

© Бухарин С.Н., Цыганов В.В., Бочкарева Ю.Г.  
Bucharin S., Tsyganov V., Bochkareva Y.

## ПРОВОКАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОТИВОБОРСТВЕ

### PROVOCATION IN THE INFORMATION CONFRONTATION

**Аннотация.** Провокация — это специальная информационная операция, вынуждающая конкурентов использовать проигрышную для себя стратегию. Провокация — важный элемент многих информационных войн. Причинами выбора конкурентом губительной стратегии являются слабости руководства и его команды, в частности, некомпетентность, корыстный интерес лиц, готовящих и принимающих решения, а также особенности их психики. Использование слабостей конкурента основано на методологии обмана и манипуляции сознанием, выявлении «слабых звеньев» в его команде, содействии выдвижению в ней агентов влияния, некомпетентных и амбициозных менеджеров. При информационном воздействии на лиц, принимающих решение в команде конкурента, используют фундаментальные адаптивные архетипы и теорию перспектив.

**Annotation.** Entrapment - special information operations, compel the opponent to use strategy losing for itself. Provocation is an important component of information warfare. Reasons for choosing a competitor destructive strategy is weakness leadership and his team, in particular, incompetence, self-interest-makers preparing and making decisions, as well as features of their psyche. Competitor's weakness is the base on the methodology of deception and manipulation of consciousness, to identify "weak links" in his team, promoting the nomination of agents of influence in it, incompetent and arrogant managers. On the persons, making the decision in team of the competitor, in the time of information impact, is apply fundamental adaptive archetypes and the theory prospect.

**Ключевые слова.** Воздействие, информация, провокация, стратегия, конкурент, рефлексия, конфликт, неопределенность, риск, манипуляция, коалиция, алгоритм.

**Key words.** Impact, information, provocation, strategy, competitor, reflection, conflict, uncertainty, risk, manipulation, coalition, algorithm.

Провокация – подстрекательство, побуждение лиц, групп и организаций к действиям, которые могут повлечь за собой тяжелые последствия. Ее часто используют в информационных войнах [1,2]. Она позволяет ускорять или тормозить и срывать программы информационных войн. Провокацию применяют в активных интервенциях и механизмах дестабилизации. При их разработке используют методологию манипуляции личностью [3,4]. Провокация является важным элементом системы манипуляции личностью. В ней используют адаптивные архетипы манипуляции, в том числе фундаментальные [5]. Провокация может быть результатом специ-

альной операции, вынуждающей соперника (конкурента) воспользоваться проигрышной для него стратегией.

### Стратегии провокации

Стратегия провокации состоит в организации информационной борьбы таким образом, чтобы ресурсы соперника использовались против него самого. Центр информационного противоборства, осуществляющий провокацию, называют провокатором. Многие известные политики, полководцы, менеджеры были искусными провокаторами. Как любая операция информационной войны, провокация включает последовательность целе-

Бухарин Сергей Николаевич – кандидат физико-математических наук, старший научный сотрудник, ИПУ РАН, тел. +7(495) 580-48-80;

Цыганов Владимир Викторович – доктор технических наук, профессор, главный научный сотрудник, Институт проблем управления им. В.А.Трапезникова РАН, тел. (495)334-91-91;

Бочкарева Юлия Геннадьевна – кандидат технических наук, доцент, профессор Российской академии естествознания, Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства, Пензенский филиал.

Bucharin Sergey – the candidate of physical and mathematical sciences, the senior research scientist, IPM RAS, tel. +7(495) 580-48-80;

Tsyganov Vladimir – doktor of engineering sciences, chief researcher of VA. Trapeznikov Institute of control sciences Russian academy of sciences, tel.(495)334-91-91;

Bochkareva Julia – candidate of technical sciences, associate professor, Russian state university in Penza.

направленных информационных воздействий на ее объект, заинтересованных лиц и соперников.

Спровоцировать соперника — значит добиться того, чтобы он в результате целенаправленных информационных воздействий воспользовался невыгодной для себя стратегией. Отсюда следует, что надо знать множество заведомо проигрышных стратегий соперника (конкурента). Далее следует подумать, как заставить его выбрать одну из этих стратегий в качестве руководства к действию.

Провокация может быть особенно эффективна, если в число заинтересованных лиц входит могущественный Центр, не участвующий в информационной войне. В этом случае главная цель информационных воздействий — ввязать соперника в конфликт с этим Центром, который либо уничтожит соперника, либо

истощит его ресурсы. Если же соперников несколько и они образуют коалицию, то провокация включает информационные воздействия, направленные на то, чтобы хотя бы один их участников принял стратегию, разрушающую эту коалицию.

