

# Игорь Николаевич Панарин

## СМИ, пропаганда и информационные войны



Текст предоставлен издательством [http://www.litres.ru/pages/biblio\\_book/?art=2886165](http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=2886165)  
«СМИ, пропаганда и информационные войны»: Поколение; Москва; 2012  
ISBN 978-5-9763-0133-7

### Аннотация

*Перед вами новая книга политолога, профессора, автора и ведущего программы «Мировая политика» Игоря Николаевича Панарина. В ней систематизированы сведения об эволюции информационного противоборства и пропаганды, их взаимосвязи с мировой политикой. Рассмотрены тенденции интенсификации процессов передачи информации, этапы развития глобального информационного общества (от печатного станка Гутенберга до глобальных телевизионных СМИ и Интернета), теория массовой коммуникации (модель Г. Лассуэлла и др.). Приведены конкретные примеры ведения информационного противоборства в годы Первой и Второй мировых войн, «холодной войны». Рассмотрен современный этап ведения информационной войны против России.*

*В книге получили развитие идеи, изложенные автором в книгах «Первая мировая информационная война. Развал СССР», «Информационная война и дипломатия», «Мир после кризиса, или Что дальше?» и ряде других книг. Книга будет полезна студентам, государственным служащим, сотрудникам специальных служб и правоохранительных органов, политологам и политтехнологам, сотрудникам подразделений по связям с общественностью, работникам СМИ.*

# Игорь Панарин

## СМИ, пропаганда и информационные войны

### Предисловие

*Идея написать эту книгу родилась 30 декабря 2010 года. Прошло всего несколько дней после моего возвращения из Пекина. В ходе поездки были проведены встречи с Чрезвычайным и полномочным послом России в Китае С. С. Разовым, советником-посланником Е. Ю. Томихиным, заместителем Исполнительного секретаря Шанхайской организации сотрудничества (ШОС) М. А. Конаровским, руководителями, а также аспирантами и преподавателями Пекинского Института международных отношений. А в*

*Пекинском Университете* была рассмотрена проблематика ведения информационной войны против Китая и России, с участием представителей Университета национальной обороны, ЦК КПК, ряда других государственных структур.

И я после возвращения на родную землю стал изучать информационную обстановку, связанную с сайтом ВИКИЛИКС. Дело в том, что в начале декабря 2010 года я был единственным из мировых политологов, который выдвинул версию о том, что Ассанж является агентом британской разведки МИ-6, но агентом нетрадиционным, агентом-нелегалом информационной войны. Моя гипотеза стала публичной (интернет-портал КМ.Ру, радио ГОЛОС РОССИИ, телекомпания МИР, RT). Проанализировав в конце декабря 2010 года информационную ситуацию, я убедился в верности своего подхода. Более того, с моей точки зрения, господин Ассанж – индикатор или маркер начала Второй мировой информационной войны. Напомню, что первая мировая информационная война шла с 1943 по 1991 год, с целью развала СССР. Но благодаря эффективным действиям режиссера-идеолога информационной войны Сталина (сына генерала русской разведки Н. Пржевальского), сначала в 1946 году рухнула Британская империя. А затем свою независимость получили Индия и Китай. Именно благодаря Сталину мир видит сегодня возможность альтернативного развития, более справедливого развития мира, чем модель Либерального колониализма, основанная на бездуховности, работорговле и наркоторговле, финансовом мошенничестве. Сталин – самый успешный отечественный проект 20 века, разработанный лучшими русскими разведчиками в конце 19 века, в целях обеспечения национальной безопасности Отечества нетрадиционными методами.

Главная же цель второй мировой информационной войны – ликвидация альтернативной модели мирового развития, в корне отличающейся от модели Либерального Колониализма. Все попытки глобалистов развязать третью мировую войну (ядерная война Индии против Пакистана, Израиля против Ирана т. д.) провалились. И тогда в бой за спасение Либерального колониализма (модели основанной на рабстве и наркоторговле) пошло старое испытанное тысячелетиями средство – информационная война. Конечно же, информационная война гуманнее, чем ядерная. Но вместе с тем, именно с помощью технологий информационной войны британскими колонизаторами в 19 веке были уничтожены **ДЕСЯТКИ МИЛЛИОНОВ** людей в Китае и Индии. А затем методами информационной войны были организованы **ДВЕ МИРОВЫЕ ВОЙНЫ** в 20 веке, в ходе которых погибло около 100 миллионов человек. В результате первой мировой информационной войны (1943–1991) был уничтожен СССР, что принесло неисчислимые страдания сотням миллионов людей.

Поэтому целесообразно сделать вывод о том, что **ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА** есть основное средство мировой политики на протяжении всей истории человечества, доминирующий способ достижения духовной, политической, финансовой и экономической **ВЛАСТИ** в мире.

**Информационная война 21 века – это СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ НООСФЕРЫ И МИРОВОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА В СВОИХ ИНТЕРЕСАХ и ЦЕЛЯХ.**

Плодотворная созидательная работа, в которой так нуждается наше многострадальное Отечество, невозможна без эффективного ведения национальной политической элитой России информационного противоборства в сфере мировой политики.

Мы должны уметь вести активное и жесткое информационное противоборство, защищая свои национальные интересы (прежде всего духовные и экономические), реализуя глобальный проект интеграции Евразии на основе духовно-нравственных ценностей и славяно-тюркского союза. Это – основная стратегическая задача национально-ориентированной элиты союзного государства Россия-Беларусь до 2020 года.

Первую мировую информационную войну (1943–1991 гг.) советская политическая элита проиграла. Проиграла потому, что после смерти генералиссимуса Сталина, к власти в стране в результате глобальной информационной операции **АНТИ-СТАЛИН** (режиссер и

организатор операции директор ЦРУ Аллен Даллес) помогли прийти некомпетентным, внешне управляемым людям (Хрущев, Горбачев).

Сейчас уже идет вторая мировая информационная война – война информационно-интеллектуальная и смысловая. Ведется она на новых фронтах (ноосферном, психофизиологическом, инновационном, цивилизационном и т. д.). Это война является духовно-творческой. А духовность и творчество – сильные черты нашего великого народа – духовного лидера человечества на протяжении всей мировой истории. Настало время их проявить.

Торжество Русского Духа – это начало восстановления Отечества в 2012 году, путем создания Евразийского Союза, с дальнейшей глобальной духовной интеграцией Евразии.

## Глава 1 Эволюция средств передачи информации

### 1.1. От древних писем до газет

На протяжении тысячелетий происходила эволюция средств передачи информации. Длительное время основным средством коммуникации между людьми была устная речь. Веками совершенствовалась техника передачи устного слова до возможно большего количества людей. Этой цели была подчинена и архитектура культовых и религиозных сооружений древнего мира.

Тысячи лет назад люди стали использовать знаки для записи устной речи. Первым шагом к письму, вероятно, было узелковое письмо. На самом деле оно не было письмом, узелок был лишь напоминанием о чем-то, что человек должен был сделать или запомнить. До сих пор мы сохранили память об этом письме в выражении: «Завязать узелок на память».

После узелкового письма появились зарубки на деревьях, стрелах, бирках. Счетные шнуры люди древности применяли для правильного счета. Затем появилось письмо в рисунках. Это был второй шаг человечества к созданию письменности. Первые рисунки появились около сорока тысяч лет назад. Постепенно рисунки становились похожими на рассказ в картинках. Это стало называться в науке пиктографией.

Постепенно рисунок стал упрощаться и распадаться на отдельные графические знаки. Их наносили на различные предметы и материалы. Например, в Египте – на папирусе или камне. На основе пиктографии возникло ребусное письмо, затем – слоговое и, наконец, – звуковое. Первый алфавит был создан во втором тысячелетии до нашей эры. И вот уже почти три тысячи лет человечество пользуется буквенно-слоговым письмом. Сегодня наука знает о существовании пятисот видов письменности.

Первым крупнейшим технологическим достижением, имевшим огромное значение для эволюции средств передачи информации, было **изобретение в 15 веке печатного станка** с использованием подвижных металлических литер.

Изобретение книгопечатания, т. е. печатания с набора, состоящего из отдельных литер, принадлежит немецкому типографу из Майнца – **Иоганну Гутенбергу**. Настоящая фамилия майнцкого первопечатника – **Генсфляйш**, но он предпочел взять фамилию матери. Значительную часть жизни он провел в Страсбурге, где занимался шлифовкой полудрагоценных камней и зеркал. В 1448 году Гутенберг появился в Майнце, где, взяв в долг 150 гульденов, продолжил работу над отливкой литерного набора и конструированием печатного станка. Год появления первого печатного издания остается предметом дискуссий – называются даты от 1445 до 1447 года. Первые издания, приписываемые Иоганну Гутенбергу, представляли небольшие листовки-календари и учебники. На них нет указаний имени Гутенберга и места издания, поэтому существуют различные версии относительно точной атрибуции и датировки.

Из ранних гутенберговских изданий сохранились так называемый «Фрагмент о Страшном суде» – напечатанный с двух сторон лист, представляющий собой отрывок из

«Сивиллиной книги», латинская грамматика Элия Доната (экземпляры которой хранятся в Парижской библиотеке).

Наиболее известным деянием Гутенберга стало издание так называемой 42-строчной Библии (называемой так по количеству строк на странице). В 1456 году двухтомная 42-строчная Библия была завершена, по праву став подлинным шедевром книгопечатания.

Затем книгопечатание появилось в Страсбурге, где Иоганн Ментелин в 1460–1461 гг. выпустил латинскую Библию в двух томах, а в 1466 году – так называемую 49-строчную Библию, первую Библию на немецком языке. Зять Ментелина, Адольф Руш, впервые ввел в Германии шрифт «антиква» и, занимаясь типографским делом, стал одним из настоящих подвижников немецкого гуманизма.

В Италии первый печатный станок был установлен в бенедиктинском монастыре св. Схоластики в Субиако, предместье Рима, усилиями немецких печатников Конрада Свейнгейма и Арнольда Паннарца в 1465 году. Именно они разработали антикву, которая стала шрифтовой основой для итальянского книгопечатания. Несмотря на материальные затруднения Паннарц и Свейнгейм до 1472 году смогли выпустить 36 книг. Вскоре книгопечатание появилось в Риме, где работал немецкий типограф Ульрих Ган, впервые в Италии выпустивший книгу с гравюрными иллюстрациями, затем – в Венеции, Милане, Неаполе, Флоренции.

Если до появления печатного станка Гутенберга в Европе существовало около 30000 книг, то к 1500 году их число приближалось к 9 миллионам. Таким образом, примерно за пятьдесят лет число книг увеличилось в сотни раз. Доступ к письменной информации получили и те, кто не принадлежал к церковной элите. Печатное слово стало первым средством массовой информации.

Огромная заслуга Гутенберга состояла в том, что он разработал «интегрированную систему» книгопечатания. Отлив литеры из свинца с примесью сурьмы, он добился их оптимальной плотности и сделал практически возможным изготовление матриц. Найденная им рецептура типографической краски не менялась на протяжении столетий.

Изобретение Гутенберга породило лавину печатной продукции. Ему самому потребовалось 4 года для издания Библии тиражом около 200 экземпляров. Затем тиражи выросли от сотен до миллионов экземпляров.

Развитие книгопечатания постепенно привело к появлению газет в конце 16 века. В Венеции специальные конторы «писцов новостей» выпускали рукописные листки стоимостью в одну серебряную венецианскую монету образца 1538 года – «газетту» (отсюда и пошло и сохранилось употребляемое ныне во многих языках слово «газета»).

Венецианские газеты представляли собой листы, сложенные вдвое и заполненные от руки с четырех сторон. Информация, помещенная в них, не была подписана и содержала новости о различных событиях, происходивших в Италии (исключая саму Венецию) и за ее пределами. Краткие новостные блоки (в основном военные или политические) были разделены абзацами, где в качестве своеобразного «заголовка» выступали название города (страны) и дата происшедшего события. Венецианские рукописные газеты назывались «аввизи» (avvisi – от итал. «avviso» – сообщение, извещение), и самый ранний дошедший до нас комплект датируется 1566 года. Появление газет в Венеции – не случайность, так как именно в 15–16 веках Венеция была крупнейшим мировым финансовым центром.

Периодичность рукописных газет была еженедельной. Вероятно, что в Венеции существовали люди, профессиональные собиратели новостей – «аввизатори» («avvisatori» – от итал. «вестник, приносящий новости»).

Рукописные венецианские газеты имели достаточно широкое хождение по Италии и Европе и способствовали появлению аналогичных изданий в Германии, где итальянский опыт использовали представители аугсбургского банкирского дома Фуггеров. Финансовая империя Фуггеров, тесно связанная банкирами Венеции, имевшая интересы во многих странах Европы и кредитовавшая многих европейских монархов, обладала хорошо разветвленной сетью торговых агентов в промышленных центрах Европы. Торговые агенты

служили корреспондентами, собирая для Фуггеров информацию делового, политического и общего характера. Эти сообщения, в определенном смысле разведывательные, специально скомпонованные и аккуратно переписанные, стали «газетами» банкирского дома Фуггеров («Fuggerzeitungen») и имели хождение в Европе между 1568 и 1605 гг.

Рукописные газеты Фуггеров не продавались свободно, а поставлялись только избранному кругу получателей, в который входили члены семьи Фуггеров, а также клиенты банкирского дома. Замкнутый характер распространения фуггеровских «газет» не позволяет считать их прямыми предшественниками первых европейских газет, так как одним из характерных признаков газеты является свободный доступ к ее получению. Однако сам феномен долгосрочности их существования, несомненно, заслуживает внимания, так как затем он был активно использован через двести лет Ротшильдами, при строительстве ими крупнейшей финансовой империи мира.

**Ротшильды** (нем. *Rothschild*) – династия банкиров и общественных деятелей.

*Фамилия происходит от внешнего вида эмблемы ювелирной мастерской, принадлежавшей Анхелю Мозесу Бауэру (отцу Майера Амшеля Ротшильда), эмблема мастерской представляла собой изображение золотого римского орла на красном щите. Со временем мастерскую так и стали называть «Красный щит». Позже его сын взял себе фамилию по названию мастерской «Красный щит» или «Rotschild». Основателем династии Ротшильдов является Майер Амшель Ротшильд (1744–1812), основавший банк во Франкфурте-на-Майне. Дело продолжили пять его сыновей: Амшель Майер, Соломон Майер, Натан Майер, Кальман Майер, Джеймс Майер. Братья контролировали 5 банков в крупнейших городах Европы (Париж, Лондон, Вена, Неаполь, Франкфурт-на-Майне). В настоящее время существуют только две ветви Ротшильдов – английская (от Натана) и французская (от Джеймса).*

Кроме рукописных газет, в информационном потоке XVI–XVII вв. широкое хождение имели печатные памфлеты, «книги новостей», «листки новостей», «газеты-листочки», «реляции», «истории» и «баллады новостей» – печатные брошюры небольшого формата и небольшого объема, оперативно откликавшиеся на различные события как внутри страны, так и за рубежом и во многом напоминавшие первые газеты.

Несмотря на сходство, три основных момента отличают эти брошюры от первых газет: 1) подобного рода печатная продукция обычно посвящалась только одному событию; 2) данные издания не были периодическими; 3) зачастую акцент делался на иллюстративный ряд, как, например, в «балладах новостей» или в «газетах-репродукциях». «Книги новостей» не исчезли с появлением первых газет, а продолжали существовать на протяжении всего XVII столетия.

**Родословную первой типографской газеты некоторые историки ведут от издававшегося в Лейпциге в 1590 году ежедневного листка**, другие – от бельгийской «Ньюве тийдинген» (1605 год), третьи – от еженедельников «Авизо» и «Реляцион», появившихся в Германии в 1609 году.

Годом рождения европейской газетной периодики чаще считается 1609 год. Местом ее появления стала Германия. Газета, начинавшаяся словами «Relation: Aller Furnemmen», была напечатана в январе 1609 года в городе Страсбурге, и в ней были помещены новости из Кельна, Антверпена, Рима, Венеции, Вены и Праги. Редактором-издателем этого еженедельника стал типограф **Иоганн Каролюс**, ранее занимавшийся составлением рукописных листков новостей.

В том же 1609 году в Аугсбурге появилась «Avisa Relation oder Zeitung» – другая еженедельная газета, которую издавал **Лука Шульте**. Проникшее в немецкую печать итальянское слово «avviso» свидетельствует о генетической связи между первыми немецкими еженедельными газетами и их венецианскими прообразами. Формат немецких изданий и форма подачи новостей также напоминают венецианские avvisi.

Первые печатные газеты не имели четко обозначенного названия. Место издания и

фамилия редактора-издателя обычно не указывались. Расположение новостного материала зависело не от степени важности самого описываемого события, а от дня поступления данной информации. Сами новости практически не комментировались и подавались без всяких рубрик, политические события перемежались с далеко не всегда достоверными сенсациями.

Начиная с 1609 года еженедельные периодические печатные издания стали быстро распространяться по всей Европе: в 1610 году печатный еженедельник «*Ordinari Wochenzeitung*» начал издаваться в Базеле, в 1615 году к Базелю присоединились Франкфурт-на-Майне и Вена. В 1616 году газета появляется в Гамбурге, в 1617 – в Берлине, в 1618 – в Амстердаме, в 1620 – в Антверпене, Магдебурге, Нюрнберге, Ростоке, Брауншвейге, Кельне.

К 1630 году еженедельные газеты появились уже в 30 городах Европы. Быстрое распространение печатных периодических изданий, а в период с 1609 по 1700 гг. только в Германии специалисты зафиксировали хождение около 200 газет, объяснялось возросшим уровнем типографского дела, ростом городов и увеличением спроса на различную информацию со стороны городского населения, основным потребителем данного типа печатной продукции.

Однако процесс появления первых газет в ряде стран сдерживался строгими цензурными порядками, регулировавшими появление печатной продукции. Повсеместное введение института предварительной цензуры, появившейся почти сразу после изобретения книгопечатания, стало реакцией государства на неподконтрольное распространение идей, мнений и информации.

**Уже в 1502 году в Испании был принят закон, согласно которому все печатные издания должны были проходить предварительную цензуру.** Цензорские функции возлагались на государственные и церковные структуры. Вормский эдикт 1521 года, направленный против Лютера, предусматривал введение предварительной цензуры в Германии.

Именно действие цензурных ограничений привело к тому, что первые печатные газеты в Англии и Франции появились с относительным запозданием. В Англии в 1538 году был принят закон, согласно которому любой типограф должен был получить королевский патент на свою деятельность, а цеховая организация типографов – «Компания книгоиздателей» – была обязана не только представлять печатные материалы на предварительную цензуру, но и следить за деятельностью членов своего цеха.

Реакцией католической церкви на победу Реформации стало появление в Риме в 1559 году первого «Индекса запрещенных книг», издаваемого Ватиканом и вводящего цензуру на издания, циркулировавшие на территории стран католического мира. Причем «Индекс запрещенных книг» преследовал не только за написание, издание и распространение запрещенных книг, но и за их чтение и хранение.

Функции цензуры в Англии были возложены на так называемую Звездную палату при Тайном совете короля, игравшей в XVI–XVII вв. роль комитета по делам печати. Право главных цензоров в Звездной палате получили архиепископы Лондонский и Кентерберийский, без санкции которых не мог быть опубликован ни один печатный текст. Во Франции закон 1561 года предписывал подвергать бичеванию распространителей и авторов «клеветнических» листов и памфлетов. В случае повторного нарушения закона лица виновные карались смертной казнью.

В условиях жесткого цензурного давления в других странах активную роль сыграла иудейско-протестантская Голландия, которая в XVII столетии являлась самой либеральной страной Европы.

Первый номер официальной французской газеты увидел свет 30 мая 1631 года. Ее название – «*La Gazette*» – возводится исследователями к названию мелкой серебряной монеты (*gazetta*), которой платили венецианцы в XVI веке за рукописные «*avvisi*». С легкой руки Теофраста Ренодо слово «газета» вошло во многие европейские языки.

Сам Ренодо вряд ли смог организовать свое издание без поддержки всемогущего

кардинала Ришелье. Медику Ренодо было сложно войти в замкнутый мир парижских типографов. Во времена Ренодо печатники и книгоиздатели согласно статуту, утвержденному их корпорацией, должны были иметь хорошее образование – знать латынь, уметь читать по-гречески – и обладать сертификатом Парижского университета на право заниматься этим делом. Чтобы открыть книжную лавку в Париже, необходимо было прожить в Париже от 4 до 6 лет.

В 1630 году при поддержке Ришелье Теофраст Ренодо получил официальное разрешение на владение Адресным бюро и смог действовать и собирать информацию на всей территории Франции. Имея в руках монополию на сбор информации, Ренодо уже мог сделать шаг к изданию собственной газеты. Следует обратить особое внимание на личность кардинала Ришелье.

*Арман Жан дю Плесси, герцог де Ришельё, Кардинал Ришельё, прозвище «Красный кардинал» (фр. Armand-Jean du Plessis, duc de Richelieu; 9 сентября 1585, Париж – 4 декабря 1642, Париж) – французский кардинал, аристократ и выдающийся государственный деятель.*

Отец – Франсуа дю Плесси де Ришелье – видный государственный деятель времен правления Генриха III, 31 декабря 1585 года ставший рыцарем ордена Святого Духа. Во Франции насчитывалось всего 140 рыцарей этого ордена, представлявших 90 фамилий. Мать – Сюзанна де Ла Порт. Крестными отцами Ришелье были два маршала Франции – Арман де Гонто-Бирон и Жан д'Омон, давшие ему свои имена. Окончил Наваррский коллеж. Был посвящён в сан епископа Люсонского 17 апреля 1607 года. Защитил диссертацию в Сорбонне на степень доктора философии по богословию 29 октября 1607 года. 21 декабря 1608 года вступил во владение Люсонским епископатом. Депутат Генеральных штатов 1614 года от духовенства. Выступал за укрепление королевской власти.

*Кардинал Ришелье был государственным секретарём с 1616 года и главой правительства («главным министром короля») с 1624 года до своей смерти в 1642 году. По предложению Ришелье перед самой смертью, 5 декабря 1642 года король Людовик XIII назначил его ученика и любимца Джулио Мазарини главным министром.*

«La Gazette» выходила раз в неделю на 4 страницах. Первый номер содержал новости (в основном двухнедельной давности) из Рима, Праги, Константинополя. Тематика – торговля, война, придворная хроника, дипломатические известия. Тираж «La Gazette» первых лет издания не превышал 1200 экземпляров, сохранялась единая нумерация выпусков, а по истечении года издавался «Recueil des Gazettes» («Годовой сборник «La Gazette»).

Публикации Ренодо отличались почти литературным стилем, сам король читал «La Gazette» и даже назначил редактору денежное вознаграждение за его журналистский труд. «La Gazette» воспринималась как печатный орган правительства, и с 1762 года стала выходить в качестве официального издания под названием «La Gazette de France», просуществовав в общей сложности до 1944 года.

При помощи «La Gazette» кардинал Ришелье постарался установить государственную монополию на информацию. Он был убежден, что стране нужна только та информация и только в том освещении, которые выгодны правительству и отвечают интересам его политики. Как внутренняя хроника, так и сообщения из других стран подвергались самой тщательной обработке. Кардинал не только сам писал в газете (анонимно), но и приобщил к «журналистике» самого короля Людовика XIII. Любопытен и такой факт – кардинал Ришелье обожал кошек, и одну из своих любимиц он назвал «La Gazette».

В Италии появление первого печатного периодического издания относится к 1636 году, когда во Флоренции типографы Амадоре Масси и Лоренцо Ланди стали издавать еженедельник, не имевший, однако, определенного названия. Первая же итальянская газета, имевшая название «Sincero» («Искренняя»), издавалась Лукой Ассарино в Генуе с 1642 по 1682 гг. 1640-е гг. в Англии отмечены появлением первых образцов политической периодики, что было связано с противостоянием короля Карла I и парламента. Под давлением парламента Звездная палата была упразднена в июле 1641 года. Хотя формально

цензуру в Англии никто не отменял, пресса получила значительную свободу в освещении общественно-политических событий, а поляризация общества привела к появлению периодических изданий различной политической ориентации.

**Первой ежедневной газетой в Европе стала «Einkommende Zeitung» («Приходящая газета»), которая увидела свет в 1650 году в Лейпциге . В Англии первая ежедневная газета «The Daily Courant» («Ежедневные куранты») стала выходить лишь в 1702 году, во Франции «Journal de Paris» («Парижская газета») – в 1777 году, в Италии «Gazzetta di Genova» («Генуэзская газета») – в 1798 году.**

Первая российская газета **«Куранты» (второе название «Вестовые письма») появилась в 1621 году . Но она была рукописной .** Источником информации для «Курантов» служили сообщения послов, купцов, а также специально направленных за границу «дозорных людей» – своего рода специальных корреспондентов, задачей которых было «проведывать о разных в Европе военных действиях и мирных постановлениях». Первыми специальными корреспондентами в истории российских СМИ были Кузьма Симонов, Василий Гусев, Петр Крузиорн и Гебдон.

В России первая печатная газета появилась в 1703 году (Ведомости), гораздо раньше чем во Франции и Италии. Появившаяся 2 января 1703 года газета «Ведомости» («Ведомости о военных и иных делах, достойных знания и памяти, случившихся в Московском государстве и во иных окрестных странах») являлась государственным изданием. Тот факт, что газета появилась по указу императора Петра I, существенно отличал ее от зарубежных СМИ, которые возникали в основном по частной инициативе и служили торгово-коммерческим целям. Издавать газету во все времена было нелегко, ибо, как сетовал переводчик Посольского приказа Волков «время настоящее мутно, трудно, хлопотливо и ненадежно». Первым русским репортером общепризнанно считается Яков Сиявин, которого Петр приказал «определить для собирания сведений о жизни русского общества». Сиявин начал работать в «Ведомостях» в 1719 году, и сразу же появились его сообщения об успехах российской экономики, яркие корреспонденции из провинции. Интересен факт, что первым распространителем газеты стал 17-летний солдат Вася Татищев, будущий автор «Истории государства российского», исследователь Урала, ученый-энциклопедист.

Кстати, само слово «информация» также вошло в русский язык в петровскую эпоху. Впервые оно было зафиксировано в «Духовном регламенте» в 1721 году. Вызванная к жизни политическими, экономическими и культурными потребностями страны, **первая печатная газета «Ведомости» (1703–1727)** отразила в своей сущности противоречия эпохи петровских преобразований. С одной стороны, она стала важным явлением национальной культуры, содействовала демократизации языка, осуществляла просветительскую функцию. С другой, – служила целям пропаганды внутренней и внешней политики правительства, монопольно воздействовала на мнения читателей в монархическом духе.

Сподвижники Петра I – Петр Сиявин, Борис Волков, активно поддерживавшие его реформы, принимали участие в подготовке и выпуске «Ведомостей» и в своих суждениях о газете проявляли заботу об оперативности, доступности, качественном оформлении издания.

Учитывая цель издания и интересы читателей «Ведомостей», Б. Волков говорит о «новости» как важнейшем признаке газеты, без которого она утрачивает свою специфику. Для обеспечения регулярности выхода и оперативности газеты он предлагает печатать ее так, «чтобы одна новая ведомость в запасе была».

«Ведомости» имели по преимуществу информационный характер. Будучи «газетой новостей», они осуществляли политические задачи не только благодаря отбору фактов, их комментированию, но и размещению на полосе. Так, о временных неудачах Петра I в ходе Северной войны «Ведомости» умалчивали, зато сообщения о победах подавались броско, на первых страницах, а иногда и в специальных выпусках. Форма подачи и комментариев такого значительного события, как восстание под руководством К. Булавина, подтверждают политическую тенденциозность газеты: «Донской казак, вор и богоотступник Кондрашка Булавин умыслил... учинить бунт. Собрал к себе несколько воров и единомышленников, и



посылал прелестные письма во многие города и села, призывая к своему воровскому единомыслию» (1703, 20 июля).

В заметках «Ведомостей», передающих авторское отношение к изображаемым фактам, детально описывающих события, комментирующих высказывания, проявляется тенденция к отпочкованию информационных жанров – репортажа, отчета, интервью. Корреспонденции на военные темы содержат в себе зачатки аналитического рассмотрения фактов. Развитие жанров в «Ведомостях» шло интенсивно, как и вся экономическая, политическая и культурная жизнь России в эпоху петровских преобразований.

«Ведомости» печатались до 1711 года в Москве, затем в Петербурге. Цена за номер составляла от 2 до 8 денег, т. е. от 1 до 4 копеек (ежедневный заработок их наборщика равнялся 3 деньгам); тираж колебался от нескольких десятков до нескольких тысяч экземпляров (номер с сообщением о Полтавской битве был отпечатан в количестве 2500 экземпляров). Периодичность, объем номера, формат и даже заглавие газеты не были устойчивыми.

Таким образом, в первые десятилетия XVIII века единственной разновидностью периодики в России была газета, обретавшая свои типологические особенности в содержании, оформлении, системе жанров, преимущественно информационных, среди которых главенствующую роль играла заметка. После смерти Петра I в пору начавшихся дворцовых переворотов «Ведомости» прекратили свое существование, печатное дело перешло в ведение Академии наук и Московского университета. С 1728 года издаются «Санкт-Петербургские ведомости». С 1728 по 1742 гг. газета имела приложение «Исторические, генеалогические и географические примечания». С 1756 года Московский университет начал издание «Московских ведомостей».

Вопросы специфики журналистской деятельности, морального облика журналиста, его места в обществе, свободы творчества раньше других рассмотрел М. Ломоносов в статье «Рассуждение об обязанностях журналистов при изложении ими сочинений, предназначенное для поддержания свободы философии», опубликованной в амстердамском журнале «Nouvelle Bibliothèque germanique» (1755, т. 6, ч. 2).

*Михаил Васильевич Ломоносов* (8 (19) ноября 1711, деревня Мишанинская, Россия – 4 (15) апреля 1765, Санкт-Петербург, Российская империя) – первый русский учёный-естествоиспытатель мирового значения, энциклопедист, химик и физик; он вошёл в науку как первый химик, который дал физической химии определение, весьма близкое к современному, и предначертал обширную программу физико-химических исследований; его молекулярно-кинетическая теория тепла во многом предвосхитила современное представление о строении материи, – многие фундаментальные законы, в числе которых одно из начал термодинамики; заложил основы науки о стекле. Астроном, приборостроитель, географ, металлург, геолог, поэт, утвердил основания современного русского литературного языка, художник, историк, поборник развития отечественного просвещения, науки и экономики. Разработал проект Московского университета, впоследствии названного в его честь. Открыл наличие атмосферы у планеты Венера. Действительный член Академии наук и художеств (адъюнкт физического класса с 1742, профессор химии с 1745).

М. Ломоносов характеризует журналистскую деятельность как особый род деятельности. Труд журналистов, по его мнению, творческий и направлен на служение истине: «Силы и добрая воля – вот что от них требуется. Силы – чтобы основательно и со знанием дела обсуждать те многочисленные и разнообразные вопросы, которые входят в их план; воля – для того, чтобы иметь в виду одну только истину, не делать никаких уступок ни предубеждению, ни страсти».

Доказывая некомпетентность критических отзывов зарубежных журналистов о его научных трудах, М. Ломоносов решает одновременно ряд теоретических вопросов: о задачах научной периодики, требованиях к публикуемым материалам на научные темы, жанровых признаках рецензии на ученые труды, обязанностях рецензентов.

По его мнению, успешно осуществлять свои обязанности может журналист «ученый, проницательный, справедливый и скромный». Он должен уметь схватывать «новое и существенное» в сочинениях, освободить свой ум от всякого предубеждения, особенно внимательно относиться к сочинениям, признанным «достойными опубликования людьми, соединенные познания которых естественно должны превосходить познания журналиста». Он не должен «спешить с осуждением гипотез», «красть у кого-либо из собратьев высказанные последними мысли и суждения», быть «высокого представления о своем превосходстве». В связи с назначением и содержанием издания М. Ломоносов решает задачи его внутренней организации, обосновывает положение о коллегиальном обсуждении публикуемых в журнале материалов.

Благотворное влияние на развитие периодической печати оказали научные труды М. Ломоносова, посвященные основам литературного языка, прежде всего «Краткое руководство к риторике, на пользу любителей сладкоречия сочиненное» (1743), в переработанном и дополненном виде изданное в 1748 году под названием «Краткое руководство к красноречию». Характеризуя понятийную и эмоциональную стороны публичной речи, М. Ломоносов говорил о логической связи между понятиями, уравнивании слова и понятия, с одной стороны, а с другой – о чистоте «штиля», живом изображении, красоте и силе слова. Своеобразной иллюстрацией к этим рассуждениям ученого служили приведенные в руководстве отрывки из речей Демосфена и Цицерона, диалогов Лукиана Самосатского и Эразма Роттердамского.

Ломоносовское учение о «трех штилях» способствовало развитию русского литературного языка.

## 1.2. Создание информационных агентств

Важным этапом в деле коммуникационных новаций стало появление информационных агентств. Первое в мире информационное агентство появилось в 1835 году в Париже. Его основателем стал Шарль Луи Гавас, начавший свою деятельность с «бюро переводов Гаваса», в задачу которого входило оперативное обеспечение переводов иностранной прессы для нужд местной периодики.

*Гавас (Navas) Шарль-Луи (5.07.1783-21.05.1858) – основатель первого в мире информационного агентства. Родился в Руане, получил хорошее образование, обнаружив особые способности к языкам. При Наполеоне Гавас был банкиром, давал большие кредиты правительству, которые после падения Императора не смог вернуть и оказался на грани разорения. Тогда Гавас решил использовать свое хорошее знание иностранных языков и начал делать переводы из европейских периодических изданий. Эти обзоры иностранной прессы он предлагал парижским периодическим изданиям. Так возникло информационное агентство «Гавас». Услугами агентства пользовались влиятельные парижские газеты «Журналь де Деба», «Конститусьонель», «Пресс», «Сьекль». Позже Гавас организовал широкую сеть европейских корреспондентов, передающих информацию из стран пребывания.*

*В 1853 году почти во всех парижских ежедневных газетах появилась рубрика «Сообщения телеграфного агентства», в которой печаталась информация агентства «Гавас». После смерти Гаваса агентство унаследовал его сын Огюст Гавас. Агентство «Гавас» просуществовало до 1940 года. В 1944 году на базе «Гавас» было создано информационное агентство «Франс-пресс».*

В дальнейшем информационное агентство Гаваса получало новости из зарубежных газет, а также от широкой сети собственных корреспондентов, продавая полученную информацию в парижские газеты, затем провинциальные, а потом и зарубежные издания. Для быстрого получения информации агентство Гаваса с успехом применяло голубиную

почту. Офис Гаваса располагался на одной улице с главным парижским почтамтом, что ускоряло возможность быстрой отправки почты. Именно в агентстве Гаваса получили первые навыки работы будущие основатели собственных информационных агентств – Бернхард Вольф и Питер Юлиус Ройтер.

Вольф был вторым сыном еврейского берлинского банкира. **В конце 1848 года Вольф, на средства выделенные отцом, открыл собственное агентство**, получив должность исполнительного директора берлинской газеты «National Zeitung». Он подключил к редакции телеграф и стал помещать в газете короткие сообщения из Лондона и Франкфурта, полученные по новому средству связи. Цена на услуги телеграфной связи была высокой, а потому Вольф заключил договор с издателями других газет и частными лицами о продаже им биржевых новостей, полученных из Парижа, Лондона, Штеттина, Гамбурга и Франкфурта-на-Майне. Так возникло «Telegrafisches Korrespondenzbureau (B. Wolf)» («Телеграфное корреспондентское бюро (Б. Вольф)»).

Вначале передаваемые новости были только биржевыми, но вскоре стали дополняться и новостями политическими. В 1847 году был изобретен телеграф. Впервые стало возможным передавать информацию на большие расстояния с огромной скоростью. Когда была четко налажена телеграфная связь между немецкими городами и Венной, то Вольф усилил бюро новостей службой внутривнутриполитической информации.

21 июля 1816 года в семье кассельского раввина Самуэля Леви Йошафата и его жены Бетти родился третий сын. Его назвали Исраэлем Бер-Йошафатом. Отец умер, когда мальчику исполнилось 13 лет, и он вынужден был прервать обучение в школе и перейти в торговое училище. Вскоре старшая сестра забрала его к себе в Гёттинген, где Израэль учится банковскому делу в банке, принадлежащем мужу сестры. Умный и энергичный юноша не видит для себя перспектив в Гёттингене и в 1840 году переезжает в Берлин, где вместе с партнером открывает небольшое издательство и книжный магазин. Вскоре он знакомится с дочерью берлинского банкира Идой Магнус. Для того чтобы упрочить свое положение в обществе, Исраэль принимает решение перейти в христианство. Еврейская община Берлина в те времена относилась к этому весьма лояльно. В октябре 1845 года Исраэль становится лютеранином и получает новое имя и фамилию – Пауль Юлиус Ройтер. А в ноябре новоявленный Пауль женится на Иде Магнус, которая сразу же становится помощницей во всех его делах. Они симпатизируют демократическому движению – предтече революции 1848 года Пауль всё больше пропадает в столичных редакциях, заводит там новые знакомства и сам пишет заметки и сообщения во многие либеральные издания. Ряд его политических памфлетов вызвал резко враждебную реакцию, и молодая семья вынуждена была срочно покинуть Берлин. В конце 1848 года они перебираются в Париж, где Ройтер надеется найти работу в качестве журналиста.

В начале 1849 года Ройтер, пользуясь отсутствием в Париже налога на печать, основал газетный листок, представлявший собрание всякого рода новостей – от светской хроники до биржевых сводок. Жена Ройтера переводила информацию с французского языка на немецкий, и газета рассылалась подписчикам в Германию. Идея была хороша, но в финансовом отношении проигрышна. Газета была закрыта за долги, но это обстоятельство не обескуражило Ройтера. Затем он перебрался в Германию в город Аахен (столица империи Карла Великого 9 века), который в силу своего географического положения являлся важнейшим «коммуникационным перекрестком» между Бельгией, Нидерландами и Германией. В этом городе Ройтер открыл свою первую информационную контору.

Большие перспективы в развитии информационного рынка Ройтер видел в Англии, но договориться с главным редактором газеты «The Times», который видел в немце еврейского происхождения агента иностранной разведки, не удалось. К тому же «The Times» имела свою сеть корреспондентов практически по всей Европе, в США, Китае, Индии и на Ближнем Востоке. И все же летом 1851 года Питер Юлиус Ройтер переехал в Англию, чтобы стать Джулиусом Рейтером и основать 4 октября того же года компанию под названием «Подводный телеграф».

Офис новой компании Рейтер расположился в одном из зданий Лондонской фондовой биржи, курируемой Ротшильдами. Агентство Рейтера, пользуясь услугами телеграфного кабеля, проложенного через пролив Па-де-Кале, дважды в день снабжала биржевиков и торговцев самой свежей информацией о ценах и котировках. Финансовая империя Ротшильдов подписала контракт с Рейтером, став главным финансовым спонсором нового агентства.

Деньги Ротшильдов сделали свое дело. Уже к началу 1860-х гг. Джулиус Рейтер приобрел огромное влияние: сеть офисов агентства Рейтер покрывает весь мир. Правительство Ганновера дает Рейтеру разрешение проложить между «английским и ганноверским берегами» кабель, который затем продлевается до самой российской границы. А в 1862 году, когда телеграфные линии проложили через Уральский хребет к Тюмени, Рейтер организовал там конную курьерскую службу для доставки сообщений из Пекина. Прокладка Сайрусом Филдом телеграфного кабеля между Северной Америкой и Европой, осуществленная в 1866 году, открывала перед агентством Рейтер новые возможности. Его американское бюро стало значительно оперативнее доставлять сообщения в Лондон. В настоящее время в агентстве более 16 тыс. сотрудников, передающих информацию из 157 стран мира. Сбор новостей и их редактирование осуществляется на 25 языках. Агентство Рейтер объединяет около 2000 журналистов, фотографов и операторов и значится вторым в списке самых влиятельнейших агентств мира.

Чтобы конкурентная борьба не выходила за цивилизованные рамки, в 1870 года все три агентства подписали Картельный договор, распределив сферы влияния. Согласно этому договору Рейтер распространял свою информацию в Великобритании и Восточной Азии, Гавас – во франкоязычных странах, а Вольф – в Северной и Восточной Европе, в Германской империи и ее колониях.

В мае 1848 года десять представителей шести ведущих газет Нью-Йорка собрались, чтобы обсудить возможность уменьшения расходов на получение новостей в связи с появлением телеграфа. Затем последовала долгая серия переговоров и в результате состоялась историческая встреча, приведшая к созданию корпоративного объединения газет под названием «Associated Press of New York», а в дальнейшем просто «**Associated Press**» («**Ассошиэтед Пресс**»).

Первоначальная идея этой ассоциации заключалась в совместном несении расходов по содержанию парохода, выходившего из Бостона встречать корабли, прибывавшие из Европы в Галифакс (Новая Шотландия, Канада). Совместно оплачивались расходы по передаче полученных новостей телеграфом из Бостона в Нью-Йорк. Между Бостоном и Нью-Йорком уже существовала телеграфная линия, поэтому расходы на получение информации из Европы действительно сокращались. Совместно оплачивались и услуги телеграфа. Через год в Галифакс была проложена телеграфная линия и, соответственно, было открыто первое бюро «Associated Press».

Полученные новости становились ходовым товаром, который можно было продавать другим газетам. Так возникло первое американское информационное агентство «Associated Press», получающее финансовую выгоду от продажи новостей различным средствам массовой информации. Сегодня – это крупнейшее агентство мира, со штатом более 100 тысяч человек.

В 1858 году был впервые использован межконтинентальный телеграфный кабель между Европой и Северной Америкой. Это дало толчок дальнейшему развитию телеграфных агентств.

Не менее важным технологическим изобретением, революционно изменившим способ обмена информацией, был телефон. **Аппарат А. Белла, запатентованный им 10 марта 1870 года**, оказался первой личной информационно-коммуникационной технологией. Это явилось предтечей глобальных средств передачи информации.

Русское телеграфное агентство (РТА) было создано в 1866 году. Извещение о его создании было опубликовано в газете «Биржевые ведомости», при которой уже 4 года

действовало небольшое телеграфное бюро. Агентство получило разрешение иметь свои бюро в разных городах, издавать свои бюллетени телеграмм и продавать их. Первоначально РТА распространяло иностранную политическую информацию и коммерческие новости на территории страны организациям, редакциям газет и частным лицам. Вскоре оно стало собирать и распространять за границей через бюро Вольфа внутрироссийскую информацию. Это значительно облегчило получение сведений, особенно провинциальным газетам. Спустя шесть лет в 1872 году к первому телеграфному агентству в России прибавилось Международное телеграфное агентство, а в 1882 году возникло Северное телеграфное агентство. Первое общероссийское телеграфное агентство было создано в 1894 году. Все российские агентства **были частными предприятиями** и принадлежали крупным издателям – Краевскому, Суворину, Нотовичу, Трубникову. Телеграфные агентства снабжали своей информацией почти все провинциальные и многие столичные газеты. Всю необходимую информацию, в том числе новости, агентства, как правило, черпали из газет своих владельцев, а провинциальные газеты в свою очередь, были вынуждены повторять голоса столичной прессы. Тем не менее, факт появления информационных агентств свидетельствует об усовершенствовании газетного дела в целом.

Русско-японская война 1904–1905 годов вынудила правительство России пойти на создание государственного Санкт-Петербургского телеграфного агентства (СПТА), организованного в 1904 году, так большинство российских СМИ проводили антиправительственную информационную политику. Дело дошло до того, что российские либералы слали поздравительные телеграммы японскому императору по поводу взятия Порт-Артура и гибели русского крейсера «Варяг». ИТАР-ТАСС ведет свою историю именно от СПТА. В 1912 году оно было переименовано в Петербургское телеграфное агентство (ПТА) и перешло в ведение Совета министров, а с 1915 года стало именоваться Петроградским. Петербургское телеграфное агентство имело свыше 200 корреспондентов в России и за границей и активно снабжало печать России информацией о внутренней и международной жизни. После Великой октябрьской социалистической революции по декрету СНК от 18 ноября (1 декабря) 1917 года ПТА было преобразовано в Центральное информационное агентство при СНК. В связи с тем, что большинство агентов ПТА заняли антисоветскую позицию, они были заменены особоуполномоченными местных Советов, которые получали инструкции от комиссара ПТА Старка. Местные Советы в духе революционного времени были обязаны пользоваться информацией ПТА для публикации в своих органах, а не имевшие их должны были организовать специальные бюллетени с телеграммами ПТА. 7 сентября 1918 года было образовано Российское телеграфное агентство (РОСТА), которое являлось центральным информационным органом Советского государства. РОСТА было создано путем присоединения Бюро печати при ВЦИК и Петроградского телеграфного агентства. В РОСТА влились все советские информационные агентства (информационное бюро НКВД, коммерческие телеграфные агентства). Его основной задачей было обеспечение партийных и советских органов, а также печати оперативной внутренней информацией, прежде всего о событиях на фронтах гражданской войны. В 1919 года у РОСТА было уже 42 корреспондентских пункта на территории России, а в 1922 – уже 477. В агентстве было 10 отделов, среди них: литературный, агитационный, инструкторский, художественно-фотографический. Довольно быстро была создана корреспондентская сеть. Кроме того, действовали отделения за рубежом: в Берлине, Тегеране, Будапеште, Вене, Стокгольме и Осло. Тем не менее, корреспондентов советской печати за границей было мало. В некоторых редакциях международной информацией занимались филологи, врачи, неудавшиеся дипломаты, банковские деятели дореволюционного времени. Информация же из-за границы преимущественно поступала от зарубежных телеграфных агентств. РОСТА стало крупным издательским учреждением, издающим вестники, бюллетени, стенные газеты в помощь губернским и уездным изданиям. В годы гражданской войны работники РОСТА участвовали в деятельности многочисленных агитпоездов и агитпароходов, выпускали листовки, плакаты, многотиражные газеты.

Наиболее известны своими карикатурами и острыми забавными стихами так называемые «Окна РОСТА» (Окна сатиры РОСТА), с которыми активно сотрудничали Черемных, Маяковский, Демьян Бедный, Мор и другие. Это был самобытный вид агитационно-массового искусства, возникшего в 1919–1921 годах и являвшийся одной из форм формирования общественного мнения. Острые, доходчивые сатирические плакаты с краткими стихотворными текстами освещали злободневные события, иллюстрировали телеграммы, передававшиеся агентством в газеты. При этом корреспондентам рекомендовалось вести работу, как сказал Ленин, по «созданию такой прессы, которая не забавляла и не дурачила массы политическими пикантностями и пустяками, а именно вопросы повседневной экономики несла на суд массы, помогала серьезно изучать их».

В первое время своего существования РОСТА, помимо своей непосредственно информационной деятельности, занималось и распространением периодических изданий.

С созданием в 1919 году Центропечати (позднее она была преобразована в Союзпечать), эти функции из РОСТА ушли. После окончания гражданской войны агентство несколько раз меняло ведомственную принадлежность: в декабре 1920 года РОСТА было подчинено Главполитпросвету, в сентябре 1922 года – передано ВЦИК, в 1925 году – подчинено СНК РСФСР, а в 1935 его функции были переданы Телеграфному агентству Советского Союза (ТАСС), переименованному в 1992 году в ИТАР-ТАСС.

### **Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС)**

По классификации ЮНЕСКО, ИТАР-ТАСС на сегодняшний день является четвертым по величине и влиятельности, после Рейтер (Великобритания), Франс Пресс (Франция), Ассошиэйтед Пресс (США) мировым информационным агентством. На современном этапе ИТАР-ТАСС имеет несколько специализированных подразделений, предлагающих потребителям широкий спектр информационных услуг: служба новостей и ее тематические отделы – сбор текущей информации по всем сферам деятельности; агентства международной, экономической и спортивной информации, которые действуют самостоятельно; справочная служба, фотослужба, рекламный и коммерческий центры.

