

2. *Ирхин, Ю. В.* Политология: учебник / Ю. В. Ирхин. – 2-е изд., доп. – М.: Экзамен, 2007. – 894 с.
3. Политология: учебник / С. В. Решетников [и др.]; под ред. С. В. Решетникова. – Минск: ТетраСистемс, 2010. – 528 с.
4. Политология: учебник / А. Ю. Мельвиль [и др.]. – М.: Москов. гос. ин-т междунар. отношений (Университет) МИД России: ТК Велби: Проспект, 2013. – 624 с.
5. *Пугачев, В. П.* Введение в политологию : учебник для студентов высш. учеб. заведений / В. П. Пугачев, А. И. Соловьев. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 447 с.
6. *Ортега-и-Гассет, Х.* Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет: пер. с исп. – М.: АСТ, 2001. – 509 с.
7. *Хейвуд, Э.* Политология: учебник для студентов вузов. – 2-е изд. / пер. с англ. под ред. Г. Г. Водолазова, В. Ю. Бельского. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 544 с.
8. Окончательные итоги выборов Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.belta.by/politics/view/tsik-belarusi-utverdil-itogi-vyborov-prezidenta-166921-2015>. – Дата доступа: 10.02.2017.
9. *Штрайбман, А.* Совет министров ЕС решил снять санкции с Беларуси. [Электронный ресурс] / А. Штрайбман // TUT.BY. – Режим доступа: <http://news.tut.by/politics/484831.html>. – Дата доступа: 10.02.2017.
10. *Травин, Д.* Эра благоденствия [Электронный ресурс] / Д. Травин // Дело. – 2002. – 25 марта. – Режим доступа: <http://www.idelo.ru/222/25/html>. – Дата доступа: 10.12.2017.
11. Шведская модель: дом на обочине [Электронный ресурс] // Коммерсантъ.ru. Приложение «Guide (Швеция)». – № 104/В (3435). – 2006. – 13 июня. – Режим доступа: <http://www.kommersant.ru/doc/680326>. – Дата доступа: 10.02.2017.
12. Политическое проектирование: глобальное, национальное, региональное измерение: монография / Л. Е. Бляхер [и др.]; под ред. М. Н. Грачева, Н. А. Борисова. – М.: Мир философии, 2016. – 464 с.

(Дата подачи: 20.02.2017 г.)

И. Д. Бондарь

Республиканский институт высшей школы, Минск

I. Bondar

Republican Institute of Higher Education, Minsk

УДК 32.019.51

ИНФОРМАЦИОННЫЙ ШУМ: ВИДЫ, МЕХАНИЗМЫ ФОРМИРОВАНИЯ, ОПАСНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

INFORMATIONAL NOISE: TYPES, MECHANISMS FOR FORMATION, DANGER OF FUNCTIONING

В статье рассмотрено и проанализировано понятие информационного шума, его виды, механизмы формирования в информационном обществе. Также рассмотрены особенности функционирования данного понятия, в сравнении с механизмами реализации сценариев информационных войн. Вследствие чего можно сделать вывод о потенциальной опасности проявлений функционирования информационного шума, в пределах инфор-

мационного поля государства. Это является обоснованием, необходимости работы экспертных групп, по анализу информационных потоков.

Ключевые слова: информационный шум; информационная война; энтропия; негэнтропия; информационное общество.

The concept of information noise, its types, mechanisms of formation in the information society is considered and analyzed in the article. Also features of functioning of the given concept, in comparison with mechanisms of realization of scenarios of information wars are considered. As a result, we can conclude that there is a potential danger of manifestations of the functioning of information noise, within the information field of the state. This is the rationale, the need for the work of expert groups, the analysis of information flows.

Key words: information noise; information war; entropy; negentropy; information society.

В условиях информационного общества, где новостные потоки изобилуют различного рода сообщениями, масса этой информации все увеличивается и к тому же увеличивается и их противоречивость относительно друг друга и отраженной в них социальной действительности. Плюрализм и интерактивность в сети интернет, в среде великого множества источников при возможности обсуждения информационного события ведут к ветвлению точек зрения и их столкновению, что, безусловно, неизбежно и необходимо. Однако различные интернет СМИ, блоггеры и т. д. начинают избирательно формировать контент. Имеется в виду, частичное освещение событий, вырывание кусков из общей картины в ущерб объективности, в угоду целевой аудитории. Это чревато искажением достоверной информации, и поддержкой необходимой точки зрения у потребителя. Занимая свою нишу, следуя политическим и экономическим информационным трендам, они удерживают свою аудиторию, внутри которой формируются устойчивые предпочтения при выборе источника получения информации, и особенностей контекстуального продукта ими генерируемого. Отсюда следует, что проводимая работа с аудиторией позволяет накапливать социальный капитал, который может быть конвертирован в массу граждан с определенными убеждениями и установками, скорректированными под влиянием некорректно поданной информации. Отсюда наглядно представлено, что информация становится товаром, в обществе потребления. Такое состояние ее избытка, сложная структура и формы представления (подачи) формируют многогранное явление – информационный шум.