Стратегию провокации можно назвать стратегией управляемого оптимизма. Она предполагает, что соперник (конкурент) выберет для себя провальную стратегию, что в общем-то маловероятно. Поэтому использование данной стратегии сопряжено с большими рисками. Однако стратегия оптимизма становится весьма привлекательной, если можно использовать слабости соперника, возникающие в условиях неопределенности.

Процедура организации и алгоритм провокации представлены на рис. 1



Рис.1. Процедура организации и алгоритм провокации

### Слабости руководителей

Основные положения теории перспективы, которые можно использовать при оказании воздействия на лиц, принимающих решения, представлены в табл. 1.

- повышенное внимание к маловероятным событиям, связанным с драматическими последствиями, и игнорирование более вероятных, рутинных событий;
- разное восприятие расходов и возмещаемых по-

Таблица 1

### Слабости людей при неопределенности

Наименование положения теории	Определение положения теории	Следствия из положения теории
Асимметрия принятия решений	Асимметрия подходов к принятию решений, направленных на достижение выигрыша и решений, направленных на избежание проигрыша	Люди не столько избегают неопределенности, сколько не приемлют потерь. Размеры потерь всегда кажутся больше размеров приобретений. Оценка рискованной возможности гораздо больше зависит от точки отсчета (нормы) выигрыша или проигрыша, чем от оценки конечной величины богатства, приобретаемого в результате игры. Решение определяется не тем, насколько человек станет богат, а тем, сделает ли его принимаемое решение богаче или беднее. Крупный случайный выигрыш вызывает более длительный интерес игроков, чем постоянные малые выигрыши
Инвариантность поведения (если А лучше В, а В лучше С, то разумные люди выберут А, а не С)	Положение теории об инвариантности не выполняется при непоследовательных решениях, например, в случае, когда проблему представляют в разных формулировках	Отсутствие логики оказывается явлением универсальным и устойчивым. Неприятие потерь в сочетании с самолюбием толкает игроков цепляться за свои ошибки в тщетной надежде на то, что когда-нибудь рынок (ситуация) их поддержит и они отыграются. Нелогичность часто принимает форму ментального учета — процесса, в котором единая ситуация разделяется на компоненты. Поступая так, человек не замечает, что решение, затрагивающее каждый отдельный компонент, влияет на ситуацию в целом. Итогом оказывается противоречивость ответов на один и тот же вопрос
Неприятие неопределенностей	Люди предпочитают риск с известными вероятностями исходов риску с неизвестными вероятностями исходов	Люди предпочитают неизвестные вероятности в тех ситуациях, в которых они чувствуют свою компетентность и известные вероятности в ситуациях, в которых они чувствуют себя некомпетентными. Неприятие неопределенности порождается чувством некомпетентности и проявляется в одновременной оценке ясных и туманных перспектив. Оно уменьшается или исчезает вовсе, если оценивается каждая перспектива по отдельности

Особенность информационной войны (как и любой другой) — риск и неопределенность ее результатов. Она меняет поведение людей, делает его менее рациональным из-за дефицита времени и естественных эмоций. Исследование поведения людей в условиях неопределенности и риска [6] раскрывает стереотипы поведения, не учитываемые сторонниками рационального принятия решений. Эти стереотипы обусловлены двумя человеческими слабостями:

- эмоциями, мешающими самоконтролю, который необходим для рационального подхода к принятию решения;

- нежеланием и неспособностью разобраться и понять, с чем они имеют дело, вследствие чего используются субъективные методы измерения.

Теория перспективы объясняет:

- непоследовательность восприятия риска, от полного его непонимания до безрассудства в принятии решений;

- пренебрежение системным подходом и углубление в частности;

- непонимание того, сколько нужно информации и когда она избыточна;

терь при одном и том же их влиянии;

- принятие решения в условиях риска (оно начинается с чисто рационального подхода, но затем полученное решение распространяется на всю ситуацию в будущем в надежде на благоприятный исход).

Руководители соперника — тоже люди. Поэтому в условиях неопределенности и риска, неизбежно возникающих в процессе информационной войны, они могут проявлять указанные слабости. Это особенно опасно, если неприятие неопределенности порождается чувством некомпетентности.

### Некомпетентность руководителя и его команды

Перечислим условия, способствующие выбору соперником губительной для него стратегии, а также манипуляции участниками противостоящей коалиции и нейтрального Центра. Во-первых, это некомпетентность руководства и его команды; во-вторых — корыстный интерес лиц, принимающих решение; в-третьих — особенности психики руководителей и ключевых членов их команд. Обычно если выполняется первое условие, то возникают и остальные. Поэтому для успеха про-

**Использование архетипов**

вокации достаточно некомпетентности руководства и его команды.