Позитивным моментом в плане информационного воздействия на зарубежную аудиторию является наличие в структуре новостных продуктов ИТАР-ТАСС специальных пакетов новостей для иностранных представительств, властных структур и политических партий, административных органов, насыщаемых, помимо прочего, и сообщениями, интересными *a priori* для данной аудитории. Тем самым, ИТАР-ТАСС несколько закрывает ту зияющую брешь, которая образовалась с падением централизованной системы внешнеполитической пропаганды времен СССР в информировании иностранной аудитории и официальных структур о событиях в России и о реакции России на важнейшие мировые события, а также в обеспечении российских властных «горячей» информацией о важнейших мировых событиях.

### **Российское информационное агентство – РИА Новости**

Российское информационное агентство «Вести» (РИА «Вести») было создано в 1992 году, как государственное информационно-аналитическое агентство на базе АПН (которое было создано на основе Совинформбюро, созданного генералиссимусом Сталиным в июне 1941 года). Название это не прижилось и в 2001 году было сменено на исторически сложившееся РИА «Новости» (сокращенно РИА).

РИАН – общенациональное агентство универсального типа. В то же время, эффективность и авторитет РИАН за последнее десятилетие значительно снизился. Ввиду существенного сокращения зарубежных корреспондентских пунктов (даже в Европе) агентство преимущественно сосредотачивается на внутрироссийской информации, постепенно теряя свою былую специфику – ориентированность на зарубежного потребителя

информации.

## **Информационное агентство Интерфакс**

Информационное агентство Интерфакс создано в 1989 году. Это крупнейшая негосударственная информационная корпорация на территории бывшего СССР, холдинг, состоящий из 15 отдельных компаний. Интерфакс – акционерное общество закрытого типа, имеет дочерние предприятия – Интерфакс-Америка, Интерфакс-Европа, Интерфакс-Германия; дистрибьютором информации Интерфакса в Японии является агентство Киодо Цусин. Данная система позволяет распространять информацию о жизни в России за границей напрямую, без посредников, что существенно снижает возможность ее вольной интерпретации и негативного комментария новостных сообщений и тем самым дает возможность агентству положительно влиять на создание позитивного имиджа России у иностранного потребителя информации. Это, а также качество и оперативность информации, использование новейших технологических и технических средств, постоянные поиски нового помогли агентству стать одним из самых авторитетных источников информации о нашей стране для иностранной аудитории и, как следствие, наиболее часто цитируемым источником информации.

## **Глава 2**

### **Глобальные средства передачи информации**

#### **2.1. Эпоха Радио**

Изобретение **РАДИО в 1895 году** А. Поповым привело к возможности начала глобального информационного воздействия на психику людей на огромных расстояниях. Предпосылки для превращения радио в средство массовой информации были созданы в канун и во время первой мировой войны. В 1906 году американец Ли Де Форест изобрел аудион – электронно-вакуумную лампу, применение которой в радиоустройствах позволило передавать голосовые сообщения, музыку, шумовые эффекты. В 1908 году изобретатель организовал первую в истории музыкальную передачу: радиосигналы, посланные с Эйфелевой башни в Париже, распространились в радиусе 500 миль. В начале двадцатых годов в США и странах Западной Европы были введены в действие сотни экспериментальных и любительских передатчиков. В ноябре 1920 года экспериментальная радиостанция RDKA (Питтсбург), принадлежавшая электротехнической корпорации «Вестингаус», провела трансляцию первой заранее объявленной передачи о ходе президентских выборов в США, ознаменовавшую начало регулярного вещания. Вслед за ней регулярное вещание начали станции в Спрингфилде (Массачусетс), в Ньюарке (Нью-Джерси) и других городах. В развитии радиовещания в США изначально преобладали коммерческие аспекты. С 1922 года началась трансляция в радиозэфире коммерческой рекламы, которая оказала в дальнейшем решающее влияние на формирование характера и жанровой специфики вещания. В 1923 году в пользовании находилось около полумиллиона радиоприемников, а через три года приемные устройства имелись уже в каждой шестой американской семье. Выдающуюся роль в распространении и развитии радио в США сыграл выходец из России Д. Сарнов – управляющий коммерческой Радиокорпорацией Америки (RCA), созданной в 1919 году электротехнической корпорацией «Дженерал Электрик». RCA быстро наращивала производство и сбыт радиоприемников. В 1926 году под руководством Сарнова и при участии корпораций «Дженерал Электрик», «Вестингауз» и RCA была образована Национальная вещательная компания (NBC), на базе которой была создана крупнейшая сеть из 24 коммерческих радиостанций. В 1927 году сформировалась вторая

крупная сеть коммерческих станций – Колумбийская вещательная система (CBS). В 1930 году уже более 6 тыс. радиостанций вели передачи, прием которых осуществлялся 12 миллионами приемников. Радиовещанием были охвачены (в той или иной форме) свыше 40 % американских семей. Принятый в 1927 году в США закон о радио был призван упорядочить хаотическое развитие вещательной деятельности в рыночной среде. В соответствии с законом была создана федеральная комиссия, в обязанности которой было вменено решение технических проблем вещательной деятельности, распределение частот вещания (предотвращающее наложение радиосигналов разных станций в эфире), а также выдача лицензии в соответствии с классификацией станций по их вещательному формату (типу). В 1930-е годы радиопередачи приобретают регулярную структуру, становятся более устойчивыми их жанровые характеристики. Классическим образцом радиотриллера является переданная в эфир в 1938 г. инсценировка книги Г. Уэллса «Война миров». Красочно, во внешне правдоподобной «репортажной» форме повествующая о высадке на Землю воинствующих марсиан, эта фантастическая постановка стала причиной возникновения паники среди радиослушателей, напуганных мнимой угрозой инопланетного вторжения (400 тысяч человек написали письменные объяснения в ФБР о том, что они лично видели марсиан). Поистине всеамериканской радиоаудитория становится лишь в 1950 году, когда радиоприемники имелись уже в 95 % домов.

В Европе становление массового радиовещания также происходило в начале двадцатых годов. Успешные опыты по передаче радиосигналов привели к существенному расширению количества действующих станций в Великобритании. В 1922 году группой предпринимателей при участии Маркони была образована Британская вещательная компания – предшественница Британской вещательной корпорации (Би-Би-Си). В декабре 1922 года компания начала ежедневное радиовещание – вначале в Лондоне, затем в Бирмингеме и Манчестере. В начале 1920-х гг. регулярно вещающие радиостанции почти одновременно появляются и в других западноевропейских странах.

Стремление создать службу радиовещания, свободную от коммерции, от влияния рекламодателей и от прямого правительственного вмешательства в редакционную деятельность, воплотилось в **модели Британской вещательной корпорации (Би-Би-Си)** – самоуправляющейся организации, финансируемой за счет абонентских сборов с владельцев радиоприемников. В 1927 году английская королева подписала Устав Би-Би-Си, создавший правовую базу корпорации как уникальной общественной вещательной службы. Согласно Уставу, Би-Би-Си призвана обеспечить всеобщий охват населения Великобритании вещанием и качественное информирование, просвещение и развлечение англичан. Одним из мотивов создания механизма финансирования Би-Би-Си, основанного на взимании абонентской платы, было стремление исключить создаваемую мощную вещательную корпорацию из числа медийных организаций, претендующих на доходы от рекламной деятельности. Характерно также, что до принятия Устава, в начальный период существования Би-Би-Си, радиопередачи выходили в эфир не ранее 7 часов вечера, чтобы не препятствовать продаже газет. Превращение Би-Би-Си в общebritанскую вещательную службу, начатое в двадцатые годы с вводом в строй мощного длинноволнового передатчика, распространившего вещание на всю английскую территорию, было завершено к началу второй мировой войны: в 1938 году возможность прослушивать радиопередачи имели уже 98 % жителей страны. Корпорация представляла собой централизованную вещательную структуру, объединившую под единым руководством, как лондонский радиоцентр, так и местные станции. Она выполняла роль информационной службы, консолидирующей нацию, что особенно наглядно проявилось в годы Второй мировой войны, когда ежевечерний девятичасовой выпуск новостей Би-Би-Си регулярно собирал у радиоприемников миллионы радиослушателей.

Радиовещание корпорации на зарубежную аудиторию осуществляется в тесном взаимодействии с британским министерством иностранных дел (Форин Оффисом) и финансируется преимущественно из государственного бюджета, а не за счет абонентской



платы радиослушателей.

## Становление международного радиовещания

Формирование международного радиоэфира выявило насущную потребность регулирования в этой области. В 1927 году на международной конференции в Вашингтоне было инициировано разделение частот вещания между различными государствами мира, чтобы упорядочить радиовещательную деятельность и предотвратить наложение радиосигналов в эфире. Однако международное распределение частот приобрело официальный статус только после Мадридской конференции 1932 года. В дальнейшем оно регулировалось Международной конвенцией по телекоммуникациям. В 1924 году были организованы радиопередачи из США на страны Латинской Америки, осуществлявшиеся под эгидой Панамериканского союза. В 1929 году североамериканские вещательные корпорации NBC и CBS организовали коротковолновое иновещание на Латинскую Америку.

Во второй половине 1930-х годов образованный на средства американского миллионера Рокфеллера Всемирный радиовещательный фонд организовал вещание на латиноамериканскую и европейскую аудиторию. Созданная в США в 1936 году Служба зарубежной информации способствовала распространению идей усиления влияния США среди латиноамериканской аудитории, используя возможности иновещания.

Одним из пионеров международного радиовещания был Советский Союз: передачи московского радио для зарубежной аудитории, начатые в 1927 году, **уже в 1930 году велись на 58 языках.**

В 1938 году, когда в распоряжение советской службы радиовещания был предоставлен мощный коротковолновый передатчик, прием сигнала из Москвы стал возможен на всех пяти континентах.

Развитие международного радио в 1920-е – 1930-е гг. сопровождалось попытками государств, с территории которых велись передачи, использовать трансграничное вещание для осуществления своих экспансионистских внешнеполитических целей. Если первоначально германские радиопередачи на зарубежные страны, принявшие регулярный характер в 1929 году, были ориентированы преимущественно на проживающих за границей немцев, то в 1933 году Германия открыла иновещание на английском и немецком, в следующем году – на испанском и голландском языках. К началу второй мировой войны германские передачи на зарубежную аудиторию **велись на семи языках на несколько регионов** мира, включая Южную Азию, Центральную и Южную Америку, Африку и арабские страны. Их общая среднесуточная продолжительность составляла 75 часов. Особое внимание уделялось вещанию на заморские территории, находившиеся под управлением Великобритании и других колониальных держав. Иновещательные программы состояли из выпусков новостей, репортажей, пропагандистских политических материалов, передач на темы культуры, но две трети эфирного времени занимали развлекательные передачи (преимущественно музыкальные), призванные привлечь зарубежную аудиторию к постоянному прослушиванию германского «всемирного» радио.

## Иновещание в годы Второй мировой войны

Военный период ознаменовался активной борьбой в международном эфире между радиослужбами государств-союзников по антигитлеровской коалиции и иновещанием стран оси «Берлин-Рим-Токио». Во время войны внешнее радиовещание широко использовалось противоборствующими сторонами для ведения подрывной пропаганды и психологических операций. В этот период получили развитие многообразные методы и приемы пропагандистского и психологического воздействия радиовещания на зарубежные аудитории и войска противника. Уже в начале войны мощным аппаратом иновещания располагала Германия, активно использовала возможности радио для проведения информационно-

психологических операций против стран антинацистской коалиции. **К лету 1940 года германские передачи велись уже более чем на 30 языках**. Один из руководителей иновещания сравнивал немецкие коротковолновые станции с дальнобойными орудиями, стреляющими через все границы.

Чтобы пресечь влияние зарубежного иновещания на германское население, нацисты с 1 сентября 1939 года запретили прослушивание иностранных радиопередач на территории Германии, была введена смертная казнь за распространение почерпнутых из них сведений.

После вступления Великобритании в войну в сентябре 1939 года в структуре Би-Би-Си была создана Европейская служба, на которую возлагались задачи информационно-пропагандистской поддержки военных действий стран антигитлеровской коалиции на европейском театре военных действий. Передачи на европейскую аудиторию велись, как на английском, так и на немецком, французском, португальском, испанском и других языках народов Европы. Стартовавшее еще в феврале 1938 года немецкоязычное вещание Би-Би-Си быстро наращивало объем передач, совершенствовалось их содержание. Стремясь нейтрализовать воздействие британского вещания, государства нацистского блока организовали глушение радиопередач Би-Би-Си. В свою очередь, британские власти, убедившиеся в малой эффективности гитлеровской радиопропаганды, отказались от ответного глушения передач германского радио на Англию. Активную роль в борьбе против нацистской радиопропаганды в период после нападения Германии на СССР играло Московское радио. Из Москвы транслировались также передачи радиостанций немецких антифашистов.

В конце февраля 1942 года начались первые ориентированные на Европу передачи «Голоса Америки», которые велись на немецком и итальянском языках. Особое внимание уделялось также воздействию на войска и население азиатско-тихоокеанского региона, где США вели военные действия после японского нападения на американскую военно-морскую базу в Перл-Харбор. В Сан-Франциско была построена гигантская радиостанция, которая транслировала передачи на японском, китайском и корейском языках. Так в условиях войны формировалась одна из крупнейших современных систем иновещания – американская, с ее ведущим звеном – радиостанцией «Голос Америки». Война парадоксальным образом способствовала развитию радиовещания в колониях. Европейские державы, стремящиеся сохранить за собой владения в Африке, открыли в годы второй мировой войны радиостанции еще в ряде стран континента – как на территориях, подконтрольных Великобритании (в Северной Родезии, ныне – Замбия), так и во «франкофонной» Африке (в Конго, Сенегале). К концу войны радиостанции, подконтрольные колонизаторам, существовали уже в 15 африканских странах.

### **Трансграничное радиовещание в годы Холодной войны**

С началом послевоенного противостояния западного и советского военно-политических блоков произошла новая поляризация в сфере международного вещания. В разгар холодной войны были созданы десятки новых иновещательных радиостанций, происходило постоянное наращивание общей продолжительности передач, непрерывно увеличивалась суммарная мощность передатчиков, транслирующих программы для зарубежной аудитории. Так, только в 1950-е – 1960-е годы общая еженедельная продолжительность радиопередач иновещательных служб 27 государств мира, наиболее активно действующих в международном радиоэфире, увеличилась более чем в четыре раза. В 1946 году, на год раньше «Голоса Америки», Би-Би-Си начала вещание на Советский Союз. После произведенной в 1948 года реорганизационной перестройки иновещания, приведшей к объединению Заморской и Европейской служб, повышению степени централизации и координации передач на зарубежную аудиторию, передачи Би-Би-Си велись уже более чем на 40 языках народов мира. В начале 1950-х годов для вещания на СССР была создана радиостанция «Свобода». На ведении передач на страны Восточной

Европы и балтийские республики СССР была специализирована радиостанция «Свободная Европа». Вплоть до середины 1970-х годов обе станции, имеющие штаб-квартиру в Мюнхене (ФРГ), действовали под вывеской независимых информационных учреждений. После того, как конгресс и правительство США признали реальный статус станций, в 1976 году произошло их слияние в единую организацию (RFE/RL, Inc.). «Свободная Европа/Свобода», имеющая статус самостоятельной вещательной компании, но финансируемая по решению конгресса США из госбюджета, стала ведущей службой внешнего вещания на СССР и страны советского блока.

В 1953 году начались передачи иновещательной радиостанции ФРГ «Немецкая волна» («Deutsche Welle»), уделявшей существенное внимание воздействию на восточноевропейскую аудиторию. Из семи наиболее развитых государств мира крупные службы иновещания создали также Франция и Япония. Основным компонентом иновещания западных стран в годы холодной войны были передачи, адресованные аудитории в СССР и социалистических странах. Для привлечения внимания аудитории и формирования эмоциональных мотивов к постоянному прослушиванию передач использовались музыкальные программы и пласты информации, апеллирующие к «человеческому интересу» (новинки моды, жизнь знаменитостей, курьезные происшествия и пр.) Особое внимание уделялось расширению охвата молодежной аудитории.

В 1948 году начато глушение передач иновещания Би-Би-Си и «Голоса Америки» на СССР и страны Восточной Европы.

**В то же время иновещание Советского Союза, осуществлявшееся на 82 языках общей продолжительностью 2200 часов в неделю,** глушению со стороны западных стран не подвергалось. Единственной страной, производившей глушение передач советского иновещания, была КНР. По личному указанию генерального ликвидатора СССР М. Горбачева, в январе 1987 года, Советский Союз прекратил глушение передач Би-Би-Си. Затем, в мае того же года было объявлено об окончании глушения передач «Голоса Америки».

## **Трансграничное радиовещание на рубеже XX–XXI вв.**

В 1990-е годы Всемирная служба Би-Би-Си, с ее вещанием общим бъемом 820 часов в неделю, со 140 миллионами постоянных радиослушателей по всему миру, являлась одной из крупнейших иновещательных организаций. В начале XXI века иновещание британской корпорации оказалось перед лицом проблем, обусловленных новой коммуникационной ситуацией в мире. Традиционно обширная азиатская аудитория Би-Би-Си резко сократилась в 2001 году. В частности, существенные потери в численности слушателей наблюдались в Индии и Индонезии. Вместе с тем возросло количество слушателей Би-Би-Си в США и Австралии. В последние годы Британская вещательная корпорация сокращает иновещание на коротких волнах и рекомендует прослушивать свои передачи через Интернет. «Голос Америки» (VOA), который в 1990-е годы вел передачи 1300 часов в неделю на 43 языках для аудитории, ориентировочно насчитывающей 120 млн. человек также испытывает трудности. Оснащенное новейшим цифровым оборудованием германского производства, «Международное радио Китая» ведет передачи 260 часов в сутки на 40 различных языках, включая, русский и эсперанто. В общем объеме китайского иновещания доминирует англоязычное, специализированное по регионам мира. Основным источником информации для международного вещания КНР служит государственное агентство новостей «Синьхуа». «Радио Японии» – ведет передачи на 22 языках народов мира, включая русский.

## **2.2. Эпоха телевидения**

В Германии телевидение было начато в 1935 году. Затем была успешно осуществлена в

1936 году телевизионная трансляция с Летних Олимпийских игр в Берлине. Во время войны Берлинский телевизионный комплекс был разрушен. Начавшиеся в ноябре 1936 года регулярные телепередачи Британской вещательной корпорации прекратились в сентябре 1939 года в связи со вступлением Великобритании во вторую мировую войну. Развитие телевидения во Франции, стартовавшего в 1935 года, также было прервано с началом войны. Уже в довоенный период были осуществлены первые прямые телерепортажи с места событий (на германском ТВ – о спортивных состязаниях берлинской Олимпиады 1936 года, на Би-Би-Си – о регате в 1938 году). Во время войны телевизионные передачи в европейских странах не велись, техническое совершенствование телевидения было заморожено. В Соединенных Штатах, не испытавших прямых последствий военных действий на своей территории, массовая телеаудитория также не сформировалась: на момент окончания войны в стране насчитывалось лишь около пяти тысяч телевизоров.

Хотя экспериментальные телеприемники появились еще в конце 1930-х годов в СССР и Германии, до конца Второй мировой войны телевидение было в целом неизвестно населению.

Наиболее активно телевидение стало развиваться в США. Если в 1946 году телевизор имели только 0,2 % американских семей, в 1950-м эта цифра выросла до 9 %, в 1951-м – до 23,5 %, **а в 1962 году она составляла уже 90 %**. К 1980 году телевизоры имели почти 98 % американских семей, и с тех пор эта цифра остается неизменной. В каждой из этих семей в среднем 2,2 телевизора. С телевизорами тесно связаны видеомэгафоны, которые в 1997 году были у 96 % американских семей с детьми. В развивающихся странах феномен телевидения носит почти повсеместный характер. Например, телевизоры имеют свыше 94 % аргентинских семей и более 75 % бразильских семей, хотя холодильники можно увидеть только в 20 % бразильских домов. Антенны возвышаются сегодня над крышами домов даже в самых жалких городских трущобах стран третьего мира. В XXI веке на земле не осталось мест, которых не достигло бы телевидение. За последние десятилетия количество телевизоров на 1000 жителей планеты удвоилось с 117 до 234, хотя едва ли можно говорить об их равномерном распределении по земному шару; например, на 1000 человек в Нидерландах приходилось 906 телевизоров, а в США – 850, но лишь 5 – в Бангладеш и 9 – в Кении. В Европе распространение телевидения (особенно цветного) происходило медленнее, но к концу 1960-х гг. большинство европейцев пополнило ряды телезрителей. В последней трети XX века телевидение превратилось в этих регионах мира в основное средство массовой информации. В конце XX в. во многих государствах телепередачи привлекали более многочисленную аудиторию, чем пресса и радио – например, в 1990-е годы 66 % опрошенных американцев признавали ТВ своим главным источником новостей. Примерно столько же участников опросов заявили о максимальном доверии к телевидению как к источнику информации по сравнению с другими СМИ. Продолжительность телепросмотров достигла в ряде стран мира от 3 до 5–8 часов в день. Через полвека после начала первых регулярных телепередач мировая аудитория телевидения превысила 3 млрд. человек. Ключевое значение для определения контуров нынешней телевизионной эпохи имели 1950-е годы, когда в мире обозначились три основные модели организации и финансирования телевидения: *частная коммерческая, общественная и государственная*. Наиболее быстрыми темпами в послевоенный период телевидение прогрессировало в США, где в 1939 году в столице штата Нью-Йорк, г. Олбани, начались первые регулярные телепередачи на базе станции, созданной радиокорпорацией NBC. Существенный импульс развитию телевидения в США, основы которого были заложены при участии выходца из России инженера В. Зворыкина, придало решение Федеральной комиссии по коммуникациям (FCC), разрешившей в 1941 году использовать коммерческую рекламу в телепередачах. В том же году начала телепередачи радиокорпорация CBS, а двумя годами позже их стала вести и третья из крупнейших в стране вещательных корпораций – ABC. Именно эти коммерческие компании, располагавшие научно-техническими разработками в области телевидения, стали лидерами телевизионной индустрии США.

Закрепить лидерство им позволило решение FCC, согласно которому с сентября 1948 года по апрель 1952 года был временно прекращен прием заявок на выдачу лицензий новым вещательным организациям под предлогом наведения порядка в телевещании и в связи с необходимостью определить национальный стандарт цветного ТВ.

## Спутниковое телевидение

Запуск в июле 1962 года коммуникационного спутника Teistar, разработанного американской корпорацией АТТ, открыл эру космического телевидения. В 1960-е – 1970-е годы формируются международные организации спутниковой связи, обеспечивающие вывод на орбиту коммуникационных спутников и их эксплуатацию, а также предоставление в аренду каналов космической связи вещательным организациям тех стран, которые не имели необходимых для этого технологий. Так были образованы Intelsat – международный консорциум 106 стран, находящийся под контролем корпорации «Комсат», близкой к правительству США; Eutelsat – организация европейской космической связи, объединившая коммуникационные ведомства 40 стран Европы и соседних с ней регионов; а также Интерспутник – учрежденная в 1973 году организация, обеспечивавшая спутниковые коммуникации 14 социалистических стран. Громоздкость, дороговизна и ненадежность первых систем космического ТВ объясняют их ограниченное использование: так, в 1965 году по линии Intelsat были проведены прямые телевизионные трансляции общей продолжительностью всего лишь 80 часов. В результате технического усовершенствования коммуникационных спутников, существенного увеличения мощности генерируемого ими сигнала и изобретения в середине 1970-х годов американским инженером Т. Хауардом компактного приемного устройства, которое позволило принимать телепередачи со спутников, были созданы предпосылки для обеспечения просмотра программ космического ТВ индивидуальными пользователями. В 1980 году в США в индивидуальном пользовании находилось **лишь около двух тысяч** индивидуальных спутниковых приемных устройств стоимостью до 10 тыс. долл. каждое. С середины 1980-х годов начинается период массового распространения непосредственного спутникового телевизионного вещания, не требующего постройки дорогостоящих наземных приемных комплексов и позволяющего принимать сигнал на небольшие и недорогие индивидуальные приемные устройства, оснащенные параболическими антеннами – «тарелками». В 1984 году ограничение на использование этого оборудования было снято, и уже в следующем году в США ежемесячно устанавливалось до 60 тыс. индивидуальных приемных устройств. В течение нескольких лет населению было продано 2,5 млн. приемных станций. Массовое производство усовершенствованных устройств по приему спутниковых телепередач позволило сделать их более компактными и дешевыми: средняя цена одного комплекта составляла в середине 1980-х годов уже примерно 2500 дол. – и затем неуклонно снижалась. Быстрыми темпами шло формирование массовой аудитории непосредственного спутникового ТВ. В 1990-е годы прямой доступ к космическому телевидению имели уже миллионы американцев и европейцев. Так, в Европе к концу десятилетия свыше 10 млн. семей были обладателями индивидуальных приемных спутниковых устройств, лидерами же по их распространению стали Германия и Великобритания. Аудитория спутниковых каналов непрерывно расширялась также за счет телезрителей, получавших программы космического ТВ в трансляции по кабельным сетям и эфирным каналам.

В России в 1996 году начала спутниковое вещание российская компания «НТВ Плюс», учрежденная финансовой группой «Мост». К концу года количество абонентов составляло только 17 тыс. человек, а транслировалось всего четыре канала. С 1997 года передачи стали кодироваться. Цель создания российских спутниковых каналов была оправдана, и к концу 2003 года компания имела 260 тыс. абонентов и предлагала 40 цифровых каналов. На октябрь 2008 года в составе пакетов «НТВ Плюс» транслируется около 100 телеканалов, аудитория оператора насчитывает 550 тысяч абонентов. По количеству абонентов «НТВ

Плюс» уступает только одному из российских спутниковых DTH-вещателей, – «Триколор ТВ», чья зрительская аудитория в 2011 году превысила 7 миллионов семей. В состав пакета цифровых телеканалов «Триколор ТВ», начавшего вещание в ноябре 2005 года, входит 59 каналов.

### **CNN International – глобальная служба теленовостей**

Первоначально телекомпания Cable News Network (CNN), созданная американским бизнесменом Тэдом Тернером в 1980 году, вела спутниковые передачи, предназначенные для транслирования по кабельным сетям США. Вплоть до 1985 года, ставшего переломным в истории телекомпании (когда CNN превратилась из убыточной в прибыльную службу новостей), передачи адресовались преимущественно американской аудитории. С началом вещания на Европу в сентябре этого года разворачивается инфраструктура CNN International как службы телевизионных новостей с глобальным масштабом деятельности.

Глобальный дебют состоялся на московской олимпиаде в 1980 году. Следует отметить, что именно в 1980 году, я участвовал в обеспечении безопасности на олимпийских объектах. И однажды я видел и основателя телекомпании Тэда Тернера.

К 1985 году CNN располагала девятью корпунктами на территории США и зарубежными бюро в Риме, Лондоне, Каире, Иерусалиме, Найроби, Франкфуртена-Майне и Москве. На следующий год количество бюро увеличилось до 18, а в 1991 году достигло 29. В 1989 году было начато вещание на Западную Европу через спутник Intelsat в формате PAL. Первоначально передачи принимались в штаб-квартирах крупных европейских телекомпаний и в диспетчерских студиях кабельных сетей, а также в 1550 международных отелях люкс во многих странах мира. Благодаря использованию коммуникационных возможностей советского спутника связи CNN расширила зону приема своих передач, ее программы в конце 1980-х годов распространялись на 89 государств мира. Передачи CNN стали доступными в странах Африки, Ближнего Востока, Индостана и Юго-Восточной Азии. По сравнению с другими телекомпаниями, которые готовили один основной вечерний выпуск новостей, круглосуточная новостная служба CNN имела преимущества, которыми не располагали конкуренты. Особенно наглядно эти преимущества проявлялись в ходе освещения кризисных ситуаций мирового значения в форме прямого репортажа с места событий.

Парадоксально, но факт. Именно группы CNN вели прямой репортаж трагических событий 11 сентября 2001 года. Невероятно, но момент попадания первого самолета в первую башню был профессионально зафиксирован операторами группы CNN.

Оснащенные компактным спутниковым приемно-передающим оборудованием, мобильные репортерские группы CNN обычно передают с места событий телевизионную «картинку» с нескольких камер, что позволяет сформировать впечатление полноты отображения разворачивающихся драматических процессов. Манера освещения событий, применяемая репортерами CNN, создает у телезрителя эффект особой достоверности репортажа: происходящее почти не комментируется, отсутствуют обобщения, превалирует четкий подробный отчет о том, что происходит в зоне видимости телекамер. В 1995 году появился испаноязычный аналог CNN International – проект «Telenoticias», реализованный консорциумом испанских, испано-американских и латиноамериканских телекомпаний. В 1996 году корпорация Р. Мердока «News Corp.» запустила в США канал Fox News, передающий новости 24 часа в сутки. Корпорациям «Майкрософт» и NBC принадлежит еще один круглосуточный новостной кабельно-интернетный телевизионный канал – MSNBC, созданный в 1996 году. Конкурентами CNN стали и многочисленные спутниковые службы новостей, образованные в разных регионах мира в 1990-е годы и в начале 21 века. Появление служб новостей, конкурирующих с CNN не только в США и Европе, но и в других регионах мира, существенно осложнило положение компании – первопроходца в области глобального новостного космического ТВ. В 1997 году передачи CNN смотрели в 170 млн. семей в 210

странах мира. Затем наблюдалось постепенное, но существенное сокращение зарубежной аудитории CNN International. И не только из-за усиления конкуренции с другими новостными службами, удорожания международного сбора информации и производства программ, нестабильности рынка рекламы, необходимости организации многоязычного вещания на разные регионы мира (с сентября 1997 года CNN International вещает по пяти отдельным каналам, специализированным по региональной ориентации). Эти трудности испытали все компании – производители международных теленовостей. Потеря позиций произошла в значительной степени вследствие просчетов в управлении CNN. В последние годы телекомпания часто подвергалась критике в американской и мировой прессе. Ставится под сомнение роль CNN как глобальной информационной организации: несмотря на декларируемые попытки снизить долю новостей из США, телекомпания по-прежнему уделяет им преимущественное внимание, мировые же текущие события продолжают рассматриваться в основном с американской точки зрения и отображаются в американском стиле.

Чтобы восстановить свое влияние и репутацию, особенно сильно пошатнувшиеся в ближневосточном регионе, CNN открыла новое бюро в арабском мире в дополнение к существовавшим ранее четырем корпунктам в Каире, Иерусалиме, Бейруте и Багдаде и создала мощный Интернет-сайт на арабском языке. Новатор в области телевизионного бизнеса, основатель CNN Тэд Тернер, в 1996 году продал свою телекомпанию концерну «Time Warner» (по мнению некоторых экспертов, эта продажа была вынужденной). После слияния в 2000 году «Time Warner» с крупнейшим Интернет-провайдером – корпорацией AOL Тернер стал вице-президентом образовавшегося мегаконцерна, обладая немногим более трех процентов его акций. В последующие годы в прессе неоднократно появлялись сообщения, что он недоволен информационной политикой «AOL-Time Warner» и своей (во многом символической) ролью в его управлении. В начале 2003 года Тернер принял решение оставить пост вице-президента этого концерна и фактически уйти из большого бизнеса.

### **Панъевропейская спутниковая телевизионная служба новостей Euro News**

Возможность осуществлять трансграничное телевизионное космическое вещание открыла многообещающие перспективы выхода на общеевропейскую аудиторию, чему способствуют углубляющиеся процессы интеграции и расширения границ объединенной Европы. Политическая интеграция европейских стран, всестороннее сближение народов единой Европы диктуют необходимость создания наднациональных панъевропейских информационных институтов. Одним из таких институтов стала многонациональная спутниковая служба теленовостей Euro News, начавшая вещание с 1 января 1993 года. В соответствии с евродирективой «Телевидение без границ» (1989) и европейской конвенцией о трансграничном телевещании, Euro News учреждалась с целью дать европейцам новостную службу, отражающую их общие заботы, интересы и перспективы, а также составляющую альтернативу американской CNN. Создание Euro News было предпринято по инициативе Европейского вещательного союза и при политической и финансовой поддержке руководящих структур ЕС. Многонациональный (но немногочисленный) журналистский коллектив Euro News **был размещен в штаб-квартире в Лионе (Франция)**. Он укомплектован журналистами из телеорганизаций разных стран, входящих в Европейский вещательный союз. Первоначально акционерами-совладельцами Euro News стали 12 общественных и государственных вещательных организаций – в основном принадлежащих средиземноморским государствам, включая Францию (каналы France-2 и France-3), Италию, Испанию, Грецию, Португалию, Кипр, Монако, а также Бельгию, Финляндию и Египет. Организации-учредители образовали консорциум, которому была выдана лицензия на вещание Euro News. Сегодня в консорциуме SECEMIE представлены уже 18 вещательных организаций Европы и Средиземноморья. В их число входят как основатели Euro News, к числу которых, помимо названных французских каналов, относятся CyBC (Кипр), ERT

(Греция), ERTU (Египет), RAI (Италия), RTBF (Бельгия), RTF (Португалия), RTVE (Испания), TMC (Монако) и YLE (Финляндия), так и присоединявшие к ним позже партнеры – вещательные организации SSR-SRG (Швейцария), ERTT (Тунис), ENTV (Алжир), RTVSL (Словения), CT (Чешская Республика), RTV (Румыния) и РТР (Россия).

На начальном этапе деятельности Euro News доходы от рекламы и спонсорства составляли примерно пятую часть от общей суммы бюджета, финансирование же из фондов, предоставленных по решению Европарламента, не покрывало потребности развития вещания. Экономические проблемы канала потребовали принятия мер, приведших к усилению коммерческих аспектов в его деятельности. **В ноябре 1997 года коммерческая британская новостная телевизионная служба ITN купила у консорциума SECEMIE 49 % акций Euro News.** Основанная в 1955 году как новостное подразделение группы британских коммерческих телекомпаний и превратившаяся впоследствии в самостоятельную организационную структуру, **ITN является сегодня одним из ведущих поставщиков теленовостей для ТВ Великобритании** и множества вещательных организаций в различных регионах планеты. В число собственников ITN входят как британские коммерческие медийные компании (Carlton Communications, Granada Group, Daily Mail & General Trust, United Business Media), так и **второе по величине и значимости мировое информационное агентство Рейтер (Reuters)**, фактически принадлежащее банковской группе Ротшильдов. Хотя ITN превратилась в ведущего индивидуального владельца акций Euro News, остальные 51 % акций по-прежнему удерживаются консорциумом SECEMIE. В настоящее время прибыльность телепроизводства на Euro News обеспечена. Канал получает доход от продажи эфирного времени под рекламу и демонстрацию спонсорских видеofilмов, плату от кабельных операторов, транслирующих программы Euro News, доход от продажи лицензий на эфирную трансляцию своих передач, а также прибыль от контрактов совместного производства с ЕС. Взаимозависимость России и других европейских стран в разных областях, включая сферы торговли и деловых связей, транспортных сообщений, туризма, политическое и дипломатическое партнерство РФ и ЕС диктуют необходимость совершенствования информационного взаимодействия между ними. Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК) вошла в число учредителей Euro News, приобретя 1,8 % акций в **консорциуме SECEMIE** (в дальнейшем российская доля увеличилась до 16 % акций). ВГТРК принадлежит право эфирной трансляции программ европейского новостного канала в России. В октябре 2001 года телезрители в Москве, а затем и некоторых других городах получили возможность регулярно смотреть программы Euro News. В настоящее время осуществляется эфирная трансляция Euro News с русскоязычным звуковым сопровождением – тогда как раньше эти передачи могли приниматься только в спутниковом варианте и не были адаптированы для русскоязычной аудитории. В России аудитория русскоязычной версии панъевропейской службы теленовостей составляет около 5 миллионов семей. Множество кабельных и спутниковых каналов ретранслируют передачи Euro News в 39 странах большой Европы. Обладатели спутниковых приемных устройств могут смотреть новости Euro News на русском языке и других европейских языках круглосуточно по всему миру, поскольку вещание телеканала фактически приобрело глобальный масштаб, перешагнув за европейские границы. Сегодня передачи Euro News смотрят в 150 странах Европы, Ближнего Востока, Африки, Америки на 10 языках (CNN – 22 стран). Количество зрителей канала в последние годы непрерывно увеличивалось. В 2002 году зрительская аудитория Euro News (113 миллионов семей) превысила численность зрителей CNN (95 миллионов), а в 2010 году достигла цифры в 250 миллионов семей. Задуманная как европейская альтернатива американской CNN, Euro News широко использует видеоматериалы общественных телекомпаний стран Европы, полученные по каналам Евровидения, а также видеосюжеты, предоставленные телевизионными службами новостей и информационными агентствами, передает обзоры содержания крупнейших изданий европейской прессы. Применяются и оригинальные телематериалы, созданные журналистами Euro News для своей телекомпании.



Панъевропейская направленность вещания Euro News подтверждается регулярным освещением деятельности руководящих органов ЕС, жизни и проблем объединенной Европы. Транслируемые через спутник программы Euro News сопровождаются звуковыми дорожками на нескольких европейских языках, в том числе на английском, французском, немецком, испанском, португальском, итальянском – а теперь и на русском языке. В штаб-квартире телекомпании в Лионе несколько национальных групп журналистов (включая российскую) готовят оперативные сценарии передач соответственно под каждый языковой вариант сопровождения видеоряда. Таким образом Euro News преодолевает языковые барьеры, неизбежно возникающие при организации вещания на многонациональную аудиторию и устраняет возможные нестыковки между изображением и его звуковым сопровождением. Схема компоновки программ с многоязычным сопровождением исключает возможность привлечения телеведущих, отсутствие которых придает программам Euro News некоторую обезличенность. Регулярные выпуски новостей Euro News перемежаются с передачами журнального формата о политике, бизнесе, экологии, научно-технических достижениях, спорте, кино, модах – с упором на европейскую проблематику. В программе «Без комментариев», отличающейся высоким профессионализмом, предлагается видеозапись событий, лишенная текстового сопровождения. Отсутствие текста, комментирования отснятых событийных картин создает у зрителей эффект особой достоверности репортажа, личного присутствия на месте отображаемых событий, а умело произведенный отбор видеоряда и мастерский монтаж способствуют повышению экспрессивности демонстрируемых кадров.

### **Британские спутниковые службы теленовостей**

Британские вещатели в лице Би-Би-Си и ITN не приняли участия в создании Euro News в 1993 году, не без оснований увидев в этой панъевропейской новостной телеслужбе потенциального конкурента. Британская вещательная корпорация начала регулярные спутниковые телепередачи на Европу еще в 1989 году в рамках канала «BBC TV Europe». **А в 1991 году в космическом эфире появилась новостная телевизионная служба Би-Би-Си**, адресовавшая передачи азиатской и ближневосточной аудитории. С января 1995 года служба, получившая наименование «BBC World», приобрела новое важнейшее направление вещания – европейское, продолжая вести передачи для стран Азии и Ближнего Востока. А в ноябре следующего года начались трансляции «BBC World» на Латинскую Америку и страны Карибского бассейна. После того, как редакция перешла в новую студию, оснащенную новейшим цифровым оборудованием, в конце 1990-х круглосуточное вещание распространилось и на Северную Америку. В 2002 году передачи «BBC World», объединившейся с Всемирной службой радиовещания Би-Би-Си в единое новостное подразделение, которое действует на коммерческих началах (за счет доходов от подписки и рекламы), принимали уже 222 млн. семей в более чем 200 странах мира (в 2010 году – более 270 млн. семей). Несмотря на некоторые различия в концепциях вещательной деятельности, в целом структура программ «BBC World» сходна с программами Euro News – но при этом всемирный новостной телеканал Би-Би-Си больше тяготеет к формату обычного телевидения, предлагая изобилие документальных фильмов и тематических программ на темы бизнеса, спорта, новых технологий и пр. Новости являются ключевым элементом передач «BBC World», однако Euro News или CNN в целом предлагают зрителям больший объем новостей. В отличие от панъевропейского новостного спутникового ТВ, на британском канале существенная часть передач готовится своими силами, а не компонуется из телематериалов, полученных от европейских вещательных организаций и информационных служб. В то время как многонациональная Euro News большое внимание уделяет международным проблемам и ЕС, в содержании вещания «BBC World» велика доля передач, освещающих внутреннюю жизнь и внешнюю политику Великобритании, ее социальные, научно-технические и культурные достижения – хотя присутствует и

значительная доля передач на общеевропейские темы. В августе 2000 года британская коммерческая служба теленовостей ITN – одна из ведущих в мире – начала вещание на круглосуточном новостном спутниковом канале «ITN News Channel». При подготовке передач канала используется информация, поступающая как из восьми корпунктов ITN в Соединенном Королевстве, так и из бюро в Вашингтоне, Москве, Иерусалиме, Пекине, Бангкоке и Йоганнесбурге. Хотя за первые два года существования этого новостного круглосуточного канала не была преодолена его убыточность, собственник тем не менее не перевел вещание «ITN News Channel» в платный режим, по-прежнему поддерживая открытую трансляцию передач со спутника Astra 28E.

### **Германская спутниковая служба телевидения «Дойче Велле» («Deutsche Welle» – «Немецкая волна»)**

В числе национальных европейских телеорганизаций, не принявших непосредственного участия в создании Euro News, находились германские телекомпании. Изначально поддержав идею учреждения панъевропейской новостной службы спутникового ТВ, общественные телеслужбы Германии в дальнейшем воздержались от прямого участия в формировании ее структур. Однако они участвуют в общеевропейском обмене телепрограммами, а подготовленные ими передачи транслируются через канал Euro News. В 1990-е годы происходило становление Deutsche Welle – германского космического телевидения, адресованного главным образом европейскому зрителю, хотя передачи этого новостного канала транслируются также на другие регионы мира. Созданное в 1992 года телевидение Deutsche Welle предлагало зарубежным зрителям новости и тематические передачи, последовательно чередуя выходящие в эфир разноязыкие выпуски. Программы продолжительностью два часа каждая поочередно выходили в эфир вначале на немецком и английском языках, затем к ним добавился выпуск на испанском. Таким образом, в новом веке в Европе существует несколько основных центров новостного спутникового телевидения, конкурирующих между собой в борьбе за внимание европейской и мировой аудитории – многонациональный (Euro News), британские (BBC World и ITN News Channel) и германский (Deutsche Welle). Крупными поставщиками международных теленовостей являются также телевизионные службы мировых информационных агентств – например, Рейтер.

### **Аль-Джазира**

Небольшое арабское государство Катар известно своей высокопрофессиональной круглосуточной службой космического ТВ, которая выходит в эфир с 1 ноября 1996 года под названием JSC (Al-Jazeera Satellite Channel) или «Аль-Джазира». В апреле 2005 года, на 4 Евразийском Медиа Форуме автор познакомился с руководителем телеканала, бывшим высокопоставленным сотрудником Би-Би-Си Н. Парсонсом. Это профессионал очень высокого класса в сфере глобальных коммуникаций. Следует обратить внимание на то, что этот телеканал создавался британцами и скорее всего, находится под скрытым влиянием и управлением Би-Би-Си. Наиболее ярко степень зависимости информационной политики телеканала от транснациональных центров глобального управления проявилась в ходе дестабилизации социально-политической обстановки на Ближнем Востоке в 2011 году. При организации штурма столицы Ливии города Триполи спецподразделениями НАТО 23 августа 2011 года стала очевидна зависимость телеканала не только от Би-Би-Си, но и от британской разведки МИ-6. Ведь именно в Катаре были построены постановочные декорации Триполи и затем именно на них показывали якобы штурм.

Среди других арабских телевизионных организаций «Аль-Джазира» ранее выделялась своей подчеркнутой беспристрастностью в освещении событий и проблем общественной и политической жизни. Канал стремился представлять в своих передачах независимую

сбалансированную картину новостей, весь спектр мнений по освещаемым вопросам. Однако, в 2011 году, в ходе дестабилизации государств Ближнего Востока, информационная политика канала стала агрессивной и предвзятой. Взяв за образец опыт британской корпорации Би-Би-Си, известной своей приверженностью концепции сбалансированности и беспристрастности в вещательной деятельности, сотрудники «Аль-Джазиры» старались ранее работать под девизом «Ваше мнение – и мнение оппонента». На канале часто организуются дискуссии по различным проблемам, в ходе которых высказываются многообразные, иногда полярные, точки зрения (например, в телеэфире «Аль-Джазиры» высказывались и палестинские, и израильские лидеры). Для участия в дискуссиях приглашаются видные политики и общественные деятели, эксперты и журналисты. Передачи имеют интерактивный характер: зрители могут звонить в студию, высказывать свое мнение в прямом эфире, спорить с ведущими и участниками передач. «Аль-Джазира» нередко критикует арабские режимы и их лидеров. Подобный характер передач далеко не всегда встречает понимание властей в регионе. Редакция канала получила в общей сложности около 400 официальных нот протеста, включая ноты от Израиля, а также от палестинского руководства – с обвинением в произраильской позиции. В ряде арабских стран «Аль-Джазира» запрещена. Тем не менее, в настоящее время этот новостной телевизионный канал является самым высокорейтинговым на Ближнем Востоке. Его аудитория составляет около 50 млн. чел. – главным образом в арабских странах, а также в других государствах мира. Передачи «Аль-Джазиры», которые ведутся на арабском и английском языках, смотрят, около 200 тыс. семей в США, располагающих индивидуальными приемными спутниковыми устройствами.

После событий 11 сентября 2001 года деятельность «Аль-Джазиры» стала предметом оживленных международных дискуссий. Катарский канал был обвинен в антиамериканизме, в содействии Бен Ладену и исламскому терроризму – на том основании, что транслировал интервью с лидером «Аль-Каиды». Однако интервью с Бен Ладеном демонстрировала и CNN International. В феврале 2002 года катарский спутниковый телеканал разорвал партнерские отношения с CNN, отметив в специальном заявлении, что американская телекомпания добыла незаконным путем и выпустила в эфир видеозапись интервью Бен Ладена, поступившую в редакцию «Аль-Джазиры» несколько месяцев назад. Сама катарская телекомпания воздержалась от публикации этого интервью, расценив его как не имеющее информационной ценности. После разрыва партнерских отношений с CNN «Аль-Джазира» подписала контракт о сотрудничестве с Би-Би-Си. Поэтому именно тогда телеканал фактически постепенно перешел под британское концептуальное управление. Катарский канал сыграл большую роль в освещении войны США и Великобритании против Ирака в 2003 году. Аудитория телеканала – около 50 миллионов человек в 30 странах мира.

### **2.3. Государственные радиовещательные и телевизионные компании России**

В годы преобразований России удалось сохранить основные государственные радиовещательные компании, которые обеспечивают достаточно полное представительство страны в данной части информационного поля. Кроме того, радиокomпании активно осваивают современные сетевые технологии, позволяющие им существенно расширить круг потребителей своего продукта, тем более что западные государства, как отмечалось выше, не настроены на взаимность в допуске российских радио– и телевизионных компаний в свой эфир.

#### **Всероссийская государственная телерадиокомпания (ВГТРК)**

Автор считает нужным несколько слов сказать о Всероссийской государственной

телерадиокомпания (ВГТРК). **ВГТРК – крупнейшая медиа-корпорация России.** Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК) была образована Постановлением Президиума Верховного Совета Российской Федерации от 14 июля 1990 г. Спустя несколько месяцев после подписания постановления, в эфир вышло «Радио России», а 13 мая 1991 г. началось вещание телеканала РТР, который с 2001 года стал называться «Телеканал «Россия»».

Сегодня телеканал «Россия 1» – ведущий национальный канал, вещание которого покрывает практически всю территорию страны. Аудитория канала – 98,5 процента населения России и более 50 миллионов телезрителей в странах СНГ и Балтии. Международную версию «России 1» – канал «РТР-Планета» – смотрят жители Европы, Ближнего Востока, Северной Африки и США. Профессионализм менеджеров и журналистов «России 1» заслужили признание коллег-конкурентов: на первой церемонии вручения призов «ТЭФИ» в 1995 году, главная информационная программа телеканала – «Вести» – была признана лучшей на отечественном ТВ. С тех пор программы и новые проекты «России 1» ежегодно возглавляют списки лауреатов профессиональной телевизионной премии страны. Экранизация классических произведений русских писателей – «Идиота» Достоевского, «Мастера и Маргариты» Булгакова собрали рекордную зрительскую аудиторию, сформировав новые высочайшие стандарты в области производства телефильмов.