Геополитическое положение Республики Беларусь, находящейся между государствами с различными ценностно-идеологическими моделями развития, и информационными средами, сформированными под их влиянием. В силу близкого соседства и тесных отношений на международном уровне, информационное поле Беларуси весьма отзывчиво к потокам информационного продукта из этих стран. Часто противоречивого и конфликтного между собой, что требует взвешенного дипломатического «лабиринта» нашего государства, и создания условий для устойчивости информационного пространства внутри страны. Это доказывает необходимость осмысления

такого понятия как информационный шум, его особенностей и связанных с этим явлением эффектов. Также актуальность исследования возрастает при пристальном взгляде на потенциальные возможности влияния и преднамеренного сбивания с толку потребителей информации, при искусственно создаваемых, намеренно применяемых для этого «шумовых манипуляционных эффектов». Целью статьи является раскрытие содержательных характеристик понятий информационного шума и информационной войны, как проявления целенаправленного «зашумления» информационного пространства.

Теоретическая модель, в рамках которой был представлен «информационный шум», была разработана американским ученым К. Э. Шенноном. Модель включает в себя такие элементы как: источник, передатчик, канал передачи, приемник и получатель. Наравне с ними К. Э. Шеннон вводит еще один составной элемент в эту модель – «шум», тем самым отмечая то, что весь процесс передачи сообщения от источника к получателю протекает на фоне помех, затрудняющих прием и обработку информации. В дальнейшем помехи Шеннона в коммуникации стали связывать с понятиями энтропия и негэнтропия. Итак, «информационный шум» проявляется посредством двух основных механизмов, действующих на уровне целостности структуры сообщения. Первым можно назвать энтропию, это внешние факторы, которые искажают сообщение, нарушают его целостность также возможность восприятия. А второй это негэнтропия, это когда искаженное сообщение доходит до реципиента, благодаря возможности последнего к распознаванию информации, однако смысл данных значительно изменяется и представляет ложные или же неполные сведения [1]. Из этого можно заключить, что информационная энтропия, на семантическом уровне сообщений, все увеличиваясь, не может быть преодолена. Или информационное событие исчерпает себя и аудитория потеряет к нему интерес, или логически будет предшествовать ряду других событий достаточно важных и резонансных для того чтобы продолжить это «ветвление» дальше. Во втором случае каждое событие будет широко освещено СМИ, и тем самым будет перезапускать механизм энтропии внутри информационного пространства в цепи логически, семантически и генеалогически связанных информационных анонсов.

Итак, перенесем это на наглядный пример, когда вокруг одного существовавшего информационного события формируется множество вероятностей его подачи, вложенного смысла, ожидаемого эффекта. Эти «вероятности» реализуются «кодировщиками» – журналистами, редакторами, блоггерами, пресс – секретарями т. д. Возможностью повлиять на какой-либо из этих «вариантов», скорректировать его, видиться – включиться в процесс циркуляции информационного продукта. В силу этого, на наш взгляд, и существует необходимость работы государственных СМИ, кроме всех прочих. Негэнтропия может быть представлена через индивида как по-

требителя информационного продукта. При всем разнообразии информации порожденной посредством механизма энтропии, человеку сложно составить целостную и не противоречивую картину интересующего его события, или получить необходимые сведения. Как итог агрегированный им материал из разных источников, с разной подачей и с разным авторским взглядом может быть сильно искажен. Но это коррелируется личными убеждениями, установками и мировоззрением индивида. Таким образом, механизм энтропии проявляет себя на уровне передатчика информации, где информация кодируется. А механизм негэнтропии на уровне приемника и получателя, которые могут быть представлены как одно, в случае примера с индивидом который выступает и как приемник информации и как ее получатель.