Для того, чтобы этим воспользоваться, необходимо:

- владеть методологией обмана и манипуляции сознанием[3];
- уметь выявлять среди лиц, принимающих решение, «слабые звенья», использовать их корыстный интерес и амбиции;
- способствовать выдвижению на руководящие посты в стане объекта манипуляции некомпетентных ам-

Некомпетентный руководитель может нанять талантливых исполнителей, а может оказаться авторитарным болваном, концентрирующим вокруг себя серость и коррупцию. В последнем случае руководитель становится легкой добычей манипуляторов. Для манипулирования некомпетентным руководителем эффективно применение фундаментальных адаптивных архетипов [5]. Возможные способы их практического использования представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Использование фундаментальных адаптивных архетипов**

Фундаментальный адаптивный архетип	Возможные способы использования
Социального доказательства	Некомпетентный менеджер всегда действует по шаблону, поступая «как все». Зная набор стандартных решений, можно спрогнозировать поведение некомпетентного соперника, а далее воспользоваться архетипом последовательности
Последовательности	Применение данного архетипа манипуляции облегчает склонность соперника к стандартным решениям. Зная набор тривиальных решений, необходимо просто выбрать наиболее приемлемые для вас и найти способ подтолкнуть его на первый шаг в сторону реализации настоящего решения, тем самым включив архетип последовательности
Благорасположения	Некомпетентный руководитель, как никто другой, склонен доверять себе подобным. Следовательно, манипулятор (переговорщик) должен иметь образ некомпетентного менеджера, используя одежду, «образ мышления», «ценности» и т. п.
Авторитета	Для некомпетентного менеджера авторитетом всегда является вышестоящая инстанция (хозяин). Организуйте или сфальсифицируйте управляющий сигнал от хозяина, и дело будет сделано
Обмена	Услуга за услугу: «Ты мне — я тебе». Архетип обмена: мы тебе Нобелевскую премию, а ты закрой глаза на разрушение Родины, острова — за видеоманитофоны, шельф — за право быть похлопанным президентом США по плечу... Масштаб некомпетентного руководителя позволяет легко «купить» его за стеклянные бусы, обещание избежать ответственности, сохранения свободы и благополучия
Дефицита	Умелая утечка секретной, конфиденциальной информации может спровоцировать соперника на действия по заданной вами стратегии

бициозных менеджеров или агентов своего влияния и не жалеть на это денег.

В любой команде есть один или два лица, принимающих решения (ЛПР), и люди, готовящие решения (ЛГР). Все остальные «подносят кофе и патроны». ЛПР и ЛГР могут быть неформальными лидерами. Решение может принимать не король, а его фаворитка, становящаяся ЛПР. А это решение готовит не тот, кому это положено по штатному расписанию, а один из подчиненных ему мелких чиновников. Последний и есть неформальный лидер — ЛГР. Формальные и неформальные лидеры образуют иерархические цепочки и имеют разный «вес». Если лидер сильный и авторитарный, основные ресурсы следует направлять на работу с ним. Если лидер слаб — работать с фаворитами и лицами, принимающими и готовящими решение. В первую очередь следует «вычислять» неформальных лидеров, а затем с ними работать. Ведь именно они являются наиболее доступными объектами манипуляции.

Механизм провокации относится к механизмам рефлексии [5]. Архетип «Рефлексия» – адаптивный архетип, в котором роль субъекта играет социальная группа, состоящая из Ученика и Вожака (Авторитета, см. рис.2).