В начале 1993 г. Всероссийская Государственная Телевизионная и Радиовещательная Компания получила статус общегосударственной телерадиокомпания. В том же году ВГТРК стала действительным членом Европейского Вещательного Союза с правом принятия ключевых решений в работе EBU.

В 1997 году по инициативе крупнейших деятелей российской культуры и искусства, среди которых были Дмитрий Лихачев, Мстислав Ростропович, Даниил Гранин, был создан общероссийский телеканал «Культура». Указ Президента России об учреждении канала был подписан 25 августа 1997 года, а уже 1 ноября «Культура» начала вещание.

Новый этап в жизни Всероссийской Государственной Телерадиокомпания начался в 1998 году, когда Указом президента были объединены все медийные активы ВГТРК. Так в России появилась крупнейшая корпорация государственных электронных масс-медиа.

Сегодня Всероссийская Государственная Телевизионная и Радиовещательная Компания – это три общенациональных телеканала: «Россия 1», «Россия К», «Россия 2»; первый общедоступный государственный телеканал для детей и юношества «Бибигон»; 89 региональных телерадиокомпаний, вещающих во всех субъектах Российской Федерации; первый в России круглосуточный информационный канал «Россия 24»; телеканал «РТР-Планета», выходящий за рубежом с 2002 года; русская версия телеканала «Евроњьюс»; пять радиостанций – «Радио России», «Маяк», «Культура», «Вести ФМ» и «Юность» и государственный интернет-канал «Россия», который объединяет десятки интернет-ресурсов.

### **Российская государственная радиовещательная компания «Голос России»**

«Голос России» – государственная радиовещательная компания, ведущая передачи на зарубежные страны с 29 октября 1929 года. Финансируется Правительством Российской Федерации. Возглавляется Председателем А. Быстрицким и редакционной коллегией, в которую входят руководители вещательных служб, в своей деятельности руководствуется Уставом радиостанции, утвержденным Правительством России, журналисты действуют на основе профессиональной самостоятельности.

Главная задача радиостанции – познакомить мировое сообщество с жизнью России, представить реалистическую картину того, что происходит в стране, сделать ее понятней и ближе слушателям. Тем самым радиостанция является реальным инструментом государства для информационно-пропагандистской работы на зарубежного потребителя информации и создания положительного образа России в мире.

Сегодня «Голос России» вещает на русском и 38 иностранном языке 151 час ежедневно

на коротких и средних волнах, и по спутниковым каналам.

«Голос России» транслирует 340 программ, дающих информацию о разных областях жизни страны. Информационный продукт «Голоса России» представлен в Интернет на 25 языках: русском, английском, французском, немецком, испанском, португальском, итальянском, греческом, арабском, персидском, турецком, шведском, финском, норвежском, албанском, болгарском, венгерском, чешском, словацком, польском, румынском, сербохорватском, вьетнамском, японском, китайском.

«Голос России» располагает фундаментальными данными о своей всемирной аудитории. Аудитория «Голоса России» – более 100 миллионов, причем самый большой процент слушателей составляют американцы. В рейтинге крупнейших международных радиовещателей мира «Голос России» уверенно занимает третье место – после таких признанных гигантов в этой сфере, как «Би-Би-Си» и «Голос Америки». В аудитории «Голоса России» преобладают люди социально-активного возраста 31–55 лет, представлены все социальные группы – служащие (22–25 % по разным странам), студенты и преподаватели вузов и школ (20–25 %), представители творческой интеллигенции (10–18 %), ИТР (10–14 %), пенсионеры (20–40 %). Их отличает регулярность обращения к передачам – не реже 2–3 раз в неделю. До 80 % аудитории в разных странах настраивается на волну «Голоса России» для того, чтобы услышать новости о России из России, 60 % – чтобы представить себе, как живут сегодня россияне, 50 % хотят слушать передачи о культуре, истории, традициях страны.

В 1990 году началась работа над серией телевизионных передач на русском и английском языках. TV-студия «Голоса России» выпустила уже около 100 фильмов на культурно-исторические темы.

«Голос России» осуществляет партнерский информационный обмен с рядом крупнейших мировых вещателей. Такие партнерские связи позволяют компании выступать надежным посредником при необходимости размещения рекламных, презентационных или иных материалов в зарубежных СМИ, в том числе в форме обмена специальными радиопрограммами.

Вещание «Голоса России» определяется эксклюзивным характером подачи информации о России. Слушатели рассматривают радиостанцию как наиболее удобный бесцензурный и демократичный канал получения интересующих их сведений о жизни страны. Для аудитории во многих странах «Голос России» является единственным оперативным СМИ, предоставляющим им достоверную информацию о происходящем в России.

В начале декабря 2002 года «Голос России» получил лицензию на средневолновую радиочастоту 603 кГц в Германии (земли Берлин и Бранденбург). Радиоккомпания стала первым российским СМИ, которое получил лицензию на вещание внутри ФРГ 24 часа в сутки. Лицензия предполагает производство программ как на немецком, так и на русском и английском языках. Это стало несомненной победой нашей страны: Россия впервые получила возможность через свои СМИ напрямую обращаться к зарубежной аудитории, сделать первый шаг, чтобы работать на зарубежного потребителя информации на основе взаимности (в данном случае – с «Немецкой волной»). А в 2011 году началось вещание в США (Вашингтон, Нью-Йорк). В мае 2009 года автор начал вести свою еженедельную авторскую программу МИРОВАЯ ПОЛИТИКА на радио «Голос России». Состоялось уже около 150 выпусков программы. В ее основе лежит острая дискуссия о современных реалиях геополитики, дипломатии и экономики. В эфире программы выступают высокопоставленные эксперты и ученые. Гостями в программе были: Полномочный представитель Президента России в ЦФО Георгий Сергеевич Полтавченко, Исполнительный секретарь СНГ Сергей Николаевич Лебедев, руководитель Федерального космического агентства (Роскосмоса) Владимир Александрович Поповкин, Ректор Московского государственного института международных отношений (МГИМО) Анатолий Васильевич Торкунов, Заместитель министра иностранных дел России Сергей Алексеевич Рябков, Председатель комитета по

международным делам Совета Федерации Михаил Витальевич Маргелов, член Общественной палаты Российской Федерации, президент концерна «Известия» Владимир Константинович Мамонтов, генеральный секретарь Организации Договора о коллективной безопасности Николай Николаевич Бордюжа, Директор Федеральной службы по военно-техническому сотрудничеству Михаил Аркадьевич Дмитриев, Директор Российского института стратегических исследований Леонид Петрович Решетников и другие видные ученые и политики.

**RT** (*Russia Today* – англ. *Россия сегодня*) – первый российский информационный телеканал, ведущий с 2005 года круглосуточное вещание на английском языке, и арабском языке. Телеканал RT на испанском языке был запущен в декабре 2009 года. Вещание канала ведется круглосуточно из Москвы. Открытый сигнал доступен для приема миллионам телезрителей в странах Европы, Северной и Южной Америки. Официальная страница телеканала в сети Интернет – [actualidad.rt.com](http://actualidad.rt.com) – представляет собой полноценный мультимедийный ресурс, который позволяет смотреть RT на испанском языке в прямом эфире. В 2010 году RT на испанском языке был номинирован на награду престижной британской премии в области цифрового вещания «Broadcast Digital Awards 2010» в категории «Best Channel Launch» (Лучший запуск канала). Мировая аудитория канала – около 300 миллионов человек.

**С октября 2011 года на сайте телеканала стали периодически выходить мои аналитические статьи (Их уже вышло более 20).** В связи с большим вниманием СМИ российских и зарубежных СМИ ([http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/02/120208\\_mcfaul\\_rt\\_lies Navalny.shtml](http://www.bbc.co.uk/russian/russia/2012/02/120208_mcfaul_rt_lies Navalny.shtml) <http://www.voanews.com/russian/news/McFaulNavalny-2012-02-07-138903299.html> и т. д.) к моей публикации на сайте RT от 7 февраля <http://rt.com/politics/mcfaul-opposition-rallies-panarin-667/>, вызвавшей негативную реакцию посла США в России М. Макфола, хотел бы высказать свою позицию.

1. В России М. Макфол в 1990-х возглавлял бюро Национального института поддержки демократии – главного центра финансирования российской либеральной оппозиции. Так что российских либералов – получателей зарубежных грантов М. Макфол знает давно.

2. Затем сотрудник Института международных исследований (Freeman Spogli Institute for International Studies) и Гуверовского института Стэнфордского университета М. Макфол обобщил опыт организации политической дестабилизации на Украине. Под его редакцией в 2006 году вышла книга «Оранжевая революция: истоки украинского демократического прорыва». Потом, после украинского успеха, М. Макфол стал искать людей в России, аналогичных по стилю поведения Юлии Тимошенко и Виктору Ющенко. И М. Макфол нашел таких людей в России (Алексей Навальный – Маша Гайдар).

3. Имя Алексея Навального – молодого стеснительного человека с раздвоенной психикой тогда, в 2006 году не было известно никому, кроме узкого круга специалистов, занимающихся поддержкой российских либералов. Американцы умеют отбирать перспективных людей. И в 2006 году проект «Да!» Алексея Навального и Маши Гайдар начал финансировать Национальный фонд поддержки демократии.

4. В рамках реализации концепции российского варианта «оранжевого государственного переворота», в 2010 году А. Навальный начал учиться в Йельском университете по программе Yale World Fellows. Руководители университетской программы предварительно тщательно изучают биографии тех кандидатов, кто прислал им заявки. Ведь обучение стоит сотни тысяч долларов. Уточняется правильность указанных данных, проводятся консультации у специалистов, которые хорошо знают обстановку в стране человека-кандидата. А ведь М. Макфол – главный специалист по России в США, хорошо знающий тех, кому выделялись гранты Национального института поддержки демократии, бюро которого он возглавлял в России.

5. Лично я сам отношусь с большим уважением к М. Макфолу, к его знаниям и

профессионализму. Я считаю, что с ним нужно вести диалог и постараться убедить его в НЕВЕРНОСТИ избранной им стратегии деятельности в России по поддержке либеральной оппозиции и развития проекта «Алексей Навальный». Я лично не знаком с М. Макфолом, однако в конце ноября 2011 года я побывал в его центре в Стенфордском университете. Там я убеждал его ближайших помощников в нецелесообразности применения «оранжевого» сценария в отношении России. Могу сказать, что команда у Макфола отлично подготовленная, интеллектуальная. Меня внимательно выслушали. Я выслушал аргументы американской стороны. Диалог начался. Я надеюсь на то, что М. Макфол пересмотрит свои теоритические взгляды по поводу целесообразности применения к России украинского «оранжевого сценария». Ведь это в интересах как России, так и США, где социальная обстановка далека от стабильности (только в январе 2012 года сотни американцев арестованы за участие в митингах социального протеста).

б. Российско-американские отношения должны быть партнерскими и дружескими, ведь именно Россия дважды спасала американскую государственность. И первым шагом США должна быть немедленная отмена пресловутой поправки Джексона-Вэника 1974 года. Талантливый знаток России М. Макфол мог бы применить свои энциклопедические знания не на поддержку либеральной оппозиции (в виде периодических инструктажей получателей грантов и т. д.), а на выстраивание моста дружбы и добрососедства между нашими великими странами.

### **Государственная радиовещательная компания «Маяк»**

Государственная радиовещательная компания «Маяк» – старейшая и авторитетнейшая государственная информационно-музыкальная радиостанция России. Её статус был определен чуть менее сорока лет назад, когда в 1964 году руководством СССР было принято решение о создании принципиально нового для того времени круглосуточного типа вещания, распространяемого по эфирным, наземным и проводным видам связи одновременно на всю территорию страны.

Многие годы «Маяк» был единственным оперативным средством информирования населения о важнейших событиях, происходящих во всех сферах жизни страны и мира. Сегодня он вновь в числе лидеров. Это три независимых вещательных канала, объединенные одной организационной структурой, проводящие государственную политику в области информации.

Традиции «Маяка» шестидесятих годов сохраняет основной «Маяк» (новости, музыка, концерты по заявкам, аналитические передачи, программы культурологического характера, интерактивные проекты, музыкально-развлекательные программы и др. – 19 часов 15 минут ежедневного вещания). Распространяется по длинным, средним и ультракоротким волнам на всей территории России и в ряде зарубежных стран.

«Маяк-24» – новый информационный продукт отечественного радиовещания. Впервые в его истории создана радиостанция, обеспечивающая круглосуточное информационное вещание. Лишь в ночные часы и в выходные дни на волнах «Маяка-24» помимо новостей звучат музыкальные программы. Новостные выпуски каждые пятнадцать минут, актуальные комментарии, репортажи и интервью с мест событий в стране и за рубежом, документальные расследования, ежечасная информация из горячих точек России и планеты, политические ток-шоу и информационные программы на темы культурной жизни – основное содержание новой радиостанции, работающей в Москве и области на частотах FM-диапазона; в других регионах страны – с помощью космических средств связи.

### **Государственная радиовещательная компания «Радио России»**

Государственная радиовещательная компания «Радио России» впервые вышла в эфир 10 декабря 1990 года. Компания вещает двадцать четыре часа в сутки.

В структуре компании выделяются отделы новостей, общественно-политических программ, интернет-вещания, спорта и писем. Ориентировано в основном на внутрироссийскую аудиторию.

Выводы из вышесказанного могут быть сделаны следующие:

1. На рынке внешнеполитических информационно-аналитических услуг Россия представлена достаточно хорошо, однако использует свои возможности недостаточно. Государственные СМИ пока недостаточно эффективно защищают национальные интересы в информационной сфере. Государство, имея достаточно мощные рычаги влияния на информационную политику их редакций, не создало системы стратегического управления задачи по формированию позитивного восприятия России за рубежом. Однако ситуация медленно, но верно выправляется.

2. Внимание российских СМИ к международной информации и информационному освещению российской внешней политики сводится в большинстве случаев лишь к информированию о событии в новостных блоках, а не к развернутому комментарию в специализированных программах и передачах. Часто отсутствует прямой выход на зарубежную аудиторию, что усугубляет ситуацию. В силу сложившейся в стране ситуации государство не было в состоянии оказывать ни частным, ни принадлежащим ему средствам массовой информации поддержки в их информационной деятельности, направленной на зарубежного потребителя. В то же время отдельные инициативы со стороны руководства российских СМИ в этой сфере уже можно признать успешными.

3. Остро встает вопрос об оптимизации деятельности принадлежащих государству СМИ, проведении им более активной линии в мировом информационном пространстве путем создания специальной интегрированной системы координирующих и управляющих органов информационного противоборства.

4. 20 Век породил череду коммуникационных революций: *Первая* была вызвана метаморфозой периодической печати. В условиях широкого распространения грамотности, введения всеобщего избирательного права степень воздействия журналистики на политические и общественные процессы во многих случаях оказывалась выше, чем влияние других социальных институтов. *Вторая коммуникационная революция* связана с появлением радио, а *Третью коммуникационную революцию* знаменовали переход от стадии экспериментов по дистанционной передаче изображения к регулярным телетрансляциям, и последовавшее за этим превращение телевидения в средство массовой информации. Наконец, *четвертая коммуникационная революция*, произошла в связи с развитием спутниковых и кабельных телекоммуникаций, а также созданием компьютерных сетей, способных обеспечить накопление и передачу огромных массивов информации в глобальном масштабе.

5. Современные средства массовой коммуникации создали принципиально новые возможности, многократно усилив эффективность использования информации в политических целях. Они произвели настоящую революцию в политических отношениях и способах социального управления миром.

Роль информационных факторов в мировой политике неуклонно возрастает.

6. **Информация** в 21 веке превратилась в глобальный, в принципе, неистощимый, ресурс человечества, вступившего в новую эпоху развития цивилизации – эпоху интенсивного освоения этого информационного ресурса, эпоху ноосферы.

7. Борьба за скорость и эффективность информационных взаимодействий особенно ярко проявилась в интенсивном развитии средств непосредственной передачи информации: **книгопечатание – телеграф – телефон – радио – телевидение – компьютер – Интернет.** Все это содействовало появлению в 20 веке Ноосферы.



## Глава 3 Эволюция информационного противоборства

### 3.1. Информационная война и Троя

Информационно-психологическое воздействие существует (применяется) столько времени, сколько существует сам человек. Основы ведения информационного противоборства в мировой политике были сформулированы еще тысячи лет назад, во времена Трои.

Три тысячи 200 лет назад Троя была захвачена врагом. Все мы помним красивый кинофильм ТРОЯ. Но с моей точки зрения, реальными организаторами захвата Трои, профинансировавшими всю военную операцию греков-ахейцев, были семиты-финикийцы из города Тир. По сути, финикийцы – основатели Первого Карфагена. 10 лет семиты-финикийцы, разжигая низменные страсти, платили большие деньги грекам, за то, чтобы они разгромили Трою, которая мешала им в организации Работорговли Древнего Мира. Кому не известна эта знаменитая легенда о троянском коне? О том, как режиссер древней информационной войны Одиссей научил греков, 10 лет безуспешно осаждавших Трою, хитроумной уловке. Но почему мысль о таком коварном замысле пришла к Одиссею лишь спустя 10 лет? И был ли Одиссей режиссером-идеологом информационной войны. Скорее всего, нет. Он лишь реализовывал чуждые ему планы реальных, но неизвестных режиссеров информационной войны. За то, что он уговорил наемников-греков продолжать войну против Трои, Одиссей был сурово наказан богами, 20 лет скитаясь по морям, в то время как в его родном доме, издеваясь над его собственной женой, хозяйничали недруги. Ну а руководитель греков Агамемнон и вовсе был убит, вскоре после возвращения на свою Родину.

Режиссерами-идеологами данной информационной операции были неизвестные семиты-финикийцы, поклонники божества Ваала, поклонявшиеся золотому тельцу. Именно они то и построили деревянного коня из специальных деревьев, который они привезли из Ливана. Финикия располагалась тогда на территории современного Ливана, Израиля и Сирии. Она то и была главным оппонентом Троянской империи. Дух торгашества и наживы пронизывал Финикию. И Троянская империя мешала расширению идеологии стяжательства и работорговли в Древнем мире. Поэтому финикийцы и наняли греков, как наемников для нападения на Трою.

По указаниям идеологов финикийцев, греки притворились, будто они сняли осаду, и сели на корабли. В покинутом неприятельском лагере троянцы нашли огромного деревянного коня, построенного финикийцами. Прорицательница Кассандра предупреждала троянцев о том, что нельзя переносить деревянного коня в город. Но горожане ее не послушали. Взятый в плен греческий юноша Синоп, предварительно хорошо избитый для натуральности по легенде прикрытия, выполняя тайный план Одиссея, сообщил троянцам, что будто бы конь волшебный. Якобы, по предсказанию жрецов, пока он будет находиться в Трое, она останется неприступной. Обрадованные троянцы увезли коня в город. А ночью по тайному сигналу, поданному Синопом, греческие корабли вернулись к стенам Трои. Воины, спрятанные в туловище деревянного коня, выбрались наружу и напали на спящих троянцев. Одновременно в город ворвалось вернувшееся на кораблях греческое войско. За ночь была достигнута цель, которую тщетно преследовали осаждавшие войска город в течение долгих 10 лет...

Большой толчок развитию средств информационно-психологического воздействия на психику воинов и гражданского населения дала первая Общевропейская война, вошедшая в историю под названием «Тридцатилетняя война» (1618–1648 гг.). Достижения граверного искусства позволили широко применять иллюстрированные листовки, выпускающиеся значительными для того времени тиражами. С печатного станка тогда стали сходить первые «информационные листовки», извещавшие аудиторию о каком-либо событии.

**Именно в годы этой войны и появился термин ПРОПАГАНДА (от названия основанной в 1622 году римским папой Конгрегации Пропаганды Веры (от лат. *propaganda*) ( Sacra Congregatio de Propaganda Fide). В то время римско-католическая церковь была в глухой идеологической обороне под натиском протестантов, боровшихся с католицизмом. Поэтому то на первой этапе Общеввропейской войны между католиками и протестантами, Римский папа учредил папскую пропаганду как средство координирования усилий, направленных на восприятие людьми доктрин католической церкви, идеологическую борьбу с протестантами. Весь мир был разделён на 13 регионов, в каждый из которых назначались специальные представители Папы Римского – **нунции**. Основной обязанностью нунциев и всей конгрегации стала, естественно, пропаганда христианства (католицизма).**

Слово «*пропаганда*», таким образом, приобрело отрицательное значение в протестантских странах, но дополнительный положительный оттенок значения (сходный с «*образованием*» или «*проповедованием*») в католических регионах мира, прежде всего в Латинской Америке.

Термин «пропаганда» не получал широкого распространения до начала двадцатого столетия, когда его стали широко применять для описания тактики убеждения, использовавшейся в ходе Первой мировой войны. Пропаганда была первоначально определена как распространение пристрастных идей и мнений, часто с помощью лжи и обмана. Слово «пропаганда» с тех пор стало означать массовое «внушение» или влияние через манипуляцию символов и психологию индивидуума. Пропаганда – это связь некой точки зрения с конечной целью, заключающейся в том, что получатель данного призыва приходит к «добровольному» принятию этой позиции, как если бы она была его собственной.

Успешную пропаганду на войска противника и население его страны ранее Первой мировой войны вели А. В. Суворов и М. И. Кутузов.

Александр Васильевич Суворов, граф Рымникский, князь Италийский (1730–1800) – выдающийся русский полководец, не проигравший ни одного сражения. Его знаменитая книга «Наука побеждать» включала в себя как способы ведения войны, так и методы воспитания и обучения войск, информационно-психологического воздействия на противника. Участвовал в Семилетней войне 1756-63 гг., в русско-турецких войнах 1768-74 и 1787-91 гг., взял неприступную крепость Измаил, провел Итальянский и Швейцарский походы 1799 г., разбив французские войска и совершив знаменитый переход через Альпы, чтобы выйти из окружения. Для информационно-пропагандистского искусства генералиссимуса А. Суворова характерно новаторство, как и для всех остальных областей, в которых протекала его многогранная деятельность.

В апреле 1799 года он в качестве главнокомандующего всеми союзными войсками в Северной Италии прибыл в Валеджо. Здесь Александр Васильевич в невиданно короткий срок поднял боеспособность австрийской армии, и 15–17 апреля в знаменитом трехдневном сражении при реке Адда союзники под его командованием нанесли поражение 28-тысячной французской армии генерала Ж. Моро. В двух последующих сражениях Суворов снова разбил противника: сначала армию генерала Ж. Макдональда при Треббии 6–8 июня и затем 4 августа при Нови – армию под командованием генерала Б. Жубера (убитого в самом начале сражения Жубера сменил уже разбитый ранее Суворовым Моро). В результате суворовских побед французские силы в Северной Италии были разгромлены.

В середине августа 1799 года Александр Васильевич получил предписание от обоих императоров об отводе союзных войск в Швейцарию для соединения с находившимся там русским корпусом А. Римского-Корсакова. Начался новый этап в полководческой деятельности Суворова – знаменитый Швейцарский поход 1799 года.

Переход через Альпы проходил в сложнейших условиях: предательское, по существу, поведение австрийских «союзников», постоянно не выполнявших свои обязательства, ежедневные стычки с неприятелем, часто переходившие в сражения (достаточно вспомнить

известный бой за Чертов мост), сама природа, создававшая на пути русской армии невероятные трудности, – все это преодолели суворовские «чудо-богатыри». «Русский штык, по выражению самого Суворова, прорвался сквозь Альпы», нанеся при этом французам потери, вчетверо превышавшие собственные.

Швейцарский поход стал достойным венцом подвигов А. В. Суворова. В 1799 году он впервые в истории войн задумал и успешно осуществил пропагандистскую операцию как часть единого плана в интересах боевых действий своих войск (лишь в 1917 году это было повторено странами Антанты).

28 октября 1799 года за переход через Альпы Суворов получил звание генералиссимуса всех российских войск.

М. И. Кутузову принадлежит честь первого в истории войн использования пропагандистского текста, который объединил в себе призыв аудитории к определенным практическим действиям с документом, имеющим юридическую силу и поэтому становившемся особенно привлекательным для пропагандируемых. Таким текстом было обращение М. И. Кутузова к населению Польши 27 декабря 1812 года. Отпечатанное значительным тиражом в виде листовки, обращение имело в конце особую оговорку: «Экземпляр сего объявления всякому, имеющий оный, служит вместо охранного листа». Дальнейшее развитие объединения пропагандистского текста с документом привело к созданию в годы Первой мировой войны хорошо известной формы пропаганды плена в виде листовки-пропуска.

К концу 19 века искусство пропагандистского воздействия на психическое состояние военнослужащих и население противника достигло высокого уровня. И хотя к этому периоду времени не был создан ни один специальный орган, печатный станок занял прочное место в арсенале средств достижения окончательной победы над врагом.

Поворотным пунктом в развитии теории и практики информационно-психологического воздействия явилась первая мировая война.

### 3.2. Информационное противоборство в Первую мировую войну

Первая мировая война стала поворотным пунктом в развитии теории и практики пропаганды. В самом начале войны правительства воюющих стран, за исключением Германии и России, пришли к выводу о необходимости создания специальных органов для оказания информационно-психологического воздействия на войска и население противника, а также для воздействия на общественное мнение в нейтральных странах и внутри своих стран.

В 1914 году при министерстве иностранных дел Великобритании было создано **бюро военной пропаганды**, позднее **управление военной информации**, которое в дальнейшем было преобразовано в **министерство информации**. Министерство осуществляло пропаганду среди военнослужащих и населения зарубежных стран. В августе 1915 года при 2-м отделе генерального штаба министерства обороны Франции был создан **отдел службы военной пропаганды**, задачей которого являлось воздействие на противника с помощью листовок. В каждой французской армии имелся самолет для распространения печатных материалов. В 1917 году в ведение информационного противоборства включились и США. Президент США Вильсон создал Комитет по общественной информации под председательством Джорджа Криля.

В деятельности этого Комитета и просматривается зарождение взаимосвязи информационного противоборства. Задача Комитета состояла именно в том, чтобы мобилизовать общественное мнение внутри страны на поддержку как участия Америки в войне, так и миротворческих усилий В. Вильсона, поскольку общественное мнение раскололось надвое сразу же после объявления войны. Комитет Криля начал свою работу, не имея под рукой никаких испытанных на практике методик СМИ. Приходилось постоянно импровизировать. Поскольку в те времена не было развитых в масштабах страны радио– и

телесетей для быстрого распространения важнейшей информации, комитет сформировал мобильные группы добровольцев, которые охватили почти 3000 административных графств (counties) по всей Америке. Получая телеграммы, эти волонтеры, подобно птицам, разлетались по школам, церквям, клубам и другим местам сосредоточения людей, чтобы сжато (за 4 минуты) сообщать последние новости, за что их и называли «четырёхминутчики» (Four Minutemen). В конце войны таких волонтеров насчитывалось уже около 400 тыс., они одновременно делали 400 тысяч четырехминутных сообщений среди самых разных слоев населения. Вместе с тем Криль и его помощник Карл Бийор привлекли к работе профессионалов, создав еще одну разветвленную сеть каналов информационного влияния как на противника, так и на граждан Америки. Таким образом, и были созданы основные принципы ведения информационного противоборства – защита своей информационной среды от влияния противника и информационное воздействие на войска и население противостоящей стороны.

Комитет делился на секции новостей, иноязычных газет и других печатных материалов, кинофильмов, военных выставок, ярмарочных экспозиций, отношений с промышленниками, рекламы и карикатуры. Все это умело использовалось для сплочения нации и информационно-пропагандистской работы против врага.

Первой проверкой Криля стал день, на который многие в Вашингтоне смотрели с трепетом – 5 июля 1917 года, – день, когда в США всем мужчинам призывного возраста следовало явиться для регистрации на военную службу. За месяц до дня пересчета, Криль создал его самое многообещающее дитя: Четырёхминутных Ребят (ЧМР). Идею ему подал один паренек из Чикаго, Дональд Риэрсон, который сказал ему, что он подбил нескольких своих патриотично настроенных дружков произнести речи в кинотеатрах. Криль решил придать этой концепции национальный размах, дал добровольцам их патриотическое название и назначил Риэрсона их директором.

Вскоре, в кинотеатрах по всей стране появились местные ЧМР и заверяли, что они говорят от имени Комитета общественной информации. Криль снабжал Четырёхминутных Ребят текстами 4-минутных речей, но призывал их, где возможно вставлять что-то от себя. Их первой темой было «Всеобщее служение через выборочный военный призыв». С 12 по 21 мая 75 тысяч ораторов внушали посетителям кинотеатров идею о том, что день регистрации должен стать фестивалем чести для будущих призывников.

Страна отозвалась с большим пониманием. 5 июня 10 миллионов человек были приписаны без намека на протест. Сиэтл, штат Вашингтон, дал публичный банкет для своих призывников перед их отправкой в Кэмп Льюис. В сотнях крошечных городков ветераны Гражданской войны приходили, чтобы проводить новых солдат до железнодорожной станции. К концу войны страна имела 516 тысяч призывников в тренировочных лагерях и все еще без тени протеста.

Тем временем, Четырёхминутные Ребята развивали свои темы, например, «Почему мы сражаемся» и «Кто наш настоящий враг». Криль никогда не прекращал улучшать свои представления, рассылая для их проработки команды из учителей ораторства и известных писателей по всей стране. В действительности, у него были «инспекторы», проверяющие их. Чтобы вступить в ряды ЧМР, человеку надо было иметь поручительства от трех значительных в своем городе граждан. Если он не соответствовал нужному уровню, его бесцеремонно исключали из группы.

ЧМР стали вскоре выступать на гражданских и профсоюзных митингах, разных тусовках, лагерях лесорубов и даже в индейских резервациях. ЧМР действовали в 153 ВУЗах, армии. Наконец, было отделение Юношеского ЧМР, которое выступало в старших классах школ. Лучшие из выступавших выигрывали призы. Двести тысяч учеников старших школ участвовали в поддержке движений Третьего Свободного Займа.

Ко времени окончания войны, Криль, любивший статистику, объявил, что его ораторы произнесли 755190 речей для, в общей сложности, 314 454 514 американцев. За месяц они доходили до более чем 11 миллионов людей. Газеты, сообщавшие о них, посвятили им

900 000 строк, и это была статистика только по крупным газетам. Вся эта *грандиозная программа стоила правительству лишь \$101,555.10.*

Комитет делился на секции новостей, иноязычных газет и других печатных материалов, кинофильмов, военных выставок, ярмарочных экспозиций, отношений с промышленниками, рекламы и карикатуры. Все это умело использовалось для сплочения нации и информационно-пропагандистской работы против врага. Деятельность комитета достигла невиданных доселе масштабов.

Одновременно проводилась широкомасштабная PR-кампания по организации государственного «Займа свободы», возглавляемая Г. Эмерсоном, который позже стал пионером публичных рилейшнз в банковском деле. В ходе кампании по сбору средств использовались приемы рекламы, публицити, со временем вошедшие в арсенал искусства связей с общественностью многочисленных компаний. Следует отметить высокую эффективность деятельности Комитета Криля. Достаточно привести несколько фактов. Если в начале войны Красный Крест США насчитывал в своих рядах около полумиллиона членов, а фонды составляли 200 тысяч долларов, то к концу войны в нем уже состояло 20 млн. человек, а поступления возросли до 400 млн. долларов. Если весной 1917 года облигациями государственного займа владели всего 350 тыс. граждан Америки, то уже через шесть месяцев облигации «Займа свободы» имели на руках 10 млн. человек. Во время первой мировой войны школу ведения информационного противоборства и PR прошло немало людей, со временем ставших профессионалами этого дела. Среди них были Карл Бийор, в начале 30-х годов создавший фирму PR, ставшую в дальнейшем одной из самых мощных в США, и Эдуард Бернайз, приступивший вскоре к разработке теоретико-методологических основ новой дисциплины.

А при разведотделе штаба экспедиционных войск США в Европе была создана так называемая **психологическая секция**. Россия, Италия и другие страны в той или иной мере пытались оказывать информационно-психологического воздействие на войска и население противника, но влияние этого воздействия значительно уступало английскому и французскому. В Германии до августа 1918 года было запрещено заниматься изданием и распространением листовок, поскольку это, по мнению руководства страны, противоречило правилам ведения войны.

Когда же запрет был снят и Германия приступила к массовому изданию листовок на американские, английские и французские войска, то время было упущено и добиться сколько-нибудь ощутимых результатов до конца войны ей так и не удалось. В годы первой мировой войны информационно-психологического воздействие в основном оказывалось путем ведения печатной пропаганды.

В то же время также и Германия достаточно эффективно занималась разложением тыла противника. Так, при поддержке Германии, в 1916 году вспыхнуло огромное восстание против английских оккупантов в Ирландии. Но главную роль по свержению самодержавия в России сыграла британская разведка МИ-6, которая активно использовавшая в своих целях имевшуюся агентуру в германской разведке. В 2004 году в России вышла книга австрийского историка Элизабет Хереш «Купленная революция. Тайное дело Парвуса», которая рассказывает о тайнах начала 20 века.

Кто же такой Александр Парвус? Парвус, он же Израиль Лазаревич Гельфанд, родился в 1867 году под Минском в еврейской семье. Затем стал социалистом, был учителем Л. Троцкого – главного и самого ценного агента британской разведки в российском революционном движении. Был знаком с Лениным с 1905 года. Именно Парвус и был самым секретным агентом МИ-6, который разработал программу подрывных информационно-пропагандистских операций против России и предложил ее профинансировать МИД Германии. Германский кайзер одобрил эту программу. На ее финансирование было выделено около 100 миллионов марок. Именно Парвус и обеспечил Владимиру Ильичу Ленину и его 35 соратникам, возвращение в Россию через воюющую Германию, без его участия такой вояж был бы невозможен.

Грандиозный британский план ведения информационной войны против России «не военными средствами» был реализован, да еще и с использованием потенциала Германии. Германия также затем стала жертвой информационно-психологических операций противника по разложению ее тыла. Страны Антанты активно поддерживали социалистов, которые хотели свергнуть власть кайзера, финансировали их деятельность. Под информационным давлением в Германии, как и в России, вспыхнула революция и в итоге немцы проиграли 1 мировую войну.

Всего за годы войны над немецкими позициями и в тылу французы распространили 29 млн. экземпляров листовок, т. е. примерно по 750 тыс. в месяц, англичане же распространяли до 1 млн. экземпляров листовок в сутки. К августу 1918 года обработка союзниками немецких военнослужащих достигла такой интенсивности, что на участке фронта в 150 км ежедневно сбрасывалось по 100 тыс. листовок.

После окончания войны немецкие военачальники неоднократно заявляли, что Германия потерпела поражение не на поле боя, что «ее армия никогда не была разбита», а исход был предрешен тем, что рухнул тыл, поскольку «чужеродные и радикальные элементы стали легкой добычей иностранной пропаганды». Сразу после окончания первой мировой войны в западных странах проявили повышенный интерес к ее политическому опыту. Были написаны десятки исследований, созданы специальные кафедры во многих университетах, которые приступили к подготовке квалифицированных специалистов.

После войны были написаны десятки исследований, созданы специальные кафедры во многих университетах, которые в широких масштабах приступили к подготовке квалифицированных специалистов по теории и практике пропаганды на войска и население противника.

Наиболее четко изложены взгляды на важную роль пропаганды в войне в книге американца **Гарольда Лассуэлла «Техника пропаганды в мировой войне»**, изданной в 1927 году (в 1929 году она была напечатана в СССР).

В связи с тем, что подходы Г. Лассуэлла не потеряли актуальности и сегодня, автор считает необходимым изложить их достаточно полно.

1. История империалистической войны показывает, что современная война должна вестись на 3-х фронтах: военном, экономическом и пропаганды.

2. Пропагандой можно действовать как оружием прямой связи на нравственное состояние неприятеля, стараясь нарушить его состояние или же отклонить ненависть неприятеля от воюющей с ним страны.

3. Успешность пропаганды зависит от искусного применения средств при благоприятных условиях. Средства – это то, чем пропагандист может располагать; условия это то, к чему он должен приспособливаться. Пропагандист может видоизменить организацию своей деятельности, менять течение внушаемых им мыслей и заменять один способ распространения этих мыслей другим, – но он непременно должен считаться с определенными объективными фактами международной жизни и с общим настроением.

4. Основные стратегические цели пропаганды:

- возбуждение ненависти к неприятелю;
- поддержание дружественных отношений с союзниками;
- сохранение добрых отношений с нейтральными странами и, если возможно, старание заручиться их сотрудничеством;
- деморализация противника.

Таким образом, Г. Лассуэлл, пожалуй, впервые в мире выделил информационно-психологическую сферу войны, показав пропаганду как особый вид оружия, воздействующий на нравственное состояние (т. е. психическое состояние) неприятеля. Пропаганда – распространение в массах и разъяснение каких-нибудь воззрений, идей, учения, знаний.

### 3.3. Информационное противоборство во Второй мировой войне

Вторая мировая война подвергла проверке жизнеспособность теоретических положений об эффективности умело организованного информационно-психологического воздействия на войска и население противника.

**Основными формами информационного противоборства в ходе войны явились печатная и радиопропаганда. В меньших масштабах были представлены устная пропаганда и наглядная агитация.**

Сделав соответствующие выводы из опыта первой мировой войны, руководители фашистской Германии с большим вниманием отнеслись к проблемам ведения военной пропаганды. Зал съезда национал-социалистов в Нюрнберге в 1936 году украшал лозунг: «Пропаганда помогла нам прийти к власти. Пропаганда поможет нам удержать власть. Пропаганда поможет нам завоевать весь мир». Сразу же после прихода к власти в Германии Национал-социалистической партии гитлеровское руководство образовало Министерство народного просвещения и пропаганды во главе с доктором философии Йозефом Геббельсом.

Министерство объединило существующие пропагандистские организации рейха, став фактическим монополистом в сфере пропаганды с тем, чтобы «пронизать идеями национал-социализма все стороны жизни немецкой нации». В соответствии с правительственным декретом от 30 июня 1933 года, в ведение министерства передавались общая политическая пропаганда, высшая политическая школа, государственные празднества, пресса, радио, книгоиздательство, искусство, музыка, театр, кино, моральное состояние общества.

При образовании министерства пропаганды Геббельсу пришлось буквально отвоевывать полномочия у других ведомств. Так из ведения министерства внутренних дел были изъяты общие вопросы внутренней пропаганды, право надзора за прессой, радио, кино. Министерство экономики лишилось контроля над рекламой, проведением выставок и ярмарок. Министерство иностранных дел передало Геббельсу всю пропагандистскую работу за рубежом и лишилось собственного отдела печати. По мнению И. Риббентропа, возглавившего германский МИД в 1938 года, это решение было «политико-организационной ошибкой» и вызывало определенную напряженность в отношениях с министерством пропаганды. Однако при реализации крупных внешнеполитических и военных акций оба министерства действовали согласованно, и МИД готовил «белые книги», на основе которых проводились пропагандистские кампании.

Длительное время продолжалась борьба между Геббельсом и вермахтом за руководство военной пропагандой. Конфликт формально закончился компромиссом зимой 1938–1939 гг., когда было подписано специальное соглашение о «разделе полномочий». В случае войны вся военная пропаганда внутри страны отдавалась министерству Геббельса. В районах военных действий пропагандой занимался отдел военной пропаганды вермахта, который согласовывал основную пропагандистскую линию с Геббельсом.

Несмотря на некую конкуренцию в области пропаганды, министерство Геббельса оставалось самым крупным и влиятельным органом. Бюджет министерства вырос с 28 млн. марок в 1934 году до 95 млн. в

1939 году. За 10 лет существования министерство получило из бюджета 1,3 млрд. марок. На 1 апреля 1939 года общее число работающих в центральном аппарате министерства составляло 956 человек. А к апрелю 1941 года в нем было занято 1902 человека. В министерстве пропаганды были собраны лучшие германские пропагандистские кадры. Средний возраст сотрудников составлял 39 лет, большинство из них принадлежало к верхнему слою среднего класса, половина имела университетские дипломы.

В руках министерства фактически находилась вся система получения информации. В 1934 году были объединены два крупнейших информационных агентства: агентство Вольфа и Телеграфный союз, входивший в газетный концерн Гутенберга. В результате объединения возникло официальное агентство «Немецкое информационное бюро».

Ведущим отделом министерства был отдел пропаганды, не имевший узкой специализации. На него возлагалась задача по пропаганде идеологии, партийных документов, правительственной политики, расовых доктрин и т. д. Здесь планировались разнообразные государственные агитационные кампании. Особенно тщательно планировались и пышно проводились мероприятия с участием Гитлера.

Под контролем министерства пропаганды находилось все немецкое радиовещание. Отдел радио формулировал политику в области радиовещания и осуществлял надзор за ее выполнением. В его руках находилась Германская радиовещательная корпорация и 26 млн. радиослушателей – 40 % населения страны. Имелось несколько радиостанций (Мюнхен, Кенигсберг, Лейпциг, Дрезден, Гамбург), которые вели вещание на европейские страны, главным образом для немцев, проживающих за пределами Германии («фольксдойче»). Постоянно наращивалось количество передач на «дальнее зарубежье». В 1938 году суточная продолжительность зарубежных передач составила на страны Западного полушария 22 часа, Африки – 8 часов, Азии – 21. Более половины передач велось на английском языке, около 40 % – на немецком. В 1943 году зарубежное вещание велось на 53 языках. Большое внимание в годы второй мировой войны уделялось «черной пропаганде» с секретных радиостанций, расположенных на территории Германии. Так против СССР работало три радиостанции. Одна из них носила троцкистский характер, другая – сепаратистский, третья – выдавала себя за «национально-русскую».

Под контролем министерства находилась и немецкая пресса. В Веймарской республике издавалось около 10 тыс. газет и журналов независимых, различной партийной принадлежности, общегерманских, региональных и местных. После прихода к власти нацисты запретили газеты КППГ, СДПГ, многие либерально-демократические издания. 4 октября был принят «Закон о редакторах», по которому редакторскую должность мог занять только ариец по происхождению.

Ежедневно в министерстве пропаганды высшие чиновники, нередко сам Геббельс, проводили закрытые пресс-конференции, явка на которые представителей центральных органов немецкой пропаганды была обязательной. Собиралось около 200 человек. На пресс-конференциях сообщалось о внутренних важнейших и международных событиях и их оценке нацистским руководством, давались указания о необходимых комментариях, а также определялись основные тактические и стратегические задачи пропагандистских кампаний. Материалы закрытых пресс-конференций по специальным телефонным каналам предавались в 32 местных отделения министерства. Все указания министерства подлежали обязательному выполнению. Отдельно проводились пресс-конференции для иностранных журналистов, аккредитованных в министерстве пропаганды. В министерстве имелись специальные службы, которые готовили сводки и материалы для различных пропагандистских кампаний, а также по экстренным и политически острым вопросам. Эти материалы по специальным указаниям руководства направлялись на радио и в прессу. С началом второй мировой войны министерство ввело систему «**лозунгов дня**», которые ЕЖЕДНЕВНО определяли объект, язык и стиль пропаганды, определенную тактическую пропагандистскую линию.

Геббельс создал эффективный аппарат тотальной пропаганды национал-социалистической идеологии и обеспечил поддержку курса руководства фашистской Германии со стороны большинства немецкого населения.

С первых шагов своей политической деятельности Гитлер уделяя **огромное внимание** информационному воздействию на психику людей. Именно Гитлер, после прихода к власти в Германии, **впервые** предпринял попытку **глобального информационного воздействия (экспансии) на население других стран**. Информационное влияние осуществлялось следующими способами:

1. Распространением информации через информационные агентства, радио, путем доставки за границу немецких газет и журналов, листовок через агентурную сеть.

2. Через немецких корреспондентов за границей, а также через **иностраннe газеты, находящиеся под немецким влиянием**.



3. Путем проведения выставок и ярмарок в Германии, участия в ярмарках и выставках за рубежом.

4. Осуществлением культурного обмена с дружественными странами во всевозможных областях (наука, искусство, спорт, воспитание молодежи и т. д.).

Информационные воздействия на войска и население Австрии в 1938 году, содействовали успеху военной операции по присоединению к Германии Австрии. После этого были созданы (в августе 1938 года) специальные воинские формирования пропаганды. Именно они сыграли решающую роль в успешном проведении стратегической дезинформационной кампании под кодовым названием «Ледокол», по обеспечению внезапного нападения на СССР, Первую проверку на практике пропагандистские акции гитлеровской Германии прошли в марте 1938 года в ходе кампании по присоединению Австрии.

В дальнейшем для обеспечения более благоприятных условий для ведения радиопропаганды в Австрию была направлена большая партия дешевых радиоприемников (Этот прием, кстати, успешно повторили США во время войны с Ираком в 1991 году). Вообще, именно США, наиболее эффективно применяли в ходе своих информационных кампаний опыт доктора философии Геббельса.

В самом Вермахте при штабе Верховного главнокомандования в апреле 1939 года был сформирован отдел пропаганды. Ему подчинили специальные воинские подразделения – роты пропаганды. Согласно инструкции № 51/39, они предназначались для решения следующих задач: ведения пропаганды среди немецкого населения и военнослужащих («пропаганда на родину»), ведения пропаганды в прифронтовой полосе («фронтная пропаганда») и ведения пропаганды среди войск противника («пропаганда на врага»). Кроме того задачи по подготовке и распространению листовок, а также обратного отпуску военнопленных выполняли группы по разложению противника из состава команд и армейских групп «Абвера». По степени важности пропаганда на противника приравнивалась к вооруженной форме борьбы.

К началу второй мировой войны Вермахт располагал 14 ротами пропаганды, которыми руководил отдел пропаганды во главе с Хассо фон Веделем.

Перед вторжением во Францию Германия провела несколько стратегических информационных операций. Об одной из них рассказал руководитель немецкой разведки В. Шелленберг в своей книге ЛАБИРИНТ: «Мне было поручено специальное задание. С помощью специалистов из министерства пропаганды я разрабатывал программы передач, преследовавшие цель вызвать возможно большее смятение среди наших противников, особенно французов. Своими огромными успехами в этом деле мы были обязаны прежде всего доктору Адольфу Раскину, тогдашнему директору радио в Саарбрюккене и моему близкому другу. В его распоряжении было три исключительно мощных передатчика, через которые он направлял непрерывающийся поток информации на французском языке под видом официальных сообщений, являвшихся на деле порождением его собственного воображения. Эти фальшивые сообщения явились **основной причиной губительной паники среди гражданского населения. Потоки беженцев загрохотали все дороги и сделали почти невозможным передвижение войск во французском тылу...**

Другой пропагандистский прием, причинивший большой ущерб французам, заключался в том, что немецкие самолеты и агенты разбрасывали среди французов в огромных количествах небольшую и на вид вполне безвредную листовку, отпечатанную на французском языке и содержащую «пророчества» Богоматери – многие из ее пророчеств были действительно включены в листовку. Эта листовка предсказывала ужасные разрушения от «летающих огненных машин», причем неоднократно подчеркивалось, что юго-восточная Франция избегнет этого ужаса. Составляя листовку, я и не представлял себе, что она будет иметь **такой потрясающий эффект. Все попытки гражданских и военных властей остановить огромные потоки беженцев в юго-восточную Францию оказались**

**безуспешными».**

С конца 1940 года немецкие ведомства, начали активную работу по **сбору информации в интересах проведения информационно-психологического обеспечения нападения на СССР** : обрабатывались материалы красноармейских газет приграничных военных округов и другая периодическая печать, вплоть до многотиражек крупных заводов и ведомственных журналов, выходящих небольшими тиражами. К работе привлекались так называемые «специалисты по России», в том числе и из состава эмигрантских организаций, изъявивших желание сотрудничать с немцами. Они готовили аналитические материалы, определяли слабые стороны советских военнослужащих, вскрывали проблемы советского общества, разрабатывали рекомендации по информационно-психологическому воздействию на личный состав Красной Армии и население с учетом национально-психологических особенностей, традиций и культуры.

