МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования   
«Национальный исследовательский университет   
«Московский институт электронной техники»

Институт cистемной и программной инженерии и информационных технологий

(СПИНТех)

Постоев Игорь Евгеньевич

Доклад

Информационное оружие как новая угроза, булинг в сетях, фейкньюз

Москва 2020

[Введение 2](#_Toc59455950)

[Глава 1 Общие сведения об информационном оружии 4](#_Toc59455951)

[Понятие информационного оружия 4](#_Toc59455952)

[Информационное оружие как предмет изучения информационной безопасности 5](#_Toc59455953)

[Cпособы информационно-психологического воздействия 6](#_Toc59455954)

[Глава 2 Кибербуллинг 9](#_Toc59455955)

[Вывод 11](#_Toc59455956)

[Литература 12](#_Toc59455957)

# Введение

Системы донесения информации до людей – от газет, телевидения до социальных сетей – на данный момент доступны по всему миру(конечно, не считая бедных, закрытых стран и резерваций). Количество пользователей сети интернет, например, достигло 64% населения Земли. Предложение в интернете высоко – существует множество интернет-платформ новостного, осведомительного, развлекательного, маркетингового характера(направлений всего, конечно, больше). По охвату аудитории они могут иметь условно локальный (местные ТВ, например, Москва 24 – до 2-х млн человек в сутки), региональный (например, блог-платформа «Яндекс.Дзен» - до 20 млн человек в сутки) и глобальный уровни(ВКонтакте - 42 млн пользователей в сутки, Youtube – 150 млн в сутки, 2 млрд в месяц).

Конечно, массовая доступность информации - это прогрессивное достижение. Средства донесения информации за счет, возможно, большого охвата аудитории, как инструмент, могут послужить катализатором действий человека. Такие средства дают больше возможностей в достижении тех или иных целей(автор работы предлагает не рассматривать субъективно мотивы и последствия данных целей, то есть, не описывать их в негативном или позитивном для какой-то стороны ключе, а уделять внимание лишь применяемым способам достижения желаемого).

С другой стороны, известно, что человек подвержен влиянию других конкретных людей, окружения, общества, и может быть подвергнут манипуляции, целью которой в итоге является побудить человека к какому-либо действию. Существуют методы, при помощи которых можно ослабить влияние сознательного, критического мышления, и создать убеждения, когнитивные установки, возможно, даже, приобретенный рефлекс, которые не будут подвергаться критике разума настолько же сильно, как вновь приходящая информация. Таким образом, интернет-пространство дает возможность более эффективного использования данных методов.

# Глава 1 Общие сведения об информационном оружии

## Понятие информационного оружия

Основной целью информационной войны является достижение политических, экономических, военных или иных целей [стратегического](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D1%8F)  уровня, путём воздействия на [гражданское население](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D1%80%D0%B0%D0%B6%D0%B4%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%BE%D0%B5_%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5), власти и (или) [вооружённые силы](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%B6%D1%91%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D1%81%D0%B8%D0%BB%D1%8B) противостоящей стороны, посредством распространения специально отобранной и подготовленной [информации](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F), информационных материалов, и, противодействия таким воздействиям на собственную сторону.

Информационное оружие(ИО) - совокупность средств, применяемых для нарушения информационных ресурсов на стадиях их создания, обработки, распространения и (или) хранения. Существует информационно-техническое и информационно-психологическое оружие. Каждое представляет собой набор средств для проведения информационной атаки или обороны.

Рассмотрим оружие информационно-психологическое. Под воздействием данного ИО происходит изменение процессов не только в информационных, но также и в социальных системах в соответствии с поставленными целями. Основными целями использования такого ИО могут являться:

* формирование общественного мнения в отношении события, явления, предмета, человека, компании, государства и т.п.
* отвлечения внимания общества
* скрытие достоверной информации
* дезинформация и пропаганда

## Информационное оружие как предмет изучения информационной безопасности

Пользуясь сведениями из области информационной безопасности, можно утверждать, что информация обладает свойствами доступности, конфиденциальности и целостности.

