

Секция «Политические науки»

**"Информационная война как инструмент внешней политики (на примере действий США в Ираке)"**

**Баширов Шамиль Юнусович**

*Студент*

*Сыктывкарский государственный университет, Институт гуманитарных наук,*

*Сыктывкар, Россия*

*E-mail: agentxxx91@mail.ru*

В наше время информационно-психологические войны нового поколения становятся эффективным инструментом внешней политики. Цель любой информационно-психологической операции — добровольная подчиняемость общества, которая обеспечивается при помощи технологий психологического воздействия на сознание его граждан. Пиар-компания, сопровождавшая военные действия в Ираке, тому явное подтверждение. Эта акция рассчитана, в основном, на граждан тех стран, которые в той или иной степени негативно относятся к политическому курсу администрации США, при этом в преподносимых зрителям материалах несложно выявить типично манипулятивные приемы работы с информацией. Это позволяет говорить о том, что в информационно-психологической войне, ведущейся в Ираке, под прицелом находятся не только граждане этой страны, но и мы сами.

Информационно-психологическая война, развернутая против Ирака, преследовала много целей. Среди них: снижение морального духа армии и населения Ирака, подрыв авторитета власти С.Хусейна, воспрепятствование возможному развертыванию партизанского движения и привлечение к сотрудничеству госчиновников, высокопоставленных военных и интеллигенции для обеспечения успешного проведения военных действий своих военных сил и недопущения организации мощного сопротивления иракских войск и народного ополчения.

До начала военной операции против Ирака специалистами по международным отношениям США был проведен ряд мероприятий по исследованию морально-психологического состояния и боеготовности армии Ирака на основе анализа опыта их учебно-боевой деятельности. В результате был выявлен в целом низкий уровень психологической готовности и морального духа иракских военнослужащих.

В качестве средств оказания информационно-психологического воздействия на противника командование специальных операций ВВС США использовало листовки, радио- и телевизионные передачи, электронную почту и каналы обычной телефонной связи.

Распространение листовок явилось одним из основных направлений деятельности сил информационно-психологического воздействия. Еще до начала войны печатная пропаганда носила массированный характер. В первые месяцы 2003 г. интенсивность распространения листовок повысилась до 2-3 раз в неделю. За один вылет разбрасывались от 180 000 до 240 000 листовок. По данным Центрального Командования военные силы США в ходе информационно-психологических операций сбросили на Ирак более 40 млн. листовок. Такая массированная психологическая кампания была достаточно успешной. В ее результате группы иракских солдат сдались в плен, выросли противоречия в иракском руководстве, оно утратило контроль над ситуацией в стране.

Помимо листовок, информационно-психологические подразделения использовали и каналы телекоммуникационной связи. В Ираке доступ к Интернету был весьма узкий, так как контролировался государством. Такой «привилегией» пользовались только богатые, обладающие высоким общественным статусом и способностью влиять на принятие ключевых решений. Этот факт активно использовался американцами для осуществления так называемых "e-mail-атак т.е. распространение пропаганды по электронной почте.

Из-за низкого уровня жизни в стране большинство жителей Ирака не имели компьютеров, подключенных к Интернету, телевизоров и спутниковых антенн. Единственной формой получения информации, которое было практически в каждой семье, оставалось радио. Радиопередачи транслировались с борта самолетов психологической борьбы. Основными темами радиопередач были: использование С.Хусейном денежных средств, предназначенных для закупки продовольствия, на производство оружия; невыполнение Ираком резолюций ООН; растрата С.Хусейном национальных денежных средств на строительство своих личных дворцов; проведение испытаний химического оружия на своем народе. В перерывах между сообщениями передавалась традиционная для мусульман музыка и песни на арабском языке. Также радиопередачи велись с территорий соседних государств.

Особое место также занимала и видео пропаганда. Видео пропаганда осуществлялась путем широкого распространения в Иордании и других, сопредельных с Ираком странах видеокассет пропагандистского содержания для последующей поставки их в Ирак. Также армейские операторы передавали записи съемок сражений и взятия в плен иракских солдат крупным информационным агентствам таким как Аль-Джазира, Би-Би-Си и Си-Эн-Эн. Чаще всего, такие съемки проводились в Кувейте на военном полигоне.

Таким образом, части и подразделения информационно-психологического воздействия в ходе подготовки к военной операции провели массированные психологические акции, направленные на обеспечение благоприятных условий для действий американских войск в Ираке. В целом, основные задачи, намеченные американским руководством, были выполнены. Особое внимание при этом уделялось дезинформации руководства Ирака. Анализ опыта психологической борьбы в Ираке позволяет сделать вывод, что военно-политическое руководство Соединенных Штатов рассматривает информационно-психологические операции в качестве одного из важнейших факторов, способствующих достижению победы.

### **Литература**

1. Г.Г. Почепцов. Информационные войны. М.:«Рефл-Бук», 2000
2. Независимое военное обозрение. 2003, 7.
3. Оценка специалистами США эффективности психологических операций в Ираке (В. Сафонов)
4. Проблемы глобальной безопасности. 2003, январь-февраль.
5. Сафонов // Зарубежное военное обозрение. - 2005. - N 6. - С. . 15-21

*Конференция «Ломоносов 2012»*

6. Фролов Д.Б., Воронцова Л.В. Информационное противоборство: история и современное состояние. — М.: Горячая линия — Телеком, 2004
7. Newsweek. 2003, 21 April.
8. <http://www.Back-To-Iraq.com>