Армейская разведка «Абвер» во главе с адмиралом Канарисом (агентом британской разведки МИ-6) осуществляла засылку в СССР агентов, подготовленных для ведения информационного противоборства. Они должны были проводить акции информационно-психологического характера, в частности, сеять слухи, распространять компрометирующие материалы на руководство страны, командный состав РККА и т. п., используя разработки и оперативные возможности британской разведки.

Так, одна из школ «Абвера» первую партию таких агентов-пропагандистов направила в феврале 1941 года, вторую – в мае 1941 года. Они осели в приграничных военных округах, имея задачу до начала военных действий «подготовить почву» для предстоящих акций. Агенты Канариса входили в оперативные контакты с британской агентурой, особенно в Белорусском военном округе, где позиции МИ-6 были наиболее сильны. Нелегалы информационной войны, предшественники Джулиана Ассанжа, вербовали людей среди недовольных советской властью, распространяли через них листовки, компрометирующие материалы, слухи, способствующие разжиганию национальной вражды и т. д.

О тщательности и скрупулезности подготовки содержательной стороны пропаганды, расстановки целевых акцентов наглядно свидетельствует запись Геббельса в дневнике от 5 июня 1941 года: «Директивы о пропаганде против России: никакого антисоциализма; никакого возвращения царизма; не говорить открыто о расчленении русского государства, так как мы озлобим армию, которая состоит в основном из русских; против Сталина и стоящих за ним евреев; земля – крестьянам, но колхозы пока сохраняются, чтобы спасти урожай; острые обвинения в адрес большевизма».

Отдел пропаганды штаба Главнокомандования Вермахта подготовил директиву о применении пропаганды в операции «Барбаросса». Она стала основополагающим документом по организации и ведению информационно-психологической войны против СССР. В директиве определялись цели пропаганды, ее формы и методы, она была направлена в войска 6 июня 1941 года. Основными целями информационно-психологического воздействия являлись: **устрашение противника; усиление пораженческих настроений; создание позитивного представления о плене; подрыв авторитета государственного и военно-политического руководства СССР; побуждение к добровольной сдаче в плен и к дезертирству; подрыв авторитета командиров и начальников, неповиновение им; усиление недовольства гражданского населения положением в стране; побуждение населения к лояльному отношению к военнослужащим вермахта; усиление тревоги за судьбу родных .**

Министерство пропаганды отпечатало к 22 июня 1941 года свыше 30 млн. листовок, красочных пропагандистских брошюр карманного формата на 30 языках народов СССР и подготовило несколько радиопередач. На Восточном фронте было сосредоточено 17 рот пропаганды. Когда 22 июня 1941 года в 3.15 немецкая артиллерия наносила огневой удар по объектам на территории Советского Союза, при помощи агитснарядов было распространено значительное количество листовок с обращением к красноармейцам, командирам Красной Армии. Так началось информационно-психологическое воздействие в ходе боевых действий.

В течение первых двух месяцев войны ими было распространено около 200 млн. листовок.

Основной формой пропаганды проводимой вермахтом, являлась печатная пропаганда (листовки, газеты, журналы). Использовалось также и устное вещание. Наибольших успехов пропагандистская машина вермахта добилась в 1942 году. После этого командование Вермахта предпринимает дополнительные меры по усилению воздействия на психику военнослужащих Красной Армии, населения Советского Союза (происходит усиление подразделений пропаганды, они становятся самостоятельным родом войск).

На начало 1943 года войска пропаганды Вермахта включали: 21 роту пропаганды сухопутных войск, 7 взводов военных корреспондентов сухопутных войск, взвод военных корреспондентов «Великая Германия», 8 батальонов пропаганды на оккупированной территории, состоящих из добровольцев-пропагандистов.

В значительной мере эффективность немецкого информационно-психологического воздействия снижалась мерами противодействия с нашей стороны, которые включали пропагандистские, военные, полицейские и психологические средства. С начала и до конца войны радиоприемники были изъяты у населения. За чтение листовок предусматривались жесткие меры наказания и т. д.

Под руководством генералиссимуса Сталина наш народ одержал Великую Победу над фашизмом, в том числе и в информационно-психологической сфере.

Длительное время врагами России целенаправленно создавался миф о том, что якобы Сталин в первые дни войны был растерян. На самом же деле, именно в первые дни войны генералиссимус Сталин проделал титаническую работу по созданию информационного механизма Победы. А ведь ситуация была тяжелейшей. 24 июня был оставлен Вильнюс, 28 июня – Минск. 30 июня фашисты захватили Львов, а 1 июля – Ригу.

Многочисленные документы зафиксировали для истории энергичные меры и действия Сталина, направленные на решительное овладение положением, создание им эффективной системы управления и контрпропаганды. В первый период войны Сталин работал по 16–18 часов в сутки, осунулся. Нельзя не признать нечеловеческого по масштабам и ответственности объема работы, которая легла на его плечи.

Уже 23 июня 1941 года, по инициативе Сталина создается Ставка Верховного Главнокомандования. Ее рабочие органы – Генеральный Штаб, Управления наркоматов обороны и ВМФ. Сначала ее возглавил маршал С. Тимошенко, но уже в августе 1941 года сам Сталин взял всю полноту ответственности на себя и руководил Ставкой до Дня великой Победы.

В этот же день, по указанию Сталина, Главное управление политической пропаганды Красной Армии подготовило директивы, согласно которым главной задачей военной прессы становилось воспитание героизма, мужества, военного искусства, дисциплинированности. Были также сформулированы основные лозунги, которыми должна была руководствоваться пресса, в частности: «Фашизм – это порабощение народов. Фашизм – это голод, нищета, разорение. Все силы на борьбу с фашизмом!», «Наше дело правое. Враг будет разбит. Победа будет за нами!». Эти и другие сталинские лозунги во многом и определяли основное содержание выпусков как военных, так и гражданских газет.

А уже на следующий день, Сталин приступил к созданию Информационного механизма обеспечения деятельности Ставки. Он начал создавать механизм управления информационными потоками в условиях кризисной ситуации – ситуации войны.

24 июня 1941 года по инициативе Сталина было принято совместное постановление ЦК партии и правительства «О создании и задачах Советского Информационного Бюро». В постановлении определялись его основные задачи: «а) руководство освещением международных событий и внутренней жизни Советского Союза в печати и по радио; б) организация контрпропаганды против немецкой и другой вражеской пропаганды; в) освещение событий и военных действий на фронтах, составление и опубликование военных сводок по материалам Главного Командования».

Ежедневные сводки Совинформбюро являлись основным источником информации о положении на фронте в течение всего периода войны. Работники Совинформбюро получали сообщения из ТАСС, редакций центральных газет, от своих собственных корреспондентов, но основные данные приходили из Ставки Верховного Главнокомандования. Сталин придавал огромное значение контрпропаганде и информационному противоборству. И он создал эффективный механизм для обеспечения информационной победы – Совинформбюро (СИБ).

Тот факт, что **во главе новой организации – СИБ – был кандидат в члены Политбюро ЦК, секретарь ЦК партии А. С. Щербаков**, свидетельствует о том, что данному направлению работы придавалось колоссальное значение. Для Совинформбюро сразу выделили помещение в ЦК, из аппарата Щербакова было откомандировано в СИБ несколько человек, пригласили писателей Афиногенова и Фадеева, чтобы они помогли на первом этапе работы. Наладить функционирование новой организации в сложившихся условиях было делом не простым.

При создании Совинформбюро ему поручались три совершенно разные по форме задачи, хотя единые по своей направленности. Составление и опубликование военных сводок производилось в основном Генштабом и потом специальной группой, которая работала в аппарате Управления пропаганды и агитации ЦК ВКП(б) по сбору дополнительных фактов и составлению сведений к основной сводке Генштаба.

Сложнее оказалось с решением второй задачи – информировать общественность зарубежных стран о событиях, происходящих на советско-германском фронте и о работе советского тыла. У Совинформбюро не было никаких связей, нужно было все создавать заново. Между тем противники СССР, начиная с Германии, имели мощный пропагандистский аппарат, большое количество радиостанций, прессу. Союзники СССР так же быстро создали свой огромный агитационный орган. Перед Совинформбюро стояла задача в предельно сжатые сроки «разыскать и нащупать во всем мире связи – газеты, журналы, радиостанции, агентства и прочее, – через которые можно передавать информацию о Советском Союзе, материалы о нем».

Большие трудности заключались в подборе кадров: требовалось знание иностранных языков, опыт пропагандистской работы. В Совинформбюро было необходимо организовать его практическую работу. Структура СИБ была создана в день его возникновения.

Через четыре дня после создания Советского Информбюро ЦК ВКП(б) вновь возвращается к вопросу о нем, и 28 июня 1941 года принимает решение: «Утвердить для работы в Совинформбюро товарищей Дятловского В. М., Петухова П. И., Седунова С. Н., Дятлова Г. С., Осьминина В. С., Сенюшкина Н. П., Кобрина Г. Д., Жукова В. П., Цыганкова К. М.»

То, что в течение первой недели войны Секретариат ЦК ВКП(б) дважды обращался к вопросам, связанным с организацией Совинформбюро (СИБ), – свидетельство того, что деятельности Совинформбюро генералиссимусом Сталиным придавалось огромное значение.

29 июня Сталин начал осуществлять перевод всей страны на военный лад. Программа действий по превращению страны в единый боевой лагерь была сформулирована в «Директиве СНК СССР и ЦК ВКП (б) партийным и советским организациям прифронтовых областей о мобилизации всех сил и средств на разгром фашистских захватчиков». Именно эта Директива и легла в основу выступления Сталина по радио 3 июля 1941 года.

30 июня Решением Президиума ВС СССР, ЦК ВКП (б) и СНК был создан Государственный комитет обороны (ГКО), сосредоточивший всю полноту государственной власти в Великую Отечественную войну. ГКО всю войну возглавлял Сталин.

3 июля 1941 года рано утром по радио на всю страну была передана речь Сталина, в которой он называл своих слушателей «братья и сестры», «друзья». Он объяснял отступление и военные неудачи первых дней внезапностью нападения гитлеровцев, их вероломством. С начала войны и до ноября 1941 года имя Сталина почти не упоминается в

газетах, нет его портретов.

Тема патриотизма, любви к Родине в годы войны начинает звучать с особой силой. После долгих лет пропаганды идей пролетарского интернационализма началось обращение к национальным чувствам, национальной гордости, особенностям национального характера. В публикациях часто использовались исторические аналогии, рассказывалось о великих русских полководцах, о военных успехах страны в прошлом, показывались освободительные традиции народов России.

Таким образом, Сталин – 3 июля 1941 года вернулся к реализации главной геополитической доктрины РЮРИКОВИЧЕЙ (Доктрина Москва – ТРЕТИЙ РИМ), что и позволило победить ГЛОБАЛЬНУЮ ИМПЕРИЮ ЗЛА – фашизм.

В соответствии с Доктриной «Москва – ТРЕТИЙ РИМ» Сталин восстанавливает былые государственные атрибуты Великой России, подчеркивая преемство с ней своего правления. Так возрождается почитание замечательных русских героев Александра Невского, Дмитрия Донского, Кузьмы Минина, Дмитрия Пожарского, Александра Суворова, Михаила Кутузова и многих других. В тяжелые военные годы выходят замечательные труды по русской истории, культуре, искусству, древнему русскому зодчеству.

В 1943 году восстанавливают мундиры и погоны старой дореволюционной армии, учреждаются военные учебные заведения по типу старых кадетских корпусов – Суворовское и Нахимовское училища.

15 мая 1943 года Сталин единолично принимает решение об упразднении Коммунистического Интернационала, последнего оплота сторонников ленинско-троцкистской идеи мировой революции.

1 января 1944 года Коммунистический гимн «Интернационал», служивший с 1918 года в качестве официального государственного гимна СССР, отменяется (он становится гимном партии). Вместо него вводится новый гимн, первые строфы которого гласили: «Союз нерушимый республик свободных сплотила навеки Великая Русь. Нас вырастил Сталин на верность народу, на труд и на подвиги нас вдохновил».

Работа же подразделений спецпропаганды Красной Армии на немецкие войска до середины 1942 года отличалась бессистемностью. После создания в июне 1942 года Совета военно-политической пропаганды воздействие на психику немецких солдат и население Германии значительно активизировалось. Первый позитивный опыт информационно-психологического воздействия был приобретен в ходе Сталинградской битвы. Осуществлялись и структурные изменения органов пропаганды. В августе 1944 года 7 отдел Главного политического управления Красной Армии был развернут в Управление. В 1944 году появилось новое понятие «пропагандистская операция». Под ним подразумевался комплекс разработанных пропагандистских действий в области печатной и устной пропаганды, наглядной агитации, использование военнопленных, в том числе обратный отпуск и т. д. Все эти действия были сконцентрированы тематически вокруг одной идеи, подчинены характеру боевой операции, планам и задачам командования. В 1944–1945 гг. было проведено 27 пропагандистских операций.

Органы пропаганды стран антигитлеровской коалиции в своей деятельности делали основной упор на следующие виды пропаганды в зависимости от ожидаемого эффекта: **конверсионную, разделительную, деморализующую и пропаганду плена** .

Активный участник информационных операций времен второй мировой войны, сотрудник Управления военной информации США П. Лайнбарджер, написал вышедшую в 1948 году книгу «Психологическая война» (в 1962 году она была издана в СССР), в которой дал определения видам пропаганды.

**Пропаганда** (от латинского *propaganda* – подлежащее распространению) представляет собой *воздействие на сознание (подсознание), политические и ценностные ориентации объектов (групп объектов) посредством распространения воззрений, идей, учений с целью формирования мировоззрения, соответствующих интересам воздействующей стороны* .

**Военная пропаганда** – это использование информационных каналов в интересах

*политической поддержки ведущихся военных действий и общих целей, поставленных перед собою воюющими сторонами .*

**Конверсионная пропаганда** – это массированное пропагандистское воздействие на ценностные ориентации человека или групп людей с целью изменения его (их) установок, отношений, суждений и взглядов на политику, проводимую высшим военно-политическим руководством страны .

В военное время главной целью конверсионной пропаганды является изменение отношения населения и военнослужащих к характеру войны со своей стороны и признание ее несправедливой и агрессивной. Однако, несмотря на активную политическую пропаганду, особенно со стороны СССР, в ходе войны достичь этой цели в полном объеме не удалось. Значительная часть, как личного состава немецкой армии, так и населения Германии до конца войны оставалась под влиянием фашистской идеологии. Этому способствовали следующие причины:

- хорошее обеспечение германской армии продовольствием и другими видами снабжения, а также средствами связи, оружием и боеприпасами, что способствовало поддержанию веры в возможность победы;
- опасение немецких военнослужащих возмездия в случае поражения;
- активная деятельность гестапо и других карательных органов, направленная на борьбу с инакомыслием;
- высокая эффективность немецкой внутривойсковой пропаганды;

**Разделительная пропаганда** – это пропагандистское воздействие, направленное на разжигание межгрупповых противоречий на основе различий религиозного, национального, социального, профессионального и др. характера с целью ослабления единства в рядах противника вплоть до его раскола.

Значительную роль в ходе реализации целей разделительной пропаганды сыграла **дискредитация** военных и политических руководителей фашистской Германии.

В ходе ведения разделительной пропаганды широко использовалась и **дезинформация**

**Деморализующая пропаганда** – это пропагандистское воздействие, направленное на ослабление психики человека, обострения его чувства самосохранения с целью снижения морально-боевых качеств вплоть до отказа от участия в боевых действиях .

Среди мотивов, использовавшихся для дестабилизирующего воздействия на психику населения и военнослужащих противника, можно выделить следующие:

- «траур» – напоминание о смерти (радио Люксембург одно время транслировало передачу «Письма, которые вы не получили», в которой приятный женский голос зачитывал отрывки из писем, найденных на телах убитых немецких солдат);
- «голод» – эксплуатация продовольственных затруднений противника (на позиции сбрасывались красочные открытки, изображающие различные кушанья и деликатесы);
- «проигранное дело» – внушение противнику, что его положение безысходно;
- «семейные мотивы» – использование темы «детей, ждущих возвращения отца», спекуляции по поводу жен, изменяющих фронтовикам с «тыловыми крысами»;
- «превосходство в силе» – показ неспособности противника противостоять силе союзников (в английских листовках, разбрасывавшихся над Германией, звучал вопрос: «Где люфтваффе?»).

**Пропаганда плена** – это пропагандистское воздействие на человека или группы людей, направленное на формирование положительных установок по отношению к сдаче в плен как единственно разумному и безопасному выходу из сложившейся обстановки . В материалах печатной пропаганды приводились факты организованной капитуляции под руководством немецких генералов. Так, генерал-лейтенант В. Мюллер, исполнявший обязанности командующего 12-м армейским корпусом, 8 июля 1944 года сдался в плен, а затем отдал приказ о капитуляции личному составу объединения. В листовке под названием

«Генерал Мюллер поступил разумно» был помещен его портрет, а также фотокопия приказа с факсимиле. Уже 9 июля 2 тыс. человек сдались в плен, а в целом приказу генерала из 33 тыс. окруженных последовало 15 тыс. военнослужащих.

Из Корсунь-Шевченковского котла вышли 55 тыс. солдат и офицеров с листовками, призывавшими к сдаче в плен, написанными генералами Зейдликом и Корфесом.

С целью склонения военнослужащих противника к сдаче в плен получил дальнейшее развитие и такой способ информационно-психологического воздействия как **обратный отпуск военнопленных**. В случае безысходного положения частей противника и низкого боевого духа его войск использование такого способа было весьма эффективным. Так, например, если в январе 1943 года из состава 96-й дивизии в район окружения под Сталинградом было заслано 34 пленных, из которых смогли вернуться только пятеро, приведя с собой 312 военнослужащих противника. А в мае 1945 года все 54 засланных военнопленных вернулись из окруженного гарнизона г. Бреслау, приведя с собой около 1500 солдат и офицеров противника. Учитывая необходимость быстрой засылки военнопленных через линию фронта, командование 2-го Белорусского фронта в 1945 году издало приказ, разрешавший всем офицерам в должности командира взвода и выше, не дожидаясь разрешения вышестоящего командования, засылать военнопленных в тыл противника с задачей агитации за сдачу в плен.

В ходе второй мировой войны появилась и активно использовалась так называемая **«черная пропаганда»**, т. е. такой вид пропаганды при ведении которой принадлежность ее источника приписывается оппозиции или группам сопротивления в рядах противника. Немцы для ведения черной пропаганды использовали три радиостанции, якобы вещавшие с территории Великобритании. Одна станция называлась «Радио Каледонии» и вещала от имени шотландских националистов против Англии. Другая носила в своем имени название «рабочая» и представляла мнение левых сил. Третья называлась «Новое Британское Радиовещание» и готовила новостные передачи в духе Би-би-си. Одним из важнейших элементов «черной» пропаганды является **распространение слухов**. С помощью слухов решались задачи по дискредитации военно-политического руководства, деморализации населения и военнослужащих, дезинформации и т. д. Например, в ходе «странной войны» во Франции в 1939-40 гг. заблаговременно заброшенная гитлеровская агентура с помощью слухов о неминуемом военном поражении и преднамеренно имитируемого панического поведения создавала среди французского населения панику в больших масштабах, что привело к полной панике.

### 3.4. Психологические операции США

Во второй половине XX века было более 300 войн и вооруженных конфликтов, в ходе которых совершенствовалась теория и практика информационно-психологического воздействия. Накопленный в годы 2 мировой войны опыт информационного воздействия был активно использован США в ходе войны в Корее. В США был создан новый центр психологической войны. Этот центр взял на себя не только руководство подготовкой кадров, но и на его основе был создан новый орган – Совет по психологической войне, который занимался оценкой и испытанием новых средств и методов ведения психологической войны.

Кроме того, здесь начала свою деятельность школа психологической войны, которая была создана на базе специального факультета общевойсковой школы (в настоящее время школа носит название «Центр и школа специальных методов войны сухопутных войск имени Джона Ф. Кеннеди»).

Понятие «психологическая война» до настоящего времени широко распространено в мировой военно-политической литературе.

«Психологическая война» – в широком смысле целенаправленное планомерное использование политическими оппонентами пропаганды и других средств (дипломатических, военных, экономических, политических и т. д.) для прямого или

косвенного воздействия на мнения, настроения, чувства и в итоге на поведение противника с целью заставить его действовать в удобных им направлениях. Приемы психологической войны – это приемы психологического давления, приемы незаметного проникновения в сознание объекта психологического воздействия, приемы скрытого волнения и искажения законов логики.

В США этот термин впервые стал употребляться в 1941 году после выхода книги сотрудника разведки Л. Фараго «Немецкая психологическая война». С учетом опыта войны в Корее деятельность армейской службы психологической войны США была пересмотрена. В марте 1955 года министерство армии ввело переработанное наставление ФМ-33-5 «Ведение психологической войны». В нем было дано социальное толкование американской концепции психологической войны. «Психологическая война, говорилось в наставлении, – включает мероприятия, при помощи которых передаются идеи и информация для оказания влияния на сознание, чувства и действия противника. Эти мероприятия проводятся командованием в сочетании с боевыми операциями в целях подрыва морального духа противника. Такие мероприятия проводятся в соответствии с политикой, провозглашенной руководящими инстанциями.

Война во Вьетнаме явилась отправной точкой формирования современных теоретических взглядов на информационно-психологическую борьбу. Постепенно концепция психологической войны была заменена концепцией специальных методов войны. Психологические операции вошли составной частью в проводимые вооруженными силами специальные операции.

В полевом уставе армии США ФМ-33-1 1987 года дается такое определение: «Психологические операции – это проводимая в мирное или военное время плановая пропагандистская и психологическая деятельность, рассчитанная на иностранные враждебные, дружественные или нейтральные аудитории с тем, чтобы влиять на их отношения и поведение в благоприятном направлении для достижения, как политических, так и военных национальных целей США».

Анализ содержания соответствующих уставов и наставлений, приведенных в них положений и определений, показывает, что психологические операции рассматриваются военно-политическим руководством США в широком и узком смысле.

В широком смысле психологические операции включают комплекс политических, идеологических и военных мероприятий, проводимых против других стран, как враждебных, так и нейтральных, в целях обеспечения национальных интересов США.

В узком смысле – это комплекс мероприятий пропагандистского и военного характера, а также психологических акций по поддержанию военных операций и боевых действий своих войск и оказанию психологического воздействия на личный состав противника и его население.

По взглядам руководства США, психологические операции наиболее эффективно способствуют достижению национальных целей при следующих условиях:

- полная и твердая поддержка организации и проведения психологических операций высшим государственно-политическим руководством страны;
- наличие специальных органов психологических операций, непосредственно связанных с правительственным механизмом принятия политических решений в области национальной безопасности;
- понимание и учет психологических аспектов при принятии политических решений в области национальной безопасности;
- взаимодействие органов планирования психологических операций со всеми исполнительными органами, учреждениями.

Американские специалисты особо подчеркивают, что при наличии указанных условий необходимо для повышения действенности психологических операций сочетать их с мощными вооруженными силами и демонстрацией военной мощи.

В ходе войны во Вьетнаме создавалась американская концепция психологических



операций. Началось использование новых форм воздействия на психику человека, направленных прежде всего на подсознательный компонент психики.

В американских радиопрограммах, листовках и устных передачах, преобладали методы психологического воздействия (вопли ужаса, отчаянный женский и детский плач, буддийская погребальная музыка, записанные на пленку крики диких зверей, которые должны были изображать голоса лесных духов, демонов и т. п.). Так, например, командование 1 бригады 101 воздушно-десантной дивизии в ночь перед наступлением своих войск организовало над районами сосредоточения войск противника передачи записанного на пленку пронзительного крика орла (орел – эмблема 101 ВДД) вперемешку с детскими голосами: «Папа, вернись домой!» одновременно с самолетов сбрасывались листовки с изображением орла, держащего в своих когтях «вьетконговца». На оборотной стороне листовки был изображен следующий текст: «Берегись, Вьетконг! Для вас нет безопасного места, куда бы можно было убежать, нет укрытия, где можно было бы спрятаться. Орел настигнет вас в любое время, в любом месте... без предупреждения он несет неминуемую смерть». Подобная пропаганда имела ощутимые результаты: часть вьетнамских военнослужащих была полностью деморализована, и в дальнейшем крик орла вызывает у них страх, некоторые бойцы еще до начала наступления сдавались в плен.

Иногда для того, чтобы не дать отдохнуть бойцам фронта национального освобождения южного Вьетнама, психологически истощить их, применялась тактика звуковещания с вертолетов на определенный район в течение всей ночи. Программы звуковещания готовились под видом обращений к своим близким «блуждающих душ». В других случаях по периметру деревни сбрасывались на парашютах магнитофоны с временными реле, которые периодически в течение всей ночи включали и выключали их. **С началом применения «криков с неба» количество перебежчиков увеличилось более чем в три раза, со 120 до 380 человек в месяц**. Вся эта деятельность проводилась на основе подготовленного в августе 1963 года Д. Принсом и П. Джуридайнсом по заказу министерства обороны США доклада «Колдовство, чародейство, магия и другие психологические феномены и их значение для военных и паравоенных операций в Конго». В отпечатанных в соответствии с требованиями доклада листовках подчеркивалось, что убитые в ходе боев не будут похоронены на земле предков, что по вьетнамским обычаям является недопустимым. Ровно через 49 дней (срок поминовения умерших во Вьетнаме) на населенные пункты, где проживали семьи и родственники погибших военнослужащих, сыпался дождь листовок со всевозможными небесными угрозами. То же самое повторялось ровно через год. Начало боевых операций планировалось американцами, как правило, на дни, которые по вьетнамским народным поверьям, являлись неблагоприятными и заранее предвещали поражение.

Американские бомбардировщики основной целью имели не столько уничтожение живой силы и разрушение важных объектов, сколько внушение страха и отчаяния перед военной мощью США.

В ходе войны во Вьетнаме поручили свое дальнейшее развитие различные элементы искусства ведения информационно-психологического воздействия. В практику ведения психологических операций вошло оказание влияния на население всей страны – объекта воздействия. Появилось новое стратегическое средство информационно-психологического воздействия – телевидение, которое к началу 21 века приобрело колоссальное влияние. Впервые практиковалось распространение среди населения нового средства пропаганды – телевизоров (3,5 тысяч штук). По итогам войны во Вьетнаме, несмотря на поражение в ней США, пропагандистское, психологическое оружие еще больше укрепило свои позиции. За период боевых действий примерно **250 тысяч вьетнамцев добровольно перешли на сторону противника**. По подсчетам специалистов, расходы американской армии на то, чтобы убить одного вьетнамца, составили в среднем 100 тысяч долларов, в то **время как для переубеждения его перейти на сторону США 125 долларов**.

Недостатки, имевшие место при проведении психологических операций во время войны во

Вьетнаме, были проанализированы специальной правительственной комиссией и выработаны рекомендации (по увеличению численности личного состава в 10 раз, повышению уровня подготовки сил психологических операций резерва; полное техническое перевооружение, использование в интересах психологической войны средств массовой информации; создание и использование единого банка данных в интересах психологической войны).

По мнению членов правительственной комиссии, США потерпели поражение во Вьетнаме в тот момент, когда лишились поддержки населения в собственной стране и мирового общественного мнения. Поэтому был сделан важный концептуальный вывод о том, что важно заранее заручиться поддержкой общественности своей страны и мирового мнения по отношению к приближающейся войне. Эти выводы были учтены при подготовке военной операции против Ирака в 1991 году.

Одновременно должны быть проведены контрпропагандистские мероприятия, с тем, чтобы нейтрализовать пропаганду противника.

К сожалению, военно-политическим руководством СССР американский опыт не был учтен при планировании боевых действий в Афганистане. Информационно-психологическая борьба между СССР и США за мировое общественное мнение после ввода советских войск в Афганистан закончилась полной победой США. Однако и после этого руководство СССР не приняло никаких мер в информационной сфере.

Таким образом, Вьетнам для США явился полигоном для отработки основных положений американской концепции психологических операций.

США, другие ведущие страны Запада сделали соответствующие выводы из опыта ведения психологической войны во Вьетнаме. Этот опыт послужил основой для дальнейшего развития теории и совершенствования искусства ведения психологических операций в локальных конфликтах 80-90-х годов 20 века.

Основной урок, который был извлечен из вьетнамского опыта – это роль и значение мирового общественного мнения. Его недооценка привела к международной изоляции США, стимулировала рост антивоенного движения в самих Соединенных Штатах.

Первой попыткой на практике вызвать положительную реакцию мировой общественности Великобритании путем проведения психологических операций в ходе англо-аргентинского конфликта за Фолклендские острова (1982 г.)

Так как правительству Великобритании весной 1982 года удалось достаточно быстро добиться поддержки своего военного курса внутри страны, оно сразу же включилось в борьбу за мировое общественное мнение.

Таким образом, во Вьетнаме получило свое дальнейшее развитие искусство ведения информационного воздействия. **Психологические операции** вошли составной частью в проводимые вооруженными силами специальные операции. С Вьетнама в практику ведения психологических операций вошло оказание влияния **на население всей страны – объекта воздействия**, появилось **новое стратегическое средство информационного воздействия – телевидение**.

В начале 80-х годов роль и значение психологических операций в системе обеспечения национальной безопасности США **резко возросла** (после прихода в Белый дом президента Р. Рейгана). Начался поиск новых форм и методов воздействия.

Апробация новых подходов была осуществлена во время вторжения американских войск на Гренаду (1983 г.). На основе результатов успешной психологической операции проведенной на Гренаде, в начале 1984 года президент США Рейган отдал распоряжение министерству обороны воссоздать структуру и потенциал психологических операций вооруженных сил США. В соответствии с этим распоряжением министром обороны США была организована всесторонняя оценка возможностей нужд военного ведомства в области психологических операций. В результате этой работы был сделан вывод о том, что за прошедшее после войны во Вьетнаме десятилетие, потенциал психологических операций в вооруженных силах пришел в состояние упадка. Неразбериха была во всем: в целях

психологических операций, их задачах, политической доктрине, организации и структуре подразделений, концепции применения, планировании, программировании, материально-техническом обеспечении, взаимодействиях с разведкой, мобилизационной готовности и, что наиболее важно, все это накладывало отпечаток на отношение к службе психологических операций со стороны других военных структур.

Одобренный в середине 1986 года министром обороны США К. Уайнбергером план перестройки системы психологических операций содержал рекомендации по значительному увеличению потенциала психологических операций американских вооруженных сил в целях поддержки глобальных интересов США в мирное время, угрожающий период и на всех этапах вооруженного конфликта.

В соответствии с планом была разработана всеобъемлющая единая концепция, определяющая сущность, содержание и направленность психологических операций, способы их координации и проведения в мирное время угрожаемый период и в ходе войны. Психологические операции рассматривались как своего рода умножитель боевого потенциала войск во всех видах боевых действий. В феврале 1987 года концепция была утверждена комитетом начальников штабов (КНШ).

Принятые теоретические разработки были апробированы на практике подразделениями психологических операций в ходе вторжения вооруженных сил США в Панаму (декабрь 1989 года). Одним из немногих военных конфликтов, где поставленные перед аппаратом психологических операций цели практически были полностью реализованы, явилась война в Персидском заливе в 1991 году.

Общую группировку формирований психологических операций многонациональных сил возглавлял полковник Джефф Джоунс. Первые подразделения психологических операций прибыли в Саудовскую Аравию 31 августа 1990 года.

Впервые планирование психологических операций на период подготовки и ведения войны в заливе осуществлялось наряду с планированием боевых операций и было включено в общий план проведения операций «Щит пустыни» и «Буря в пустыне». В августе 1990 года главнокомандующий Объединенным центральным командованием вооруженных сил США генерал Н. Шварцкопф направил доклад президенту США, в котором настаивал на организации психологических операций на всех уровнях в целях содействия проведению военных мероприятий. На основе этого доклада Дж. Буш подписал три секретные директивы, определяющие порядок организации и ведения психологических операций на весь период кризиса в Персидском заливе, регламентирующие деятельность разведывательных служб, научно-исследовательских учреждений, занимающихся проблемами арабского мира, психологов и целого ряда армейских органов.

Сам факт принятия этих документов – свидетельство того, что армейское командование ставило психологические операции в один ряд с операциями боевыми. Ход выполнения изложенных в директивах требований был взят на необычайно жесткий контроль.

В качестве основных задач психологических операций были определены:

- дезинформация командования вооруженных сил Ирака и широкой общественности относительно планов военных действий;
- подрыв доверия населения Ирака к президенту Саддаму Хусейну;
- поддержка движения сопротивления в Кувейте и оказание помощи оппозиционным силам в самом Ираке;
- показ бесперспективности сопротивления многонациональным силам.

Для реализации поставленных задач и координации действий всех привлекаемых служб непосредственно при штабе командования ВС США в Саудовской Аравии была создана рабочая группа.

Психологические операции подразделялись на два направления.

Первое из них относилось к внешнеполитической области. Здесь главными целями являлись: со стороны многонациональных сил – обеспечить поддержку осуществляемых в

отношении Ирака контрмер, укрепить позиции антииракской коалиции и ослабить агрессора; со стороны Ирака – оправдание своих действий и поиск союзников.

Второе направление психологических операций имело объектом непосредственно военную сферу. Они должны были усилением постоянного психологического давления, порождаемого военной обстановкой, способствовать ухудшению морально-психологического состояния населения и личного состава вооруженных сил противника, снижая тем самым его боеспособности.

Психологические операции в ходе всего конфликта проводились по следующим каналам:

- 1) Глобальные телеканалы (Си-ЭН-ЭН)
- 2) национальные средства массовой информации;
- 3) федеральные ведомства (ЦРУ, ЮСИА и т. д.);
- 4) вооруженные силы.

Опираясь на этот мощный аппарат, Соединенным Штатам удалось подготовить почву для противодействия Ираку: мобилизовать против него мировое общественное мнение, способствовать созданию антииракской коалиции, углубить существующий раскол в арабском мире, разжечь эйфорию «ура-патриотизма» в США и других странах Запада. Попытка же Ирака найти поддержку в мировом сообществе фактически провалилась.

Своеобразным штрихом психологического воздействия на Ирак явилось оперативное насыщение международного рынка товарами с антииракской символикой. Примером могут служить трикотажные изделия с изображением летящей ракеты и надписями «Привет Саддаму от морской пехоты США», «До встречи в Багдаде» и т. п.

В ходе проведения разнообразных мероприятий с помощью радиовещания, видеопропаганды, печатных пропагандистских материалов, звуковещания и других средств осуществлялось информационно-психологическое воздействие на психику военнослужащих иракской армии.

При этом особая роль отводилась средствам массовой информации, чья работа строилась на основе специальных инструкций и наставлений Пентагона для корреспондентского корпуса.

В соответствии с инструкциями, в структуре органов военного управления многонациональными силами было создано около 40 журналистских пулов (пресс-бюро), в каждом из которых 2 места отводились для представителей прессы Саудовской Аравии, два других – для остальных журналистов. В каждый пул входил офицер по связи с общественностью. Его функции заключались в подборке и «шлифовке» разнообразных материалов, которые военное руководство считало наиболее «подходящими» для передачи представителям прессы. Ими же предоставлялись в распоряжение телекомпаний специально отснятые клипы, изображавшие в нужном для командования союзников свете ход подготовки к ведению боевых действий. Американские, английские и французские журналисты, включенные в состав аккредитованных при командовании национальных сил пулов, в письменной форме обязались соблюдать жесткие нормы в отношении характера и содержания передаваемых сообщений, установленные военным руководством. Следует обратить внимание на то, что данная технология была активно применена и при оккупации Ирака в 2003 году. Отдельные компоненты данной модели применялись и в августе 2008 года проамериканским режимом Саакашвили в ходе агрессии против Южной Осетии.

Одновременно осуществлялось целенаправленное информационно-психологическое воздействие на военнослужащих иракской армии силами подразделений психологических операций армии США. Для проведения этой работы в район Персидского залива были заблаговременно переброшены: 8-й батальон психологических операций непосредственной поддержки, 96-й батальон по работе с гражданским населением, 352-е командование по работе с гражданским населением. Они имели в своем составе подвижные типография, теле- и радиостанции, звуковещательные станции различного класса.

Итоги войны в Персидском заливе во многом были определены глобальным и комплексным применением средств и сил информационно-психологического воздействия на информационно-психологическую среду иракского общества. США и страны коалиции применив к Ираку методы «информационной блокады» и информационной экспансии, навязали военнослужащим и населению Ирака восприятие происходящих событий в соответствии с поставленными целями операции. Страны Запада создали благоприятную для реализации своих военно-политических целей информационно-психологическую среду (иракского общества и мирового сообщества).

Таким образом, война в Персидском заливе показала суперэффективность информационно-психологического воздействия. Психологические операции сыграли ключевую роль в достижении результата.

После удачного применения сил и средств психологических операций в Персидском заливе перед военно-политическим руководством США встал вопрос о расширении сферы их применения. Такой областью стала миротворческая деятельность и проводимые в ее рамках военные операции. В декабре 1992 года в миротворческой операции «Возрождение надежды» в Сомали принял участие личный состав 96 батальона по работе с гражданским населением ВС США.

Специалисты психологической операции США попытались механически перенести опыт, полученный в Персидском заливе, на совершенно отличную обстановку в стране, где шла гражданская война. Определенную роль сыграло также слабое знание военнослужащими ВС США культурных и религиозных традиций местного населения, наличие языкового барьера, отсутствие у аппарата психологических операций опыта работы в условиях уникальной по своему характеру акции. В результате США не удалось добиться понимания и поддержки целей операции «Возрождение надежды» со стороны местного населения и основных вооруженных группировок страны. Об этом свидетельствовал рост недовольства и антиамериканских настроений в ряде районов страны, падение авторитета США среди сомалийцев.

После провала в Сомали, руководителями американских подразделений информационно-психологического обеспечения были сделаны серьезные выводы. Об этом свидетельствует эффективное применение сил и средств информационно-психологического воздействия на территории Югославии в конце 20 века (в Боснии и Герцеговине и в ходе Косовского кризиса).

Таким образом, опыт военных конфликтов второй половины 20 века показал, что психологические операции прочно трансформировались в одну из основных составных частей современных боевых операций.

В армиях Североатлантического союза организация психологических операций регламентируется директивами, уставами и наставлениями, разработанными как для вооруженных сил отдельных стран блока, так и для НАТО и в целом. В масштабе НАТО действует единая директива «О принципах планирования и ведения психологических операций».

Психологические операции планируются и проводятся в соответствии с решением главнокомандующих, командующих и командиров различных уровней в мирное и военное время, а также в кризисных ситуациях.

Концептуальную основу разработки психологических операций составляют следующие принципиальные положения:

- психологическим операциям принадлежит решающая роль в формировании решимости общества достичь целей национальной безопасности, обеспечении поддержки со стороны своего народа проводимых политических и военных мероприятий;
- психологические операции, если их осуществление было начато заблаговременно и они проводились с высокой эффективностью, могут позволить вообще отказаться от применения военной силы;
- тщательная организация психологических операций и их учет при планировании и

принятии военных решений значительно повышают боевой потенциал войск;

- в военном конфликте с применением обычных средств ведения вооруженной борьбы психологические операции могут повышать боевую эффективность войск, способствовать достижению успеха, победы при сохранении живой силы, боевой техники и вооружения;

- психологические операции обеспечивают поддержку боевых действий всех уровней путем снижения боеспособности войск противника;

- проведение психологических операций не ограничивается международными правовыми актами, обладает высокой экономической эффективностью и допускает применение разнообразных форм и методов.

Объектами психологических операций могут быть: население, армия и правительства враждебных, дружественных и нейтральных стран, а в некоторых ситуациях население и армия своей страны.

Психологические операции – представляют собой пропагандистскую деятельность и психологические действия.

Пропаганда – это систематическое, целенаправленное распространение с помощью разнообразных средств связи и информации определенных идей с целью оказания влияния на мнения, чувства, состояния и отношения или поведение объектов воздействия с тем, чтобы достичь прямых или косвенных выгод для своей страны.

Если указываются объективный источник полученной информации – говорят о «белой» пропаганде, если этот источник не обнажается – «серая», при ложном источнике – «черная».

Система психологических операций, подчиненных общим стратегическим целям, составляет психологическую войну, рамки которой значительно шире периода собственно боевых действий.

Психологические действия – это осуществление конкретных мероприятий, как в мирное, так и в военное время, направленных на подрыв позиций противоборствующей стороны и укрепление своих позиций. Психологические операции могут проводиться и в форме акций (политических, экономических, пропагандистских).

Как правило, подготовка психологической операции проходит через ряд последовательных этапов:

- анализ задачи поддерживаемого объединения, соединения, части;
- сбор информации;
- анализ объекта воздействия;
- выбор тем и символов;
- выбор средств распространения пропаганды;
- подготовка пропагандистских материалов;
- предварительная проверка эффективности планируемых мероприятий;
- получение окончательного разрешения на проведение операции;
- распространение пропагандистских материалов;
- оценка эффективности пропагандистских материалов.

Основными методами проведения психологических операций являются методы по распространению визуальных, звуковых и видеозвуковых пропагандистских материалов, а также метода осуществления психологических (практических) действий.

Организация противодействия психологическим операциям противника должна отвечать определенным требованиям. К ним относятся:

- активность;
- актуальность;
- систематичность;
- комплексность;
- динамичность;
- доходчивость;

- эмоциональность.

С нашей точки зрения, эффективность противодействия будет выше, если осуществлять его с помощью выбора стратегии противодействия.

1. Прогностическая стратегия – проведение мероприятий противодействия начинается с работы системы прогнозирования по определению действий потенциального противника.

2. Реактивная стратегия – осуществление мероприятий противодействия начинается после начала психологических операций противоборствующей стороной.

### **3.5. Теория информационного противоборства**

По нашему мнению следует различать информационное противоборство (борьбу) в широком (во всех сферах) и узком смысле слова (в какой либо сфере, например в политической сфере).

**Информационное противоборство (борьба)** – форма борьбы сторон, представляющая собой использование специальных (политических, экономических, дипломатических, военных и иных) методов, способов и средств для воздействия на информационную среду противостоящей стороны и защиты собственной в интересах достижения поставленных целей.

Основные сферы ведения информационного противоборства:

- политическая,
- дипломатическая,
- финансово-экономическая,
- инновационная
- военная.

**Геополитическое информационное противоборство (ГИП)** – одна из современных форм борьбы между государствами, а также система мер, проводимых одним государством с целью нарушения информационной безопасности другого государства, при одновременной защите от аналогичных действий со стороны противостоящего государства.

### **Геополитический стратегический политический анализ**

#### **ЦЕЛИ:**

1. Анализ и прогноз развития ситуации во всех важнейших сферах своего государства и геополитического конкурента – политической, дипломатической, финансово-экономической, военной.

2. Подготовка возможных вариантов и расчет последствий управляющих информационных воздействий.

**Геополитическое прогнозирование** – процесс разработки научно обоснованного суждения о возможном варианте развития политических событий в будущем, альтернативных путях и сроках его осуществления, а также определение конкретных рекомендаций для практической деятельности в условиях настоящей действительности.

#### **Основные принципы геополитического прогнозирования**

- системность
- согласованность
- непрерывность
- верифицируемость
- альтернативность
- рентабельность

## **Основные задачи геополитического прогнозирования**

Избежать нежелательных результатов развития событий

Приспособиться к неизбежному

Ускорить вероятное развитие конкретного события в желательном направлении

Основные методы геополитического прогнозирования

### **По признаку информационного обоснования**

Фактографические

Экспертные

Комбинированные

### **По принципу обработки информации**

1. Статистические (Экстраполяция, Интерполяция, Факторный анализ, Корреляционный анализ).

2. Опережающие.

3. Аналогий (математические аналогии, исторические аналогии).

4. Прямые экспертные оценки (экспертный опрос, экспертный анализ).

5. Экспертные оценки с обратной связью.

**Что же лежит в основе геополитического прогнозирования?**

На наш взгляд, верен подход о необходимости сценарного анализа мира на основе стратегического анализа.

## **Этапы процесса управления ГИП**

1. Прогнозирование и планирование.
2. Организация и стимулирование.
3. Обратная связь.
4. Регулирование.
5. Контроль исполнения.

## **Этапы выработки решения в ходе ГИП**

1. Оценка обстановки:
  - определение состава показателей и критериев,
  - оценка достоверности поступивших данных,
  - анализ состояния объекта управления,
  - анализ состояния субъекта управления,
  - анализ отклонений.
2. Целеполагание.
3. Определение замысла решения.
4. Формирование вариантов решения (их должно быть не менее ТРЕХ).

**Целью геополитического информационного противоборства** является хаос в системах принятия решений и управления противостоящего государства, манипулирование общественным мнением (глобальным, региональным, национальным), а также обеспечение информационной безопасности России для обеспечения эффективного функционирования в мировом информационном пространстве.

Следует выделить два вида информационного противоборства (борьбы): **информационно-техническое и информационно-психологическое.**

При **информационно-техническом противоборстве** главными объектами **воздействия и защиты** являются информационно-технические системы (системы связи, телекоммуникационные системы, системы передачи данных, радиоэлектронные средства,



системы защиты информации и т. д.).

При **информационно-психологическом противоборстве** главными объектами воздействия и защиты являются психика политической элиты и населения противостоящих сторон; системы формирования общественного сознания и мнения, принятия решений.

**Информационное противоборство (в политической сфере)** включает три составные части.

Первая – стратегический политический анализ.

Вторая – информационное воздействие.

Третья – информационное противодействие.

Стратегический политический анализ – это комплекс мероприятий по добыванию информации о противнике (конкуренте) и условиях информационного противоборства; сбору информации о своих союзниках; обработке информации и обмену ею между членами своего политического содружества в целях организации и ведения действий.

Информация должна быть актуальной, достоверной и полной.

Второй составной частью информационного противоборства является информационное воздействие. Оно включает и мероприятия по блокированию добывания, обработки и обмена информацией, внедрению дезинформации.

Третью часть составляют мероприятия информационного противодействия (защиты), включающие действия по деблокированию информации, необходимой для решения задач управления политическими процессами, и блокирования дезинформации, распространяемой и внедряемой в систему формирования мирового и российского общественного мнения конкурентами (противниками).

Уровни ведения информационного противоборства:

- **стратегический,**
- **оперативный,**
- **тактический.**

В основном, на стратегическом уровне информационного геополитического противоборства должны действовать высшие органы государственной власти России, а спецслужбы и крупный национальный капитал – на **оперативном и тактическом уровнях.**

Ведущие страны мира в настоящее время располагают мощным информационным потенциалом (прежде всего США, Китай, Великобритания), который может обеспечить им достижение глобальных политических и экономических целей, тем более что отсутствуют международные юридические нормы ведения информационной войны. Кроме того, в конце 20 века активными игроками в сфере информационной войны стали трансекционные корпорации.

Необходимо также определить содержание понятия «воздействие».

Воздействие – действие, направленное на кого-нибудь с целью добиться чего-нибудь, внушить что-нибудь.

В психологии под воздействием понимается целенаправленный перенос движения и информации от одного участника взаимодействия к другому. Воздействие может быть непосредственное (контактное) и опосредованное (дистанционное, с помощью чего-либо).

Существуют определенные характеристики функционирования информации в обществе: размах циркуляции, время циркуляции, направление движения, эмоциональная окраска информации, способ производства, цель производства.

Именно воздействие является целью производства информации.

Если же говорить о социальных объектах, то к ним можно отнести отдельных индивидов, социальные группы, общество, государство, мировое сообщество. Основными социальными элементами общества являются социальные группы и отдельные индивиды.