В рамках работы, проблема нарушения целостности информации является интересной, ведь данное свойство отображает полноту, точность и соответствие действительности. А нарушение целостности потребляемой обществом информации, будь оно намеренное или случайное, может быть применено для манипуляции общественным мнением. Например, в политике – для реализации политтехнологий: в рамках предвыборной гонки – скрытие негативных черт, возвышение одного и, возможно, клевета в адрес другого кандидата. Возможно, для «отведения глаз», скрытия событий, очерняющих авторитет какой-либо стороны. В СМИ, например, для создания сенсаций, которые не соответствуют действительности(желтая пресса).

Вопрос неавторизованного доступа и разглашения конфиденциальной информации также актуален, ведь вне зависимости от носителя информации – будь он электронный, бумажный, магнитный и т.д, информация может быть рассекречена и использована в различных целях, например, для шантажа или удару по репутации конкретного человека, компании, государства.

С учетом того, насколько развиты в настоящее время средства распространения информации, при наличии роста аудиторий масс-медиа, количества пользователей интернета, последствия нарушения целостности, доступности и конфиденциальности распространяемой ими информации, имеют все большее влияние на общество. А эффективность ИО становится все выше.

## Cпособы информационно-психологического воздействия

Манипуляция массовым сознанием служит ключевым элементом [психологических операций](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D0%BE%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8) и [информационной войны](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%98%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0). Одним из трудов, посвященных манипуляциям в отношении масс, является книга «Манипуляция сознанием», автор которой, Сергей Георгиевич Кара-Мурза, раскрывает суть множества приемов манипуляций. Рассмотрим основные приемы, описанные в данной книге

Язык. Использование «птичьего языка».

Основные признаки птичьего языка – это:

**– сложная и запутанная манера изложения;**

**– сленговые и узкопрофессиональные слова;**

**– длинные предложения, которые можно сократить без потери смысла.**

Если бы говорящий желал, чтобы его сообщение было понято и осмыслено, а не заучено или внушено, то он сделал бы его доходчивым и построил в форме диалога.

Манипуляцией может являться намеренное использование характерных деловым бумагам слов, фраз в речи – канцеляризмов. Пример канцеляризма: «Будучи болен, я не мог пойти в школу. Включимся в кампанию по организации борьбы за подметание улиц. Выпали осадки». То же самое можно было бы сказать простыми фразами: «Я заболел и не мог пойти. Подметайте улицы. Прошли сильные дожди».

Также, докладчик может попытаться вызвать чувства, эмоции актерской игрой. Например, Барак Обама мог использовать такой прием, когда при введении новых мер контроля и продажи оружия в 2016 году, заплакал, вспоминая о жертвах огнестрельного оружия.

Сенсации, срочные новости.

Целью является обеспечить необходимый уровень нервозности и подорвать психологическую защиту. Эта нервозность, ощущение непрерывного кризиса, резко повышает внушаемость людей и снижает способность к критическому восприятию. Под прикрытием сенсации можно либо умолчать о важном событии, о котором публика знать не должна, либо прекратить скандал, который уже пора прекратить — но так, чтобы о нем больше никто не вспоминал.

Информационная волна

Данная операция рассчитана на создание эффекта «снежного кома» — информационные сообщения начнут порождаться СМИ лавинообразно, уже без участия пропагандистов.  Искусственно создается некоторая критическая масса информационных материалов («камешек»), которая по достижении определенного объема начинает распространятся самостоятельно, без дополнительных усилий по ее внедрению. Для информационных волн, как правило, профессионалами пишется базовый текст, который затем делится на фрагменты, фрагменты перемешиваются, какие-то удаляются, добавляются свои вступления и под видом разных авторских материалов распространяются по Сети.

