

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ В ЭКОНОМИКЕ

О. В. Мухин

Воронежский государственный университет

Поступила в редакцию 25 марта 2016 г.

Аннотация: *в статье анализируется использование средств и приемов информационной войны для воздействия на экономику.*

Ключевые слова: *информационная война, рыночная экономика, глобальные экономические процессы.*

Abstract: *the article covers the use of the tools and techniques of information warfare for the impact on the economy.*

Key-words: *information warfare, market economy, global economic processes.*

В современном информационном обществе время передачи информации, важной для принятия тех или иных решений в сфере экономики, благодаря развитой коммуникационной системе стремится к минимуму. В то же время возрастает скорость устаревания информации. Эти факторы позволяют через коммуникационное воздействие влиять на принятие экономических решений.

А. Л. Денщикова выделяет два вида информационных воздействий в сфере экономики: информационную блокаду и информационный империализм. «По мнению западных аналитиков, современные развитые общества примерно в одинаковой мере зависят от стабильности информационных потоков и от материальных поставок. При этом нормальное функционирование ряда сфер экономики и финансов целиком зависит от возможности и своевременности получения доступа к информационным ресурсам. Более того, процессы глобализации мировой экономики и развития неденежной экономики превращают зависимость финансового сектора от информационных и обслуживающих технологий практически в абсолютную. В таких условиях экономическая информационная блокада становится крайне гибким и эффективным методом воздействия на потенциального противника» [1]. В отличие от введения эмбарго или другого вида экономических санкций, информационная блокада часто носит скрытый характер (информационные операции могут быть замаскированы под случайные сбои или хакеров). При этом зачастую используется и открытое государственное давление — к примеру, заморозка счетов стран-противников. Но возможности по применению информационной блокады ограничены степенью контроля над информационными ресурсами в глобальном масштабе, в связи с чем

растет актуальность информационного империализма [1].

Информационный империализм можно определить как доминирование в информационном пространстве отдельных социальных групп и стран, обусловленное их научно-технологическим преимуществом (в первую очередь в разработке компьютерной техники и программного обеспечения), а также эффективным ведением информационных войн. Большой опыт ведения информационного противоборства, как показывает практика, не всегда является решающим фактором для информационного доминирования. К примеру, России в ходе украинского кризиса удавалось выигрывать информационные бои у западных стран при том, что еще во время первой чеченской войны информационное противоборство было проиграно, а коренной перелом в череде поражений наметился лишь во время операции по принуждению Грузии к миру в 2008 году.

«Беспорным лидером» по развитости технологической составляющей А. Л. Денщикова называет США. «Тенденции развития средств телекоммуникаций во многом диктуются американским концерном AT&T, а важнейшее место в рынке предоставления провайдерских услуг (обеспечение доступа в Интернет) принадлежит компании «America OnLine»... Контролируя до трети мирового трафика услуг связи и обладая неоспоримым технологическим и экономическим превосходством, США пытаются создать также и международно-правовую базу для своего лидерства в этой области. Например, в качестве условия подписания Пакта о глобализации рынка связи США выдвигали пакет требований, призванных закрепить нынешнее лидирующее положение Америки и обеспечить ее интересы в этой области в будущем. Удовлетворение этих требований не только создало бы необычайно гибкий инстру-

мент давления в кризисных ситуациях на неугодные политические режимы, но и позволило бы ограничивать доступ иностранных компаний (корпораций, занимающих лидирующие позиции на национальных рынках услуг связи) к обслуживанию международных линий связи с США» [1]. По мнению исследователя, «дальнейшее развитие процесса глобализации возможно по двум сценариям: с учетом приоритета интересов международных организаций либо по пути обеспечения лидерства США» [1].

Органы государственной власти, чье информационное доминирование внутри страны обычно неоспоримо, могут использовать инструменты информационной войны для погашения недовольства населения внутренней экономической политикой, а также для отвлечения внимания от перераспределения средств населения в пользу правящего класса. Подобные манипуляции часто не встречают сильного информационного противодействия. Примером можно назвать проведение рыночных реформ в начале 1990-х годов в России: после так называемого периода «всеобщей гласности» началась информационная блокада экономистов, предупреждавших о губительных последствиях приватизации и задававших «неудобные» вопросы.

Безусловно, инструменты информационных войн призваны закреплять господство правящего класса и заявлять о естественности социального неравенства. Т. Пикетти отмечает, что разница в среднем уровне дохода между странами первого и третьего мира достигает 20 раз: «...На одном конце шкалы находятся страны со средним уровнем дохода в 150–200 евро на душу населения в месяц (Тропическая Африка, Индия), а на другом – страны, где доход на одного жителя достигает 2 500–3 000 евро в месяц (Западная Европа, Северная Америка, Япония), т. е. в 10–20 раз больше». Эти абсолютные величины автор, впрочем, призывает рассматривать как «величины, показывающие масштаб, а не как математически выверенные факты» из-за колебаний обменных курсов и паритета покупательской способности [2].

В. И. Сапунов отмечает, что «последние 20 лет, отмеченные триумфальным шествием неолиберализма, радикально усиливают неравенство как в крупнейших капиталистических странах, так и между странами «первого» и «третьего» мира»: «Однако такая статистика редко комментируется ортодоксальными буржуазными СМИ, а если они все-таки снисходят до комментариев, несправедливость в распределении ресурсов преподносится как нечто натуральное, диктуемое законами природы. То есть законы «рыночной экономики», установленные некой «невидимой рукой», это нечто данное» [3]. По мнению исследователя, нецелесообразно ставить вопрос об обусловленности такой пропаганды на Западе протестантской парадигмой, так как

вопрос о том, что было первично – идеи Реформации или развитие экономических отношений – не предполагает однозначного ответа.