Для защиты от негативных воздействий социальных объектов в ходе глобального

геополитического информационного противоборства, необходимо создание системы информационно-психологического обеспечения как составной части национальной безопасности России. Данная система должна обеспечить защиту психики **политической элиты и населения России** от негативного информационно-психологического воздействия (т. е. защите **МАТРИЦ СОЗНАНИЯ россиян от негативных информационных потоков** геополитических и геоэкономических противников России).

Ее основная задача – обеспечение психологической безопасности политической элиты и населения России.

Информационно-психологическое воздействие представляет собой целенаправленное производство и распространение специальной информации, оказывающей непосредственное влияние (положительное или отрицательное), на функционирование и развитие информационно-психологической среды общества, психику и поведение политической элиты и населения России.

Психологическое и пропагандистское воздействие являются разновидностью информационно-психологического воздействия.

В связи с появлением и ускоренным развитием средств массовой информации резко усилилась роль общественного мнения, которое стало влиять колоссальным образом на политические процессы в обществе, особенности функционирования информационно-психологической среды общества. Поэтому система формирования общественного мнения также является одним из основных объектов информационно-психологического обеспечения. Следовательно, необходимо изучение особенностей формирования и функционирования общественного мнения при вооруженных конфликтах, на основе которого следует выработать практические пути обеспечения психологической безопасности политической элиты и населения России.

**Информационное оружие** – это устройства и средства, предназначенные, для нанесения противоборствующей стороне максимального урона в ходе информационной борьбы (путем опасных информационных воздействий).

#### **Объектами воздействия могут являться:**

1. Информационно-технические системы.
2. Информационно-аналитические системы.
3. Информационно-технические системы, включающие человека.
4. Информационно-аналитические системы, включающие человека.
5. Информационные ресурсы.
6. Системы формирования общественного сознания и мнения, базирующиеся на средствах массовой информации и пропаганды.
7. Психика человека.

Автор считает, что в тех случаях, когда информационное оружие **прямо или опосредованно** используется против психики человека (или социальной группы), то речь должна идти об информационно-психологическом противоборстве. Практически можно назвать только три объекта воздействия, каждый из которых относится к определенному типу информационного противоборства (в чистом виде). Это информационно-технические и информационно-аналитические системы (не включающие человека) – информационно-техническое противоборство. Психика человека – информационно-психологическое противоборство.

Источники информационных опасностей могут быть естественными (объективными) и умышленными.

Рассматривая теорию информационного противоборства в политической сфере, следует учитывать, что, она происходит на стратегическом, оперативном и тактическом уровнях.

В основном, на стратегическом уровне должна действовать высшая политическая элита, а информационные подразделения различных государственных структур – на

оперативном и тактическом уровнях.

### **3.6. Информационное противоборство на стратегическом уровне**

Рассмотрим ситуацию с внезапным нападением на СССР фашистской Германии в 1941 году, 70-летие которого отмечается в 2011 году.

Надо учесть и то, что операция по дезинформации проводилась не только пропагандистами Геббельса, но и британской разведкой Ми-6, агентом которой являлся адмирал Канарис – руководитель военной разведки Германии.

Осуществляя подготовку к войне против СССР, немцы тщательно маскировали свои действия, засекречивали все организационно-административные мероприятия, связанные с подготовкой войны. Понимая, что полностью скрыть масштабные военные приготовления невозможно, гитлеровское руководство подготовило тщательно продуманный план мероприятий по их прикрытию.

**ДЕЗИНФОРМАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ** осуществлялись на уровне **ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ**, в их разработке принимали личное участие высшие руководители **ТРЕТЬЕГО РЕЙХА**, а после санкционированного Гитлером перелета Р. Гесса в Великобританию 10 мая 1941 года – в тесном и **ТАЙНОМ** взаимодействии с британской разведкой **МИ-6**.

В конце 1940 года руководителям основных информационно-пропагандистских центров рейха – министерства пропаганды, иностранных дел, Главного управления имперской безопасности (РСХА), а также Восточного отдела внешнеполитического управления имперского руководства нацистской партии (НСДАП) – лично Гитлером была поставлена задача по подготовке к ведению войны против СССР.

В начале 1941 года, когда подготовка к войне приняла широкий размах, немецкое командование привело в действие целую систему мер по **ЛОЖНОМУ ОБЪЯСНЕНИЮ** осуществляемых в массовом порядке военных приготовлений на границах с СССР. Так, 15 февраля 1941 года генерал-фельдмаршал Кейтель подписал **РУКОВОДЯЩИЕ УКАЗАНИЯ НАЧАЛЬНИКА ШТАБА ВЕРХОВНОГО ГЛАВНОКОМАНДОВАНИЯ ПО МАСКИРОВКЕ ПОДГОТОВКИ АГРЕССИИ ПРОТИВ СОВЕТСКОГО СОЮЗА**. Дезинформационную кампанию предписывалось осуществлять в два этапа. На первом этапе, примерно до середины апреля 1941 года, предлагалось «сохранять существующую неопределенность в отношении намерений Германии». Характерными направлениями немецкой дезинформации в это время были попытки дать ложное объяснение целям передвижений войск и военно-инженерным работам вблизи границ СССР, создать впечатление, что главным противником Германии по-прежнему остается Англия, хотя это было не так.

21 февраля 1941 года с планом нападения на Советский Союз был ознакомлен начальник отдела пропаганды Вермахта полковник Ведель. С этого момента для подразделений пропаганды операция «Морской лев» превратилась в стратегическую дезинформационную кампанию под кодовым названием «Ледокол», в ходе которой ими было проведено более 100 отдельных мероприятий. В ходе одного из них якобы для вторжения в Великобританию формируется батальон пропаганды «К», в состав которого включаются специалисты по Великобритании, переводчики английского языка со всех подразделений пропаганды, в том числе и расположенных на восточных границах, при этом допускается определенная утечка информации. В Берлине тиражируются листовки, предназначенные для распространения на территории Англии после вторжения на нее немецких войск, которые доставляются, хранятся на соответствующих аэродромах. Военные корреспонденты готовят репортажи о проводимых крупномасштабных учениях по десантированию, на публикацию которых налагается строгий запрет, но 1–2 материала из-за «упущений» цензуры попадают на страницы газет, тираж которых якобы полностью изымается.

А 10 мая 1941 года состоялся знаменитый перелет Р. Гесса на территорию Великобритании с целью добиться тайных соглашений с Британской империей о поддержке нападения Германии на СССР. Тайный сговор Гитлера и главарей Британской империи состоялся, второй сговор – после мюнхенского сговора 1938 года.

И уже 12 мая 1941 года Кейтель подписал еще одну директиву, уточняющую направления и приемы глобальной дезинформационной операции против СССР. Эта директива была подписана ровно через сутки после достижения тайных договоренностей Гесса (человека № 2 в фашистской Германии с верхушкой Британской империи). Дезинформация стала осуществляться и британской разведкой в кругах, где она могла стать достоянием советской агентуры. Стали проводиться совещания, якобы с целью нападения на Англию, о которых «информировали» советскую резидентуру.

Для иллюстрации дезинформационных мер гитлеровцев приведем несколько кратких выдержек из документов.

«...Указания ОКВ. Управлению военной разведки и контрразведки.

В ближайшие недели концентрация войск на Востоке значительно увеличится... Из этих наших перегруппировок у России ни в коем случае не должно сложиться впечатление, что мы подготавливаем наступление на Восток...

Для работы собственной разведки, как и для возможных ответов на запросы русской разведки, следует руководствоваться следующими основными принципиальными положениями:

1. Маскировать общую численность немецких войск на Востоке, по возможности, распространением слухов и известий о якобы интенсивной замене войсковых соединений, происходящей в этом районе. Передвижения войск обосновывать их переводом в учебные лагеря, переформированием...

2. Создавать впечатление, что основное направление в наших перемещениях сдвинуто в южные районы генерал-губернаторства... и что концентрация войск на Севере относительно невелика...» И далее много мер такого же рода.

«...Распоряжение начальника штаба верховного главнокомандования вооруженных сил от 12 мая 1941 г. по проведению второй фазы дезинформации противника в целях сохранения скрытности сосредоточения сил против Советского Союза.

1. Вторая фаза дезинформации противника начинается с введением максимально уплотненного графика движения эшелонов 22 мая. В этот момент усилия высших штабов и прочих участвующих в дезинформации органов должны быть в повышенной мере направлены на то, чтобы представить сосредоточение сил к операции «Барбаросса» как широко задуманный маневр с целью ввести в заблуждение... противника. По этой же причине необходимо особенно энергично продолжать подготовку к нападению на Англию...

2. Все наши усилия окажутся напрасными, если немецкие войска определенно узнают о предстоящем нападении и распространят эти сведения по стране. Распоряжения по этому вопросу должны разрабатываться для всех вооруженных сил в централизованном порядке...

«...Вскоре на ряд министерств будут возложены задания, связанные с демонстративными действиями против Англии...» И так далее.

Таким образом, и своим войскам гитлеровское командование карты не открывало. На французском побережье с полным напряжением шла подготовка операции вторжения «Морской лев». Причем до тайного полета Р. Гесса 19 мая 1941 года на встречу с лидерами Британской империи, многие мероприятия германских войск были реальными.

Надо сказать, что советская разведка на первый взгляд передавала очень точную информацию о сроках нападения. Кто не знает о сообщениях Р. Зорге, других разведчиков? В массовом сознании неколебимо утверждён стереотип: точнейшие сообщения по этому вопросу сыпались, как из рога изобилия. Но реальность была куда сложнее.

С конца 1940 года в Центр поступали очень противоречивые сведения о сроках начала

войны. Война, указывалось в них, начнется во второй половине 1941 года, весной 1941 года. С мая 1941 года характер этой информации несколько меняется. Ее уже нельзя назвать не очень точной. Она становится ложной. Сообщается, что нападение произойдет в середине мая, в конце мая. Причем эта информация поступает за считанные дни до называемого срока вторжения. Например, Р. Зорге 21 мая сообщает о начале войны в конце мая. Это – «деза», потому что 30 апреля Гитлер установил срок нападения – 22 июня. Когда проходят эти сроки начала войны, наши разведчики естественно начинают сообщать о новых: вторая половина июня, после окончания сельскохозяйственных работ, 15–20 июня, 20–25 июня, 22 июня. Это уже неточно. Но учтем и то, что наиболее точные сведения стали поступать за две-три недели до начала войны, а то и за несколько дней. При этом они шли в информационном потоке неточных сведений. Если учесть все имеющиеся сообщения о более или менее конкретных сроках нападения, то можно увидеть интересную картину: постоянное «скольжение» информации по календарю. И это «скольжение» наряду с потоком неточной и просто ложной информации, надежно «топило» достоверную информацию.

Представим: один указанный срок начала войны проходит, другой – проходит, третий – проходит. А войны все нет. То, что ее нет, это, конечно же, очень хорошо. Но то, что наша разведка дает явно неверную информацию – очень плохо, так как приходится оставаться в неведении по важнейшему вопросу. Какова могла быть реакция нашего высшего политического и военного руководства? Вздох облегчения? Наверное. Поддержание в постоянном напряжении? Безусловно. Но способствовало ли это поддержанию доверия к нашей разведке, к ее информаторам, к источникам информации, которыми пользовались наши разведчики?

А что советская разведка сообщала о мощи германской армии, предназначенной для вторжения в СССР? По этому вопросу Центр получал совершенно искаженную информацию.

Сталину непросто было разобраться, где истина.

Вот мнение по данному вопросу Г. К. Жукова, занимавшего перед войной пост начальника Генерального штаба (См.: Жуков Г. К. Воспоминания и размышления. В 3-х томах. Т.1. – 8-е изд. – М., – 303 с.).

«20 марта 1941 года начальник разведывательного управления генерал Ф. И. Голиков представил руководству доклад, содержащий сведения исключительной важности. В этом документе излагались некоторые варианты возможных направлений ударов немецко-фашистских войск при нападении на Советский Союз. В документе указывается, что «начало военных действий против СССР следует ожидать между 15 мая и 15 июня 1941 года». Однако выводы из приведенных в докладе сведений, по существу, снимали все их значение и вводили И. В. Сталина в заблуждение.

В конце своего доклада генерал Ф. И. Голиков писал: «Слухи и документы, говорящие о неизбежности весной этого года войны против СССР, необходимо расценивать как дезинформацию, исходящую от английской и даже, может быть, германской разведки» (стр.196).

6 мая 1941 года И. В. Сталину направил записку народный комиссар Военно-Морского флота адмирал Н. Л. Кузнецов, в которой говорил о подготовке немцами вторжения в СССР через Финляндию, Прибалтику и Румынию. Данные, изложенные в этом документе, также имели исключительную ценность. Однако выводы адмирала Г. И. Кузнецова не соответствовали приводимым им же фактам и дезинформировали И. В. Сталина. «Полагаю, – говорилось в записке Г. И. Кузнецова, – что сведения являются ложными и специально направлены по тому руслу с тем, чтобы проверить, как на это будет реагировать СССР» (с.216).

Аналогичного мнения придерживался и Маршал Советского Союза Василевский, считавший, что наши разведорганы не смогли в должной мере объективно оценивать поступающую информацию о военных приготовлениях фашистской Германии (См.: Василевский А. М. Дело всей жизни. Кн.1. – 6 изд. – М., 1988. – с.118).

А вот как действовала разведка НКВД, по мнению одного из ее руководителей Павла Судоплатова (См. Павел Судоплатов. Разведка и Кремль. М., 1996).

С.134 Разведка НКВД сообщала об угрозе войны с ноября 1940 года. Хотя полученные данные изобличали намерения Гитлера напасть на Советский Союз, однако многие сообщения ПРОТИВОРЕЧИЛИ ДРУГ ДРУГУ.

С.141 Сообщения разведки о возможном начале немецкого вторжения были противоречивы. Так, Зорге сообщал из Токио, что вторжение планируется на 1 июня. В то же время наша резидентура из Берлина сообщала, что вторжение планируется на 15 июня. До этого, 11 марта, военная разведка докладывала, что немецкое вторжение намечено на весну.

В книге СЕКРЕТЫ ГИТЛЕРА НА СТОЛЕ У СТАЛИНА. РАЗВЕДКА И КОНТРАЗВЕДКА О ПОДГОТОВКЕ ГЕРМАНСКОЙ АГРЕССИИ ПРОТИВ СССР, основанной на архивных документах отмечается следующее.

С.11 С марта 1941 года поток информации, поступавшей от источников берлинской и других резидентур, о военных приготовлениях Германии резко усилился. Увеличился и объем данных, получаемых контрразведывательными органами. Суммарный анализ всей этой информации позволял сделать вывод о том, что германское руководство приняло политическое решение о нападении на Советский Союз. Приводимые в сборнике документы убедительно об этом свидетельствуют. Однако внешняя разведка и контрразведка ТОГДА НЕ ОЦЕНИЛИ СОВОКУПНОСТИ ДОБЫТЫХ СВЕДЕНИЙ, НЕ ПРОАНАЛИЗИРОВАЛИ ПОСТУПИВШЕЙ ИНФОРМАЦИИ, НЕ СДЕЛАЛИ НЕОБХОДИМОГО ВЫВОДА. В те времена существовал порядок докладывать руководству страны каждый материал в отдельности, как правило, в том виде, в каком он поступал, БЕЗ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ И КОММЕНТАРИЕВ. Определялась лишь степень надежности источника и достоверность полученных данных.

С.12 Будучи доложенной руководству страны в разобранном виде, информация о военных приготовлениях НЕ СОЗДАВАЛА УБЕДИТЕЛЬНОЙ ЦЕЛОСТНОЙ КАРТИНЫ ПРОИСХОДЯЩИХ СОБЫТИЙ, НЕ ОТВЕЧАЛА НА ГЛАВНЫЙ ВОПРОС: С КАКОЙ ЦЕЛЬЮ ЭТИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ, ПРИНЯТО ЛИ ПРАВИТЕЛЯМИ ГЕРМАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ О НАПАДЕНИИ, КОГДА СЛЕДУЕТ ОЖИДАТЬ АГРЕССИИ, КАКОВЫ БУДУТ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ТАКТИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ ВЕДЕНИЯ ПРОТИВНИКОМ ВОЕННЫХ ДЕЙСТВИЙ. Для убедительного ответа на эти вопросы требовалась ГЛУБОКАЯ АНАЛИТИЧЕСКАЯ РАБОТА.

22 июня 2001 года газета ИЗВЕСТИЯ напечатала интервью с историком Юрием Нежниковым, который рассказал о недавно рассекреченных документах внешнеполитической разведки СССР.

К 21 июня 1941 года о точной или приблизительной дате нападения Германии на СССР, Сталин получил три сообщения политической разведки и четыре – военной.

Однако, советская разведка до этого называла ШЕСТЬ РАЗНЫХ СРОКОВ нападения на СССР. Ни один из этих сроков не подтвердился.

Более того, к 21 июня 1941 года разведка четырежды КРУПНО ОШИБАЛАСЬ В СВОИХ ПРОГНОЗАХ. Сталин ей не очень доверял.

1. Ввод германских войск в Австрию 12 марта 1938 года стал неожиданностью для СССР.

2. Сведений о мюнхенском сговоре западных стран (США, Англии, Франции) по поводу оккупации Чехословакии Германией в 1938 году не удалось добыть. Более того, именно в дни подписания соглашений, наша разведка предупреждала о близости войны.

3. Информацию о подготовке к нападению Германии на Польшу разведка также получить не смогла.

4. Разведка не смогла предупредить о подготовке нападения Германии на Францию 10 мая 1940 года и одновременном вводе войск в страны Бенилюкса.

Сообщения разведчиков о стратегическом замысле фашистского руководства часто не

соответствовали действительности. В результате Кремль имел комплекс противоречивой информации, подготовленной в значительной своей части в недрах германских и британских спецслужб. Сталину пришлось приложить немало усилий, чтобы разобраться в потоке точной и лживой информации. Генералиссимус Сталин впервые открыто заявил о готовящемся нападении фашистской Германии в мае 1941 года, выступая перед выпускниками военных академий в Кремле. Затем Сталин начал с 12 июня, за 10 суток до войны, вывод частей Красной Армии на позиции, предназначенные им по плану обороны границы. Началось минирование дорог, мостов, вывод фронтовых управлений на основные командные пункты. Не в ночь с 21 на 22 июня совершенно внезапно для нее самой была поднята по тревоге Красная Армия. Последние предвоенные 7-10 дней она жила ожиданием этой тревоги и подготовкой к ней. Почему указания Сталина не были выполнены – отдельный разговор.

## Глава 4 Первая мировая информационная война (1943–1991)

Обычно принято считать, что «холодная война» Запада против СССР началась после выступления У. Черчилля в Фултоне весной 1946 года. Но это не так. Первая мировая информационная война началась в 1943 году, после разгрома немецко-фашистских войск под Сталинградом и на Курской дуге. До распада СССР оставалось еще 48 лет. Но гораздо раньше, благодаря умелым информационным действиям генералиссимуса И. Сталина, рухнула Британская империя – инициатор Первой мировой информационной войны. Таким образом – это самая длительная война в мировой истории после Древнего Рима. Ведь лишь в 17 веке была самая продолжительная – Тридцатилетняя война (1618–1648), в ходе которой кстати и появился термин – пропаганда. Первая мировая война длилась 4 года, вторая мировая война – 6 лет, а **Первая мировая информационная война – 48 лет.**

Британская империя была главным инициатором развязывания Первой мировой информационной войны. Она надеялась сохранить свое мировое могущество и гигантскую территорию. Однако результат для Британской империи оказался плачевным. Спустя всего лишь три года после начала Первой мировой информационной войны, уже в 1946 году, она перестала существовать. **Таким образом, стратегический план создания Всемирной Британской империи, разработанный в 1891 году, был не реализован, благодаря профессионализму режиссера и организатора информационной войны генералиссимуса Сталина.**

Традиционная точка зрения на историю противостояния СССР с западными странами в годы «холодной войны» заключается в том, что эра противостояния началась после речи бывшего британского премьера Черчилля в Фултоне, в 1946 году. Да и сам термин «холодная война» был придуман советником президента США Барухом в 1947 году, в ходе одного из выступлений в штате Южная Каролина. Однако Первая мировая информационная война началась летом 1943 года, а конкретно – в августе, на британо-американской встрече в канадском Квебеке. Причем основным разработчиком замысла Первой мировой информационной войны был режиссер-идеолог У. Черчилль – британский премьер.

**Уинстон Черчилль** (1874–1965) – британский государственный и политический деятель, премьер-министр Великобритании в 1940–1945 гг. и в 1951–1955 гг., военный, журналист, писатель, лауреат Нобелевской премии по литературе (1953 год).

20 августа 1943 года в Квебеке, на заседании лидеров США и Британской империи с участием начальников американских и британских штабов **ВПЕРВЫЕ** ставится вопрос о том, что немецко-фашистские войска должны задержать русских как можно дальше на востоке. То есть война с фашизмом в полном разгаре, но союзники СССР по антигитлеровской коалиции уже начинают размышлять о послевоенном устройстве мира. Причем в этом послевоенном устройстве СССР должен был остаться за так называемым «санитарным

кордоном», ослабленным. Лидеры США и Британской империи попытались «украсть» у СССР победу, нашу Великую Победу над фашизмом.

В принципе, ситуация в какой-то мере напоминала лето 1916 года, когда после успешного Брусиловского прорыва русские войска, только захватив в плен более миллиона человек, вошли в Румынию, Константинополь – извечная русская цель, был уже рядом. Тем более, что полным провалом завершилась в феврале 1916 года попытка британских войск захватить Стамбул и проливы (так называемая «дарданелльская операция», предпринятая по инициативе лорда Адмиралтейства У. Черчилля). Да и преодолев Кавказский хребет, русские войска были близки к Персидскому заливу. Под большой угрозой оказались бы интересы Британской империи, после окончания первой мировой войны. Именно после завершения русской армией успешной летней кампании 1916 года сотрудниками британской разведки и были осуществлены специальные операции, которые стимулировали падение Российской империи в феврале 1917 года. Царская контрразведка оказалась не в состоянии эффективно противодействовать системным диверсионно-разведывательным операциям британского «союзника» на территории России. По мнению автора, решающую роль в Февральском перевороте и свержении монархии сыграла отнюдь не немецкая, а британская разведка. Именно британская разведка организовала убийство российского императора Павла более двухсот лет назад. Цель убийства была предельно прозаична – защита от русских войск самой крупной колонии Британской империи – Индии. После смерти Императора Павла в 1801 году, казачий корпус атамана Платова, подходивший к Афганистану и двигавшийся в Индию, был возвращен на Дон. И Индия еще 146 лет оставалась колонией Великобритании.

По сути, в 1943 году режиссер У. Черчилль не стал выдумывать ничего нового – он просто использовал некоторые отработанные оперативные модели первой мировой войны, разработанные идеологами Британской империи. Тем более, что и У. Черчилль и его помощники – руководители британской и американской разведок, были активными участниками боевых действий в ходе первой мировой войны. Они были исполнителями плана информационной войны против Российской империи. План был реализован – в феврале 1917 года Российская империя, длительное время угрожавшая интересам колониальной Британской империи в Азии, перестала существовать.

Замысел информационной войны против СССР, разработанный У. Черчиллем, был прост. Путем проведения специальных и тайных информационных операций, по влиянию на процесс принятия решений в фашистской Германии, добиться сепаратного мира Германии с западными странами и направить все силы Вермахта сражаться против СССР. Тайный замысел Черчилля был циничен. Но на информационной войне, как на войне. Не до демократических принципов, о которых многократно красноречиво говорил У. Черчилль, в ходе своих многочисленных выступлений. Это также один из базовых принципов информационной войны – различие методов публичной и тайной информационной деятельности. Режиссер информационной войны всегда пытается скрыть свои истинные намерения. Поэтому на квебекском совещании принимаются два плана: «Оверлорд», о котором СССР проинформируют на конференции осенью 1943-го в Тегеране (им предусматривалась высадка союзников во Франции в 1944 году), и второй, сверхсекретный, «Рэнкин», цель которого – «повернуть против России всю мощь непобежденной Германии. По этому плану немецко-фашистские войска должны были войти в сговор с западными державами, распустить Западный фронт, **оказывать поддержку при высадке десанта в Нормандии , обеспечить быстрое продвижение союзников через Францию ,** Германию, выход на линию, где они удерживают советские войска. В соответствии с планом «Рэнкин» под контроль США и Великобритании должны были попасть Варшава, Прага, Будапешт, Бухарест, София, Вена, Белград... При этом немецкие войска на западе должны были не просто сдать, а организованно двигаться на восток для укрепления там немецкой линии обороны. Этот Квебекский вариант плана «Рэнкин» был уточнен в ноябре 1943-го. Судя по всему, отдельные компоненты плана «Рэнкин» (**оказывать поддержку при высадке десанта в Нормандии , обеспечить быстрое продвижение союзников через Францию**)



**были реализованы. Операция высадки союзников в Нормандии вероятнее всего была осуществлена в сговоре с командованием войск Вермахта во Франции. Режиссер Черчилль поработал на стратегическом уровне информационной войны хорошо.**

Таким образом, становится очевидной цель информационных операций этого этапа – создание манипулятивных комментариев для организации **специальных действий по формированию долговременных стереотипов и созданию определенного впечатления или отношения к действиям британо-американских союзников (можно хотя бы вспомнить голливудский кинофильм «Спасти рядового Райана»)**. Следует напомнить об очень похожих сценариях в ходе оккупации американцами Ирака в 2003 году. Иракские повстанцы-партизаны в Ум-Касре уничтожили за месяц боев 96 новейших американских танков АБРАМС. А вся регулярная иракская армия гораздо меньше. Секрет был прост – иракских генералов просто подкупили (технология информационной войны).

**Так же подкупили (пообещали, договорились и т. д.) немецких генералов во Франции во главе с Э. Роммелем в 1944 году. Одновременно проводились дезинформационные мероприятия против СССР. Основной объект воздействия Комментария-Манипуляции – это психика И. Сталина и советского военно-политического руководства, заинтересованного в открытии второго фронта, для уменьшения потерь СССР.** Ясно, что после разгрома немецко-фашистских войск на Курской дуге СССР показал – будут союзники открывать второй фронт или нет, Советский Союз способен завершить войну в Берлине и без поддержки союзников. В принципе, Второй фронт стал не нужен. Если в нем и был смысл, то только один – уменьшить потери, сократить сроки войны и, главное, создать базу для сотрудничества стран антигитлеровской коалиции после окончания Второй мировой войны. Такие же выводы были сделаны в Лондоне и Вашингтоне. Поэтому руководители США и Британской империи собрались в Квебеке и стали обсуждать тайные планы борьбы с СССР, в том числе и с использованием немецко-фашистских войск. Доктор исторических наук Ф. Фалин утверждает, что существует один документ – он случайно оказался рассекречен и сейчас хранится в Национальной библиотеке в Вашингтоне. Там обсуждался вопрос о вступлении США и Британской империи в союз с нацистскими генералами для ведения совместных боевых операций против Советского Союза. Все это происходило 20 августа 1943 года, а Курская битва закончилась 23 августа.

**Почему же в декабре 1991 года перестал существовать СССР и что нужно делать, чтобы беловежская история больше никогда не повторилась в истории России —** эти вопросы я сам себе задаю уже много лет. Продвигаясь по служебной лестнице в системе советских и российских специальных информационно-аналитических структур, я всегда задавал себе вопрос – а был ли неизбежным распад СССР. И всегда отвечал себе – нет.

Он произошел в результате системного и целенаправленного ведения против СССР глобальной информационной войны, которая началась в августе 1943 года. Во многом результат информационной войны против СССР был достигнут только потому, что Доктрина информационной войны против СССР постоянно менялась, в зависимости от противодействия СССР, изменений в международных отношениях. После смерти генералиссимуса И. Сталина, система информационного противодействия была постепенно разрушена некомпетентным волюнтаристом Н. Хрущевым. ЦК КПСС и КГБ СССР действовали шаблонно, истинные намерения противника в информационно-идеологической сфере были выявлены, однако меры противодействия были предприняты явно недостаточные. Специалистов по информационному противодействию нигде не готовили. Спецслужбы СССР так не смогли предотвратить распад СССР. И прежде всего КГБ СССР, в рядах которого я прослужил 15 лет. Впрочем, и третье охранное отделение ведь также не смогло предотвратить распад Российской империи. А это уже системная ошибка. Получается, что Россия длительное время не имела эффективных спецслужб, способных не только определить угрозы, но и своевременно и правильно на них отреагировать. Однако данный пессимистический вывод не является вполне объективным. Так как в недрах

отечественных спецслужб всегда существовали очень профессионально подготовленные Асы мировой разведки. Именно они часто кардинально меняли ситуацию в лучшую сторону и наше Отечество становилось более сильным и процветающим. Наиболее эффективны российские спецслужбы были при Иване Грозном. Ведь приращение Руси при Иване Грозном было наибольшим за всю отечественную историю. Следовательно, начиная с 17 века, система подготовки кадров для российских спецслужб была частично неверной, ведь в 18–19 веках несколько раз дворцовые перевороты осуществлялись иностранными разведками (прежде всего британской). Россия – единственная страна в мире (!), которая ДВАЖДЫ в 20 веке распадалась на части. Однако нельзя не сказать и о том, что благодаря профессионализму лучших представителей русской разведки, оба этих распада не были губительными для нашего Отечества. Ведь большевикам удалось всего лишь за ПЯТЬ лет восстановить большую часть территории бывшей Российской империи и создать СССР. Большая заслуга в этом и советских сталинских спецслужб. В 1939 году – очередной успех И. Сталина – воссоединение с Западной Украиной и Западной Белоруссией. А затем вернулась и Прибалтика. Однако после смерти И. Сталина, предпринятые реорганизации спецслужб не пошли на пользу стране. КГБ СССР не смог спасти страну от распада. А за 20 лет после распада СССР в 1991 году пока не удалось восстановить единство Евразии. Созданы лишь предпосылки для нового «собираения земель».

Вершиной успеха в информационной войне для противников СССР было избрание Генеральным Секретарем ЦК КПСС М. С. Горбачева. Выдвижение М. Горбачева – стратегический проигрыш ЦК КПСС и КГБ СССР, но ведь одновременно – это и победа тех, кто продвигал глобалиста-троцкиста М. Горбачева. Формировать это поражение начал глобалист-троцкист Н. С. Хрущев, который разрушил сталинскую систему контрразведывательного обеспечения деятельности высших органов власти, что постепенно привело к появлению «слабых звеньев» в советской номенклатуре, куда и устремились усилия западных спецслужб. В отличие от нашей страны, где высокие партийные чины стали ограждаться от «внимания» контрразведки, ФБР усилило контрразведывательный контроль. Известно, что в рамках своей деятельности ФБР осуществляет также целый ряд и так называемых прикладных исследований в своих целях, а также для других федеральных ведомств. Эти исследования проводятся в соответствии со специальными директивами президента или указаниям генерального прокурора (министра юстиции). Например, осуществляется тщательная проверка биографических данных и личных качеств кандидатов на ответственные должности в федеральных ведомствах. Короче говоря, политический сыск в Америке поставлен на широкую ногу и, надо сказать, достаточно надежно служит национальным интересам США.

Выбор идеологов информационной войны против СССР был точен. Начало же стратегической информационной операции по приходу к власти в СССР М. Горбачева – 1946 год. Замысел грандиозной операции был разработан американским дипломатом в Москве, кадровым сотрудником разведки Госдепартамента США Дж. Кеннаном, в его «Длинной телеграмме» в Вашингтон в феврале 1946 года. Именно Кеннан обратил внимание на необходимость активизации работы специальных структур США при смене руководства СССР.

Кеннану удалось нащупать слабое звено в СССР – это проблема плавного перехода власти от одного отдельного лица или группы лиц к другому. Таким образом, именно Кеннан, человек длительное время проживший в России, правильно определил направление главного удара в информационной войне против СССР. Именно Кеннан заявил о необходимости создания *«генерального политического штаба в настоящий момент»*, то есть Генерального Штаба информационной войны против СССР. Скорее всего, Кеннан имел в виду «Совет по международным отношениям». По сути именно Кеннан определил дальнейшую судьбу ставропольского комбайнера М. Горбачева еще в 1946 году. Созданный на базе «Совета по международным отношениям» Генеральный Штаб информационной войны против СССР поставил перед британо-американскими спецслужбами главную задачу

– искать и продвигать в советской номенклатуре людей, способных содействовать распаду СССР. Начался поиск будущих Горбачевых и Яковлевых внутри советской номенклатуры, которые в нужный момент должны были повести СССР в направлении распада.

Кеннан выделил также **главное направление информационной войны против СССР в послевоенный период** – это осуществление тайных информационных операций по воздействию на систему принятия решений в СССР в переходный период, при смене политических элит. Сын американского разведчика, много раз бывавшего в России, Кеннан безусловно тщательно проанализировал опыт проведения информационных операций по организации манипулирования процессом принятия решений в России разведкой Британской империи. Ведь именно британская разведка Ми-6 добилась назначения на пост министра иностранных дел Российской империи в 1910 году Сазонова, который предпринял титанические усилия по организации вступления России в Первую мировую войну, которая ей была совершенна не нужна. Кеннан справедливо выделил трудности перехода властных полномочий в СССР. После смерти В. И. Ленина развернулась яростная внутрисполитическая борьба. Ставленником Британской империи в руководстве СССР был Троцкий-Бронштейн. Однако в борьбе с силами Британской империи победил И. Сталин, которого поддерживали национально-патриотические силы, лучшие представители русской разведки. *«Смерть Ленина стала первым таким переходом, и его последствия губительно сказывались на советском государстве в течение 15 лет. После смерти или отставки Сталина будет второй переход».* Но проанализировав негативный опыт британской разведки, Кеннан дает концептуальную рекомендацию о начале подготовке к новому – второму этапу внутрисполитической борьбы в СССР после смерти Сталина, для реализации стратегических целей информационной войны против СССР.

Именно Кеннан начал стратегическую информационную операцию «Анти-Сталин», по дискредитации исторического прошлого и настоящего нашей великой страны. Главную роль в операции Анти-Сталин сыграл Н. Хрущев, тайно поддержанный Алленом Даллесом во внутрисполитической борьбе внутри СССР.

Н. С. Хрущев представлял из себя идеальный объект для манипулирования специально созданного в ЦРУ (1951 год) Управления психологической войны. Именно под типаж Н. С. Хрущева, затем подбирали кандидата на пост руководителя СССР, выгодного «Совету по международным отношениям». Исходя из этого, был отобран и М. Горбачев, как человек, похожий на Н. Хрущева.

Выводы:

1. Информационная война против СССР началась в 1943 году, в Квебеке.
2. Дезинформационная кампания по скрытию даты нападения на СССР 22 июня 1941 года проводилась руководством фашистской Германии совместно с британской разведкой МИ-6.
3. Мюнхенский стовор между Британской империей и фашистской Германией был не один.
4. «День «Д» 6 июня 1944 года является крупнейшей дезинформационной операцией 20 и 21 века. Объектом дезинформации является мировое общественное мнение. Благодаря подкупу Э. Роммеля (ему обещали, что он возглавит Германию, после убийства Гитлера), никакого по сути сопротивления при высадке союзников не было.
5. КГБ СССР (Ю. Андропов) и ЦК КПСС (М. Сулов) допустили стратегические ошибки в 70-е годы 20 века, которые привели к коренному перелому в ходе информационной войны против СССР.
6. КГБ СССР под руководством В. А. Крючкова (1988–1991) оказался не способным противостоять распаду великой страны.
7. ГКЧП был последней попыткой М. С. Горбачева сохранить свою личную власть. Ведь в начале сентября 1991 года должны были пройти мероприятия, по отстранения его от партийной и государственной власти.

## Глава 5

### Информационная война: опыт Китая и США

Развитие технологий информационные войны ведет к глобальным переменам в мировой политической сфере.

#### Опыт Китая

По нашему мнению, мировым лидером в ведении информационной войны является КИТАЙ. Впервые термин ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА был введен в 1985 году в Китае ведущим китайским теоретиком информационной войны Шэнь Вэйгуаном.

Современная концепция ведения информационной войны начала разрабатываться в Китае в конце 80-х годов 20 века. Под информационной войной понимались действия (политические, экономические, культурные, технологические и т. д.) по захвату глобального информационного пространства и созданию защитной информационной границы Китая, ВЕЛИКОЙ КИТАЙСКОЙ СТЕНЫ в 5 ИЗМЕРЕНИИ.

ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ КИТАЙСКОГО ПОДХОДА.

1. Теоретическое устрашение.
2. Противостояние информационных потенциалов.
3. Конкуренция информационных стратегий.
4. Повышение информатизации войск (искусственный интеллект).
5. Экономическая информационная агрессия.
6. Культурная информационная агрессия.
7. Информационная война умов:

- мирное устрашение – главный метод,
- психология – главный объект.

Я считаю, что китайцы взяли на вооружение Информационную Доктрину начальника Генерального штаба Вооруженных Сил СССР маршала Н. В. Огаркова (она не была воспринята в СССР).

**Никола́й Васильевич Ога́рков** (30 октября 1917 – 23 января 1994 года) – Маршал Советского Союза (1977). Начальник Генерального штаба вооруженных сил СССР с 1977 по 1984 годы.

В РККА с 1938 года. Закончил Военно-инженерную академию им. В. В. Куйбышева.

Начало Великой Отечественной войны застало его на строительстве укрепленного района у реки Ломжа в должности полкового инженера 1-го стрелкового полка 17-й стрелковой дивизии Западного фронта.

С сентября 1941 года по февраль 1942 года служит старшим инженером по фортификации в инженерном управлении Карельского фронта, затем полковым инженером в 289-й стрелковой дивизии и бригадным инженером 61-й морской стрелковой бригады. С декабря 1942 года – помощник начальника штаба инженерных войск 32-й армии, с августа 1943 года – помощник начальника оперативного отдела штаба инженерных войск Карельского фронта. С мая 1944 года – дивизионный инженер 122-й стрелковой дивизии на Карельском, с ноября – на 2-м Украинском, затем на 3-м Украинском, фронтах.

После войны с октября 1945 года по январь 1946 года помощник и старший помощник начальника штаба инженерных войск армии в Прикарпатском военном округе, с февраля 1947 года – заместитель начальника отдела инженерного управления Приморского военного округа. В сентябре 1948 года назначен старшим офицером отдела, а с января 1949 года – начальником отдела управления штаба Главнокомандующего войсками Дальнего Востока. С мая 1953 года назначен начальником оперативного отдела, а с ноября 1955 года – начальником оперативного управления, заместителем начальника штаба Дальневосточного военного округа.

В 1957 году Огаркову было присвоено звание генерал-майора, он был направлен на учёбу в Военную академию Генерального штаба. После окончания Академии был назначен командиром 20-й гвардейской мотострелковой дивизии в Группе советских войск в Германии. В декабре 1961 года был назначен начальником штаба Белорусского военного округа. В 1965–1968 годах – командующий войсками Приволжского военного округа, затем – начальник Главного управления Стратегической Маскировки ГРУ генштаба Вооруженных сил. С марта 1974 года по январь 1977 года – заместитель министра обороны СССР, председатель Гостехкомиссии СССР. 8 января 1977 года генерал армии Н. В. Огарков назначен начальником Генерального штаба Вооруженных Сил СССР – первым заместителем министра обороны СССР. 14 января 1977 года ему было присвоено звание Маршала Советского Союза. За годы руководства советским Генштабом, Огарков подготовил и провел несколько самых крупных в истории отечественных Вооруженных Сил оперативно-стратегических учений и маневров на всех основных стратегических направлениях и с применением всех видов Вооруженных Сил, военно-научных и военно-промышленных органов. Крупнейшим из них стало оперативно-стратегическое учение под кодовым названием «Запад-81», проведенное в сентябре 1981 года. Я также принимал участие в учениях «Запад-81». По своим масштабам оно было сравнимо лишь с крупными наступательными операциями завершающего этапа Великой Отечественной войны. На нем впервые были опробованы автоматизированная система управления и некоторые виды высокоточного оружия.

Огарков также уделял серьезное внимание развитию теории управления стратегическими ядерными силами и противоракетной обороне, фактически создал в Генштабе центр оперативно-стратегических исследований. В 1983 году Огарков выступил по советскому телевидению с анализом ситуации в связи с провокацией южнокорейского самолета. В 1984 году назначен Главнокомандующим войсками Западного направления. В 1988–1992 годах служил генеральным инспектором Группы генеральных инспекторов Министерства обороны СССР. Одновременно до августа 1991 года возглавлял Всесоюзный совет ветеранов войны, труда, Вооруженных Сил и правоохранительных органов. В 1992 году назначен советником при Министерстве обороны Российской Федерации.

ГОВОРЯ о Николае Васильевиче, нельзя умолчать, конечно, о вводе советских войск в Афганистан. Руководство Генерального штаба было категорически против такого шага. Информационная операция по обеспечению втягивания СССР в афганский конфликт была проведена стратегическим агентом британской разведки МИ-6 З. Бжезинским, глубоко внедренным в высшую элиту США. Маршал Огарков предпринял огромные усилия, чтобы уговорить министра обороны СССР Дмитрия Федоровича Устинова не делать этого.

Следует и сказать о том, что агент ЦРУ (заочно осужденный за предательство), генерал-предатель Калугин, активно участвовавший в реализации планов З. Бжезинского, являлся близким родственником министра обороны СССР Д. Устинова. 8 декабря 1979 года, на совещании у руководителя КПСС Л. Брежнева начальник Генштаба доказывал бесперспективность ввода наших войск в Афганистан. Однако было принято другое решение. План Бжезинского удался. В этой связи мне хотелось бы привести выдержку из книги воспоминаний советского посла в США, а в дальнейшем секретаря ЦК КПСС Анатолия Федоровича Добрынина «Сугубо доверительно»:

«...Характерно, что Генеральный штаб и бывавшие в Афганистане советские военные решительно возражали против ввода войск, доказывая опасность и нецелесообразность втягивания советских регулярных войск в затяжную гражданскую войну в Афганистане в трудных условиях гористой местности. Высшие чины генералитета – Огарков, Ахромеев, Варенников – даже обратились с необычным коллективным рапортом по этому поводу к министру обороны Устинову. В ответ они услышали раздраженный окрик: «... Не рассуждать! Выполняйте решение Политбюро». Министр обороны СССР Д. Устинов инициировал перед Политбюро вопрос о замене начальника Генерального штаба.

В 1984 году Николая Васильевича назначили главнокомандующим войсками Западного

стратегического направления, где в его оперативном подчинении находилось четыре группы войск и несколько перворазрядных военных округов, значительные силы ВВС и ПВО, Балтийский флот... Это было около 35–40 процентов общей численности Вооруженных Сил СССР.

В зарубежных медиа обычно говорят, что отцом Революции в военном деле (РВД) был Эндрю Маршал (Andrew Marshall) из вашингтонского Of ce of Net Assessment. **Но специалисты знают, что подлинным творцом этой концепции был Маршал Советского Союза Николай Васильевич Огарков, начальник Генерального штаба Вооруженных Сил СССР с 1977 по 1984 год** [Mitchell O.S. The New High Ground: An Analysis of Space-Based Systems in the Information Revolution' Air Force Institute of Technology WRIGHTPATTERSONAFB OH, 2002).

Но наиболее важными в технологическом аспекте были 4-й и 5-й пункты доктрины. Часто под доктриной Огаркова понимают именно их. Огарков считал самым важным развитие систем управления, анализа, связи и разведки. То есть концептуальной основы ведения информационной войны на театре военных действий. Именно маршал Огарков создал Разведывательно-ударные комплексы по тогдашней советской терминологии. И задача создания технологической основы для ведения эффективной информационной войны была успешно решена в СССР. Отметим, что даже через 20 лет после распада СССР объем продаж российского оружия превышает 9 миллиардов долларов в год. Все – насыщено системами управления С4I.

Огарков – лидер советских государственников, гениальный знаток теории и практики стратегической маскировки, являющейся важнейшей составляющей информационной войны. Он много раз стратегически переигрывал глобалистов как внутри страны, так и за ее пределами. В данном случае считаю необходимым дать некоторые пояснения. После смерти генералиссимуса Сталина, лидера советских государственников, разгромившего агентуру британской разведки МИ-6 в высших эшелонах СССР (последователей главных агентов МИ-6 среди большевиков – Троцкого и Свердлова), длительное время в СССР не было режиссера-идеолога ведения информационной войны против американско-британских глобалистов, создавших агрессивный военный блок НАТО. Именно маршал Огарков сформулировал концептуальные идеи разгрома агентуры глобалистов (так называемых агентов влияния и пятых колонн в в соцстранах) информационным оружием.

Его талант наиболее ярко проявился при проведении информационных и дезинформационных мероприятий в ходе событий в Чехословакии в августе 1968 года. Не секрет, что истинным противником Огаркова была британская разведка МИ-6, в недрах которой и был разработан план переворота в Чехословакии.

**Именно маршал Огарков был реальным организатором успешной Пражской операции**, которая прошла так гладко только потому, что ему удалось совершенно запутать британскую разведку МИ-6 и другие разведслужбы НАТО и навязать им блестяще поданную дезинформацию. Любопытно отметить, что события «Пражской весны», окончившейся для демократических путчистов «печальной осенью», в некотором смысле были стратегической информационно-интеллектуальной дуэлью двух персонажей, посвященных в самые глубокие тайны планетарного конфликта. Сегодня общеизвестно, что режиссером информационной операции глобалистов (так называемой «Пражской весны») был Давид Гольдштюкер.

Именно Гольдштюкеру противостоял в этой операции маршал Огарков, и надо заметить, что победа Огаркова была не просто победой мощи советских танков, но победой интеллекта и великолепного владения искусством дезинформации, «маскировки», с помощью которой руководство НАТО было введено в полнейшее заблуждение и не успело вовремя среагировать, на что, естественно, доктор Гольдштюкер и его агентура (Дубчек, Гавел и т. д.) в основном и рассчитывали.

Именно Огарков был инициатором создания «Спецназа», который призван был осуществлять локальные и молниеносные действия в тылу противника, что совершенно

необходимо для успеха сугубо континентальных, локальных военных операций. Геополитически маршал Огарков всегда открыто защищал единство Евразии и стремился трансформировать Вооруженные Силы СССР так, чтобы они смогли наилучшим образом повести себя в затяжной, локальной войне с преобладанием обычных видов вооружения.

Китайские теоретики информационной войны сделали вывод о необходимости реализации Доктрины Огаркова в Китае. В 2010 году Китай стал второй экономической державой мира, что и подтвердило правильность китайского подхода. В последние годы Китай добился блестящих результатов в ходе информационного противоборства с США.

Наиболее наглядно это было продемонстрировано после студенческих волнений на площади Тяньаньмэнь в 1989 году, когда через СМИ до простого обывателя была доведена информация, что в Пекине, Шанхае и некоторых других крупных городах действовали небольшие группы экстремистов и уголовников. Лидеры Китая убедили народ в том, что беспорядки инспирировались США. Китайцы тогда одержали **первую победу в информационной войне против США**. Большую роль в победе сыграло эффективное информационное воздействие на китайскую диаспору в США и Западной Европе.

Китай, на основе концептуальных идей маршала Огаркова развивает концепцию Сетевых сил (воинские подразделения численностью до батальона), которые состояли бы из высококлассных компьютерных экспертов, обученных в государственных университетах, академиях и специальных учебных центрах. Основной акцент делается на привлечение активной молодежи, прежде всего из числа пользователей сети Интернет (Китай занимает уже сейчас Первое место в мире по числу пользователей – 468 миллионов). Вообще фантастически выглядит рост числа пользователей Интернет: если в 1999 году насчитывалось около 1,5 миллионов пользователей, то в 2012 – около 500. Тот есть рост в 320 раз!!! Проведено уже несколько крупномасштабных учений этих сил по отработке концепции информационной войны.

После инцидента весной 2001 года в Тайванском проливе с американским разведывательным самолетом, американцы оказались не способными противостоять агрессивной китайской информационной политике. Китай тогда стратегически переиграл США.