Пример подобной волны: «Как топор миграции вырубает экономику титульной нации». Эта волна имеет период распространения с начала декабря 2017 года и конца марта 2018 года. В волну попало 470 публикаций. Основная тема волны – затраты на мигрантов, которых государство привлекает к работе в России, выше, чем доходы, которые они приносят стране. Прирост волны вызван не каким-то одним популярным пользователем с большим количеством друзей и подписчиков, а многими пользователями и ботами. Причем, оригинальная статья, на которую все ссылались, была удалена.

Ассоциации

Объект в глазах общественности искусственно привязывается к чему-то такому, что воспринимается массовым сознанием как очень плохое (или наоборот — хорошее). Для этой цели широко используются метафоры.

«Сталин — это Ленин сегодня» — советская пропаганда. Также, например, Петр Порошенко в отношении России часто употреблял фразу «Прощай, немытая Россия», когда украинским властям удалось подписать договор об ассоциации с ЕС.

Опережение

Данный прием манипуляции сознанием характеризуется стремлением манипулятора упредить и предвосхитить происходящие информационные события.

Бывает двух типов:

1) Присвоение новости – прием, который подразумевает превентивное использование информации, которая должна появиться в скором времени, что позволяет создать эффект контролируемости событий и репутацию честности средства массовой манипуляции. Например, государственные СМИ весной – летом 2014 г., предвидя реакцию Запада на присоединение Крыма к России, предвосхитили введение санкций против отдельных лиц и государства в целом.

2) Самореклама – использование информации, не связанной с манипулятором, в своих интересах; например, пиар-стратегия А. А. Навального, который активно и демонстративно участвовал почти во всех происходящих в Москве социальных, экономических и политических событиях.

# Глава 2 Кибербуллинг

Кибербуллинг — это травля, оскорбления или угрозы, высказываемые жертве с помощью средств электронной коммуникации, в частности, сообщений в социальных сетях, мгновенных сообщений, электронных писем и СМС. Может иметь различные формы, но цели схожие – либо, заставить объект травли быть уязвленным, либо – самоутвердиться за счет подобных действий, возможно, просто развлечься. Однако, эти мотивы не исключают друг друга.

[Троллинг](http://postnauka.ru/video/73919) — ситуация, когда заинтересованный человек пытается провоцировать других участников беседы на конфликты, создавая в онлайн-сообществе состояние раздраженности. Американский специалист по современным медиа Джудит Донат определяет для троллей – людей, занимающихся троллингом – следующие характерные черты:

* Тролль уходит от прямых вопросов и задает их сам. Таким образом он контролирует коммуникацию.
* Поведение тролля можно охарактеризовать как агрессивное оскорбление. Такой собеседник будет всегда пытаться создать конфликт или эмоциональную напряженность.
* Тролль всегда будет пытаться разрушить конструктивную коммуникацию в сообществе и свести все к бессмысленному спору, ругани.
* Пытается вовлечь в конфликт как можно больше участников. Чем больше людей включаются в коммуникацию, тем больший «успех» тролля.

В 2016 году состоялся перезапуск фильма «Охотники за призраками», в главных ролях которого снимались женщины вместо мужчин. Гендерный вопрос для многих стал поводом к мощному троллингу в отношении создателей, участников фильма. Так, темнокожая актриса Лесли Джонс, была подвержена массовым расистским и сексистким унижениям со стороны троллей. С ее слов, она даже дома чувствовала себя как в ловушке и ничего не могла с этим поделать.

