

# МЕТОДЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники*

*г. Минск, Республика Беларусь*

*Бабак К.И., Цмыг Е.Л.*

*Давыдовский А.Г. – канд. биол. наук, доцент*

В информационном обществе управление информационными потоками является одной из приоритетных характеристик сложных социосистем. Особую роль управление информационными потоками приобретает в эпоху распространения социальных сетей, которые объединяют около половины пользователей Интернет. Социальные сети превратились в мощный инструмент информационного противоборства.

Цель работы – обзор принципов и методов информационного противоборства в социальных сетях – это социальная структура множества субъектов-пользователей (акторов), как индивидуальных, так и коллективных. Информационное противоборство в социальной сети направлено на комплексное деструктивное воздействие на информационные системы и информационную инфраструктуру конкурирующей стороны с одновременной защитой собственной информации, информационных систем и информационной инфраструктуры от подобных воздействий.

Объектом информационного противоборства является информационно-коммуникационная система, свойства которой модифицируются под влиянием деструктивных информационных воздействий. Информационное противоборство в социальных сетях используется в маркетинге и менеджменте, миротворческих операциях и подавлении восстаний, провоцировании социальной нестабильности и хаоса.

Информационное противоборство в социальных сетях основано на ряде принципов. Первым из них является принцип информационной асимметрии, основанный на возможности освещения события, исходя из различных его аспектов, формируя различные новости. Асимметричность позволяет причинять серьезный вред сильнейшему противнику, так как она всегда находит слабые места в его симметричной защите. Второй принцип – информационного доминирования – основан на способности собирать, обрабатывать и распределять поток информации о ситуации, препятствуя противнику делать то же самое. Третий принцип направлен на обеспечение стратегического баланса сил в информационно-психологическом пространстве. Он не исключает возникновение конфликтов и источников информационно-психологической агрессии, но требует их взаимной компенсации в качестве основного условия мирного сосуществования конкурирующих субъектов. Четвертый принцип основан на возможности сочетания информационно-психологической борьбы одного из субъектов некоторой коалиции с борьбой этого же субъекта против других субъектов этой же коалиции для достижения своих частных преимуществ. Пятый принцип подразумевает неограниченное использование всех доступных сил и средств для информационно-психологического нападения («война без правил»), включая средства психологического воздействия с долговременными последствиями.

Для достижения целей информационного противоборства в социальных сетях используются различные методы. Одним из них является социальное влияние, реализуемое на основе процессов коммуникации и сравнения. При коммуникативном подходе акторы сети приходят к сходным мировоззренческим представлениям и ценностям, но далеко не всегда к сходным моделям социального поведения. При подходе, основанном на сравнении, акторы косвенным образом копируют поведение других. Причем акторы сети с разными мировоззрениями демонстрируют сходные модели социальной активности. Другой метод – информационно-психологической экспансии – основан на достижении интересов группы акторов путем бесконфликтного проникновения в сферу социальных и духовных отношений других сетевых обществ с целью постепенного и незаметного изменения их системы социальных отношений по образцу, заданному источником экспансии. При этом возрастает степень влияния и контроля со стороны источника экспансии. Третий метод включает информационно-психологическую агрессию, направленную на нанесение противнику ущерба в конкретных областях его деятельности. Четвертый метод – это информационно-психологическая война, причиной которой является конфликт экономических, геополитических, идеологических и иных интересов акторов и их сообществ в информационном пространстве. Целью информационно-психологической войны является достижение информационного превосходства над противником и нанесения ему максимального материального, идеологического, информационного и иного ущерба.

Список использованных источников:

1. Губанов Д.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Модели влияния в социальных сетях М.: Физматлит, 2010. – 228 с.
2. Манойло А. В. Государственная информационная политика в особых условиях, монография. — М.: Изд. МИФИ, 2003. – 388 с.
3. Сухарев, О.С. Элементы маркетингового анализа социальной сети / О.С. Сухарев, Н.В. Курманов.. – Экономический анализ: теория и практика. –2012. – N35 (290). – С. 2–8.