

ИНФОРМАЦИОННАЯ

ВОЙНА

ЧАСТЬ 2



ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА



Суть

Информационная война — это межгосударственная борьба, которая направлена на информационное превосходство одной страны над другой.

Пример

С момента окончания Корейской войны (1953 г.) КНДР и Южная Корея ведут информационную войну. Пропаганда Северной Кореи направлена на представление Республики Корея как марионеточного, колониального государства.

Южная Корея активно использует фейк-новости о жестокости КНДР к любым инакомыслящим.

С обеих сторон распространена демонизация правительств противоположной стороны.



СИЛЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ



Суть

Силы информационной войны — это отдельные лица, коллективы или организации, распространяющие информацию. Распространение информации может осуществляться как намеренно, так и не намеренно (понравилось — отправил друзьям, знакомым или родственникам)

Пример

В октябре 1941 года после введения осадного положения в Москве нацистские диверсионные группы распространяли слухи о готовящейся сдаче столицы и бегстве руководства. «Сарафанное радио» жителей города преувеличило и исказило эти слухи, что привело к панике. После принятия окончательного решения об обороне города 16 октября панику удалось погасить усилением мер безопасности и публичными выступлениями ряда московских руководителей.



СТРАТЕГИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ



Суть

Стратегия информационной войны — это целеполагание и общий план действий по воздействию на противника в информационной среде.

Пример

В 2012 году Единый комитет начальников штабов США издал доктрину JP 3-13 «Информационные операции».

Для успешного достижения целей военных действий информационная война должна обеспечивать завоевание и удержание подавляющего и всеохватывающего информационного превосходства над противником. Это реализуется через распространение собственной пропаганды и внедрение дезинформации.



ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА



Суть

Информационная среда — это совокупность всех сил информационной войны, распространяемой ими информации и среды ее распространения (радиоканалы, телеканалы, интернет-сайты, социальные сети, мессенджеры и прочее).

Пример

Во время Арабской весны (2011 год) в Египте социальная сеть Facebook использовалась активистами «Движения 8 апреля» для координации и распространения информации, при этом их основной площадкой было сообщество «Мы все Халед Саид», посвящённое студенту, убитому полицейскими.



هل يتصير دمي

بين سميتك

ماء

اتنفسى رداي

المليح

بالدماء

СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ. НАСТУПАТЕЛЬНАЯ

Суть

При этой стратегии **первая страна** оказывает информационное влияние на граждан **второй страны** с целью формирования у них мнения, выгодного **первой стране**.

Пример

В период Гражданской войны в Испании (1936-1939) фашистские силы (в частности, **нацистская Германия**) активно распространяли в Великобритании слухи и ложную информацию о республиканском правительстве **Испании**, выставляя его кровожадными коммунистами.

В результате Великобритания склонилась к эмбарго на какую-либо помощь обеим сторонам конфликта. Нацистская Германия и её союзники не соблюдали эмбарго, что в итоге привело к поражению республиканцев.



СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ. **ОБОРОНИТЕЛЬНАЯ**

Суть

При этой стратегии **первая страна** оказывает информационное влияние на собственных граждан с целью защиты от информационного воздействия **второй страны**.

Пример

Во время Великой Отечественной войны для нейтрализации воздействия вражеской пропаганды **СССР** активно применял высмеивание штампов **Третьего рейха**: неестественность речи листовок, пафос, восхваление Гитлера и преувеличенные успехи. Кроме того, фронтовые отделы пропаганды максимально оперативно реагировали на распространение новой пропаганды противника, в течение нескольких часов выпуская ответные передачи и листовки. В них высмеивалось и обоснованно опровергалось их содержание.



СТРАТЕГИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ. ЛАТЕРАЛЬНАЯ

Суть

При этой стратегии **первая страна** оказывает информационное влияние на граждан **третьей страны** с целью формирования у них мнения в отношении **второй страны**, выгодного для первой. Данную стратегию эффективно проводить в тех **третьих странах**, где есть неплохие позиции у **первой страны** или много колеблющихся граждан между поддержкой **первой** и **второй страны**.

Пример

В 1940 году, после поражения Франции, **Англия** осталась единственным противником **нацистской Германией** на Западном фронте мировой войны. Направленный в **США** агент MI-6 Уильям Стивенсон с помощью созданной сети агентов сумел распространить слухи о планах Гитлера на раздел Южной Америки и спровоцировать резкий рост антигерманских настроений. Уже к ноябрю 1941 года почти 70% американцев поддерживали вступление в войну против Третьего рейха.