Атаки китайских хакеров на системы Минобороны в период кризиса, вызванного инцидентом с разведывательным самолетом на острове Хайнань, оказались достаточно эффективными. Согласно ряду заявлений сотрудников администрации США, созданная национальная система информационной безопасности, оказалась слишком тяжеловесной и неповоротливой. В ряде случаев процесс доведения информации тормозился в силу бюрократических проволочек, что приводило к неприятным последствиям.

Практика стран, входивших некогда в мировую социалистическую систему, демонстрирует два основных варианта трансформации административно-командной системы в рыночную экономику: **первый – эволюционный путь постепенного создания рыночных институтов с опорой на все лучшее что было в СССР (Китай, Вьетнам), второй – «шоковая терапия», применявшаяся в той или иной степени в России и большинстве стран Восточной Европы по рецептам МВФ.**

Китайская экономическая модель доказала свою эффективность.

ВВП Китая за последние 20 лет вырос в 5 раз. По прогнозам американских аналитиков Р. Бернштейна и Р. Манро уже к 2020 году ВВП Китая достигнет 20 триллионов долларов и оставит на втором месте США (13,5 трлн. долларов).

**На 16 съезде КПК была поставлена фантастическая задача – в ближайшие 20 лет увеличить свой и так большой ВВП еще в 4 раза. Фантастическая задача для России и всего мира, но не для Китая. Сейчас Китай занимает первое место в мире по привлечению иностранных инвестиций.**

Китаю повезло (в отличие от СССР). На рубеже 1970-х и 1980-х годов в стране – в нужное время и на нужном посту – нашелся политический лидер, который повторил слова **КОНФУЦИЯ «неважно какого цвета кошка, лишь бы она ловила мышей»**. И который

добавил от себя: «Хватит спорить о том, что мы строим – социализм, капитализм или что-то еще, – давайте делать то, что поможет поднять нашу экономику». **Это был ДЭН СЯОПИН**. Но следует отметить и важную деталь, о которой почти ничего не известно. Стратегию модернизации Китая разрабатывали бывшие сотрудники личной разведки генералиссимуса Сталина.

В середине 80-х годов, когда Дэн Сяопин выбирал стратегию китайских реформ, в недрах китайских спецслужб была разработана стратегическая концепция добывания финансовых ресурсов и передовых технологий с помощью методов информационной войны. Эта программа понравилась китайскому лидеру. Было принято решение о приоритетном финансировании спецслужб.

## **Структура китайских спецслужб**

Военная разведка включает второй департамент (агентурная разведка, координация резидентур) и третий департамент (радиоэлектронная разведка)

### ***Министерство государственной безопасности КНР***

*(кит. 國家安全部, пиньинь Guójiā ānquán bù) – служба внутренней и внешней разведки Китайской Народной Республики. Министерство государственной безопасности Китайской Народной Республики было создано 1 июля 1983 года. Главной целью его создания было стремление руководства КНР централизовать разведывательные и контрразведывательные функции, которые выполняли различные органы государственной безопасности и пограничной охраны, в том числе некоторые функции, выполнявшиеся Министерством общественной безопасности КНР.*

*Основные задачи министерства:*

- осуществление контрразведывательных функций на территории страны, предотвращение или пресечение подрывной деятельности иностранных спецслужб против КНР;*
- добывание разведывательной информации, касающейся потенциальных противников Китая;*
- добывание иностранных передовых технологий во всех отраслях, в том числе военной и военно-технической;*
- обеспечение государственных интересов во внешней политике, бизнесе и торговле;*
- участие в борьбе против международного терроризма, борьба против внутреннего сепаратизма, религиозного экстремизма;*
- контроль за группами китайских студентов и диссидентов, пребывающими за границей.*
- участие в охране государственной границы.*

*Министерство государственной безопасности:*

- Первое бюро – агентурная разведка на территории Китая;*
- Второе бюро – зарубежные операции;*
- Третье бюро – операции в Гонконге, Макао, Тайване;*
- Четвертое бюро – оперативно-техническое обеспечение;*
- Пятое бюро – координация региональных отделов МГБ;*
- Шестое бюро – контрразведка;*
- Седьмое бюро – обработка и анализ поступающих разведанных;*
- Восьмое бюро – Институт современных международных отношений;*
- Девятое бюро – управление собственной безопасности, координации особых отделов в армии;*
- Десятое бюро – сбор научно-технической информации;*



Одиннадцатое бюро – радиоэлектронная разведка и компьютерная безопасность;  
Бюро иностранных дел – официальные контакты с иностранными спецслужбами;

СИНЬХУА – информационное агентство.

Список руководителей:

Линь Юнь (凌云), 1983 – 1988

Цзя Chunwang, 1985 – 1998

Сюй Yongyue, 1998 – 2007

Ген Хуэйчан с 2007 – по настоящее время

*Год рождения: 1951. Место рождения: провинция Хэбэй. Национальность – Хань. В 1985 году он был заместителем директора Института Международных Отношений. В 1990 году он был назначен директором. В сентябре 1998 года он стал заместителем министра в министерстве государственной безопасности. В августе 2007 года он был назначен министром .*

Хотелось бы обратить внимание читателей на следующую деталь. Во время поездки в Пекин слушателей Дипломатической академии МИД России под моим руководством в декабре 2010 года, одно из мероприятий (Круглый стол по проблематике российско-китайских отношений) проходило именно в Институте международных отношений.

**Министерство общественной безопасности КНР** (кит. 公安部, пиньинь *gōng ān bù*), – ведомство, в чьи функции входят внутренняя разведка, контрразведка, защита политического и государственного строя, общественного порядка, высшего руководства государства и важных государственных объектов, выполнение полицейских функций, антитеррористическая борьба против экстремизма и сепаратизма на территории Китая.

Организационная структура МОБ КНР включает в себя:

- полицейский департамент;
- департамент внешней разведки и контрразведки;
- департамент исправительно-трудовых учреждений и тюрем;
- департамент политической безопасности;
- департамент экономической безопасности;
- департамент безопасности средств связи и коммуникаций;
- департамент антитеррористических действий;
- другие подчиненные организации и подразделения, включая некоторую часть Народной вооруженной милиции Китая.

Численность личного состава служащих МОБ превышает 3 миллиона человек.

В Китае создана мощная государственная система ведения информационного противоборства, которая позволяет осуществлять массированное применение сил и средств в нужное время. В принципе, именно в Китае сегодня реализованы концептуальные идеи маршала Огаркова, который в свою очередь был интеллектуальным учеником генералиссимуса Сталина-Пржевальского.

Ядром китайской системы являются ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ БЮРО при ГОССОВЕТЕ КНР и СИСТЕМО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР МИНИСТЕРСТВА ГОСУДАРСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ. Китайская система ведения информационного противоборства наиболее эффективно действует в финансовой сфере. Она получает информацию от диаспор различных стран мира и разведки. Осуществляется тотальный контроль за СМИ стран тихоокеанского региона. Значительное число СМИ (газет, теле- и радиоканалов) приобретены агентами и офицерами китайской разведки. Посредством контролируемых СМИ осуществляются активные комплексные информационно-психологические операции. МИНИСТЕРСТВО ГОСУДАРСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

КИТАЯ помогает выехать из страны «нужным» людям с хорошим образованием, дает средства на обустройство на новом месте жительства. Секрет такой щедрости прост – через огромные китайские диаспоры разведка КНР проникает в государственный аппарат, средства массовой информации и органы власти многих стран мира.

Феноменальным успехом китайских спецслужб является установление контроля над крупнейшими банками азиатского региона (прежде всего в Малайзии и Сингапуре). В крупнейшей мусульманской стране мира – Индонезии (население 242 миллиона человек) 4 миллиона переселенцев из Китая контролируют три четверти частного бизнеса страны.

Значительны успехи китайских спецслужб и на территории США. Основная часть легальной китайской диаспоры в Америке сосредоточена на Тихоокеанском побережье, где китайская разведка имеет настолько сильные позиции, что американские спецслужбы не в состоянии полностью контролировать китайскую активность в таких городах как Сиэтл, Лос-Анджелес, Сан-Франциско. А вот интересный факт.

**В мае 1999 года** министры обороны Китая и Кубы подписали соглашение о создании на острове Свободы китайского центра радиоперехвата и слежения за американскими спутниками. Не исключено, что после того как мы добровольно покинули российский разведывательный центр ГРУ и ФАПСИ в ЛУРДЕСЕ, на нашем месте будут китайцы.

Благодаря организованному китайской разведкой мощному китайскому лобби КНР решает на территории США ряд стратегических задач: обеспечивает продвижение дешевых китайских товаров (сегодня 45 % товаров покупаемых американцами – китайские), стимулирует рост китайской диаспоры за счет эмиграции из материкового Китая, добывает для китайской промышленности передовые технологии и научные разработки.

Прошедший в ноябре 2002 года 16 съезд 66-миллионной Коммунистической партии Китая – важнейший этап мирового развития.

Преемником Цзян Цзэминя на посту руководителя компартии, а затем и председателя КНР, а в марте 2005 года и Председателя Военного Совета КНР стал Ху Цзинтяо.

Съезд определил, что Китай вступает в третий этап реформ, цель которого – достижение изобилия. По мнению китайского лидера Цзян Цзэминя, достигнуть этого возможно лишь через сочетание ДУХОВНОЙ ЦИВИЛИЗАЦИИ с экономическими реформами. Компартия Китая не привержена сегодня догматам марксизма-ленинизма. Она плавно подстраивается под ритм жизни информационной цивилизации 21 века. Не случайно и то, что на 16 съезде принято решение о принятии в ряды компартии предпринимателей и представителей высокотехнологического сектора экономики. Именно они, представители информационного поколения китайской политической элиты и станут опорой правящей элиты Китая.

17 съезд КПК состоялся в октябре 2007 года. Съезд подтвердил генеральный курс на строительство в стране социализма с китайской спецификой, осуществление реформ и проведение политики открытости для внешнего мира. Делегаты съезда утвердили в качестве задачи построение в Китае гармоничного общества среднего достатка на основе «концепции научного развития». Построение гармоничного общества и «концепция научного развития» представляют собой вклад нынешнего – четвертого поколения китайских руководителей в теорию построения в Китае социализма с китайской спецификой. Эта идея выдвинута на основе анализа изменений, произошедших в политической, экономической и социальной сферах в стране за 29 лет проведения реформ.

В отчетном докладе съезду генеральный секретарь ЦК КПК Ху Цзиньтао отметил: «Важнейшим содержанием концепции научного развития является само развитие. В центре ее – человек как основа основ, ее основные требования – всесторонность, гармоничность и устойчивость, а коренная методология – единая и комплексная координация». «Концепция научного развития» вошла в новый партийный устав.

КПК учла стратегические ошибки КПСС, так и не сумевшей в конце 20 века отойти от отживших догм.

**Будущим лидером КНР скорее всего будет Си Цзинпинь. Ожидается, что Ху**

**Цзиньтао покинет пост Генсекретаря ЦК КПК в 2012 году.** 18 октября 2010 года, Цзинпинь был назначен зампредела Централнаго военного совета ЦК Коммунистической партии Китая (главой совета является действующий председатель КНР Ху Цзиньтао). Большинство экспертов эта перестановка расценивается как однозначное указание на то, кто возглавит Китай после ухода Ху Цзиньтао.

Таким образом, стратегический курс на развитие концепции использования сталинской идеи преемственности власти, как основы успешной **ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ** для достижения важнейших политических и экономических целей остается приоритетным в Китае.

## Опыт США

К числу первых официальных документов Пентагона по этой проблеме можно отнести директиву МО США ТЗ600.1 от 21 декабря 1992 года под названием «Информационная война». В 1993 года в директиве Комитета начальников штабов № 30 уже были изложены основные принципы ведения информационной войны. И, наконец, в 1997 году было дано следующее определение информационной войне: **«Действия, предпринятые для достижения информационного превосходства в интересах национальной стратегии и осуществляемые путем влияния на информацию и информационные системы противника при одновременной защите собственной информации и своих информационных систем».**

Начиная с 1994 года, в США проводятся официальные научные конференции по «информационной войне» с участием видных представителей военно-политического руководства страны.

С этой целью в США уже создан Центр информационной стратегии и политики, задачей которого является изучение возможностей использования информационных технологий в военных конфликтах XXI века.

Следует отметить, что США последовательно и активно готовятся к ведению информационной войны 21 века. Более того, во всех вооруженных конфликтах, в которых принимали участие США («Буря в пустыне», операция на Гаити, агрессия против Югославии и др.), были апробированы различные виды информационного оружия. К настоящему времени должности офицеров, занимающихся приемами информационной войны, введены в армии, на флоте и в военно-воздушных силах США. В июне 1995 года Национальный университет обороны в Вашингтоне осуществил выпуск первой группы специалистов в области информационной войны. Месяцем позже в Военно-морском колледже в Ньюпорте была завершена игровая отработка планов ведения информационных войн. В январе – июне 1995 года в США была проведена командно-штабная военная игра (КШВИ), с участием представителей всех силовых структур. Ее цель – разработка **концепции стратегической информационной войны.**

В ходе КШВИ ее участники отметили, что при стратегической информационной войне традиционные границы размываются, отсутствует линия фронта. Особенно интересно то, что резко повышаются возможности ведения эффективного информационно-психологического противоборства.

**В августе 1995 года** национальный Институт Обороны США публикует работу Мартина Либки «Что такое информационная война?» В ней автор определил семь форм информационной войны:

1. Командно-управленческая.
2. Разведовательная.
3. Психологическая.
4. Хакерская.
5. Экономическая.
6. Электронная.

## 7. Кибервойна.

А теперь интересный пример из сферы ведения кибервойны со стороны США. Причем эта кибервойна ведется в сочетании с информационно-пропагандистской кампанией против стран-объектов кибернападения.

Журнал КОММЕРСАНТ-ВЛАСТЬ № 33 от 27 августа 2002 года опубликовал интересную заметку под названием США – ОПЛОТ ТЕРРОРИЗМА.

В ней говорится о том, что весной 2002 года советник президента США по технологиям Ричард Кларк обнародовал список стран – потенциальных рассадников кибертерроризма. В него наряду с Ираком, Ираном, Северной Кореей и Китаем попала и Россия. Критерий отделения «козлиц от агнцев» был прост. По убеждению Кларка, именно в этих странах есть специалисты, способные нанести ущерб безопасности США через ИНТЕРНЕТ. Однако данные, собранные фирмой RPTESH, должны неприятно удивить Ричарда Кларка.

Интенсивность кибератак действительно растет, но из стран, причисленных США к «оси киберзла», их исходит МЕНЕЕ 1 %.

Наибольшее количество атак (40 %) ИСХОДИЛИ ИЗ США! Далее по числу нападений следуют Германия и Южная Корея.

В конце 1998 года Комитет начальников штабов ВС США издал документ ДОКТРИНА ПРОВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОПЕРАЦИЙ (JOINT DOCTRINE OF INFORMATION OPERATION).

В нем впервые официально подтверждается факт подготовки американцев к проведению НАСТУПАТЕЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ОПЕРАЦИЙ. Ранее представители Пентагона всегда подчеркивали оборонительную направленность мероприятий США в информационной сфере.

НОВЫМ документом предусматривается возможность проведения наступательных информационных операций не только в военное, но и мирное время. При этом представители США, комментируя эти положения, утверждают, что использование НАСТУПАТЕЛЬНОГО ИНФОРМАЦИОННОГО ОРУЖИЯ будет проводиться при полном соблюдении соответствующих международных норм и договоров.

Однако на сегодняшний день подобные международные соглашения либо отсутствуют, либо находятся на ранних стадиях проработки. Предложения МИД России Организации Объединенных Наций по правовому регулированию мировой информационной сферы встречают жесткое американское сопротивление.

Можно проследить эволюцию взглядов военного руководства США на становление понятия «информационные операции». При этом следует выделить два периода их возникновения, становления и развития.

В первом периоде (1950–1985 гг.) два этапа: на первом этапе (1947–1973 гг.) зародились основополагающие подходы к будущим информационным операциям.

Содержанием второго этапа (1974–1985 гг.) явилось комплексное изучение опыта информационных составляющих боевых действий в ходе локальных войн и вооруженных конфликтов.

### **Второй период**

Первый этап (1985 год – декабрь 1992 года) – использование новейших информационных технологий, психологических операций, радиоэлектронной борьбы на стратегическом, оперативном и тактическом уровнях (Панама, война в Персидском заливе).

Второй этап (декабрь 1992 года – февраль 1996 года) характеризуется активной теоретической разработкой при большом разнообразии подходов единой концепции информационной борьбы в масштабе вооруженных сил, а также соответствующих видовых концепций в Сухопутных войсках, ВВС и ВМС.

Третий этап (февраль 1996 года – октябрь 1998 года) – завершение разработки

теоретических основ информационной борьбы, подготовка и проведение информационных операций. В эти годы со всей очевидностью проявилась ограниченность применяемых форм и методов информационной борьбы, что потребовало продолжить дальнейшую разработку ее теории, в том числе применительно к мирному времени, а также во всем диапазоне военных действий и в так называемых военных операциях, отличных от войны.

Четвертый этап (октябрь 1998 года – по настоящее время) – утверждение взгляда на информационную борьбу как стратегическое средство достижения целей национальной военной стратегии и стратегии национальной безопасности США посредством проведения информационных операций.

Пятый этап (2006 год – по настоящее время) – начало проведения активных информационных мероприятий с использованием сети Интернет.

Рассматривая проблему информационного противоборства только, в масштабах вооруженных сил США, следует подчеркнуть, что теория информационной борьбы под влиянием комплекса объективных и субъективных факторов прошла сложный эволюционный путь: от восприятия ее как вспомогательного средства, применяемого при решении боевых задач на тактическом уровне, до придания ей глобальной функции управления вооруженными конфликтами на стратегическом уровне.

Анализ материалов американской Доктрины позволил выявить, что военно-политическое руководство США различает информационные операции в широком и узком (военном) смысле слова. Так, понимаемые в широком смысле информационные операции – это форма борьбы, представляющая собой использование специальных (политических, экономических, дипломатических, военных и иных) методов, способов и средств для воздействия на информационную среду противостоящей стороны и защиты собственной в интересах достижения поставленных целей.

По взглядам американского военного руководства, информационные операции в узком понимании, то есть в ходе военных действий, предполагают применение совокупности методов воздействия на информационные ресурсы и системы противника при защите собственных информационных ресурсов и систем в целях захвата информационного превосходства, доминирования в информационном пространстве. В этом случае они носят название информационной борьбы.

Таким образом, понятие «информационная борьба» (*«Information warfare»*), по взглядам американского военного руководства, включает в себя комплексное применение сил и средств информационных операций и вооруженной борьбы в угрожаемый период и при ведении боевых действий.

Следует обратить внимание читателей на то, что концептуальные идеи автора, изложенные в докторской диссертации ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ (защита прошла 7 мая 1997 года), нашли свое отражение в американской Доктрине. Прежде всего, это касается проведения информационных операций в узком и широком смысле.

В Доктрине разъясняются отношения понятий информационных операций и информационной войны.

Они были определены, следующим образом:

**1. Информационная операция** – это действия, предпринимаемые с целью затруднить сбор, обработку передачу и хранение информации информационными системами противника при защите собственной информации и информационных систем.

**2. Информационная война** – комплексное воздействие (совокупность информационных операций) на систему государственного и военного управления противостоящей стороны, на ее военно-политическое руководство, которое уже в мирное время приводило бы к принятию благоприятных для стороны-инициатора информационного воздействия решений, а в ходе конфликта полностью парализовало бы функционирование инфраструктуры управления противника.

Как указывают американские военные эксперты, информационная война состоит из действий, предпринимаемых с целью достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационные системы противника с одновременным укреплением и защитой собственной информации и информационных систем и инфраструктуры.

Информационное превосходство определяется, как способность собирать, обрабатывать и распределять непрерывный поток информации о ситуации, препятствуя противнику делать то же самое. Оно может быть также определено и как способность назначить и поддерживать такой темп проведения операции, который превосходит любой возможный темп противника, позволяя доминировать во все время ее проведения, оставаясь непредсказуемым, и действовать, опережая противника в его ответных акциях.

Информационное превосходство позволяет иметь реальное представление о боевой обстановке и дает интерактивную и высокоточную картину действий противника и своих войск в реальном масштабе времени. Информационное превосходство является инструментом, позволяющим командованию в решающих операциях применять широко рассредоточенные построения разнородных сил, обеспечивать защиту войск и ввод в сражение группировок, состав которых в максимальной степени соответствует задачам, а также осуществлять гибкое и целенаправленное материально-техническое обеспечение.

Информационное противоборство осуществляется путем проведения мероприятий направленных против систем управления и принятия решений (Command & Control Warfare, C2W), а также против компьютерных и информационных сетей и систем (Computer Network Attack, CNA). Деструктивное воздействие на системы управления и принятия решений достигается путем проведения психологических операций (Psychological Operations, PSYOP), направленных против персонала и лиц, принимающих решения и оказывающих влияние на их моральную устойчивость, эмоции и мотивы принятия решений; выполнения мероприятий по оперативной и стратегической маскировке (OPSEC), дезинформации и физическому разрушению объектов инфраструктуры.

А осенью 1999 года в США создан центр ведения кибернетической войны (наступательной и оборонительной).

США создают мощнейшие центры глобального информационного воздействия на мировую информационно-психологическую среду.

С 1 октября 1999 года в соответствии с Законом 1998 года о реформировании и структурной перестройки организаций, занимающихся вопросами международной политики, Информационное агентство Соединенных Штатов действует в составе Государственного департамента.

ЮСИА было создано в 1953 году в качестве самостоятельного федерального агентства в составе исполнительной ветви власти и действует главным образом за рубежом через посольства США.

Директор и руководство агентства назначаются Президентом США. Штаб сотрудников в его штаб-квартире в Вашингтоне насчитывает более 4200 человек. Еще несколько тысяч сотрудников находятся в 142 странах мира.

Его задача состоит в разъяснении и пропаганде политики США среди общественности иностранных государств, а также в развитии связей между американскими и зарубежными институтами посредством целого ряда программ обменов в сфере образования и культуры.

ЮСИА занимается и информационным противодействием. Одна из трех задач ЮСИА – ПРЕСЕЧЕНИЕ ПОПЫТОК ИСКАЖЕНИЯ ПОЛИТИКИ И ЦЕЛЕЙ США.

С момента своего основания информация ЮСИА адресуется ТОЛЬКО ЗАРУБЕЖНОЙ АУДИТОРИИ, так Конгрессом США законодательно ЗАПРЕЩЕНО информационно воздействовать на население США.

Таким образом, осуществляется мощное информационное негативное воздействие на зарубежные страны, при защите собственной информационной среды.

Информационные продукты и услуги ЮСИА находятся на самом современном уровне

и сочетают в себе применение последних технологий ИНТЕРНЕТА с более традиционными средствами распространения информации о Соединенных Штатах.

В структуре ЮСИА насчитывается до 20 подразделений. Из них надо особо отметить Бюро программ программу «Радиодосье ЮСИА» («USIA Wireless File», ежедневно до 18 тыс. слов на английском, испанском и французском языках в 126 пунктов мира); периодику ЮСИА (несколько крупных изданий; играет значительно меньшую роль, нежели электронные СМИ агентства), Телевизионная и кинослужба, Бюро по делам образования и культуры (организация и контроль за деятельностью американских библиотек, курсов обучения английскому языку и др.); бюро по общественным связям; управление координатора по вопросам общественной информации; бюро по вопросам управления (кадровая политика, развитие техники, информационное обеспечение аппарата), Консультативный комитет по культурной собственности, Совет по зарубежным стипендиям (грантам); пять региональных отделов: Африканский, Европейский, Восточной Азии и Тихого Океана, Латинской Америки и отдел Северной Африки, Ближнего Востока и Южной Азии.

Отделения ЮСИА за границей делятся на две категории – американские информационные центры (ЮСИС) и двунациональные центры. В начале 1980-х гг. ЮСИА имело 206 постов в 126 странах и 108 двунациональных центров (около 90 из них – в Латинской Америке). И их число и статус, естественно, только выросли с распадом СССР и образованием новых независимых государств. Крупный центр ЮСИА расположен и в Москве.

Деятельность информационного центра в той или иной стране распадается на две ветви. Обслуживание прессы, издание бюллетеней, продвижение информации и иллюстраций из США, а также статей и комментариев американских авторов в местную прессу, видеосюжетов – в местное телевидение, рукописей американских авторов – в местные издательства. Эта деятельность находится в ведении специального штатного сотрудника агентства, прикомандированного к посольству США в должности «информационного атташе» или же пресс-атташе, а с октября 1999 года включаемого в штатное расписание американских посольств.

Контроль за деятельностью культурных центров, библиотек и видеотек, читален, курсов английского языка, демонстрацию фильмов, организацию выступлений американских лекторов, проведение двунациональных симпозиумов, организация выставок, обеспечение американскими пособиями местных школ, колледжей и университетов осуществляет атташе по культурным вопросам.

Интерактивные программы всемирной телевизионной службы ЮСИА «Worldnet», созданной в 1983 года, после реорганизации 1999 года находятся в ведении Бюро международного вещания госдепартамента. «Уорлднет» связывает США с более чем ста городами в 80 странах мира. Ее подразделение – «Евронет» – имеет достаточно разветвленную сеть.

Заместитель Государственного секретаря по вопросам общественной дипломатии осуществляет теперь надзор за деятельностью Бюро по вопросам образования и культуры, Управления координатора по вопросам международной информации и Бюро по общественным связям. Интерактивные программы телевизионной службы ЮСИА «Уорлднет», которыми в настоящее время занимается Бюро международного вещания, а также международные пресс-центры ЮСИА вошли в состав Бюро по общественным связям. Отделения ЮСИА, организованные по географическому принципу, вошли в состав соответствующих региональных бюро. Управление ЮСИА по исследованиям и изучению реакции СМИ продолжает работать в составе Бюро сбора данных и исследований.

Указанный закон также предусматривает создание самостоятельной организации для радио- и телевещания. Все радио- и телевещательные службы американского правительства – «Голос Америки» (вещает на 53 языках 660 часов в неделю), теле- и кино-служба «Уорлднет» (за исключением интерактивных программ), Радио и ТВ Марти, Техническое

управление, которое обеспечивает работу вещательного оборудования и всю деятельность Бюро международного вещания; а также две некоммерческих корпорации – Радио Свободная Европа/Радио Свобода (РСЕ/РС) и Радио Свободная Азия (РСА) – вошли в состав этого нового формирования. Совет директоров радио- и телевещания, назначаемый Президентом и утверждаемый Сенатом, будет осуществлять оперативный контроль за работой этого нового подразделения.

Весной 2002 года Радио СВОБОДА начала специальное вещание на Северный Кавказ. Передачи ведутся на чеченском, аварском, черкесском и русском языках. Решение о начале чеченского вещания принято Конгрессом США, который финансирует работу радиостанции давно. События 11 сентября 2001 года и последующие позитивные сдвиги в российско-американских отношениях, **никак не повлияли на мнение Конгресса США**. Это вещание – **прямое вмешательство во внутренние дела России**. Передачи ведутся явно тенденциозно, в них фактически оправдывается диверсионная деятельность боевиков и критикуется федеральный центр.

В апреле 1994 года Законом о международном вещании единое руководство теле- и радиовещанием США на зарубежные страны поручено осуществлять Совету управляющих по вопросам вещания, утвержденному этим же актом. В состав Совета, **ФОРМИРУЕМОГО НА ДВУХПАРТИЙНОЙ ОСНОВЕ**, входят директор ЮСИА, **а также восемь других членов назначаемых президентом США с согласия сената**.

Очевидно, что политическая элита США создала мощные «информационные кулаки» для эффективного информационного воздействия на психику населения всех стран мира. Американцами прекрасно отработаны технологии проведения стратегических информационных операций по воздействию на мировую информационно-психологическую среду. В качестве примера можно привести отличную дезинформационную операцию «ПРОБЛЕМА 2000 ГОДА», которая проводилась в течение нескольких лет.

Активно разрабатываются психологические средства ведения информационной войны. Они относятся к области использования информации против человеческого интеллекта. По американской терминологии выделяются четыре основные категории таких средств:

- операции против воли нации,
- операции против командования противника,
- операции против вражеских войск,
- операции на уровне национальных культур.

Кардинальные изменения в сфере информационной войны произошли в последние годы.

Несмотря на то, что средства воздействия (дезинформация, слухи, пропаганда, агитация и т. д.) остались прежними, принципиально новым элементом стали средства получения и доставки информации. Это прежде всего системы глобального теле-радиовещания, при посредстве которых, как реально происходящие события с соответствующими комментариями, так и специально подобранные факты и аргументы становятся доступны аудитории во многих странах мира. Использование спутников прямого вещания, когда лидер одного государства без согласия руководства других стран может напрямую обратиться к населению этих стран, является совершенно новым явлением мировой политики. Два спутника такого рода, принадлежащие компании «Хьюз», введены в эксплуатацию в конце 1994 года. Каждый из них имеет возможность одновременно транслировать 150 телевизионных каналов, а годовая арендная плата за использование такого канала составляет 2 миллиона долларов.

Использование психологических средств информационной войны предполагает учет, структуру и особенности СМИ противника. Главной проблемой является: каким образом направить необходимую информацию в СМИ противника.

- Непосредственно, через прямое телерадиовещание,
- косвенно, через глобальные информационные системы,



- через работников посольств.

Директивой президента PDD-68 от 30 января 1999 года Белый дом создал новую структуру под названием «INTERNATIONAL PUBLIC INFORMATION GROUP» (IPI). В задачи этой организации 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, прежде всего ЦРУ. По сути – это механизм информационного воздействия на зарубежные страны (т. е. информационной войны). А 21 января 2003 года президент Дж. Буш подписал директиву о создании в аппарате Белого дома Управления глобальных коммуникаций (УМГ), для борьбы с антиамериканскими настроениями в мире (это также структура ведения информационной войны).

31 мая 2000 года в НЕЗАВИСИМОЙ ГАЗЕТЕ достаточно подробно были описаны методы кропотливой информационно-психологической деятельности США в России. В дополнение к СВОБОДЕ и ГОЛОСУ АМЕРИКЕ работают информационно-ресурсные центры при посольстве и консульствах, каждый из которых обслуживает свои «округа» от Москвы до Владивостока, на которые поделена территория России для информационно-психологической работы. Помимо них трудятся многочисленные фонды, филиалы Национального института прессы, отдел прессы Агентства международного развития. У американцев есть четкое, до нюансов определенное представление о том, какой имидж Америки лучше формировать в глазах российской политической элиты и населения страны.

В документе Комитета Начальников Штабов Вооруженных Сил США «Единая перспектива-2010», определившем основные направления развития оперативно-стратегических концепций применения вооруженных сил в 21 веке, подчеркивалось, что главной чертой вооруженной борьбы в следующем столетии будет перенос акцента в сферу информационного противоборства и достижение информационного господства станет обязательным условием победы над любым противником.

Сложившаяся к началу 21 века система информационных операций американской армии позволила существенно расширить спектр решаемых задач во всех фазах военных действий. Модульная система комплектования сил и средств информационных операций дала возможность оперативно реагировать на изменения военной и социально-политической обстановки, рост потребностей в соответствующих специалистах.

Операции вооруженных сил США на территории бывшей Югославии стали экспериментом по моделированию создания новых государств, который включал в себя:

- изменение действующего законодательства,
- перегруппировку политических сил,
- формирование новых институтов власти,
- навязывание бывшим конфликтующим сторонам своей модели реформирования вооруженных сил,
- контроль над демографическими процессами, изменение курса внешней политики государств и т. д.

По сути, американцы с помощью информационных операций осуществили акции по смене существующих политических режимов на проамериканские режимы.

Эту работу обеспечивало большое количество государственных и неправительственных организаций США и НАТО, координировавших проведение информационных операций.

В настоящее время США, по сравнению с другими странами обладают значительным преимуществом в области разработки и использования информационных, телекоммуникационных технологий, а также различного рода радиоэлектронных систем. Основываясь на сложившейся практике информационных операций, американское военно-политическое руководство стремится всячески закрепить за США доминирующую роль не только в политической, экономической и военной сферах, но и в мировой информационной

инфраструктуре. Об этом свидетельствуют сам характер и специфика ведения информационной борьбы в деятельности военно-политического руководства США.

Наблюдается резкое усиление влияния на характер и содержание операций разведки, РЭБ, систем управления войсками, деятельности органов и служб психологических операций, служб по связям с общественностью и работе с гражданским населением. Эти средства становятся новым существенным слагаемым боевой мощи войск, способным решающее воздействие на ход и исход операций и военных действий. Их вклад в боевой потенциал группировки войск зачастую называют «информационной составляющей боевого потенциала». Это радикально меняет характер вооруженной борьбы, смещая ее в качественно новую область, что наиболее наглядно проявляется, в частности, в создании разведывательно-ударных комплексов (РУК). Поэтому в рамках информационных операций разрабатываются наступательные и оборонительные составляющие информационно-технической борьбы позволяющие нейтрализовать возможные преимущества противника.

В мае 2005 года Пентагон сформировал специальную группу, в задачу которой будет входить подавление активности противника в Интернете и других электронных сетях. На программу оснащения этой группы новейшим оборудованием и программным обеспечением планируется потратить миллионы долларов. Планируется, что это будет самое боеспособное военное подразделение такого рода в мире. О существовании проекта по созданию военной хакерской группы было официально объявлено на заседании сенатского Комитета по Вооруженным силам. Об этом заявили представители Стратегического командования Министерства обороны США.

По их словам, новый элемент Вооруженных сил называется Объединенное командование структурных компонентов сетевых боевых действий (Joint Functional Component Command for Network Warfare – JFCCNW).

В задачу JFCCNW будет входить не только взлом вражеских компьютерных сетей во время боевых действий, но также и охрана всех американских сетей Министерства обороны. Официально о деятельности этого отряда хакеров больше ничего не сообщается. Между тем, по мнению экспертов, то, что в названии подразделения фигурирует словосочетание «объединенное командование» свидетельствует о том, что в эту группу будут входить сотрудники ЦРУ, ФБР, Пентагона, а также некоторых других государственных служб безопасности. Не исключено также, что в ней будут задействованы гражданские специалисты, и даже граждане стран-союзников США. В любом случае, как отмечают аналитики, о деятельности этой структуры вряд ли будет что-либо известно. Это будет одно из самых засекреченных воинских подразделений в США.

Напомним, в начале февраля 2005 года президент США Джордж Буш подписал специальную директиву, которая предписывает правительству разработать доктрину кибернетической войны с вражескими компьютерными сетями. Этот документ будет включать в себя правила и условия, согласно которым США будет проникать и разрушать иностранные компьютерные сети. Дело в том, что военные хакеры столкнулись с проблемой регулирования развития подобных вооружений – им необходима новая Доктрина, развивающая идеи Доктрины-1998, в которой будут твердо установлены условия применения кибероружия, а также лица, которые должны будут принимать решение, кто будет его выполнять, а также какие цели могут считаться легитимными. Тенденция развития этого процесса показывает, что вышеуказанное превосходство США может, не только сохраниться, но еще более возрасти по мере развития технологий.

Военно-политическое руководство США первым в мире, еще в 1998 году, начало рассматривать кибернетическое пространство как новую сферу ведения боевых действий наряду с наземной, морской и воздушно-космической сферами. Но актуализация идеи произошла после неудачной для США войны на Кавказе в августе 2008 года. В конце мая 2009 года президент США Б. Обама в аппарате Белого дома назначил координатора по вопросам кибербезопасности (Cyberspace Coordinator), который одновременно является членом как Совета по национальной безопасности, так и Совета по национальной экономике.

А 23 июня 2009 года было создано главное кибернетическое командование (CYBERCOM), во главе с директором самой мощной разведки США – АНБ, генералом Китом Александером (Keith Alexander), (штаб-квартира в Форт-Мид, шт. Мэриленд).

*Агентство национальной безопасности* (англ. *National Security Agency/Central Security Service, NSA/ CSS*) – *главная разведывательная организация США. Создана 4 ноября 1952 года.*

*Отвечает за получение информации на основании вскрытия коммуникационного трафика зарубежных стран, прежде всего с помощью системы «ЭШЕЛОН». Трафик на территории России контролируют базы системы «ЭШЕЛОН» в Прибалтике, Киргизии, Норвегии и на Кипре.*

5 января 2012 года, после проведения успешных учений CYBERCOM, в документе «Поддерживая глобальное лидерство США. Приоритеты обороны 21 века» публично сформулирован главный стратегический приоритет США. Это – активные действия в киберпространстве для обеспечения мирового лидерства. США открыто сделали ставку на методы информационной войны для достижения превосходства в киберпространстве, для сохранения лидерства в 21 веке. Таким образом, вместо рейгановских «звездных войн» и бушевской тотальной войны с терроризмом – обамовская глобальная война в киберпространстве. Поэтому нужны государственные меры, реализация которых позволила бы успешно противодействовать стратегической информационной экспансии США против России (ее стратегия была разработана более 50 лет назад).

### **«Эшелон» – ключевой компонент информационной войны**

Система называется «Эшелон» – это **глобальная** система радиоэлектронной разведки, главным оператором которой является Агентство национальной безопасности США. «Эшелон» располагает разветвлённой инфраструктурой по всему миру, включающей в себя станции наземного слежения, спутники, центры обработки информации и т. д.

Согласно отчету Европарламента от 2001 года, «Эшелон» в состоянии вести перехват микроволновых радиопередач, спутниковых коммуникаций, средств мобильной связи, а также **сообщений, передаваемых по оптоволоконным каналам**. В отчете упоминаются следующие крупнейшие станции перехвата сообщений с телекоммуникационных спутников:

- Geraldton, Западная Австралия
- Menwith Hill, Йоркшир, Великобритания
- Мисава, Япония
- GCHQ Bude, Корнуолл, Великобритания
- Pine Gap, Северная Территория, Австралия
- Sugar Grove, Западная Вирджиния, США
- Yakima Training Center, США, штат Вашингтон
- GCSB Waihopai, Новая Зеландия
- Гонконг, Китай (в настоящее время закрыта).

Кроме того, в этом отчете упомянут ряд других станций, предположительно имеющих отношение к «Эшелону»:

- Ayios Nikolaos (Кипр, база Великобритании)
- Bad Aibling Station (база США в Германии, в 2004 году перемещена в Грисхейм, 7 км к западу от Дармштадта)
- Buckley Air Force Base (база ВВС США, штат Колорадо)
- Fort Gordon (Джорджия, США)
- Gander (Канада, провинция Ньюфаундленд и Лабрадор)
- Guam (база США в Тихом океане)
- Kuniā (Гавайские острова, США)

- Leitrim (Канада, провинция Онтарио)
- Lackland Air Force Base, Medina Annex (Сан-Антонио, Техас, США).
- Заметим – в списке упомянуты только базы перехвата трафика со спутников.

Перехват трафика с наземных оптоволоконных каналов делается локально – путем внедрения соответствующего оборудования непосредственно в каналы связи конкретных операторов каналов.

Но ключевой компонент системы – это не собственно перехват, а анализ перехваченного. Мощнейшие суперкомпьютеры непрерывно сканируют трафик на предмет обнаружения в нем «подозрительных» фрагментов информации. Современные программы научились устанавливать предположительное авторство сообщений по стилю их написания, определять личность говорящего по голосу и интонациям, и т. д.

В самой США система сканирует практически весь электронный трафик – от голосовой телефонии до интернета. И не надо строить иллюзий насчет того, что в интернете его якобы слишком много. Систему не интересует то, что вы скачиваете – она перехватывает то, что вы отправляете. Заполнили формочку на сайте – она перехватила. Отправили SMS – она перехватила. Такого трафика гораздо меньше, чем скачиваемого.

Да и потом, объем оцифровываемых телефонных переговоров тоже огромен, а для его изучения необходимы вычислительные мощности на порядок большие, чем для изучения болтовни в интернете. И ничего – АНБ справляется.

На американской военной базе, размещенной на территории международного аэропорта «Манас» в Киргизии, находится технический центр АНБ, прослушивающий важную и весьма большую часть Азии – северную часть Индии, часть Китая, Сибирскую часть РФ, Иран и Ирак. Видисо сама американская военная база в Манасе является лишь прикрытием для размещения мощной разведывательной системы, действующей против России, Индии, Китая, Ирана. США сделали все возможное для сохранения базы именно в аэропорте «Манас». Дело в том, что действующий комплекс «Эшелон» в этом местоположении уже эффективно работает, а его переброска означает срыв непрерывного процесса сбора данных.

Для строительства новых станций географическое положение определяется из расчета, чтобы полностью перекрывались области контроля. Если какая-то из станций прекращает работу, то соседние должны взять ее функции на себя – понятно, что с меньшей эффективностью, но все же контроль должен оставаться.

- Изначально «Эшелон» был глубоко засекречен. Однако из-за вовлечения в проект структур Британии и ее сателлитов (Австралии и Новой Зеландии), а также Канады, часть информации просочилась – прежде всего, благодаря бывшим агентам спецслужб Канады и Австралии.

- Спустя несколько лет, один из представителей ЦРУ, Джеймс Вулси, дал интервью для американского журнала, в котором подтвердил данные относительно существования «Эшелона». Помимо этого, Вулси отметил, что США использует «Эшелон» для экономической разведки.

- Интересно, что при обработке информации компьютерами «Эшелон» в АНБ приоритет отдается английскому, русскому и языкам мусульманских стран.

## **«Теневой Интернет» – новая технология информационной войны**

В ходе дестабилизации обстановки в странах Ближнего Востока весной 2011 года впервые проявилось в полной мере колоссальное влияние на политическую жизнь арабских стран такого достижения современной цивилизации, как Интернет. Он стал практическим инструментом оптимальной и быстрой организации людей, недовольных тем или иным режимом. Политическая элита США довольно быстро отреагировала на данный факт. **Уже 16 мая 2011 года на сайте Белого дома был опубликован документ «The U. S. International Strategy for Cyberspace». В данном документе сформулированы**

ключевые направления действий американской дипломатии по формированию мировой информационной среды, в американском представлении, с помощью специальных сетевых технологий. То есть, сформулированы базовые тезисы новой Доктрины информационного вмешательства. Важнейшим компонентом моделирования информационного будущего мира является Интернет. Кто же и как будет осуществлять Управление Интернетом? 18 мая 2011 года госсекретарь США Х. Клинтон отметила, что «очень важный для нас приоритет – свобода интернета. Мы хотим совместными усилиями лучше защищать конфиденциальность и обеспечивать основные свободы самовыражения, собраний и объединений как в онлайне, так и в офлайне», далее отметив, что это – новый внешнеполитический императив для Госдепартамента. Для организации этой деятельности в Госдепартаменте создано Управление координатора по вопросам киберпространства (руководитель – бывший сотрудник Совета национальной безопасности США Крис Пейнтер). Апробация новой Доктрины США прошла в заснеженной Москве в декабре 2011 года, когда очень активно использовалась площадка американской социальной сети Facebook. Фактически, так называемая «команда Facebook» оперативно и профессионально призвала к общественным выступлениям оппозиции против власти. Ведь именно в социальных сетях, ставших основной площадкой подготовки и рекламы митингов протеста, свое желание участвовать в нем подтвердили десятки тысяч человек. И почти 70 % из них – это пользователи «Фейсбука».

Напомню о том, что Интернет родился в США. Основой его стала сеть министерства обороны США АРПАНЕТ, которая в 1986 году стала сетью двойного назначения. Но ведь до сих пор технологическая система управления Интернетом находится в Соединенных Штатах. И не просто в США, а под контролем государственных структур США. И они не собираются ее никому передавать, хотя уже неоднократно на различных международных форумах многими странами, в том числе и Россией, поднимался вопрос о передаче управления Интернетом в руки ООН, однако этого не происходит. Более того, в вышеупомянутом документе от 16 мая 2011 года выдвигается очень опасный для мирового сообщества тезис о том, что для обеспечения свободы интернета о поддержке Оппозиции в любой стране мира, путем создания «надежных, защищенных и безопасных платформ для свободы самовыражения и объединения». Таким образом, речь идет о создании параллельного, так называемого «Теневого Интернета», не подконтрольного национальным правительствам и управляемого Госдепартаментом США. Предполагается, что доступ к сети Интернет пойдет в обход местных провайдеров, которые не смогут контролировать обмен информацией между оппозиционерами и Вашингтоном. Следовательно, «Теновый Интернет» станет качественно новым этапом глобального проникновения США в информационное и телекоммуникационное пространство других государств мира.

Более того, американские власти хотят определять страны, ограничивающие свободный доступ в Интернет, и запрещать телекоммуникационным корпорациям сотрудничать с ними. Такие меры прописаны в законопроекте «О глобальной свободе Интернета» который рассматривает сейчас американский конгресс. МИД России уже высказал свое возмущение «антидемократическим» документом. Ведь американские власти, ратуя на словах за «безграничную» свободу действий в международной информационной среде, отказывают другим государствам в верховенстве национального законодательства, присваивая себе право единственного судьи.

В виде альтернативы американскому законопроекту российская сторона ранее предложила совместно с Китаем, Таджикистаном и Узбекистаном в качестве документа текущей сессии Генассамблеи ООН «Правила поведения в сфере обеспечения международной информационной безопасности». Эти правила предполагают уважение суверенитета, территориальной целостности и политической независимости всех государств, создание многосторонних, прозрачных и демократических механизмов управления Интернетом. Но США блокируют российское предложение.

России необходимо принять политико-дипломатические меры по противодействию доктрине информационного вмешательства США и защите своего национального информационного суверенитета.

## **Глава 6** **Теория средств массовой коммуникации (СМК)**

### **6.1. Г. Лассуэлл – теоретик СМК**

Одним из основателей теории массовой коммуникации является Гарольд Лассуэлл. Г. Лассуэлл выделял три основные функции социально-коммуникативных процессов: контроль за средой, корреляция всех компонентов общества для его сохранения и развития, передача социального наследия другим поколениям. По его мнению в демократических обществах рациональные выборы ценностей зависят от просвещенности, которая, в свою очередь, зависит от коммуникаций, но особенно от равноценности внимания к ним среди лидеров, экспертов и массы рядовых людей.

**Лассуэлл Гарольд Дуайт** (13.02.1902 – 18.12.1978), выдающийся американский политолог. Он активно использовал методы социальной психологии, психоанализа и психиатрии в изучении политического поведения и пропаганды; выявляя роль массовых коммуникаций в оформлении, распространении и воспроизводстве символики политической власти.

Лассуэлл одним из первых исследует проблему количественного контент-анализа политической коммуникации.

Политическую науку он рассматривал как орган самопознания и самосовершенствования человечества в процессе общекосмической эволюции. Ключевое значение по Лассуэлл, приобретает создание международного правового порядка, способного служить утверждению человеческого достоинства.

Если оценивать реальное значение научных идей американского политолога, социолога в области исследования массовой коммуникации Гарольда Дуайта Лассуэлл, то корректнее делать это в осмыслении его вклада не только в историю американской коммуникологии и коммуникативистики 20-60-х гг. прошлого столетия, а как классика мировой науки.

По нашему мнению, **Г. Лассуэлл был основателем современной теории пропаганды** (его 3-х томная фундаментальная «Пропаганда и коммуникация в мировой истории»). Он провел исследования текстов массовых коммуникаций при помощи метода контент-анализа, для чего он проанализировал 6 миллионов слов в периодических изданиях. С 1948 года он стал всемирно известным благодаря опубликованию своей ранее описанной «пятивопрсной» модели коммуникативного процесса: «Who says what in which channel to whom with what effects?»

Гарольд Дуайт Лассуэлл родился в 1902 году в городе Доннелсон, штате Иллинойсе, в семье пресвитерианского священника; его мать была преподавателем высшей школы. В 1918 году в возрасте 16-ти лет он поступил в Чикагский университет, в котором именно к этому периоду уже сформировалась знаменитая «чикагская школа» социологии, в котором он был стипендиатом, и где в 1926 году он защитил диссертацию, получив степень доктора политических наук. Его научным руководителем был Чарльз Мерриам (1874–1955), стоявший на методологических позициях бихевиоризма, и подтолкнувший его не только к изучению политического поведения (а не политических идей) в политологии, но и к исследованию пропагандистских материалов при помощи количественного метода анализа документов – контент-анализа.