Шейминг  — дискриминационная практика, заключающаяся в критике, высмеивании, унижении людей за что-то, что позиционируется как недостаток, нечто постыдное, неподобающее. Термин «шейминг» образован от англ. shame — стыд. Дословно переводится как «стыдить». Существует множество видов шейминга, который, переносится и в среду интернет:

[бодишейминг](https://plus-one.ru/society/what-is-bodypositive) — высмеивание людей из-за их телесных особенностей, например, полноты (фэтшейминг) или худобы (скинни-шейминг);

слатшейминг — критика людей за проявление их сексуальности;

[экошейминг](https://plus-one.ru/ecology/ecoshaming) — пристыжение людей, не заботящихся об экологии;

виктим-шейминг (виктимблейминг) — возложение вины на жертву преступления или несчастного случая, например, обвинение жертвы изнасилования в провоцировании нападения своим видом или поведением;

Не так давно произошел скандал вокруг выложенного в сеть интимного видео с российским футболистом. Многие интернет-сообщества, СМИ начали выкладывать информацию о событии в свете шейминга, транслируя идею, что вести себя подобным образом – неприемлемо. Однако, затем все больше отдельных личностей и СМИ выступили в поддержку футболиста.

Флэйминг — это вспышка оскорблений, публичный эмоциональный обмен репликами, часто разгорается в чатах и комментариях в социальных сетях. Так как это происходит публично, большое количество людей могут спонтанно подключаться к оскорблениям одной из сторон конфликта. Часто бывает, что одна из сторон ставит целью вовлечение большого количества случайных свидетелей в противостояние.

Киберсталкинг — использование электронных коммуникаций для преследования жертвы через повторяющиеся угрожающие, вызывающие тревогу и раздражение сообщения с намерением напугать жертву угрозой противозаконных действий или повреждений, которые могут быть осуществлены с получателем сообщений или членами его семьи.

Грифинг — это процесс, в котором игроки целенаправленно преследуют других игроков в многопользовательских онлайн-играх. Их цель не победить в игре, а лишить удовольствия от игры других. Их легко можно узнать: они активно используют брань, блокируют отдельные области игры и открыто мошенничают в игре, также они могут использовать более опасные методы воздействия на играющего (например, разместить специально созданную мигающую панель с движущимися объектами, провоцирующую у игроков эпилептический приступ).

Секстинг — это процесс рассылки или публикация фото- и видеоматериалов с обнаженными и полуобнаженными людьми. Чем старше дети, тем выше вероятность их вовлечения в секстинг. Иногда сообщения рассылают в рамках парных отношений, в других случаях преследуют при этом цели травли и нанесения вреда, например выкладывая в интернет обнаженные фото бывшей партнерши в качестве мести за болезненный разрыв отношений. Получение такого рода сообщений может вызвать сильную тревогу у ребенка.

# Вывод

Учитывая рассмотренные эти утверждения, можно сделать вывод, что настоящая информационная среда может служить эффективным инструментом для применения психологических приемов, которыми, за счет обширности инфосреды, можно воздействовать на общество. Также, интернет пространство может быть полем для кибербуллинга, который может иметь негативное влияние как на отдельных людей, так и на общество в целом.

# Литература

1. **Об информации, информационных технологиях и о защите информации: федеральный закон от 27 июля 2006 года N 149-ФЗ.**
2. **С.Г. Кара-Мурза. Манипуляция сознанием /** –**М.:** Эксмо, 2004. – 864c.
3. В. В. Козлов. Основные приемы манипуляции массовым сознанием / В. В. Козлов М. Н. Гордеев, Н. А. Власов. – Вестник ЯрГУ. Серия Гуманитарные науки. 2016. № 4
4. INTERNET USAGE STATISTICS: The Internet Big Picture - URL: <https://www.internetworldstats.com/stats.html> Дата обращения: 13.12.2020
5. **«List of content platforms by monthly active users» – URL:**

<https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_content_platforms_by_monthly_active_users>Дата обращения: 13.12.2020

1. Т.Щеглова. Информационные волны – оружие XXI века / URL: <https://urbanru.ru/t-shheglova-informatsionnye-volny-oruzhie-xxi-veka/> Дата обращения: 21.12.2020
2. How Trolls Are Ruining the Internet / URL: https://time.com/4457110/internet-trolls/