Информационный шум подразделяется на два вида относительно природы его происхождения. А именно на преднамеренный и на непреднамеренный. Преднамеренный информационный шум для нас более интересен, так как имеет узконаправленное точечное воздействие, и может проявляться как: вброс, дезинформация, очернение политического оппонента, использование компромата. Его примерами могут послужить PR технологии, направленные на достижение необходимой реакции со стороны целевой аудитории, технологии информационных войн. Непреднамеренный информационный шум возникает без каких – либо целенаправленных действий, а в силу спонтанных неконтролируемых эффектов в потоках информации. Примером может послужить рерайт – компиляция уникального текста с использованием других текстов в сети, и репост – простое копирование контента с других сайтов. В итоге, можно заключить, что существует два механизма формирования «информационного шума» относительно источника: спонтанный и преднамеренный. Но стоит отметить, что существует и технический подход в понимании феномена «информационный шум», но в статье он преднамеренно не рассматривается.

А. Д. Урсул, со своей стороны, подразделяет «шумовые элементы» на возникающие вследствие информационной перегрузки реципиента нерелевантной информацией и на «шумовые элементы», возникающие в результате чрезмерного накопления нужной, но повторяющейся информации. К первой группе информационных шумов исследователь относит рекламный материал и пропаганду. Говоря о рекламном материале, автор признает допустимым присутствие такого рода наполнения в информационном пространстве, но указывает на тот факт, что «выделение части пространства под прямую рекламу и ссылки держателями информационных страниц — явление закономерное и обоснованное, пока оно не переходит рамки этики и здравого смысла». Говоря о пропаганде, прежде всего, А. Д. Урсул отмечает политическую пропаганду, и на продукты комплементарной журналистики, в которых потребителю не сообщается ничего нового и новости (события) отражаются не объективно [1]. Преднамеренно формируемый информационный шум наиболее ярко проявляется в политической среде, через PR тех-

нологии, в основном связанные с предвыборной кампанией. И через пропаганду и политическую рекламу, направленные в сторону формирования необходимого отклика от целевой аудитории, на действия правительства или иной политической силы. Данные действия обостряются и становятся явно заметными в моменты кризисных явлений внутри общества. Поскольку в такие периоды, за счет психологической напряженности части населения, поведение граждан может иметь аффективный отклик. Что позволяет политическим силам, борющимся за государственную власть, эффективнее аккумулировать широкие массы политически активных граждан. Примерами могут послужить: «Арабская весна» (Тунис, Ливия, Египет, Сирия), «Евромайдан» (Украина), «Уксусная революция» (Бразилия), а также протесты против ныне избранного президента США Дональда Трампа. Также методами «информационного зашумления» пользуются различные политические силы, и отдельные их представители. Вторую группу «шумов» автор также подразделяет на две подгруппы. А именно информацию, предназначенную для определенного круга лиц — специализированную/узкоспециализированную, но размещенную в широком доступе. Автор обосновывает это тем, что большая часть встречаемой информации, при поиске требующихся данных, ввиду своей нерелевантности, «отсеивается», однако некоторое ее количество остается в сознании индивида в виде «информационных напластований». И на повторяющиеся сообщения (по преимуществу новостные), информативно идентичные. Сегодня имеет место заимствование информации печатных СМИ из электронных ресурсов – рерайт. В результате потребитель получает единообразные сообщения по всем информационным каналам, приобретая, по сути, нужную, но идентичную информацию [1].

Так же об информационном шуме речь идет и в работе И. М. Дзялошинского и М. А. Пильгун. Исследователи обозначают этим термином процесс дробления информации в СМИ и справедливо подчеркивают, что «шум» может возникать как результат следующих авторских стратегий: сопровождения фактов сложными теоретическими комментариями; приведения многочисленных не совпадающих мнений; быстрого обновления информации [2, с. 102]. Здесь можно наблюдать попытки вычленения и описания методов и механизмов формирования информационного шума как информации отраженной в тексте. Сюда относится как печатный текст, так и текст выступлений (к примеру, когда мы смотрим видео с выступлением). И можно заключить, что материал исследования расширяется до уровня медиатекста, степень влияния которого на психоэмоциональное состояние индивида высоко, благодаря комплексному воздействию на органы чувств (зрение, слух и т. д.). Что подразумевает большую эмоциональную вовлеченность, в сравнении с простым печатным текстом.