Диссертация Г. Лассуэлла, в которой он собрал и обобщил огромный эмпирический материал – новостные факты из массовых изданий Швейцарии, Англии, Германии и Франции, была посвящена контент-анализу сообщений пропаганды во время первой мировой

войны.

В 1927 году он был назначен доцентом политических наук Чикагского университета и опубликовал свою монографию «Техника пропаганды в мировой войне». В книге оценивались техники пропаганды двух сторон военных действий. Г. Лассуэлл основывался на интервью официальных лиц и обработке архивных материалов. Он анализировал символы, которые использовались в пропагандистских сообщениях. Определение пропаганды звучало как «менеджмент коллективных представлений с помощью манипуляций значимыми символами». Его исследования пропаганды второй мировой войны уже основывались на контент-анализе.

Опыт первой мировой войны сформировал большую группу серьезных исследователей не только в области пропаганды, но и в сфере публичных речей. В США был создан Комитет Криля по имени его руководителя Джорджа Криля, который занимался интенсивным порождением пропагандистских материалов.

К примеру, в рамках США они распространили 75 миллионов разных буклетов. Миллионы материалов ушли также за границу. Интересным образом было также организовано информирование населения при отсутствии в то время мощных средств типа радио или телевидения. По стране был создан корпус из 75 тысяч человек, названных «четырёхминутниками», которые должны были рассказывать полученные по телеграфу из комитета Криля тексты. Они выступали в школах, госпиталях, церквях. Тем самым за время войны было произнесено 755 тысяч подобных пропагандистских сообщений.

Г. Лассуэлл писал, что в период первой мировой войны в 1918 году сбрасывалось на стороне противника до пяти миллионов листовок в месяц, достигая 150 миль за линией фронта. Немцы в свою очередь публиковали газету по-французски, где в числе прочего печатали имена захваченных в плен французских солдат. Лассуэлл обнаружил при этом ряд стратегий, которые использовали обе стороны:

- стратегия разделения врага (например, попытка отделить Австро-Венгрию от Германии),
- стратегия деморализации врага (например, подчеркивание того, как много миллионов американских солдат высадились во Франции),
- стратегия обвинения врага в зверствах (например, в отношении немецких солдат к бельгийским детям).

В Чикагском университете Г. Лассуэлл стал читать курс «Общественное мнение и пропаганда», разрабатывая методы анализа, включая контент-анализ.

В 1930 году была опубликована его монография «Психопатология и политика», в которой была предпринята первая масштабная попытка применения психоаналитической теории к анализу поведения политических лидеров.

В этой работе он пытался найти объяснение, почему некоторые лидеры стремятся к тому, чтобы быть агитаторами, а другие – к тому, чтобы быть администраторами. Он пытался с помощью свободных ассоциаций и интервью понять политические мотивации. Политическая наука, по его мнению, не политические идеи, а политическое поведение. Сегодня эта область также получила очень серьезное развитие.

В своей работе «Психопатология и политика» Г. Лассуэлл пришел к выводу, что причины многих политических и социальных явлений коренятся в индивидуальной психике, в самых глубинных и иррациональных ее пластах – в бессознательном, в подсознательно накопленных, скрытых политизированных чувствах, которые предопределяют политическое поведение и должны изучаться в аспекте политики. По его предположению, основой психоаналитического объяснения политического поведения является теория фрустрации, суть которой состоит в том, что бессознательные сексуальные мотивы (libido) с помощью «проекции», «замещения», «сублимации» (термины З. Фрейда) трансформируются в иные, в том числе и в политические желания.

По Лассуэллу, борьба за власть – это лишь компенсация детской травмы; власть

помогает преодолеть низкое самоуважение; власть объясняется в терминах компенсаторной теории политики. В книге «Психопатология и политика» (1930) он исследует психологию «искателей» власти – индивидов, готовых на все ради ее получения, вплоть до убийства или самоубийства в случае потери властных полномочий и постов. Наиболее важные детерминанты политического поведения он видит в глубинных, бессознательных слоях психики личности. Он предлагает оригинальную типологию политических деятелей по двум критериям: 1) исполнение той или иной политической роли; 2) особенности детского психосексуального развития. Таких подтипа три: **агитатор, администратор, теоретик** .

В 1936 году была опубликована его знаменитая книга «Кто достигает, что, когда, как», в которой он аргументировал свою главную идею о том, что политическая наука должна изучать власть, политическое поведение, политическую коммуникацию, распространение и воспроизводство политической символики, политическую пропаганду. В этом же году он был повышен в должности, став профессором Чикагского университета.

В 1938 году он ушел в отставку из Чикагского университета, дважды пытаясь безуспешно попасть в Нью-Йорк. В 1939 году была опубликована его книга «Пропаганда мировой революции: Исследование Чикагской школы» (в соавторстве с Дороти Блументак). В 1939–1940 гг. Г. Лассуэлл был наиболее активным участником семинара по массовым коммуникациям, организованного Фондом Рокфеллера, и именно тогда, уже в 1939–1940 гг. описал процесс массовой коммуникации в виде однонаправленной «пятивопросной» модели: Who says what to whom via what channels with what effects?» (Кто говорит? – Что сообщает? – Кому? – По какому каналу? – С каким эффектом?) / правда, опубликована эта его «модель» была позже, в 1948 году.

Во время второй мировой войны Г. Лассуэлл становится руководителем Отдела по изучению военных коммуникаций библиотеки Конгресса США. Здесь он проводил контент-анализ пропаганды двух сторон. На эти цели Фонд Рокфеллера выделил грант в 85 тысяч долларов. Частично этот грант также финансировал подготовку технического персонала на случай того, что США примут более активное участие в пропагандистской деятельности. В рамках Министерства юстиции также было подготовлено 60 сотрудников, которые должны были проводить контент-анализ 39 иностранных газет, оставшихся за пределами внимания основного проекта.

С 1947 года Г. Лассуэлл включился в известный проект RADIR (Revolution and Development of International Relations). Были проанализированы 20 тысяч передовых статей наиболее влиятельных газет пяти наций, чтобы устанавливать изменения в дискурсах политических элит этих стран.

После войны, в 1946 году он был назначен и работал до 1972 года профессором Школы права в Йельском университете, а также с 1952 года – там же – профессором политических наук. В 1970 г. он получил звание заслуженного профессора и до 1972 года работал в таком качестве в Городском университете в Нью-Йорке.

В 1972 году он получил звание заслуженного профессора Темпльского университета (Школы права), а также статус профессора международных отношений в Колумбийском университете в Нью-Йорке, где и работал до 1976 года. В 1976–78 гг. он был избран Президентом Центра политических наук, Нью-Йорк. 18 декабря 1978 года Гарольд Лассуэлл умер в Нью-Йорке.

Под влиянием чикагской школы социологии при изучении социальных феноменов Гарольд Лассуэлл предлагал создать единую интегрированную политическую науку, ориентированную не только на чисто теоретические «библиотечные», а в первую очередь – на полевые исследования, что позволило бы ей более соответствовать потребностям политической практики. Так, в 1927 году он шесть месяцев участвовал с Элтоном Мэйо, профессором Гарвардского университета, теоретиком PR и одним из основателей доктрины «человеческих отношений» – в его знаменитом «Хоторнском эксперименте».

Согласно Г. Лассуэллу, в XX в. все науки являются политическими, поскольку они позволяют понять процесс и механизмы осуществления политики или предоставляют



конкретные теоретические подходы и эмпирические данные, необходимые для принятия рациональных политических решений. По его мнению, политология и коммуникативные науки должны использовать не только методы эмпирической социологии, социальной психологии, но и психоанализа и психиатрии в изучении массовых коммуникаций, политической коммуникации, политического поведения и политической пропаганды.

Г. Лассуэлл рассматривал коммуникацию как сложный процесс, имеющий свои социальные функции, внутреннюю структуру и общую направленность: «как любой процесс коммуникация может быть рассмотрена с точки зрения структуры и с точки зрения функции, иначе говоря, с позиции структурного и функционального анализа». Поскольку коммуникации пронизывают все формы жизни, функции социальной коммуникации очень схожи с процессами сигнализации и управления в живом организме и в животном мире, и важнейшей ее «эу-функцией» является поддержание равновесия любой системы.

Важно отметить, что важнейшим «вкладом» Г. Лассуэлла в работу семинара по массовым коммуникациям (сентябрь 1939 – июнь 1940) – этого первого в мире исследовательского центра, целью которого было изучение коммуникаций, и организованного Фондом Рокфеллера, был его анализ таких трех важнейших (и универсальных) социальных функций массовой коммуникации, как: 1) обозрение окружающего мира: «медиа расширяют горизонты познания индивида» – информационная функция; 2) корреляция с социальной структурой и «ответственностью» общества, воздействие на него и его познание через обратную связь – корреляционная функция, проявляющаяся также в объяснении и интерпретации информационных сообщений, в обеспечении поддержки существующим властям и господствующим нормам; 3) «трансмиссия» культурного наследия – познавательно-культурологическая функция, функция преемственности культуры. Значение этих функций массовой коммуникации в обществе Г. Лассуэлл «описал» в 1948 году.

Впоследствии, начиная с 60-х гг. 20 века, анализ основных социальных функций массовой коммуникации был дополнен К. Райтом (развлекательная), Д. Мак-Квейлом (мобилизационная), Р. Клоссом (рациональная – информирование, обучение; иррациональная – давление, манипулирование, реклама, пропаганда; социальная психотерапия – релаксация) и др.

Г. Лассуэлл считал, что коммуникации присущи любому феномену социальной жизни, пытался дать целостное описание массово-информационных процессов и их циркуляции, а введя в структуру коммуникативного процесса такой его важнейший элемент, как «эффект» (неотделимый от анализа аудитории и канала), он – одним из первых в американской коммуникативистике – поставил вопрос об управлении массовым сознанием (массовыми представлениями, ожиданиями, иллюзиями, заблуждениями). Он пришел к выводу, что социологический анализ именно массовых иллюзий, ожиданий и представлений полнее всего раскрывает природу и специфику общественного сознания и общественного мнения, чем изучение его систематизированных духовных образований (идеологий). Поэтому он считал особенно важным изучение «реального», «практического», «массового», «разлитого» сознания.

Модель Г. Лассуэлла, разработанная им в 1939-40 гг. и опубликованная в 1948 г., сегодня «хрестоматийно» называется линейной, «однонаправленной», бихевиористской (коммуникация понимается как прямое воздействие на реципиента, который выступает лишь в качестве объекта, реагирующего на воспринимаемую информацию по принципу: стимул-реакция); ее критиковали не только за «линейность», «направленность» в одну сторону, но также и за отсутствие в ней такого важнейшего элемента, как цель (анализ цели предполагает связь результата с намерениями коммуникатора, в том числе – с идеологическими). Все это так, но в после войны, в 40-е годы, когда в научный оборот коммуникологии и коммуникативистики лишь входили кибернетическая модель коммуникативного процесса с обратной связью Н. Винера, модели «двух»-и «n-ступенчатого» «поток информации», «пятивопросная» модель Г. Лассуэлла была теоретически и практически востребованной для

описания процессов различных видов массовых коммуникаций, в том числе – пропагандистских, рекламных, маркетинговых коммуникаций, политического пиара, пиар-кампаний, рассчитанных на массовую аудиторию; она весьма широко использовалась в практике СМК, СМИ и в социологии массовой коммуникации.

В соответствии с этой моделью, ставшей схемой для построения учебных курсов и хрестоматий по массовой коммуникации, в ней изучаются: 1) коммуникатор (инстанция, организующая и контролирующая процесс массовой коммуникации); 2) сообщения (контент-анализ); 3) технические средства; 4) аудитория (ее количественно описываемые социальные и социально-психологические характеристики; 5) результаты (изменения в сознании аудитории).

Следует отметить, что в 1967 году на Международной конференции в Индии в своем докладе, посвященном сравнительному анализу социальных процессов, Г. Лассуэлл дополнил эту свою знаменитую «пятивопросную» формулу-модель коммуникативного процесса следующими элементами: «кто, с какими намерениями, в какой ситуации, употребляя какую стратегию, достигает какой аудитории, с каким результатом».

Впервые Г. Лассуэлл использовал метод контент-анализа для изучения сообщений пропаганды периода первой мировой войны уже в середине 20-х гг. (например, в 1925 году он проанализировал содержание немецких школьных учебников на предмет выявления в них ссылок на национальных военных героев, вклад Германии в науку, «неполноценность» иностранцев и т. д.), систематизировал свои исследования о сущности пропаганды, политических мифов и значении использования контент-анализа в своей докторской диссертации (1926) и в монографии «Техника пропаганды в мировой войне» (1927), а позже – в многочисленных публикациях по проблемам пропаганды и контент-анализа середины 40-х гг. В сотрудничестве с С. Пул и Д. Лернером он исследовал более 20 000 редакционных статей в наиболее престижных газетах американских и зарубежных газетах.

Известно, что основные процедуры контентанализа связаны с переводом качественной информации (содержания сообщений массовой текстовой информации) в количественные показатели, на язык счета. В качестве смысловых, т. е. качественных единиц анализа **Г. Лассуэлл предложил понятия, «изучение элит»** (персоналий политических лидеров и деятельности правительств), достижения в экономике (это применялось им в контент-анализе советских газет для книги «Пропаганда мировой революции», 1939), символы, поскольку «символические отношения организуют отношения между людьми». Выделяя в качестве основных смысловых единиц понятия, термины и символы возможно, по его мнению, обнаружить **не только некоторые закономерности в использовании пропагандистских стереотипов, но и главные мотивы и даже скрытые намерения коммуникаторов**. Так, используя символ как важнейшую аналитическую единицу контент-анализа, Г. Лассуэлл во время второй мировой войны применил этот метод для анализа текстов американской газеты «Истинный американец» и **доказал, что она является профашистской, что послужило основанием для ее запрещения**.

Огромное значение в научных исследованиях Г. Лассуэлла имеют проблемы пропаганды, ее сущности, особенностей и структуры конструкторов пропагандистских материалов. Уже в 1927 году он определяет пропаганду как «управление коллективными аттитюдами (установками) **посредством манипулирования значимыми символами** ». Она не может быть «плохой» или «хорошей» и квалифицироваться в терминах этики. Пропаганда **есть попытка изменить воззрения людей**; она есть «массовое убеждение»; ее цель – насаждать политическую мифологию. Пропаганда для него – это политика и вид оружия – более «экономного», чем традиционные: это «инструмент тотальной политики вместе с дипломатией, экономическими мероприятиями и вооруженными силами. Ее цель заключается в экономии материальных затрат на мировое господство». **Как верно сказано, в 2012 году это очень актуально.**

Действительно, во время второй мировой войны СМИ стали использоваться как технологии психологической войны. В наставлении вооруженным силам США – «Введении

в психологическую войну» – появились понятия «белой» пропаганды (рассчитана на «своих», распространяется и признается источником или его официальными представителями), «серой» пропаганды (не идентифицирует специально свой источник) и «черной» пропаганды (направлена на «врага», выдается за исходящую из иного источника, чем подлинный).

Пропаганда как управление значимыми символами предполагает, по мнению Г. Лассуэлла, распространение прежде всего политических мифов и стереотипов. Политический миф он определяет как «совокупность социальных убеждений, включающих устойчивые представления об идеальном типе власти в рамках конкретного общественного устройства». Политический миф – это не только «иррациональное», принимаемое на веру, аксиоматически, бездоказательно. Г.

Лассуэлл полагает, что политический миф реализуется в политических доктринах и идеологиях и отражается в структуре политического сознания через такие понятия, как «креденда» и «миранда», в связи с чем пропаганда всегда обращена как к разуму, так и к чувствам реципиентов.

- «Креденда» (доверие) – это сфера рационального сознания, более соответствующая политическим доктринам; это уставы, конституции, декларации, договоры, обращенные к разуму и обеспечивающие доверие к власти на когнитивном уровне.

- «Миранда» (мираж, сверхъестественное) – это нечто схожее с религией; это совокупность мифов, ритуалов, символов; она содержит такие коммуникативные средства, как лозунги, флаг, гимн, лидер (герой) движения, невербалику и рассчитана на эмоциональное восприятие, на пробуждение чувств лояльности индивида к власти.

Посредством пропаганды, «креденды» и «миранды» осуществляется политическое управление обществом, политическая коммуникация, реализуется язык власти. При этом функция языка власти имеет рациональные цели (политическая семантика – т. е. содержание и стиль высказываний) и эмоциональные эффекты (политическая синтактика).

Сегодня результаты научно-исследовательской деятельности Г. Лассуэлла представляют собой классическое наследие не только для политологов, политических психологов, социологов, но и для специалистов по информационной войне.

## 6.2. СМИ и общественное мнение

**СМИ представляют собой учреждения, создаваемые для сбора, обработки, анализа информации и ее доведения с помощью специальных технических средств до различных социальных групп.**

В России деятельность СМИ регулируется специальным Федеральным Законом «О Средствах Массовой Информации», принятом в декабре 1991 года, в который затем вносились многочисленные поправки.

Статья 2. Средства массовой информации. Основные понятия

Для целей настоящего Закона:

- под массовой информацией понимаются предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы;
- под средством массовой информации понимается периодическое печатное издание, радио-, теле-, видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации;
- под периодическим печатным изданием понимается газета, журнал, альманах, бюллетень, иное издание, имеющее постоянное название, текущий номер и выходящее в свет не реже одного раза в год;
- под радио-, теле-, видео-, кинохроникальной программой понимается совокупность периодических аудио-, аудиовизуальных сообщений и материалов (передач), имеющая

постоянное название и выходящая в свет (в эфир) не реже одного раза в год;

- под продукцией средства массовой информации понимается тираж или часть тиража отдельного номера периодического печатного издания, отдельный выпуск радио-, теле-, кинохроникальной программы, тираж или часть тиража аудио– или видеозаписи программы;

- под распространением продукции средства массовой информации понимается продажа (подписка, доставка, раздача) периодических печатных изданий, аудио– или видеозаписей программ, трансляция радио-, телепрограмм (вещание), демонстрация кинохроникальных программ;

- под специализированным средством массовой информации понимается такое средство массовой информации, для регистрации или распространения продукции которого настоящим Законом установлены специальные правила;

- под редакцией средства массовой информации понимается организация, учреждение, предприятие либо гражданин, объединение граждан, осуществляющие производство и выпуск средства массовой информации;

- под главным редактором понимается лицо, возглавляющее редакцию (независимо от наименования должности) и принимающее окончательные решения в отношении производства и выпуска средства массовой информации;

- под журналистом понимается лицо, занимающееся редактированием, созданием, сбором или подготовкой сообщений и материалов для редакции зарегистрированного средства массовой информации, связанное с ней трудовыми или иными договорными отношениями либо занимающееся такой деятельностью по ее уполномочию;

- под издателем понимается издательство, иное учреждение, предприятие (предприниматель), осуществляющее материально – техническое обеспечение производства продукции средства массовой информации, а также приравненное к издателю юридическое лицо или гражданин, для которого эта деятельность не является основной либо не служит главным источником дохода;

- под распространителем понимается лицо, осуществляющее распространение продукции средства массовой информации по договору с редакцией, издателем или на иных законных основаниях.

## **Основные функции СМИ**

- информационная
- образовательная
- пропагандистская
- социализация
- критики и контроля
- мобилизационная
- инновационная
- оперативная
- формирование общественного мнения

Американский исследователь Г. Лассуэлл выделил четыре основные функции средств массовой информации:

- наблюдение за миром (сбор и распространение информации),
- «редактирование» (отбор и комментирование информации).
- формирование общественного мнения
- распространение культуры.

Общественное мнение трудно объяснить без учета психических состояний людей. Основой психологического подхода к анализу общественного мнения являются работы Г. Лебона, Г. Тарда, В. Бехтерева, З. Фрейда, Ч. Кули, А. Лоуэлла, У. Липпмана, Л. Ферстингера, Э. Фромма, Б. Ананьева, В. Ядова.

Характерно, что первый опрос общественного мнения в ходе избирательной кампании был проведен еще в 1824 году (США). Однако научно обоснованные опросы связывают лишь с президентскими выборами 1936 года и созданием Американского института общественного мнения. Победивший в тот год на выборах Франклин Д. Рузвельт был первым президентом, к которому стали регулярно поступать результаты проводимых в стране опросов. Руководство США использует институт опросов прежде всего для поиска путей совершенствования системы социального контроля: **опросы призваны помочь обнаружению сфер и масштабов недовольства, способствовать корректировке и способов воздействия на американское массовое сознание.** Этому служат все виды опросов, особенно закрытые, т. е. результаты которых известны только заказчикам.

Политика целенаправленного воздействия на общественное мнение предполагает знание настроений широких народных масс, знание реального положения вещей. Отсюда, с одной стороны, информационно-психологическое воздействие по всем возможным каналам, а с другой – тщательное изучение общественного мнения.

Опросы являются важным источником для изучения долговременных тенденций в американском общественном мнении. Аккумулированные за многие годы результаты опросов дают обширный эмпирический материал, к которому обращаются исследователи различных аспектов общественно-политической жизни страны.

По мнению автора, американцам удалось создать систему мониторинга **оперативной и стратегической социальной информации с помощью опросов.**

В условиях создания информационного общества, единого мирового информационного пространства это крайне необходимо. Более того, на наш взгляд, именно система диагностики общественного мнения (причем как в США, так и в мире в целом) позволяет США добиваться успеха в глобальном информационно-психологическом противоборстве за доминирование в мировой информационной среде, развернувшейся между ведущими странами мира.

Если рассмотреть сам процесс формирования общественного мнения, на наш взгляд, его можно представить следующим образом.

Когда где-то происходит какое-либо событие, явление, то индивид или социальная группа могут выразить к нему отношение **только после получения информационного сообщения (ИС)** об этом событии, явлении. Как правило, ИС поступает с помощью средств массовой информации (однако это может быть и кино, театр, школа и т. д.).

Очень важен для выработки определенной оценки и **комментарий**, который будет дан данному информационному сообщению. Например, диктор радио (или телевидения) может после самого текста сообщения дать какие-то свои оценки. Комментарии по отношению к самому ИС, могут быть следующими: **К1 – очень позитивными, К2 – позитивными, К3 – нейтральными, К4 – негативными, К5 – очень негативными.**

В социальной психологии существует большое количество экспериментальных исследований, выясняющих условия и способы повышения эффекта речевого воздействия. Совокупность определенных мер, направленных на это, получила название «убеждающей коммуникации». Американским исследователем Г. Лассуэллом для изучения для убеждающего воздействия средств массовой информации, была предложена модель коммуникативного процесса:

- 1). Кто? (передает сообщение) – коммуникатор.
- 2). Что? (передается) – сообщение (текст).
- 3). Как? (осуществляется передача) – канал.
- 4). Кому? (направлено сообщение) – аудитория.
- 5). С каким эффектом? – эффективность.

По поводу каждого элемента этой схемы предпринято много разнообразных исследований. Например, всесторонне описаны характеристики коммуникатора, способствующие повышению эффективности его речи, в частности выявлены типы его

позиции во время коммуникативного процесса. Таких позиций может быть три:

- открытая – коммуникатор открыто объявляет себя сторонником излагаемой точки зрения;
- отстраненная – коммуникатор держится подчеркнуто нейтрально, сопоставляет противоречивые точки зрения, не исключая ориентации на одну из них, но не заявленную открыто;
- закрытая – коммуникатор умалчивает о своей точке зрения, даже прибегает иногда к специальным мерам, чтобы скрыть ее.

Естественно, что содержание каждой из этих позиций задается целью, задачей, которая преследуется в коммуникативном действии, но важно, что принципиально каждая из названных позиций обладает определенными возможностями для повышения **эффекта воздействия**.

Таким образом, любой человек получает вместе с самим ИС еще и комментарий (в случае его отсутствия, это КЗ, т. е. нейтральный).

На основании полученной информации человек (социальная группа) выражает определенное отношение к какому-либо явлению, событию. На наш взгляд, оно тоже может быть различным: **О1 – очень позитивное, О2 – позитивное, О3 – нейтральное, О4 – негативное, О5 – очень негативное.**

В целом, процесс формирования общественного мнения можно представить в следующем виде:

$$Д \blacktriangleright ИС + К \blacktriangleright СГ = О$$

Д – диктор (радио или телевидения);

ИС – информационное сообщение;

К – комментарий (от К1 до К5);

СГ – социальная группа;

О – отношение (от О1 до О5).

Практически комментарий является манипуляцией. К манипуляции относятся **специальные действия по формированию стереотипов и созданию определенного впечатления или отношения к тому или иному факту, событию.**

**Основной объект воздействия КОММЕНТРИЯ-МАНИПУЛЯЦИИ – ЭТО МАТРИЦЫ СОЗНАНИЯ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ и всего российского населения.**

**КОММЕНТРИИ-МАНИПУЛЯЦИИ К4, К5 являются негативными информационными потоками.**

Способы манипулирования общественным мнением опираются прежде всего на средства массовой информации (СМИ), позволяющие корректировать, регламентировать и проектировать массовое сознание и психику людей. При этом упор делается на использование законов психологии, некритическое восприятие, политическую неопытность.

Анализ зарубежных и отечественных источников свидетельствует, что способы, применяемые для обработки общественного мнения посредством СМИ в разных странах во многом идентичны.

В целом манипулирование основано на лжи и обмане. Основой для манипулирования служат мифы (фактически – дезинформация).

В США, по мнению профессора Г. Шиллера, для утверждения господства тайно правящей с помощью ФРС (Федеральной резервной системы) британской элиты, используется пять основных мифов (от авторов – эти мифы и являются **КОММЕНТРИЯМИ-МАНИПУЛЯЦИЯМИ, только ДЕЗИНФОРМАЦИОННЫМИ**) :

1. Об индивидуальной свободе и личном выборе граждан.

2. Об объективности действий важнейших политических институтов: Конгресса, суда, Президента, СМИ.
3. О неизменной эгоистической природе человек, его агрессивности, склонности к потребительству и накопительству.
4. Об отсутствии в обществе социальных конфликтов, эксплуатации и унижения.
5. О плюрализме СМИ, которые в действительности контролируются крупными рекламодателями и лондонскими банкирами.

Газеты **информационно влияют, т. е. навязывают читателю КОММЕНТРИИ-МАНИПУЛЯЦИИ**, просеивая и отбирая подлежащие опубликованию материалы, **преподнося их в нужном виде читателю.**

Они **акцентируют** и соответствующим образом снабжают их броскими заголовками и иллюстрациями, печатая их соответствующим шрифтом и форматом, уделяя им бросающееся в глаза место в газете, а также подготавливая к печати и художественно оформляя их на должном уровне профессионального мастерства.

В данном случае упор делается на **избирательность внимания человека**. Так, например информация, напечатанная в газете мелким шрифтом, не привлекает такого внимания, как информация, напечатанная крупным или жирным шрифтом.

А информация, помещенная на первой и последней полосе газеты, имеет значительно больше шансов привлечь внимание читателя, чем помещенная на внутренних полосах.

Даже такими простейшими техническими приемами можно придать информации повышенную социальную значимость, т. е. добиться уровня **K1, K2**, либо, наоборот, уменьшить эту значимость (**уровень K4, K5**).

Этого же эффекта добиваются и помещением рядом с «неважной» информацией броского материала, скандальных фотографий. В радио и телепередачах снижение важности информации достигается тем, что сообщения помещают в конце передачи. Здесь учитывается то, что люди, как правило, ассоциируют важность информации с порядком ее изложения. Российские телеведущие часто используют пугающие темы и сообщения, для того чтобы добиться определенного результата – «подавить» психику россиян. Как правило, более 80 % всех новостей на любых телеканалах России – негативного характера. И это – стало нормой на наших телеканалах, хотя такого нет ни в одной стране мира.

Поэтому, проанализировав новостные программы телеканала НТВ можно прийти к выводу о том, что они **ОЧЕНЬ ЧАСТО** начинаются с негативных событий. **КОММЕНТРИИ-МАНИПУЛЯЦИИ НТВ являются негативными информационными потоками, воздействующими НА СТАБИЛЬНОСТЬ МАТРИЦ СОЗНАНИЯ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭЛИТЫ и всего российского населения.**

Среди СМИ наибольшими манипулятивными возможностями обладает телевидение. Для российского телевидения характерным средством манипулирования является **ЦЕЛЕНАПРАВЛЕННОЕ** создание абсолютно чуждой России языковой среды, информационная операция «вытеснения русского языка» американизированным сленгом.

Автор провел один небольшой эксперимент, проанализировав в течение одной недели количество кинофильмов на пяти ведущих российских телеканалах. Так вот, количество американских художественных кинофильмов на **РОССИЙСКИХ ТЕЛЕЭКРАНАХ СОСТАВЛЯЕТ** абсолютное большинство (в основном сцены насилия, секса, употребления наркотиков и т. д.). Их иногда «разбавляют» в утренние часы латиноамериканскими телесериалами или нашими кинофильмами. Но ведь в США наших фильмов (в которых чистота и светлость являются доминирующими) вообще не показывают!

Неудобная информация о проблемах Запада замалчивается, наклеиваются ярлыки государственным и патриотам России. К сожалению – это российская телереальность, обусловленная **АМЕРИКАНСКИМ ИНФОРМАЦИОННЫМ ДОМИНИРОВАНИЕМ В РОССИЙСКИХ СМИ.**

Автор считает необходимым введение ограничения на иностранные фильмы (не более

35 % иностранных кинофильмов на российских телеканалах).

Проведенные опросы общественного мнения показывают, что большинство граждан России считают телевидение наиболее достоверным источником информации. Это связано с тем, что телевидение обладает тем качеством, что социальные психологи именуют «парасоциальным» характером. Суть его в создании иллюзии «присутствия» при действии, которое показывается на телеэкране. Соответственно этому в сознании зрителя формируется устойчивая иллюзия «объективности» и достоверности телевидения. Накладывая свои ощущения подсознательно на ощущение происходящего на экране, зритель зачастую воспринимает видимую информацию как абсолютно достоверную.

Именно это угрожает НАЦИОНАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ. Государство слабо контролирует СВОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО. И принятие Доктрины информационной безопасности России в 2000 году мало что изменило, так как затем не были приняты соответствующие федеральные законы.

СМИ используют различные методы негативного информационного воздействия на психику россиян.

Наиболее часто использовались следующие:

1. Использование компрометирующих сведений в целях создания негативного образа политика или бизнесмена.

2. Специальное доведение определенным образом подобранных негативных фактов о российской действительности, создание специальных телепередач и рубрик в газетах (типа – «Независимое расследование», «Суд идет», «Криминал» и т. д.).

СМИ являются мощнейшим средством информационного воздействия на политическую элиту и население, и это должны хорошо понимать в Кремле.

Если Российское государство не будет контролировать свои СМИ, то их будут контролировать ДРУГИЕ ГОСУДАРСТВА.

Российским журналистам целесообразно выполнять требования Кодекса профессиональной этики российского журналиста, Хартии теле-радиовещателей, Московской хартии журналистов:

- обязательная проверка материала перед публикацией;
- отделение факта от мнения;
- уважение чести и достоинства людей;
- соблюдение принципа «не виновен», пока судом не доказано обратное;
- обязательное исправление ошибки при обнаружении того, что выпущенный в свет материал содержал ошибки или искажения.

А главное – ОНИ ДОЛЖНЫ ЛЮБИТЬ РОССИЮ!

Журналисты должны выполнять требования статьи 49 Закона Российской Федерации «О средствах массовой информации», которая требует от представителей СМИ при осуществлении профессиональной деятельности уважать права, законные интересы, честь и достоинство граждан и организаций.

В этой связи остро встала проблема отсутствия у российских СМИ механизмов саморегулирования, а у журналистов – кодекса профессионального поведения.

Анализируя процессы, происходящие в российских средствах массовой информации, можно увидеть тенденцию превращения СМИ в специфическую группу, обладающую следующими характеристиками:

- ярко выраженная клановость;
- повышенная требовательность к своей стране;
- нескритичность по отношению к себе;
- отсутствие ротации кадров;
- подверженность иностранному влиянию;



- круговая порука.

Это опасная тенденция угрожает становлению российского гражданского общества и национальной безопасности России.

По мнению Э. Фромма, манипуляция общественным мнением представляет собой одну из серьезнейших проблем современной политической жизни. «Гипнотические методы, используемые в рекламе и политической пропаганде, представляют собой **серьезную угрозу психическому здоровью**, особенно ясному и критическому мышлению и эмоциональной независимости. Я нисколько не сомневаюсь в том, что тщательные исследования покажут, что употребление наркотиков наносит здоровью человека гораздо меньший вред, чем различные методы «промывания мозгов» – от подпороговых внушений до таких полугипнотических приемов, как постоянное повторение».

В конце 20 века широкое распространение получили психотехнологии, основанные на новейших достижениях психолингвистики, эриксоновского гипноза, НЛП. Все они отличаются высокой эффективностью информационного воздействия на подсознание человека.

1. Фрагментация информационного потока состоит в подаче огромного количества информации единым потоком, так что какую-либо тенденцию уловить довольно сложно, а массовому потребителю практически невозможно.

2. Метод семантического манипулирования. Суть его в тщательном отборе слов, вызывающих либо позитивные, либо негативные ассоциации и таким образом влияющих на восприятие информации (наш человек – разведчик, их – шпион и т. д.).

Существуют и другие приемы манипуляции: сенсационная подача материала, использование мифов и стереотипов, **цензура** и т. д. Признавая объективный характер манипулирования, необходимо отчетливо осознавать, что расширение его масштабов ведет к деградации мирового сообщества.

## Глава 7

### Вторая мировая информационная война

#### 7.1. Ассанж – агент британской разведки МИ-6. Замысел войны

Вся история с Ассанжем, бурно обсуждаемая в последние месяцы в мировых СМИ – глобальная информационная операция Британской разведки МИ-6, которая и является характерным индикатором начала Второй мировой информационной войны. Напомню о том, что первая мировая война завершилась в 1991 году развалом СССР. Этот второй глобальный информационный проект британской разведки, после серии кинофильмов о Джеймсе Бонде. Напомним, что информационная операция с агентом 007 длилась десятки лет. Один из главных объектов информационной войны – Россия.

**Кто же такой Джулиан Пол Ассанж** – интернет-журналист, основатель WikiLeaks. Предварительный анализ деятельности этого человека позволяет выдвинуть **ПАРАДОКСАЛЬНУЮ** предварительную гипотезу о том, что **Ассанж – Агент Британской разведки МИ-6. Но парадоксальна она лишь на первый взгляд...**

По материнской линии Ассанж происходит из шотландских и ирландских эмигрантов, прибывших в Австралию в середине 19 века.

Джулиан Ассанж рано стал увлекаться программированием. В 16 лет он купил себе модем и стал работать в сетях, предшествующих Интернету. В 1991 году, Ассанжу тогда 20, его вместе с поделельниками арестовывают за взлом центрального сервера канадской телекоммуникационной компании Нортел (Nortel). После нескольких допросов он признал

себя виновным по всем 25 пунктам обвинения. Ему грозило 10 лет тюрьмы, но Ассанж отделался штрафом. То есть даже без условного срока, что странно, за подобные преступления несколько хакеров в Австралии получили до двух лет тюрьмы. И вот на этом поподробнее остановимся. Можно ведь предположить, что уже тогда, в 1991 году Джулиан был ЗАВЕРБОВАН британской разведкой, которая хозяйничает на канадской территории сто лет. Длительное время шла интенсивная подготовка к НЕЛЕГАЛЬНОЙ РАЗВЕДЫВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Вероятно, что он обучался в секретных разведывательных центрах.

Ассанж – британский Разведчик-нелегал принципиально НОВОГО типа. Ассанж – Информационный Разведчик-нелегал типа. Но он лишь исполнитель грандиозного плана. Кто же автор плана? Автор плана – глубоко законспирированный Агент МИ-6 Збигнев Бжезинский. Именно Збигнев Бжезинский был автором и режиссером ПРОЕКТА ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ «Бен Ладен». Проект был завершен в мае 2011 года, якобы после операции американского спецназа в Пакистане, Главная цель операции – блокирование интеграционных процессов по линии ЕС-Россия-СНГ – Китай – Индия-Бразилия методами информационной войны.

В 2006 году Ассанж основывает сайт WikiLeaks. Операция ЦИКЛОН-2 началась. Таким образом, 15 лет шла подготовка к ее проведению.

Показательная деталь: в ноябре 2010 года Ассанж был гостем шоу знаменитого американского телеведущего Ларри Кинга на СИ-ЭН-ЭН. Да, да. Именно того Кинга, который спустя две недели брал интервью у российского премьера В. Путина – главного объекта информационно-психологического воздействия операции ЦИКЛОН-2.

Поражает не только сама информация, но и разброс тем, которые озвучивает агент-нелегал. Примечательно и то, что, несмотря на большое число недовольных публикациями, ни одного юридического иска против WikiLeaks подано так не было.

В августе 2010 года Джулиан Ассанж в рамках своего визита в Швецию подписал соглашение с местной Пиратской партией о размещении части серверов WikiLeaks на её площадках. Таким образом, операции британской разведки получили «шведское прикрытие».

В Швеции был выдан ордер на арест основателя WikiLeaks, Джулиана Ассанжа. Согласно данным газеты «The Local», Ассанж подозревался в сексуальных домогательствах и изнасиловании, – 20 августа в полицию обратились две девушки, предъявив подобные обвинения.

18 ноября 2010 шведский суд выдал ордер на арест основателя WikiLeaks. На следующий день шведский адвокат Ассанжа обжаловал это решение суда. Джулиан Ассанж перебрался в Лондон. 1 декабря 2010 года Интерпол выдал ордер на его арест, он был объявлен в международный розыск. И далее... Прокол... следы привели в Лондон.

7 декабря 2010 года Ассанж был арестован после того, как добровольно явился в полицейский участок в Лондоне. Основанием для ареста стал ордер, выданный шведской прокуратурой. Защита Ассанжа настаивает на том, что запрос на его экстрадицию был мотивирован политическими причинами.

14 декабря 2010 года освобожден из-под стражи Лондонским судом под залог £240,000. Интересно, кто же дал такие деньги? Не МИ-6 ли?

24 февраля 2011 года Британский суд принял решение об экстрадиции Джулиана Ассанжа в Швецию. Однако Ассанж по-прежнему проживает под Лондоном.

Почему в Лондоне... Да потому что, впервые глобальная информационная операция британской разведки идет в режиме онлайн. Возникли трудности. Необходимо уточнение хода операции и для этого надо изолировать агента-нелегала, пока режиссер-идеолог информационной войны З. Бжезинский не уточнит план действий.

**Итак, Высокопоставленный** Агент МИ-6 (с 1943 года) Збигнев Бжезинский, разработал план ведения информационной войны против России, Германии, Италии, Франции и Китая, используя свой личный опыт разработки операции ЦИКЛОН.

Замысел, разработанный З. Бжезинским, заключался в том, чтобы втянуть любыми средствами СССР в Афганистан, объединив там местных моджахедов и подготовленных диверсантов из исламских стран (ЦРУ и МИ-6 за 10 лет подготовили 35 000 диверсантов из 43 мусульманских стран) и направив энергетику исламского подъема, вызванного революцией в Иране, против СССР. Одновременно З. Бжезинский подтолкнул Ирак Саддама Хусейна, являвшегося с 1969 года агентом МИ-6 и ЦРУ, к войне с Ираном. Тем самым иранская угроза для глобальных интересов США и Великобритании была минимизирована.

В 1977–1981 годах занимая должность помощника президента США по национальной безопасности в администрации Картера, З. Бжезинский разработал четкий план афганской ловушки для СССР. Он являлся активным сторонником секретной программы ЦРУ по вовлечению СССР в дорогостоящий и по возможности отвлекающий военный конфликт, аналогичный Вьетнамской войне США. Именно под руководством режиссера-идеолога информационной войны З. Бжезинского началась **операция ЦРУ «Циклон» по организации диверсионных действий против частей Советской армии, вошедших в Афганистан в декабре 1979 года**. «Циклон» являлся одной из самых долгосрочных и самых дорогостоящих секретных операций ЦРУ: финансирование программы началось с \$20–30 миллионов в год и к 1987 году достигло уровня \$630 миллионов в год.

Агенты ЦРУ проникли в Афганистан для дестабилизации ситуации в Кабуле еще в июле 1979 года, то есть за пять месяцев до ввода советских войск. 3 июля 1979 года американский президент Д. Картер подписал президентский указ, санкционирующий финансирование антикоммунистических сил в Афганистане. В рамках операции ЦРУ «Циклон» именно З. Бжезинский использовать в борьбе против СССР **Ус а му бен Ладена**. Именно под руководством З. Бжезинского и была создана организация «Аль-Каида».

Организацией операции по якобы виртуальной ликвидации главаря «Аль-Каиды» и «террориста номер один» Усаму бен Ладена, также руководил З. Бжезинский. Это произошло почти через 10 лет после самых страшных в истории США терактов в Нью-Йорке и Вашингтоне 11 сентября 2001 года. Надо отметить, что американские СМИ поначалу сообщали об уничтожении главаря «Аль-Каиды» совершенно иначе. «По предварительным данным, бен Ладен был уничтожен около недели назад в результате взрыва американской авиабомбы», – сообщила например, сначала 2 мая 2011 года CNN. По данным телекомпании, бен Ладен погиб в результате авианалета в Афганистане, однако другие СМИ уверяли, что лидер «Аль-Каиды» был уничтожен при бомбардировке одного из домов недалеко от столицы Пакистана Исламабада.

Тело террориста уже захоронено. Американские власти решили осуществить погребение бен Ладена в соответствии с мусульманской традицией – максимально быстро после кончины. Вместе с тем они решили не хоронить его на земле, чтобы не создавать места для паломничества его последователей. «Террорист номер один» Усама бен Ладен, якобы уничтоженный 1 мая 2011 года американскими военными в Пакистане, погребен в море, сообщил телеканал CNN со ссылкой на собственные источники. Впрочем, никаких официальных подтверждений информации о месте погребения тела бен Ладена как не было, так и нет. Нет и обещанных видеозаписей о процедуре захоронения, что позволяет сделать предварительный вывод о не очень хорошо поставленном информационном спектакле. По некоторым экспертным данным, Усама бен Ладен перестал существовать незадолго до событий 11 сентября 2001 года. Но миф о нем, поддерживался около 10 лет, в рамках оправдания военной агрессии против Афганистана и Ирака.

Завершение проекта мифического виртуального главаря «Аль-Каиды» и «террориста номер один» Усамы бен Ладена, которым руководил З. Бжезинский более 30 лет, говорит о начале активной фазы второй мировой информационной войны. Основная арена этой войны – Интернет.

**Основные цели операции ЦИКЛОН-2 (операция МИ-6, с использованием своей агентуры внутри властных структур США, Франции, Израиля).**

1. Борьба против альтернативной модели мирового развития, которую впервые

пытаются осуществить страны БРИКС.

2. Блокирование интеграционных процессов в Евразии.
3. Противодействие сближению России и ЕС и концептуальной идеи В. Путина о формировании единого пространства от Лиссабона до Владивостока.
4. Дестабилизация внутривосточной обстановки в России, Германии, Италии, Турции.
5. Блокирование процессов сближения России и Китая.
6. Эскалация напряженности на Ближнем и Среднем Востоке, для дальнейшего использования дестабилизации региона против Европы, России и Китая.
7. «Дымовая завеса» – Отвлечение внимания от подготовки мировых махинаций со 100 долларовыми купюрами (якобы 110 миллиардов долларов отпечатано с браком)
8. Отработка новых технологий информационной войны 21 века.

## Тунис и Викиликс

Документы на сайте «Викиликс» стали стимулировать беспорядки и падение режима бен Али в Тунисе. Целенаправленное появление на сайте «Викиликс» конфиденциальной информации послужило поводом для начала мероприятий по свержению режима Зина аль-Абидина бен Али в Тунисе. Появление в открытом доступе секретной дипломатической переписки стало своего рода «спусковым крючком» и послужило главной причиной массовых беспорядков и погромов в стране. Эти телеграммы, реальные и сфабрикованные, обнародованные «Викиликс», способствовали тому, что направить гнев народа на улицы и заставить уйти бен Али, который после 23 лет власти, вынужден был покинуть страну.

На примере Туниса мы впервые можем наблюдать колоссальную эффективность операций информационной войны 21 века, **как публикации «Викиликс», в буквальном смысле, заставили людей свергнуть власть**.

Президент Бен Али находился у власти более 20 лет. При нем Тунис стал образцом демократии и стабильности на африканском континенте. Формальным поводом для массовых выступлений граждан стало повышение цен на продовольствие и публикация разоблачительных материалов о высших тунисских чиновниках на известном сайте «Викиликс». Но экономические лозунги, с которыми сначала вышли протестующие, очень быстро переросли в политические: «Долой коррупцию!», «Президент – лжец!», «Долой президента и его олигархов!».

После нескольких дней столкновений манифестантов с полицией Бен Али и его ближайшие родственники бежали в Саудовскую Аравию. Особую ярость у тунисцев вызывала жена Бен-Али и ее обширная семья, чья намеренная демонстрация богатства на фоне инфляции и растущей безработицы только подливали масла в огонь. Именно это и было использовано режиссерами информационной войны. После появления этой переписки правительство Туниса заблокировало доступ к «Викиликс», но информация всё равно просачивалась через другие интернет-ресурсы, по каналам, заранее подготовленным МИ-6. Информация об акциях протеста начала распространяться в Сети. Власти в ответ на это блокировали доступ к ряду сайтов местных и международных новостей. То есть правительственные структуры попытались организовать информационное противодействие. По возможности закрыв доступ извне к внутренним новостям, правительство перешло к следующему этапу, по итогам которого известные тунисские журналисты, музыканты и представители оппозиции обнаружили следы чистки их почтовых ящиков и аккаунтов социальных сетей. Правительственные хакеры, используя перехваченные пароли, тщательно удаляли тексты и фотографии, имеющие отношение к происходящим в стране событиям. В частности, информация удалялась со страниц Facebook и из почтовой переписки Gmail и Yahoo. Одновременно с этим процессом в стране последовали аресты активных блогеров. По словам очевидцев, люди в штатском забирали их вместе с компьютерами, якобы, на пару часов в полицейский участок для допроса. Именно в этот момент, переломный в ходе

информационной войны, в битву с правительством страны вступило якобы гражданское интернет-движение «Анонимы», которое с помощью форума 4Chan запустила операцию «Тунис». На самом деле, другая структура состоит из кадровых сотрудников МИ-6 и сотрудников БИ-БИ-СИ. Первой жертвой организованной британскими специалистами информационной войны DDoS-атаки стал сайт тунисского интернет-агентства, которое продает интернет-каналы частным провайдерам и подчиняется министерству связи. Все это продолжалось четыре недели. «Твиттер», казалось, был переполнен сообщениями о том, что происходило в Тунисе. Несколько раз в топ самых часто упоминаемых слов выходило название провинции, где начались беспорядки. Техноблог Techcrunch составил карту из хештегов, по которым можно было следить за происходящим в реальном времени. В общей сложности, события в Тунисе упоминались в «Твиттере» больше 196 тысяч раз в сообщениях почти 50 тысяч пользователей. Но вот что странно: несмотря на такую массовую активность в «Твиттере», крупные СМИ обратили внимание на Тунис только после того, как президент Бен-Али бежал из страны вместе со своей семьей. И, кстати, обозреватель TechCrunch, приводящий статистику «Твиттера», особо подчеркивает, что почти половина всех сообщений о революции в Тунисе – уже после того, как президент бежал из страны.

Это, собственно, ставит под сомнение справедливость эпитета «твиттер-революция», особенно по сравнению с похожими событиями в Иране или Молдавии. Однако ситуация в Тунисе четко дала понять, что спецслужбы, и прежде всего МИ-6, владеют интернет-технологиями не хуже пресловутых хакеров.