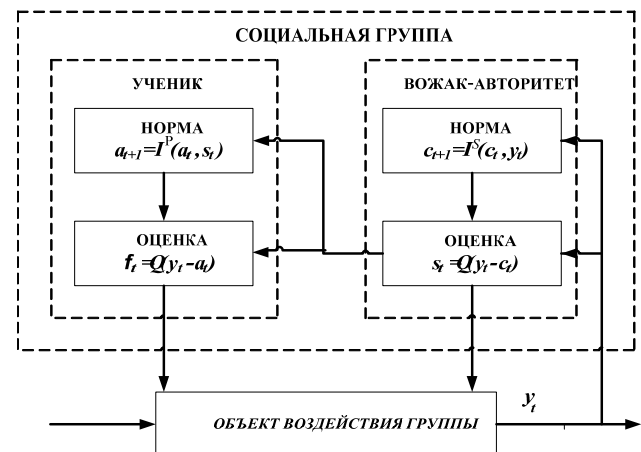


Рис.2. Архетип «Рефлексия» и рефлексивный механизм

Рефлексивный механизм функционирования основан на рефлексии, обусловленной авторитетом Вожака и доверием ему Ученика. При этом Ученик основывается на поведении другого члена социальной группы – Вожака, выбору которого доверяет, считая его обоснованным и правильным. Каждое его решение в процессе обучения повторяет решение Вожака. Одновременно Ученик обучается, используя процедуру обучения, опознаванию образов и считая решения Вожака указаниями Учителя. В роли провокатора в архетипе «Рефлексия» выступает Вожак, предпринимающий действия, поддерживаемые его сторонниками из группы поддержки сначала рефлексивно, а затем по мере обучения все более и более осознанно. После завершения процесса обучения сторонников надобность в провокаторе отпадает. Успеху провокации способствует некомпетентность, корыстный интерес и внушаемость лиц, принимающих решение.

### Психологические портреты руководителей

Провокация может быть основана на особенностях психологии руководителя и ключевых членов его команды. Поэтому на каждого принимающего и непосредственно готовящего решение разрабатывается психологический портрет. Для этого собирают и используют следующие данные:

- базовые свойства — темперамент, особенности мышления, восприятия, самооценка, родительские установки;
- компенсаторные свойства — способы адаптации, защитные механизмы в их позитивном и негативном для личности проявлении;
- «точки риска» — ситуации, являющиеся разрушительными для стабильности личности и ограничивающие эффективность поведения.

На основе этих данных разрабатывают схемы взаимодействия с каждым объектом. Одна из целей психологического описания личности — вычленение основного внутреннего конфликта, который влияет на ее мотивацию. Этот конфликт порождает защитные механизмы, анализ которых позволяет делать прогноз поведения и определять «слабые места» объекта. Зная их для каждого ЛПР и ЛПР, от которого зависит стратегия поведения объекта, можно оказать на них эффективное информационное воздействие и добиться губительной стратегии поведения соперника. Так, например, тщеславие делает человека управляемым. С этим его качеством бороться практически невозможно. Тщеславный человек предсказуем. Тщеславие, как и излишняя эмоциональность и темперамент, губило и выдающихся людей.

В условиях коррупции, нетрудно сделать так, что-

бы соперник следовал губительной для себя стратегии. Достаточно дать взятки лицам, принимающим и готовящим решения, и они обеспечат нужное управление, готовящее победу в информационной войне. Поведение объектов манипуляции будет следовать воле взяткодателя. Поскольку это секрет полишинеля, данную стратегию приходится реализовывать в условиях конкуренции.

### Механизмы устранения конкурентов

Глобальный центр капитала (сегодня это США), стремящийся к мировому господству, всегда ставит своей целью уничтожение региональных центров капитала. Так было при победе США в «холодной войне» над СССР и уничтожения альтернативного восточного центра капитала, выстроенного народами нашей Родины ценой тяжелого труда и лишений.

Итоги устранения главного конкурента подвел президент США Б. Клинтон в докладе на закрытом совещании начальников штабов в 1995 г.: «Последние 10 лет политика в отношении СССР и его союзников убедительно доказала правильность взятого нами курса на устранение одной из сильнейших держав мира, а также сильнейшего военного блока. Используя промахи советской дипломатии, чрезвычайную самонадеянность Горбачева и его окружения, в том числе и тех, кто откровенно занял проамериканскую позицию, мы добились того, что собирался сделать президент США Трумэн с Советским Союзом посредством атомной бомбы. Правда, с одним существенным отличием — мы получили сырьевой придаток, неразрушенное атомом государство, которое было бы нелегко создавать. В ближайшее десятилетие на этом стратегическом направлении нам предстоит решение следующих проблем:

- расчленение России на мелкие государства путем межрегиональных войн, подобных тем, что были организованы нами в Югославии;
- окончательный развал военно-промышленного комплекса России и армии;
- установление нужных нам режимов в оторвавшихся от России республиках. Да, мы позволили России быть державой, но империей будет только одна страна — США» [7].

Сегодня, однако, сквозь текущую экономическую ситуацию появляются признаки перемещения глобального центра капитала из США, появляются новые потенциальные центры финансовой власти в Европе и Азии, которые заинтересованы в падении тирании доллара. Для надежд на это у них есть основания, поскольку США перестали быть глобальным центром реальной экономики. Набранные силу

производители в других регионах претендуют на свою долю в управлении финансовыми потоками. На дестабилизацию глобального центра капитала может повлиять этноцентрический капитал (европейский, китайский) при переводе его в региональные центры капитала, что можно рассматривать, как стратегический путь перемещения глобального центра капитала. Сами США также уязвимы, поскольку хрематистическая эволюция ценностей в стране пребывания глобального центра капитала приводит к снижению рождаемости. Высокий уровень жизни магнитом притягивает сюда население из ближайших центров человеческого капитала в Латинской Америке.

