еще раз подтверждает, что одной из главных задач государства является поиск оптимальной модели взаимодействия с обществом, где СМИ — необходимый элемент и средство, позволяющее сделать это взаимодействие эффективным.

В то же время следует учитывать, что ссылки на внутренние законодательства некоторых западных стран, обеспечивающие «безграничную» свободу информатизации, не всегда подтверждаются на практике. Скорее наоборот, все государства в той или иной мере регулируют порядок распространения и содержание информации, передаваемой на их территории. На первое место в данном случае, как правило, выносятся необходимость обеспечения национальной безопасности. Например, в США действует целая система норм, обеспечивающих ответственность средств информации. В США возросло число судебных процессов против средств массовой информации по обвинению в клевете и искажении фактов, крупные информационные компании все чаще привлекаются к ответственности.

Свобода получать и распространять информацию ограничена соображениями национальной безопасности и в других странах.

Россия, как отмечалось выше, извлекла определенный опыт из чеченского конфликта. Уже во время грузино-южноосетинского конфликта в области информационного противоборства Россия выглядела гораздо более убедительно, по крайней мере в освещении этих событий для жителей своей страны. На международной же арене мы по-прежнему проигрываем, хотя и с гораздо меньшим отрывом. Ведь война на Кавказе в августе 2008 года стала возможной в том числе из-за пассивной позиции России в информационной сфере в предыдущие полтора десятилетия. Грузия же наряду с военными приготовлениями активно использовала возможности США в информационно-психологической сфере для подготовки мирового общественного мнения к военной акции против Южной Осетии и Абхазии.

С повестки дня не снимается вопрос об информационных опасностях и угрозах со стороны иностранных государств и даже возможности возвращения к отношениям холодной войны. Подтверждением этому являются попытки отдельных государств сформировать у широких кругов мировой общественности негативный образ Российской Федерации. Прилагаются усилия по изменению расстановки сил в наиболее важных регионах мира, основанные на антироссийских настроениях.

Более того, эти опасности и угрозы теперь исходят не только со стороны западных стран, но и из бывших советских республик. Нужна концентрация усилий в этой сфере как государственных, так и частных структур. Многие

годы ведутся разговоры о создании единого информационного холдинга, включающего в себя информационное агентство, телеканал, радиостанцию, печатные средства массовой информации, а также координирующего их работу органа в структуре Администрации Президента РФ. Но все эти планы пока остаются на бумаге, благие пожелания отдельных энтузиастов не реализуются на общегосударственном уровне. И это притом, что главный противник нашей страны в сфере информационного противоборства — США — рассматривает возможность подготовки законопроекта о восстановлении в структуре федерального правительства самостоятельного отдела по типу Информационного агентства (ЮСИА) для ведения информационной работы на зарубежную аудиторию.

Очевидно, что против руководства Российской Федерации ведется системная информационная война. Основная причина — повышение эффективности деятельности и активности российского руководства в отстаивании государственных интересов России.

Формирование коммуникативной компетентности, способности политиков и государственных служащих обращаться с информацией, эффективно реализовывать ее в национальных интересах должно быть приоритетной задачей для нашей страны. Умением строить конструктивные отношения со СМИ и коммуникативной компетентностью, к счастью, в полной мере обладают высшие политические руководители Российской Федерации.

Участие нашей страны в мировом диалоге культур неотделимо от продвижения положительного имиджа России и в отечественном, и в международном информационном пространстве. Этот феномен должен рассматриваться как национальная ценность международного значения. Без преувеличения можно сказать, что работа по формированию позитивного общественного мнения должна стать предметом особой заботы политического руководства страны.

Необходима защита национальной культуры и языка от воздействия доминирующих в информационном плане стран. Информационной экспансии невозможно противостать методами запрета. Единственно эффективный способ — активное развитие и поддержка национальных индустрий культурного содержания (производство видеопродукции, книг, телевизионных программ, расширение национального сегмента Интернета, виртуальных музеев и библиотек).

Диалог культур — основа равновесия, нормального развития мира, но мир в его нынешнем состоянии далек от всеобщего стремления к взаимопониманию и слиянию целостного человеческого сообщества. Не видеть этого — опасно. В конечном счете победа диалога — это тоже форма информационного противоборства. Это победа Разума, Добра, Человечности.