### **История скандального портала**

Сайт WikiLeaks был открыт 29 декабря 2006 года. На нем якобы анонимно публикуются различные секретные или закрытые для общего доступа сведения, разоблачающие коррупцию и злоупотребления в государственных организациях и корпорациях мира. Создатель сайта Джулиан Ассанж планировал создать в Швеции базу WikiLeaks, на которой будут расположены некоторые серверы. Однако шведская миграционная служба отказала ему в виде на жительство.

Одна из самых громких публикаций произошла в октябре 2010 года, когда на WikiLeaks появились почти 400 тыс. документов, связанных с войной в Ираке. Это вызвало крайне негативную реакцию Пентагона. Власти разных государств предлагали запретить сайт или хотя бы закрыть к нему доступ для пользователей. В 2007 году WikiLeaks был заблокирован в КНР.

Сайт финансируется якобы за счет пожертвований. Его годовой бюджет оценивался в \$175 тыс. В работе ресурса, по разным экспертным данным, задействовано от 100 до 800 человек.

## **7.2. Сирия и информационная война**

В 2011 году в целом ряде арабских стран начались массовые протестные выступления, которые умело управлялись из Лондона, ставшего информационным штабом массовых волнений. В качестве главного медийного регулятора информационной поддержки выступил помимо БИ-БИ-СИ и якобы независимый, а на самом деле концептуально управляемый *частью британско-американской элиты катарский телеканал Аль-Джазира*.

Например, БИ-БИ-СИ сообщает о том, что Международная независимая комиссия экспертов-правозащитников ООН обвинила власти в Сирии в преступлениях против человечности в ходе подавления антиправительственных акций, сообщает. Однако французский журналист Тьерри Мейсан, пришел к выводу о том, что члены комиссии занимаются откровенной подтасовкой фактов. Например, согласно данным комиссии ООН, сирийские силовики убили больше 3500 мирных демонстрантов. Но правдивость этой

информации вызывает сомнения, так как ее источником является загадочная сирийская правозащитная организация Observatoire syrien des Droits de l'homme (OSDH), расквартированная в Лондоне. По словам Мейсана, многие из 3500 мирных жителей, якобы убитых сирийскими силовиками, на самом деле живы и здоровы – просто список с их фамилиями, распространенный OSDH, был банально составлен на основе телефонного справочника. Журналист уверен, что против Сирии ведется информационная война, а кадры о ситуации в Сирии, распространяемые катарской *Аль-Джазира*, зачастую создаются в специально построенных для этого съемочных павильонах, имитирующих главные площади крупных городов Сирии. Напомним и о том, что и штурм Триполи 23 августа 2011 года демонстрировался из съемочных павильонов в Катаре, что явилось принципиально новой технологией информационной войны. Недавно власти Сирии официально запретили использование смартфонов iPhone. Правительство Сирии прибегло к данной мере в целях ограничения дезинформации, среди протестующих граждан. Некоторые из протестующих граждан, используя контрабандные смартфоны, занимаются рассылкой недостоверных сообщений, информации о готовящихся акциях протеста, а также обмениваются антиправительственными материалами через приложение Syria Alone. Данное приложение было специально создано британо-американскими специалистами для координации действий оппозиции и было запущено 18 ноября. Посредством Syria Alone специалистами информационной войны публикуются специальные материалы, содействующие дестабилизации, дается негативная оценка действиям сил правопорядка. Власти Сирии считают, что запрещение iPhone позволит снизить поток дезинформации.

**Против Сирии ополчились не только США и страны Евросоюза, но и члены Лиги арабских государств (ЛАГ), которые сначала вывели Дамаск из состава организации, а потом ввели против страны ряд жестких санкций. «Застрельщиком» в информационной кампании давления против Сирии выступает часть британо-американской элиты, что неудивительно после того, как они добились свержения режима методами информационной войны в Ливии**, давшей повод для открытого военного вмешательства НАТО. Во многом технологии информационной войны повторяются. *Взять хотя бы решение о временном исключении Сирии из ЛАГ, то есть шаг к еще большей международной изоляции, чего откровенно добивается Запад.* Примечательно, что ЛАГ принимала аналогичное решение и в отношении Ливии в конце февраля, а в августе она официально признала приведенный к власти с помощью НАТО ливийский Переходный национальный совет в качестве единственного законного представителя народа этой страны. То есть, это уже отработанный сценарий информационной войны, отвечающий интересам транснациональной элиты Запада. Сирийской армии и полиции противостоит достаточно серьезная сила, в том числе и иностранные наемники. Последних, по некоторым данным, насчитывается около десяти тысяч человек. В основном это граждане арабских стран, Пакистана и пуштуны из Афганистана. А 9 февраля 2012 года в СМИ появились данные о том, что на стороне боевиков оппозиции воюют военнослужащие спецназа Великобритании.

После того, как Россия и Китай 4 февраля 2012 года заблокировали принятие проекта резолюции Совбеза ООН по Сирии, который повторял бы ливийский сценарий военной агрессии НАТО, министр иностранных дел РФ Сергей Лавров и глава Службы внешней разведки РФ Михаил Фрадков посетили 7 февраля 2012 года Сирию и встретились с президентом Башаром Асадом. Сотни тысяч мирных жителей Дамаска радостно приветствовали российских гостей, выражая им благодарность за то, что война была предотвращена. На видеомосте Москва-Берлин в пресс-центре РИА Новости 9 февраля, посвященном анализу ситуации в Сирии я отметил, что наше решение в ООН было правильным и единственно верным ([http://www.ria.ru/arab\\_sy/20120209/561233166.html](http://www.ria.ru/arab_sy/20120209/561233166.html)).

Совершенно справедливо в Москве и Пекине опасаются повторения в Сирии «сценария» Ливии, где после аналогичной резолюции Совбеза ООН началась военная операция НАТО и был совершен государственный переворот. Но ведь после свержения режима Муамара Каддафи, ни о какой стабильности в Ливии не может быть и речи. А от

бомбардировок НАТО погибли мирные люди. Но об этом в Лондоне, Париже и Вашингтоне предпочитают не вспоминать. Сергей Лавров, комментируя итоги встречи с сирийским президентом, отметил что поездка в Сирию была своевременной и полезной. «Есть все основания полагать, что привезенный нами сюда сигнал более активно двигаться по всем направлениям был услышан», – сказал Лавров. Кремль давно пытается избежать обострения конфликта в Сирии, не допустить военного вмешательства извне, как в Ливии и наладить мирный диалог различных политических течений в Сирии. Однако западные партнеры России и Китая, которые выразили крайнее раздражение по поводу исхода голосования в Совете Безопасности ООН, очень болезненно восприняли и российский визит в Дамаск. Началось массированное давление на Россию. 5 февраля якобы «сирийскими оппозиционерами» было захвачено российское посольство в ливийской столице Триполи. Ни для кого не является секретом, что в захвате Триполи принимали участие войска НАТО. Не секрет и то, что западные спецслужбы контролируют действия нового ливийского руководства. Да и никаких сотен «сирийских оппозиционеров» в Триполи в принципе быть не может. Следовательно, речь идет о специальной операции западных спецслужб против дипломатического представительства России. Захват российского посольства – конечно же прямой вызов для национальной безопасности России, на который должен последовать адекватный ответ. Все это напоминает якобы случайную бомбардировку авиацией НАТО посольства Китая в Белграде, во время варварских бомбардировок Югославии в 1999 году. Россия заинтересована в политическом урегулировании кризиса в Сирии, намерена этим активно заниматься, в том числе в ходе продолжающейся работы с сирийской стороной, с соседями Сирии, Лигой арабских государств. Именно на это и был направлен визит С. Лаврова и М. Фрадкова в Дамаск. Но очевидно, что страны НАТО в этом не заинтересованы. Поэтому то и усиливается давление на Россию. Скорее всего, главная цель НАТО – превращение Сирии во второй Ирак, охваченный жуткими актами террора, кровавой террористической войны шиитов и суннитов, суннитов и курдов. А Сирия также мозаичная страна: христиане, сунниты, шииты. Наличие множества различных этноконфессиональных групп означает, что в результате хаоса после свержения действующего президента Сирии Б. Асада погибнут сотни тысяч мирных жителей. Ведь после военной оккупации Ирака в стране погибло около 700 тысяч мирных жителей, а около пяти миллионов беженцев покинули Ирак. Население Сирии (22 миллиона) чуть меньше чем в Ираке. Так что иракский сценарий войны всех против всех готовится и для сирийского народа. Устоять Сирии в такой ситуации крайне сложно и практически невозможно без внешней поддержки. Сейчас Сирия для России – это последний рубеж обороны, и отступать нельзя. Захват российского посольства в Триполи показал, что Россия присутствует в потенциальном списке как объект для военной агрессии НАТО. Это очевидно для всех здравомыслящих аналитиков. Сирия для России – стратегический союзник. Именно через Сирию мы можем восстановить своё военное присутствие в Средиземноморье. Есть там и значительные экономические интересы, включая продажу, обслуживание, модернизацию вооружений, техники. Именно поэтому решение о продаже партии учебно-боевых самолётов Як-130 в январе 2012 года, в такой тяжёлый для Дамаска момент – это важный шаг российский шаг. Очень важно защищать Сирию политико-дипломатическими и информационными средствами. Дальнейшая дестабилизация Ближнего и Среднего Востока является угрозой для национальной безопасности России. Погружение Сирии в пучину управляемого хаоса, только усилит опасность проникновения на территорию нашей страны экстремистов и террористов. В этой связи России необходимо создавать Специальный Корпус Сил специального назначения, для осуществления превентивных действий по защите национальной безопасности России в регионе Ближнего и Среднего Востока. Надо ясно понимать, что Сирия для нас – это последний южный рубеж обороны нашего Отечества.

### **7.3. Информационная война против России**

Дестабилизация Ближнего Востока и Среднего Востока, военная интервенция НАТО против Ливии, организованная британской разведкой МИ-6, пока не смогла улучшить ситуацию в США (каждый седьмой американец голодает) и в Великобритании (августовские погромы в Лондоне). Начался банковский кризис в Евроне, который ведет к быстрому дефолту крупнейших банков США, Великобритании и Франции.

В связи с этим МИ-6 и решила повторить свой сценарий развала России в феврале 1917 года, чтобы спасти западные банки. Главным идеологом атаки на Россию является агент британской разведки МИ-6 З. Бжезинский, глубоко внедренный в политическую элиту США. Под его руководством аналитики Оксфордского и Йельского университетов, а также специального Аналитического Центра МИ-6 в 100 км от Лондона (именно в нем был разработан план содействия внезапному нападению фашистской Германии на СССР 22 июня 1941 года) разработали операцию ЦИКЛОН-3, по блокированию процессов интеграции Евразии. Операция началась сразу же после появления концептуальной статьи В. Путина 3 октября 2011 года в газете «Известия» **«Новый интеграционный проект для Евразии – будущее, которое рождается сегодня»**. На первом этапе операции, из Лондона в Москву прибыл М. Горбачев с «консультантами», который смог быстро «активизировать» своих выдвиженцев по ЦК КПСС в ряде ключевых госструктур и также в руководстве ведущих СМИ. Главный виновник развала СССР М. Горбачев быстро смог объединить против государства ненавидящих друг друга либералов, гламурных телеведущих, растлевающих российскую молодежь и своих тайных соратников в российских госструктурах (больше всего их в государственном информационном агентстве РИА НОВОСТИ). М. Горбачев вспомнил и о своем соратнике по развалу СССР Дж. Соросе. В 1987 году выходец из Венгрии Сорос по заданию правительственных структур Великобритании и США начал тайные поставки ксероксов для помощи в организации и проведении антиправительственных митингов в социалистической Венгрии. Затем, при покровительстве Генерального секретаря ЦК КПСС М. Горбачева Джордж Сорос принимал активное участие в развале СССР. До этого малоизвестный в мире Сорос, при прямой поддержке М. Горбачева в 1988 году организовал в СССР фонд «Культурная инициатива», якобы для поддержки науки, культуры и образования. Но на самом деле фонд использовался правительственными структурами Великобритании и США для финансирования оппозиции и был затем закрыт. В 1995 году Сорос организовал в России новый фонд «Открытое общество». Именно с этим фондом и сотрудничает более 10 лет грузинский писатель Григорий Чхартишвили, который родился в семье офицера-артиллериста Шалвы Чхартишвили и учительницы Берты Исааковны Бразинской. Григорий окончил историко-филологическое отделение Института стран Азии и Африки (МГУ), имеет диплом историка-японоведа. После МГУ Григорий длительное время работал переводчиком по специальности (переводил книги японских авторов). Но вот после знакомства с финансовым терминатором Дж. Соросом, он вдруг резко и внезапно сменил амплуа. Из переводчика он мгновенно стал «фонтанирующим» писателем. Но книги почему-то стал писать не по истории Японии, а по истории России. Дж. Сорос – большой любитель искажения истории нашей великой страны и не жалеет денег на ведение информационной войны против России. Правда деньги то у Сороса все равно не свои, а выделенные. После бегства из Венгрии в Лондон, он ведь длительное время жил крайне бедно, на грани нищеты, пока ему не нашли работенку. Тесная связь талантливого писателя Григория Чхартишвили (псевдоним Борис Акунин), с блоггером Алексеем Навальным, Лидером Рейтинга TOP-20 зарубежных грантополучателей, проявилась в декабре 2011 года, после первых акций оппозиции. Нельзя не отметить, что действовал в российской блогосфере писатель профессионально и целеустремленно. Именно Григорий Чхартишвили на радио ЭХО Москвы попытался «раскрутить» уже популярного блоггера, до уровня политика федерального масштаба. Однако, Григорию это не удалось. «Проект Алексей Навальный», который начал реализовывать в 2006 году посол США в России М. Макфол пока застопорился. Блоггер Алексей Навальный категорически отказался выступать на митинге «болотной» оппозиции 4 февраля. Сказать то ему было особо нечего,



ведь, несмотря на писательские идеологические усилия, Навальный так и остается просто ретранслятором мыслей концептуального центра управления под Лондоном. А там тоже иногда бывает интеллектуальный кризис. В последнее время действия английских режиссеров шаблонны. Меняется лишь название страны в домашней заготовке и фамилии блоггеров, получающих гранты.

Напомним о том, что именно покровитель Григория-Бориса Джордж Сорос сыграл КЛЮЧЕВУЮ РОЛЬ в приходе к власти в Грузии режима СААКАШВИЛИ, тесно связанного с лидером БРИТАНСКОГО ЛОББИ в США МАДЛЕН ОЛБРАЙТ (в том числе и родственными связями). М. Саакашвили тоже прошел подготовку в США под присмотром БРИТАНСКОГО ЛОББИ (оно кстати гораздо более влиятельно в США, чем ИЗРАИЛЬСКОЕ ЛОББИ).

А ведь зарубежное финансирование блоггера А. Навального началось после успешного «оранжевого» переворота на Украине, по инициативе другого лидера БРИТАНСКОГО ЛОББИ в США М. Макфола.

Власть растерялась от такого концентрированного антигосударственного информационного коктейля. Казалось, что после такой мощной информационной агрессии в России наступит хаос и повторятся события февраля 1917 года... Но власть выдержала первый декабрьский информационный удар и постепенно начинает делать правильные шаги.

**Но затем 14 января 2012 года в Москву прибыл новый посол США М. Макфол, в задачу которого входит координация деятельности всех НПО, «правозащитников» и блоггеров, получающих гранты от США и Великобритании. В Москве М. Макфол развернул бурную информационно-пропагандистскую деятельность (в том числе и в российской блогосфере), мало совместимую с дипломатической должностью. 17 и 22 января он провел встречи с оппозиционерами, для изучения сложившейся ситуации и принятия соответствующих решений. Теоретик и практик государственных переворотов с помощью «грантовой» технологии финансирования агентов влияния, затем выступил в прямом эфире радио ЭХО МОСКВЫ, показав себя профессионалом информационной войны. 25 января М. Макфол дал интервью влиятельной газете КОММЕРСАНТ. Не забыл он побывать и на Первом телеканале в гостях у любителя США В. Познера (30 января). Координацию антипутинских мероприятий оппозиции в Москве М. Макфол осуществляет вместе с учредителем НОВОЙ ГАЗЕТЫ М. Горбачевым. Главная задача этих двух агентов влияния Лондонских банкиров – блокирование создания Евразийского союза.**

Но кадровые перестановки в Кремле в конце декабря 2011 года привели к изменению стратегии избирательной кампании В. Путина и началу реального противодействия информационной операции британской разведки МИ-6.

4 февраля на Поклонной горе состоялся Гигантский митинг в Москве на Поклонной Горе, на 20 градусном морозе. На таком холоде бывает трудно даже дышать. А собралось около 140 тысяч человек. И вот это – большая заслуга руководителя предвыборной кампании Владимира Путина Вячеслава Володиным. «Настало время сказать «нет» этим клоунам с Болотной площади. Этих козлов – сюда, на Урал, в рабочие коллективы!» – заявил токарь Трапезников на первом мероприятии стратегии Володина в Екатеринбурге. 4 февраля на «антиоранжевый митинг» пришло в 4 раза больше людей, чем на Болотную площадь. И это – важнейший шаг на пути создания Евразийского Союза. Большой Хаос, который пытается организовать МИ-6, используя технологии февраля 1917 года и горбачевской перестройки, не должен наступить.

Создание Евразийского Союза будет победой на первом этапе 2 мировой информационной войны (напомню, что в результате первой информационной войны был развален СССР). Важнейшим условием ее обеспечения является ДЕГОРБАЧЕВИЗАЦИЯ российского общества. М. Горбачев и его немногочисленные сторонники, являются наследниками той части бездуховной российской интеллигенции начала 20 века, которая поздравляла телеграммами японского императора со взятием Порт-Артура и гибелью

экипажа героического крейсера ВАРЯГ. Поэтому необходим ОБЩЕСТВЕННЫЙ ТРИБУНАЛ над Горбачевым за развал СССР в Магадане 2 марта 2012 года.

## **Операция Анти-Путин – повтор операции Анти-Сталин**

Ядром ведения информационной войны против СССР после Победы над фашизмом, стала стратегическая операция «**Анти-Сталин**», направленная на дискредитацию исторического прошлого и настоящего нашей великой страны. Ее реализация казалась невозможной из-за очевидных достижений Советского Союза.

После Второй мировой войны страна стала супердержавой. Символом славных достижений советской эпохи был И. В. Сталин, стоявший во главе СССР в течение трех десятилетий. Он имел непререкаемый авторитет внутри страны и цементировал архетип советского народа. Я считаю, что операция по дискредитации И. В. Сталина (операция «Анти-Сталин») разработана под руководством Аллена Даллеса «Советом по международным отношениям» (Нью-Йорк) с использованием оперативных возможностей ЦРУ и МИ-6. Более того, эта операция является самой длительной информационной операцией британской разведки МИ-6. Длительность ее составляет 64 год (с 1948 года по 2012 год). (Для сравнения: длительность операции «Агент 007 – 22 кинофильма о Д. Бонде» на 17 лет меньше.) В ходе этой операции используются и постоянные участники – например, перебежчик из ГРУ ГШ СССР предатель В. Резун, который систематически публикует стратегические антисталинские статьи и книги, подготовленные британской разведкой. Операция «Анти-Сталин» положила начало процессу шельмования истории нашей страны. Н. С. Хрущев – типичный малообразованный номенклатурный волюнтарист – являлся идеальным объектом для информационно-психологического манипулирования со стороны британо-американских спецслужб. Именно он и был определен «Советом по международным отношениям» как оптимальный кандидат для проведения операции «Анти-Сталин». ЦРУ и МИ-6 активно поддерживали Н. С. Хрущева в борьбе за власть в СССР. Эта выдающаяся по своей изощренности операция американо-британских спецслужб под руководством Аллена Даллеса проводилась с использованием исторического опыта британских спецслужб на территории России (прежде всего по организации Февральской революции 1917 года). Основная задача проекта западных спецслужб – внутривластная победа малообразованных, но напыщенных партийных функционеров во главе с Н. С. Хрущевым. Именно под типаж Н. С. Хрущева затем подбирали кандидата на пост руководителя СССР, выгодного «Совету по международным отношениям». Исходя из этого и был отобран М. Горбачев как человек, похожий на Н. Хрущева.

После того, как В. Путин определил Новую Доктрину России – Доктрину Интеграции Евразии, он стал **ГЛАВНЫМ объектом информационной войны против России.**

Последователей Аллена Даллеса и Ставропольского Иуды М. Горбачева очень напугала **РОССИЙСКАЯ ИДЕЯ**, сформулированная В. ПУТИНЫМ перед началом избирательной кампании в статье «Россия на рубеже тысячелетий» В ДЕКАБРЕ 1999 ГОДА (Патриотизм, державность, государственничество, социальная солидарность). Сразу же началось противодействие ее реализации. Дальнейшего развития после выборов она не получила.

А после принятия 24 сентября 2012 года на съезде партии ЕДИНАЯ РОССИЯ предвыборной программы для В. Путина, которая включала в себя элементы Новой Идеологии Владимира Путина, на основе статьи от 30 декабря 1999 года, началась операция «АнтиПутин». Следует обратить внимание на то, что в ходе операции «Анти-Путин» в основном используются те же приемы и технологии лжи и дезинформации, что и при проведении операции «Анти-Сталин». Отличие лишь в наличии сегодня более современных средств массовой коммуникации (интернет, глобальное телевидение, социальные сети, сеть НПО и финансируемых блоггеров).

М. Макфол прислан в Москву для повышения эффективности операции «Анти-Путин» с использованием возможностей российских получателей зарубежных грантов. Когда я публично заявил об этом в нескольких публикациях, то это вызвало его быструю информационную реакцию 8 февраля. М. Макфол обиделся. Видимо потому, что стратегический план информационной войны стал известен не только ему и его покровителям.

Майкл Макфол – выпускник Стэнфордского университета, получил степень в Оксфордском университете. Он некоторое время жил в России, впервые посетив ее аспирантом Оксфордского университета в 1983 году. В 1990-х годах он активно работал в Московском Центре Карнеги, возглавлял в России бюро Национального института поддержки демократии – главного центра финансирования российской либеральной оппозиции. Затем сотрудник Института международных исследований (Freeman Spogli Institute for International Studies) и Гуверовского института Стэнфордского университета М. Макфол принял активное участие в теоретическом обосновании британо-американского Проекта Демократизации Украины. Затем он обобщил опыт организации политической дестабилизации на Украине. Под его редакцией в 2006 году вышла книга «Оранжевая революция: истоки украинского демократического прорыва». Потом, после украинского успеха, по поручению лидеров Британского Лобби в США (М. Олбрайт, Х. Клинтон) М. Макфол стал искать людей в России, аналогичных по стилю поведения Юлии Тимошенко и Виктору Ющенко. И М. Макфол нашел таких людей в России (Алексей Навальный – Маша Гайдар).

Так что российских либералов – получателей зарубежных грантов М. Макфол знает давно. Именно он и создавал «грантовую» российскую элиту.

О намерении президента США назначить Макфола, занимавшего пост директора по делам России и Евроазиатского региона в Совете национальной безопасности США, на должность посла США в Москве стало известно в мае 2011 года. Его кандидатура была внесена на рассмотрение конгресса в сентябре, для того чтобы уже в конце ноября оказался бы в Москве, к началу завершающего этапа парламентских выборов. Однако утверждение Макфола откладывалось дважды. Республиканцы блокировали его кандидатуру из-за внутривнутриполитических целей, пытаясь добиться преимуществ в ходе начинающейся в США президентской избирательной кампании 2012 года. Поэтому из-за республиканцев, Макфол, занимавший ранее пост директора по делам России и Евроазиатского региона в Совете национальной безопасности США, не успел пообщаться с лидерами внесистемной оппозиции в охваченной декабрьскими протестами Москве, довести до них критическую точку зрения на результаты парламентских выборов в России госсекретаря США Х. Клинтон. Майкл Макфол – крупнейший в США специалист по России, отлично знающий русский язык. Он автор и редактор более 20 книг о демократическом государственном устройстве. В июле 2009 года, совместным решением президентов двух стран, была создана рабочая группа Макфол-Сурков по вопросам гражданского общества. Поэтому Макфол постоянно встречался с российским правозащитниками, лидерами оппозиции, ведущими журналистами.

М. Макфол в 2002 году создал Центр по вопросам демократии, развития и верховенства закона Стэнфордского университета. И сейчас он является профессором этого Центра. Поэтому мне было очень интересно побывать в его центре и провести в конце ноября 2011 года с ключевыми аналитиками Центра дискуссию о российско-американских отношениях после президентских выборов 2012 года. Следует отметить, что интеллектуальная политическая школа, созданная М. Макфолом в Стенфорде, вызывает большое уважение. Его ближайшие помощники и коллеги – профессионалы очень высокого уровня, хорошо знающие Россию и все постсоветское пространство. Они блестяще владеют информационными технологиями в политической сфере и нацелены на «продвижение» демократии в России. У них сформировалось свое четкое собственное понимание того, какой же должна быть демократия в России и они готовы предложить российским либералам свои

собственные рецепты. Но предложить их тонко, ненавязчиво.

После парламентских выборов, против России началась информационная война (рядом американских и британских СМИ). Например об этом говорят кадры американского телеканала ФОКС.Ньюс о манифестациях с грабежами и пожарами в Греции, будто бы о митингах протеста в декабрьской Москве.

После того, как М. Макфол появился в Москве, информационное давление на российское руководство усилилось. Ведь это связано с нежеланием части британо-американской элиты видеть во главе России В. Путина. М. Макфол, прекрасно знающий все сильные и слабые стороны российской внесистемной оппозиции, участвовавший в создании сети российских неправительственных организаций, финансируемых западными фондами, умело подсказывает эффективные ходы по «продвижению» демократии в России.

Активно действовать М. Макфолл начал. Готова ли к этому российская власть?

## **7.4. Информационная доктрина ОДКБ**

Моя родная страна – великая Россия – сердце Евразии, центра созидательных сил развития человеческой цивилизации на протяжении тысячелетий. Будущее России – это интеграция Евразии.

Прошедшее после Пятидневной августовской войны на Кавказе время показало, что пока все попытки сделать соответствующие выводы после антироссийской информационной агрессии блокируются. Существенное продвижение по данному вопросу осуществлено лишь в ОДКБ в декабре 2010 года.

Главная проблема – это явная «пробуксовка» организационно-управленческих решений в информационной сфере после принятия в 2000 году Доктрины информационной безопасности России, в условиях усиления глобального информационного противоборства и конкуренции в мире. Очевидна недооценка роли информационного компонента развития современной цивилизации и неспособность элиты ОДКБ вести эффективное информационное противоборство в условиях усиления конкуренции в современном мире. Время требует одновременного создания мощных информационно-аналитических и информационно-пропагандистских структур ОДКБ.

Необходимо **создать специальный информационно-аналитический механизм**, который сможет выполнять организационно-управленческие и информационно-аналитические функции по формированию инновационной политической элиты, а также координировать их осуществление. Можно было бы условно его назвать так: **Комитет Информационной безопасности ОДКБ**.

### **Учредители КИБ ОДКБ**

1. Лидеры стран ОДКБ.
2. Правительства стран ОДКБ.
3. Информационно-разведывательные структуры стран ОДКБ.
4. Ведущие государственные и частные СМИ стран ОДКБ.

### **Основные функции**

1. Новая система подготовки информационной элиты стран ОДКБ, которая должна формировать такие личностные качества, как профессионализм, патриотизм, информационную грамотность и активность, инновационное поведение.

2. Интеграция усилий государственных информационно-разведывательных структур стран ОДКБ по организации совместных информационных операций (оборонительных и наступательных) по защите информационно-идеологического пространства стран ОДКБ.

3. Формирование позитивного образа стран ОДКБ в мировом информационном пространстве.

4. Установление конструктивных коммуникаций с глобальными управляющими субъектами мировой политики и отстаивание своих национальных интересов.

**5. Защита Информационной Матрицы ОДКБ (ТРИ Д «*Духовность, Державность, Демократия* »), направленной на формирование комфортного для жизни людей общества, обеспечивающего лидерские позиции стран ОДКБ в мире.**

*В соответствии с Доктриной 2000 года, под информационной безопасностью Российской Федерации понимается состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью интересов личности, общества и государства. Однако за прошедшие годы она не получила системного развития. Срочно необходимо разработать Доктрину информационного противоборства ОДКБ и создать организационно-управленческие структуры, которые были бы способны вести эффективное информационное противоборство в различных сферах.*

*Надо также создать Систему специальных структур информационного противоборства ОДКБ.*

### **Ключевые компоненты системы**

**1. Совет ОДКБ по информационной политике.**

**2. Единый Медиа– и интернет-холдинг стран ОДКБ.**

**3. Комитет информационной безопасности ОДКБ**

**(Служба информационной безопасности, Служба информационной контрразведки, Ситуационный центр анализа и прогноза, Бюро информационного спецназа).**

*В состав экспертного совета КИБ ОДКБ должны войти также представители заинтересованных министерств и ведомств, бизнеса, университетских и академических кругов, СМИ. Вопросы обеспечения информационно-психологической безопасности должны разрабатываться КИБ ОДКБ совместно с государственными структурами стран ОДКБ, занимающимися образованием, информацией, средствами массовых коммуникаций, культурой и т. д.*

### **Информационный спецназ**

*ОДКБ должен иметь подразделения информационного реагирования, или Информационный спецназ. Подразделения ИС должны войти в созданные силы КСОР. Информационный спецназ – это стратегическая информационная разведка ОДКБ, действующая в глобальном информационном пространстве, выстраивающая систему прогнозов и моделирования ноосферы в интересах ОДКБ. Идею создания Информационного спецназа я впервые выдвинул в 2003 году в своей книге «Информационная война и Третий Рим». Однако, к сожалению, авторская идея была реализована не в России, а в США Карэн Хьюз, многолетним доверенным советником американского президента Дж. Буша, в ходе исполнения ею обязанностей заместителя государственного секретаря США по публичной дипломатии.*

Главная задача Информационного спецназа – готовность к эффективным действиям в условиях возможного кризиса, что обеспечивается тщательной предварительной подготовкой, планированием, а также наличием людей, способных реализовать намеченное. Перспективные ЦЕНТРЫ инфоспецназа ОДКБ – Сербия, Сирия, Вьетнам и КУБА.

Система информационного противоборства ОДКБ должна функционировать на четырех уровнях: глобальном, национальном, групповом и индивидуальном. Для того чтобы объединить весь комплекс мероприятий в единое целое, необходимо интегрировать их в

рамках организационно-аналитической системы (ОАС). Она представляет собой систему управления проведением мероприятий и программ информационного противоборства различных уровней.

Дальнейшее развитие ОДКБ требует скорейшего создания эффективной системы информационного противоборства, так как информационная война против России и других стран ОДКБ не прекращается.

## **7.5. Вторая мировая информационная война и интеграция Евразии**

Интеграция Евразии – это выход из тупика мирового кризиса. В последние годы идет активный процесс интеграции евразийского экономического и оборонного пространства, инициированный Россией.

С 1 января 2011 года в рамках Таможенного Союза (Россия, Беларусь, Казахстан) действует полноценная единая таможенная территория с полной свободой обращения товаров за исключением специфических товаров, по которым сохраняется запрет и ограничения. Например, это наркотические средства или другие товары. Это уже привело к резкому росту товарооборота в рамках Таможенного Союза – на 43 %!!! Создание Таможенного Союза – это увеличение темпов экономического роста в полтора раза. С 1 февраля 2012 года начала функционировать Евразийская экономическая комиссия – первый наднациональный орган Евразийского Союза.

У Евразийского Союза должно быть ЧЕТЫРЕ столицы: 1. С-Петербург; 2. Алма-Ата; 3. Киев; 4. Белград.

В качестве Идеологической Формулы Интеграции можно предложить в рамках начала творческой интеллектуальной дискуссии Формулу-Триаду:

1. *Духовные ценности религий Евразии (Православие, ислам, буддизм).*
2. *Русский космизм.*
3. *Общевразийский национализм.*

### **Идеология Евразийского союза – идеология три (3) Д**

- ▶ духовность
- ▶ ДЕРЖАВНОСТЬ
- ▶ демократия

**Славяно-тюркский Союз**, основанный на Идеологии Соборности первого царя Московской Руси Ивана Грозного, соединившего в себе две легитимные ветви евразийской власти – Рюриковичей и Чингизидов.

### **Православно-исламский Союз**

Две крупнейшие религии Евразии длительное время бесконфликтно существуют на евразийском пространстве. Это – уникальное достояние человечества. Православно-исламский союз необходим для формирования евразийского единства.

### **Католический Рим – союзник Руси в деле интеграции Евразии**

После того, как во главе Ватикана встал выходец из Мюнхена, появились реальные предпосылки для начала конструктивного православно-католического диалога. Интеллектуалы крупнейшего Католического Университета мира в Милане с интересом в мае 2010 года отнеслись к моей идее формирования православно-католической модели мирового

развития. В дальнейшем этот диалог был продолжен в ряде других католических университетов (Рио-де-Жанейро и т. д.). Последние политические события в Венгрии, связанные с принятием новой Конституции, говорят о росте влияния католицизма в ряде европейских стран. Представляется вполне назревшим решением создание новой европейской структуры внутри ЕС, под условным названием Католическая Лига. **В Католическую Лигу** Европейского Союза могли бы войти ряд стран и регионов объединенной Европы – Италия, Испания, Ирландия, Франция, Австрия, Венгрия, Чехия, Словакия, Бавария, Польша, Португалия, Словения. Целесообразно также постепенное перемещение ряда центров ЕС из Брюсселя в Мюнхен и в Краков.

## **О потенциальном распаде США и союзе государственников России и США**

В 1998 году я выступил с гипотезой о возможности распада США в 2010 году на шесть частей. Предотвратило распад США создание весной 2009 года нового общественного движения TEA PARTY, выступающего за сохранение духовно-нравственных ценностей, крепкую семью и т. д. (перед активистами движения я выступал в Техасе в ноябре 2009 года). Представители этого движения добились впечатляющих победных результатов на американских выборах 2 ноября 2010 года и сейчас и Рон Пол участвует в президентской избирательной кампании. С моей точки зрения, длительное время внутри американской политической элиты идет ожесточенная борьба. В этом смысле мне кажется, что декабрь 2007 года – это поворотный этап во внутриэлитных американских политических отношениях. То есть стали постепенно доминировать те люди, которые выступают действительно за национальные интересы США, как самостоятельного и независимого от Британской империи государства. Условно я их называю ГОСУДАРСТВЕННИКАМИ. Американские спецслужбы стали освобождаться от тайного управления со стороны британской разведки МИ-6. Государственники США помогли России победить в августе 2008 года и спасти народ Южной Осетии от геноцида. Интересы спасения человеческой цивилизации требуют тесного союза и взаимодействия государственников России и США.

## **Российско-Германский союз – спасение Европы**

Европейский кризис углубляется. *Самым оптимальным вариантом спасения единой Европы является р оссийско-германский союз.*

Германия и Россия – две великие европейские державы, должны предложить совместный план действий по спасению Европы. Российско-германское единство – важнейший фактор выхода мира из тупика глобального кризиса. Пора вспомнить о Ганзейском союзе, столицей которого был славянский город Любек. Именно из района Любека прибыл на Русь князь славян-бодричей Рюрик (сын Умилы, дочери новгородского князя Гостомысла), основатель древнерусского государства. В союзе с германскими городами Гамбургом и Бременом, славянский Любек создал мощный экономический центр европейской интеграции в 13–17 веках. Два крупнейших объединения нашего континента – **Евросоюз (лидер Германия)** и формирующийся **Евразийский союз (Лидер Россия)** – основывая своё взаимодействие на правилах свободной торговли и совместимости систем регулирования, объективно, в том числе и через отношения с третьими странами и региональными структурами, **способны распространить эти принципы на всё пространство – от Атлантики до Тихого океана .**

Наш **интеграционный проект** – Это пространство от Шотландии (Россия должна первой признать независимость Шотландии в 2014 году) до Новой Зеландии. Только так можно спасти Европу.

## **Алгоритм создания Евразийского союза**

- **1 этап** . Объединение трех государств (Россия, Белоруссия, Казахстан) в Евразийский Союз 30 декабря 2012 года.
- **2 этап** . Вхождение в Евразийский Союз Украины, Армении и Таджикистана (до 30 декабря 2013 года). Появление третьего центра Евразийского Союза – **Киева**.
- **3 этап** . Присоединение к Евразийскому Союзу Сербии и Черногории (до 30 декабря 2016 года). Появление четвертого центра Евразийского Союза – **Белграда**
- **4 этап** . Присоединение к Евразийскому Союзу Киргизии, Монголии, Узбекистана (до 30 декабря 2014 года).
- **5 этап** . Присоединение Турции, Шотландии, Новой Зеландии, Вьетнама и ряда других государств.

## **7.6. Идеология Победы России во второй мировой информационной войне**

**Главным идеологом информационной атаки на Россию является агент британской разведки З. Бжезинский** , глубоко внедренный в политическую элиту США в 50-е годы 20 века. Под его руководством аналитики Оксфордского и Йельского университетов, после взятия Триполи, разработали операцию ЦИКЛОН-3, для спасения Доллара от Коллапса за счет России и блокирования интеграционных процессов в Евразии. Операция началась в октябре 2011 года. Но ведь только Россия – шанс мира на выздоровление. Лишь Мессианская Россия – носительница идеи ВСЕЛЕНСКОГО ДОБРА может повести за собой весь остальной мир в новую эпоху Шестого Уклада цивилизации. Духовно-нравственная Русь и может предложить миру новую модель развития – модель Православно-Католическую, модель развития человеческого потенциала, модель конструктивного диалога уникальных цивилизаций для формирования нравственной ноосферы.

По моему мнению, **2 мировая информационная война** будет идти с 2011 по 2020 год. В ней можно выделить три этапа.

### **1 этап – 2011–30 декабря 2012 года.**

Создание Евразийского Союза будет победой на первом этапе 2 мировой информационной войны. Важнейшим условием ее обеспечения является ДЕГОРБАЧЕВИЗАЦИЯ российского общества. Горбачев и его немногочисленные сторонники, являются наследниками той части бездуховной российской интеллигенции начала 20 века, которая поздравляла телеграммами японского императора со взятием Порт-Артура и гибелью экипажа героического крейсера ВАРЯГ. Поэтому необходим **ОБЩЕСТВЕННЫЙ ТРИБУНАЛ** над Горбачевым за развал СССР в Магадане 2 марта 2012 года.

### **2 этап – 2013 – 30 декабря 2016 года.**

При поддержке духовно-нравственной России в США произойдет Вторая Американская революция, революция против коварных и жадных дельцов Либерального Колониализма – работоторговцев, наркодилеров, бездуховных информационных киллеров и финансовых спекулянтов. Начнется постепенный переход финансовой власти в мире от Доллара к валютам БРИКС.

План ЦИКЛОН-3, разработанный под руководством З. Бжезинского, предусматривает совершенно другой сценарий – окончательная фаза развала России намечена на август 2014 года. Важное значение придается в этом плане новому послу США в России М. Макфолу, стороннику «гуманитарной» интервенции с опорой на НПО и правозащитников (14 января 2012 года он приступил к исполнению обязанностей).



## **БРИКС – 2016**

1. Южноамериканский Союз (Бразилия, Перу, Аргентина, Уругвай, Парагвай, Чили).
2. ЕВРАЗИЙСКИЙ СОЮЗ.
3. Индоиранский Союз.
4. Китайский Союз.
5. Африканский Союз (ЮАР, Алжир, Ливия, Ангола, Нигерия, Сирия, Египет, Тунис).

## **3 этап – 2017–9 мая 2020 года**

9 мая 2020 года завершится формирование новой модели мирового развитие, основанной на Диалоге цивилизаций и духовности.

## **Позитивное будущее мира**

1. МНОГОПОЛЯРНЫЙ МИР ОСНОВАННЫЙ НА ДИАЛОГЕ ЦИВИЛИЗАЦИЙ!
2. УКРЕПЛЕНИЕ ООН.
3. РАЗВИТИЕ БРИКС.
4. СОЗДАНИЕ ЕВРАЗИЙСКОГО СОЮЗА.
5. БОЛЬШОЙ КИТАЙ (КНР+ТАЙВАНЬ).
6. ИНДОИРАНСКИЙ СОЮЗ (Индия, Пакистан, Афганистан, Иран, Бангладеш).

## **Идеология Победы – идеология Патриотизма и Консолидации**

Для победы в информационной войне, Россия нуждается в государственной интеграционной идеологии, идеологии интеллектуальной и духовной свободы, патриотизма и державности.

## **Идеология – базовые тезисы**

### ***Патриотизм***

Это чувство гордости своим Отечеством, его славной историей и свершениями. Это память о Ледовом побоище (1242), Полтавской битве (1709) и Курской дуге (1943). Утратив патриотизм, связанные с ним национальную гордость и достоинство, мы потеряем себя как народ, способный на великие духовные свершения. Мы всегда должны прославлять наших великих соотечественников и прежде всего: А. Пушкина, Н. Гоголя, Д. Менделеева, С. Королева, Ю. Гагарина.

### ***Державность***

Россия была, есть и будет великой страной. Держава всегда играла исключительно важную роль в жизни русского народа. Державность – это А. Невский, А. Суворов и Г. Жуков.

### ***Духовность***

В наступающей исторической эпохе главными ценностями становятся знания, информация и коммуникации. Это предопределяет повышение роли творчества и духовности.

Россия должна войти в новую информационную эпоху Шестого Уклада как ведущая мировая духовная держава и всегда чтить идеалы Сергия Радонежского и Серафима Саровского. **Это требует кардинального изменения информационной политики**

государства, прежде всего национальных телеканалов, на которых постоянно присутствуют пошлые, безнравственные передачи, аналога которым нет в мире. Даже 6 января 2012 года, в канун Светлого праздника Рождества, на большинстве российских телеканалов (в том числе и государственных) доминировали не светлые телепрограммы, а темные. В явном меньшинстве в новогодние дни был такой добрый кинофильм ЕЛКИ. Поклонники и выдвигенцы Злых Демонов пока еще «выстраивают» российское информационное поле так, чтобы подавить светлые чувства у людей. Крокодил Гена и Чебурашка, Илья Муромец и Садко должны стать кумирами нашей молодежи!

### *Социальное партнерство*

Это факт, что в многотысячелетней истории России тяготение к коллективным формам жизнедеятельности всегда доминировало над индивидуализмом. Символом нации должны стать Минин и Пожарский!

### *Евразийская интеграция*

Настало время объединения евразийского пространства на основе ценностей Православия, ислама и буддизма, концепции пассионарности Л. Гумилева и ноосферы В. Вернадского.

**Идеология Победы – это сплав, органичное соединение Патриотизма, Державности, Духовности, Социального партнерства и Евразийской интеграции. Важно создать этот жизненно важный для всего мира сплав.**

**Для победы в информационной войне России** необходимо всегда помнить слова Александра Невского – великого русского князя, гения информационной войны. Он провозгласил, на мой взгляд, великолепную формулу достижения Победы в информационной войне: **кто к нам с мечом придет, тот от меча и погибнет.** В информационной войне мы должны иметь щит ВЕРЫ, НАДЕЖДЫ и ЛЮБВИ!!!

Но одновременно должен быть и острый меч, который бы поражал нашего противника. Информационная война – это борьба двух щитов и двух мечей. В нашей стране должен быть крепкий щит и острый информационный меч, а между ними должно быть пространство интеллекта – анализ. Это три составные части информационной войны – воздействие, анализ и противодействие.

Россия должна предпринять активные усилия, для того чтобы создать свой информационный щит и информационный Меч-кладенец.

## **Заключение**

В июне 2011 года я впервые побывал в Сербии. Там было много встреч и выступлений. 9-10 июня в Белграде состоялась 7 Международная конференция BrendFair. 9 июня я выступил на ней с концептуальным докладом (80 минут) и затем ответил на многочисленные вопросы. Кроме того, дал ряд интервью сербским и балканским СМИ, в том числе и в прямом эфире самого популярного национального телеканала ПИНК, а также государственному телевидению и радио Сербии.

Так вот, в ходе бесед с высокопоставленными руководителями армии и спецслужб Югославии, периода войны с НАТО в 1999 году, я нашел полное подтверждение своим собственным аналитическим умозаключениям об этом периоде мировой политики.

Ведь после многодневных бомбардировок ВВС НАТО смогли уничтожить лишь 17

югославских танков из 1500, благодаря эффективной работе сербских спецслужб, которые отработали технологии борьбы с НАТО в ходе боснийского конфликта. У НАТО было всего около 200 танков. В военном плане югославские военные разгромили бы запросто натовских вояк, причем даже не на территории Сербии... Однако С. Милошевич не отдал необходимые приказы и проиграл информационную войну, пойдя на закулисные договоренности с натовскими кукловодами.

Времени для преодоления системного мирового кризиса осталась немного – до декабря 2012 года. Я очень надеюсь на то, что 30 декабря 2012 года будет создан Евразийский Союз. Надеюсь на то, что на президентских выборах в США в ноябре 2012 года победит представитель движения TEA PARTY, движения настоящих патриотов Америки республиканец Рон Пол. После чего блок НАТО прекратит свое существование, а американские войска будут выведены из Германии, Ирака и Афганистана и деятельность ФРС, созданной в 1913 году при поддержке британской разведки МИ-6 для тайного управления США, будет прекращена. Это будет означать, что в США произойдет Вторая Американская революция, революция против коварных и жадных дельцов Либерального Колониализма – работорговцев, наркодилеров, бездуховных информационных киллеров и финансовых спекулянтов – покровителей М. Горбачева. Надеюсь также на то, что Россия станет духовным лидером мира и ядром объединенной Евразии во главе с Владимиром Путиным.

Завершая свою очередную книгу, я хотел бы пожелать читателям обратить особое внимание на информационную войну, понять ее сущность и содержание, чтобы сформировать свои собственные выводы, глядя на существующую реальность.

## Список литературы

1. Войтасик Л. Психология политической пропаганды. – М., 1981. – 277 с.
2. Беспалова А. Г., Корнилов Е. А., Короченский А. П., Лучинский Ю. В., Станько А. И. История мировой журналистики. Москва; Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2003. – 578 с.
3. Драчук В. Дорогами тысячелетий. М., 2001. – 256 с.
4. Информация. Дипломатия. Психология. – М.: Известия, 2002. – 420 с.
5. Контрпропаганда: вопросы теории и практики. – М., 1988. – 240 с.
6. Курносков Ю. В., Конотопов П. Ю. Аналитика: методология, технология и организация информационно-аналитической работы. – М., 2004. – 512 с.
7. Лайнбарджер П. Психологическая война. – М., 1962. – 345 с.
8. Лассуэлл Г. Техника пропаганды в мировой войне. – М.-Л., 1929. – 212 с.
9. Леонов Н. С. Информационно-аналитическая работа в загранучреждениях. – М., 1996. – 96 с.
10. Лисичкин В. А., Шелепин Л. А. Третья мировая информационно-психологическая война. – М., 2000. – 304 с.
11. Панарин И. Н. Информационная война и Третий Рим. – М., 2003. – 244 с.
12. Панарин И. Н. Технология информационной войны. – М., 2003. – 320 с.
13. Панарин И. Н. Информационная война и мировая политика. – М., 2006. – 320 с.
14. Панарин И. Н. Первая мировая информационная война. Развал СССР. – С-Пб., 2010. – 226 с.
15. Панарин И. Н. Мир после кризиса, или Что дальше? С-Пб., 2011. – 226 с.
16. Почепцов Г. Г. Информационно-политические технологии. – М., 2003. – 384 с.
17. Психологическая борьба. Часть 1. – М., 1993. – 117 с.
18. Психологическая борьба. Часть 2. – М., 1993. – 123 с.
19. Психологическая борьба. Часть 3. – М., 1994. – 103 с.
20. Психологическая борьба. Часть 4. – М., 1995. – 52 с.
21. Психология. Словарь. – М., 1990. – 497 с.

22. Расторгуев С. П. Информационная война. – М., 1998. – 415 с.
- 23 Судоплатов П. Разведка и Кремль. М., 1996. —348 с.
24. Яковлев Н. Н. ЦРУ против СССР. – М., 1983. – 464 с.