Как и традиционные методы ведения боевых действий, информационные войны имеют одной из главных своих задач нанесение ущерба экономике противника. В последние десятилетия глобальные экономические процессы становятся все более зависимы от информации о политических и экономических преобразованиях в той или иной стране. В связи с этим многократно усиливается возможность воздействия на эти глобальные процессы в пользу одной из противоборствующих сторон за счет корректировки информационного поля или создания «правильного» информационного окружения отдельных событий.

Сильно подвержены влиянию информационных сообщений (о войнах, катаклизмах, изменениях политического строя или резких экономических реформах) валютные и биржевые курсы. Так, выход США из Бреттон-Вудского соглашения во многом был обусловлен предвоенной ситуацией на Ближнем Востоке и ростом цен на нефть. Однако в 70-х годах средства информационного противоборства были еще не так развиты, как сейчас, и причины экономических изменений в мире можно считать относительно объективными. В XXI веке на биржевые или валютные курсы большее влияние оказывают уже не столько сами события, сколько их интерпретация. Так, локальная контртеррористическая операция, по факту не влияющая на экономику страны, но названная «боевыми действиями в отдельном регионе» или «войной», способна спровоцировать снижение индексов национальных бирж и скачок курсов валют. В действенный инструмент информационного противоборства, значительно влияющий на экономику, превращаются и рейтинговые агентства. Наиболее «авторитетные» находятся под контролем нескольких западных стран, при этом как сам авторитет, так и оценки во многом создаются искусственно в интересах этих стран.

С другой стороны, усиление значимости информационного аспекта в глобальной экономике позволяет вести достаточно эффективное противодействие экономическим атакам (как информационным, так и неинформационным) за счет перестраивания информационного поля в нужный для обороняющейся стороны ракурс. Так, эффективным инструментом информационной защиты может быть распространение дезинформации о состоянии своей экономики.

Статистические показатели о состоянии экономики, публикуемые государственными органами, в контексте информационного противоборства не должны рассматриваться как объективные данные об экономическом развитии страны в конкретный момент. Эти сведения должны корректироваться

в той степени, которая необходима для достижения внешне- и внутриполитических целей: убеждения союзников в экономической мощи и стабильности, населения стран-противников – в бессмысленности противоборства, собственного населения и мира в целом – в жизнеспособности государства и существующего строя и т. п.

К примеру, российские власти успешно используют элементы дезинформации для убеждения в неэффективности вводимых экономических санкций Запада. Безусловная необходимость таких действий обусловлена крайней важностью информационной контрсанкционной борьбы как на внешнеполитической арене, так и внутри страны. Для убеждения населения западных стран и собственного населения в неэффективности санкций используется целый ряд приемов – к примеру, представление мнений авторитетных лиц как фактов (при этом сами утверждения часто, хотя и не всегда, бездоказательны или сопровождаются ложными аргументами), переключение внимания с возможного вреда от санкций на пользу от них (в частности, на успех политики импортозамещения). Но особенно эффективными становятся опросы населения. Их результаты даже не требуют корректировки: на волне патриотического подъема российский народ продолжает демонстративно заявлять о том, что не чувствует вреда от санкций или даже ощущает пользу от них. Все эти приемы могут и дальше эффективно использоваться и развиваться с учетом особенностей менталитета русского народа – в частности, легкого формирования стереотипа «весь мир против нас», постоянного поиска внешнего врага и стремления к объединению против него. В этой ситуации профильным государственным органам и СМИ остается только поддерживать эти настроения и отсекаать попытки идеологических диверсий противника, направленные на перевод единого массового порыва в деструктивное для существующего строя русло.

Впрочем, дезинформацией может быть и информация о состоянии экономики противника. Так, западные страны при создании информационного поля вокруг экономической ситуации в России заявляют о «чудовищном ущербе» для экономики страны от санкций. Зачастую такая информация сопровождается описанием «бедствий простого населения» и приведением его «мнений», в которых интересы народа ставятся вразрез с политикой правящих элит. Пока такая дезинформация внутри страны из-за патриотического подъема остается достаточно неэффективной. Однако она способна повлиять как на затрагивающие Россию глобальные экономические процессы, так и на мнение населения западных стран.

Таким образом, глобальное информационное доминирование стран Запада служит закреплению в массовом сознании понятия рыночной экономики как единственно возможной и верной экономической формации. Кроме того, это доминирование используется для оправдания финансовых махинаций и обеспечения необходимых биржевых изменений, для вброса дезинформации о состоянии своей экономики и экономики противника. Тем не менее остальные страны также должны уметь пользоваться информационными ресурсами с целью противостоять глобальному экономико-информационному доминированию Запада и навязываемым им экономическим парадигмам.

ЛИТЕРАТУРА

1. Денщиков А. Л. Экономическая информационная война / А. Л. Денщиков // Внешнеэкономические связи. – Москва – 2007. – № 2.
2. Пикетти Т. Капитал в XXI веке / Т. Пикетти. – Москва : Ад Маргинем Пресс, 2015. – 592 с.
3. Сапунов В. И. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию / В. И. Сапунов. – Издательского Воронежского государственного университета, 2007. – 240 с.

*Воронежский государственный университет
Мухин О. В., аспирант факультета журналистики*

*Voronezh State University
Mukhin O. V., Post-graduate Student*