Таким образом, мы наблюдаем, что явление информационного шума это результат новых тенденций в подаче информационного продукта средствами массовой информации и массовой коммуникации. Причиной сложив-

шихся тенденций, как видится, стала специфика информационной культуры периода постмодернизма. В информационном пространстве общества постмодерна все больше возникает информационного продукта, мешающего восприятию картины действительности и затрудняющего поиск, обработку, усвоение требующейся информации. Это проблема возникает в следствии действия механизма информационной негэнтропии. Как итог, нерелевантная информация затрудняет ориентацию в информационном пространстве и получение социально значимых для человека данных. Это, в свою очередь, приводит к затруднению ориентации человека в окружающем его мире, нарушаются социальные связи, повышается степень манипуляции аудиторией, реципиенту становится сложнее осмыслить картину происходящего вокруг него. Наблюдается противоречие: с одной стороны, информационная культура должна способствовать пониманию человеком самого себя, своего места и роли в окружающем мире, истории, системе мировых связей; с другой – феномен информационного шума в информационной культуре эпохи постмодерна препятствует данному процессу. Столь сильная роль информационных потоков и их семантической составляющей на общество и различные механизмы регуляции общественных процессов, подразумевает возможность преднамеренного внесения информационного шума. Особенно эффективно такие «помехи» могут проявить себя в сфере экономики и политики, а если быть точным – политических процессов внутри государства. Эти механизмы влияния через информационные сети, и различных информационных агентов известны как информационные войны. Именно возможность с помощью эффектов информационного шума, сторонним воздействием, исказить важную для общественного мнения информацию, накалять «больные точки», растапливать «замороженные» конфликты. И делает необходимым изучение данного явления, в том числе и через экспертизу информационной продукции. Далее мы перейдем к рассмотрению понятия информационной войны, как к проявлению целенаправленного «зашумления» информационного пространства государства. Начать следует с того, что обширное понятие – «информационная война» следует подразделять на две составляющие. С одной стороны, информационная война направлена на «сегмент информационного пространства для оказания информационно-психологического воздействия на определенную аудиторию» [3]. Еще это называют «психологической войной». Психологическая война – это совокупность различных форм, методов и средств воздействия на людей с целью изменения в желаемом направлении их взглядов, мнений, ценностных ориентаций, настроений, мотивов, стереотипов поведения, а также групповых норм, массовых настроений, общественного сознания в целом [4, с. 14]. Тут мы наблюдаем, как эффекты от проявления целенаправленного информационного шума и эффекты, так называемых, психологических войн совпадают. Отсюда можно сделать вывод, что и механизмы их реализации, в большинстве, совпадают: методы политической пропаганды, и ком-

плементарной журналистики. Различные приемы зашумления, препятствуют восприятию и анализу важной информации. А также стратегии подачи информации через СМИ: сопровождение фактов сложными теоретическими комментариями, приведение многочисленных не совпадающих мнений, быстрое обновление информации. Приводят нас к выводу о потенциальной опасности такого явления как информационный шум, в некоторых условиях. С другой стороны, информационные войны направлены на контроль информационного пространства в целом [3]. Это непосредственно и называется информационной войной.

Необходимое условие для достижения целей информационной войны – установление контроля над информационным пространством в регионе. Такой подход имеет целью «связывание» и недопущение противоположной стороне в полном объеме воспользоваться информационным ресурсом [5, с. 362]. Концепция информационной войны, как контроля информационного поля, рассматривается в военной доктрине США. В настоящее время разработанная Пентагоном модель ведения информационной войны реализуется на двух уровнях: государственном и военном. На государственном уровне цель информационного противоборства, в широком смысле, заключается в ослаблении позиций конкурирующих государств, подрыве их национально-государственных устоев, нарушении функционирования государственной системы управления, методами информационного воздействия на политическую, дипломатическую, экономическую и социальную сферы, проведения различных деморализующих пропагандистских акций [6]. Всевозможные методы манипулирования информацией на этом уровне обычно решают задачи защиты национальных интересов, предупреждения международных конфликтов, пресечения террористических и провокационных атак, а также контроля над безопасностью национальных информационных ресурсов. Кроме того, на военном уровне информационные операции представляют собой комплекс мероприятий, проводимых в масштабах вооруженных сил государства, их видов, объединенных командований в зонах, и являются составной частью военных кампаний. Они направлены на достижение информационного превосходства над оппонентом (в первую очередь в управлении войсками) и защиту своих систем управления. Для этого могут использоваться любые военные и технические силы и средства, имеющиеся в распоряжении, при формальном соблюдении правовых, моральных, дипломатических, политических и иных норм. Перед военными впервые поставлена задача воздействия на противника еще в угрожаемый период (до начала активных боевых действий) с тем, чтобы обеспечить выгодную направленность процессов управления и принятия решений противостоящей стороной [6]. Из сказанного можно заключить, что информационная война является очень многогранным явлением. Однако привычным для многих является понимание информационной войны, как идеологического и психологического противоборства, где используются

явные и скрытые каналы информационного воздействия. Стоит заострить внимание на этом подходе – так как, сущность понятия информационной войны более полно раскрывается в русле рассмотрения информационной войны как войны психологической. Информационная война – целенаправленное воздействие на информационные потоки, информационную среду объекта для формирования необходимой, оказывающему воздействию субъекту, позиции либо убеждений. Суть этого процесса – искажение сообщений через «помехи», а именно, информационный шум, а так же содержанием, количеством, формой и методом трансляции новой информации. В результате, при умелом воздействии можно создать необходимый материал, который не будет выглядеть откровенной дезинформацией или искажением фактов, как таковым, а будет представлять из себя эксклюзивный информационный продукт. Информационное воздействие – совокупность информационного ресурса и методов его распространения и применения, с помощью которых субъект информационного противоборства стремится повлиять на оппонента противоборства. Пока поведение объекта информационного воздействия соответствует интересам субъекта, который оказывает воздействие, или, по меньшей мере, является предсказуемым для последнего – можно считать такое информационное воздействие успешным. Кроме того, специфика информационной войны сводится к тому, что различными техническими, манипуляционными средствами оказывается влияние на создание содержательных установок у объекта, выгодные субъекту информационной войны. Сформированные этими средствами установки, идеи или убеждения влияют на принятие решений и поведение объектов, подвергнутых такому влиянию. При помощи, манипуляции информацией, представляется возможным повлиять не только на процесс принятия решений или процесс распределения властных полномочий, но и на саму организацию государственной власти, на политический строй в целом.

Подводя стоит отметить, что проблематика контроля информационных потоков становится вопросом государственным. Можно утверждать, что от этого зависит стабильность государственной системы и государства в целом, как независимого субъекта международных отношений. Помимо сферы политики изучение содержания, формы, методов трансляции и проявления информации в материальном мире представляет неподдельный интерес для научных кругов. Постоянный информационный обмен стал основой жизни современного человека. Следует понимать, что наш мир объят информационными потоками и при этом является полем столкновения государственных интересов. В современных условиях сжатого времени и пространства – «глобальной деревни», необходимо выстраивать свою систему информационной безопасности, что очень актуально для такого маленького государства как республика Беларусь. Положение Беларуси на пересечении часто противоречивых информационных потоков из соседних государств, порождает высокую информационную зашумленность внутри страны. В

таких условиях обычному гражданину, как потребителю информационного продукта непросто ориентироваться. К тому же возможные риски от проявления не контролируемого информационного шума в политически значимых вопросах и сферах могут негативно повлиять на государственную систему в целом. Поэтому крайне важным становится анализ потоков информации, информационной продукции, привлечение к этой работе специалистов. Формирование экспертных групп, и аналитических центров для работы в этом направлении.

Список использованных источников

1. *Евдокименко, Е. Ю.* Понятие информационного шума в социально-гуманитарных науках / Е. Ю. Евдокименко // Молодой ученый. – 2013. – № 10. – С. 564–566.
2. *Дзялошинский, И. М.* Пропаганда в системе гражданской коммуникации: век минувший и день сегодняшний / И. М. Дзялошинский // Системные изменения в массовых коммуникациях и Медиатекст: сб. науч. ст. – М., 2011. – С. 4–46.
3. *Березин, С.* Различия между психологическими и информационными войнами [Электронный ресурс] / С. Березин. – 2014. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/opsywar3.htm>. – Дата доступа: 13.11.2016.
4. *Крысько, В. Г.* Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) [Электронный ресурс] / В. Г. Крысько. – 1999. – Режим доступа: <http://dere.kiev.ua/library/krisko/000.shtml>. – Дата доступа: 19.11.2016.
5. *Почепцов, Г. Г.* Психологические войны / Г. Г. Почепцов. – М.: «Рефл-бук», 2000. – С. 523.
6. *Жуков, В.* Взгляды военного руководства США на ведение информационной войны [Электронный ресурс] / В. Жуков. – 2001. – Режим доступа: <http://psyfactor.org/infowar2.htm>. – Дата доступа: 19.11.2016.

(Дата подачи: 20.02.2017 г.)

А. И. Веруш

Академия управления при Президенте Республики Беларусь, Минск

A. Veruhs

The Academy of Public Administration under the aegis of the President of the Republic of Belarus, Minsk

УДК 355:34

ПОНЯТИЕ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ

THE CONCEPT OF SOCIAL AND POLITICAL SECURITY AND ITS MAIN COMPONENTS

В статье на основе современного содержания концепции безопасности, дается определение социально-политической безопасности как составляющей национальной безопасности. Определяются ее слагаемые, а также их специфика в Концепции национальной безопасности Республики Беларусь.