Как всегда, для управления эволюцией необходима новая идеология. Речь идет о возможном изменении самих либеральных ценностей, суть которых выражают демократизм и облегченная религиозность (тот же американский протестантизм). Могут возникнуть другие парадигмы и люди, которые будут их отстаивать. Ведь глобализация уже случалась и раньше: христианство, марксизм, ленинизм распространялись по всему миру, отказывая глобальное влияние. Нынешний этап глобализации отличается тем, что, во-первых, изменения происходят не за столетия, а за десятилетия. Во-вторых, совершенно другими стали способы доставки информации — любая точка расположена рядом с нами.

Около десяти лет тому назад возникло несколько точек потенциальной концентрации капитала: Юго-Восточная Азия, Китай, Россия, Япония, Европа. Хотя арабские нефтедобывающие страны сосредоточили значительные финансовые средства, они до сих пор интегрированы в финансовую систему США. Поэтому они не заменят глобальный центр капитала, а могут только рухнуть вместе с ним. Япония тоже зависит от арабской нефти. В других потенциальных центрах капитала хрематистическая элита организовала управляемые конфликты и другие механизмы дестабилизации. Развал СССР свел на нет возможность сохранения восточного центра капитала. Китай неоднороден по экономическому развитию — основной экономический потенциал сосредоточен на побережье, а для континентальной части характерен низкий уровень. Экономика Китая зависит от экспорта в США. Страны Юго-Восточной Азии подверглись разрушительному кризису 1997-1998 гг., вызванному финансовой партией США с помощью неустойчивых финансовых рынков.

Последние шесть столетий глобальный центр капитала находится на побережье Атлантического океана. Из них пятьсот лет ГЦК мигрировал по западной оконечности Европы, а в прошлом столетии перекочевал на Западное побережье Атлантики. Куда он может мигриро-

вать? Вряд ли в Китай — ведь его конфуцианская система очень далека от облегченного протестантизма. Учитывая, что последние шестьсот лет глобальный центр капитала мигрировал по берегам Атлантики, где для него были созданы более благоприятные условия, имеется два варианта — статус-кво и возврат в объединенную Европу.

Исторический процесс определяется изменением системы ценностей общества и производных от них механизмов [1]. Если либеральные ценности смогут заменить традиционные, исторически сложившиеся в других цивилизациях, а значит, и изменить локальные механизмы эволюции, то глобальный центр капитала останется на американском континенте. Противостоять глобальному центру капитала могут лишь цивилизации, основанные на других системах ценностей и производных от них механизмах. Впрочем, по части попыток создания новых систем ценностей и механизмов социально-экономической эволюции нам опыта не занимать. Для обеспечения стабильности глобального центра капитала, хрематистическая элита использует имеющиеся в ее распоряжении механизмы социальной эволюции в религиозной, национальной, расовой сферах и др. На программы устранения конкурентов глобальный центр капитала выделяет огромные средства, стягиваемые со всего мира. Для реализации механизмов хрематистической эволюции хрематистическая элита использует «белые», «серые» и «черные» механизмы. «Белые», легальные механизмы — это управление с помощью международных финансовых учреждений — МВФ, ВБ, ВТО и др. «Серые» механизмы — это полуполигальные механизмы, наподобие атаки на английский фунт, предпринятой при неограниченной поддержке банков ГЦК. «Черные» механизмы — это механизмы дестабилизации, включающие тайные операции, управляемые конфликты, поддержку терроризма и сепаратизма, революции и войны [1,2]. Во всех этих схемах хрематистическая элита предлагает в качестве кумира или приманки «золотого тельца». Например, финансовые игроки принимают правила игры и становятся членами хрематистической партии. С одной стороны, способности человеческого мозга к принятию объективных решений объективно ограничены. С другой стороны, единомыслие (поклонение «золотому тельцу») и иерархическая упорядоченность мировой финансовой системы (во главе которой находится хрематистическая элита) создают предпосылки для формирования «финансовой толпы».

Надо сказать, что по отдельности финансовые игроки — вполне разумные люди. В своей «внефинансовой» жизни они пользуются, в силу неизбежной для информационного общества специализации, указаниями

экспертов: экономистов, юристов, врачей и т. д. Даже если суждения этих экспертов будут случайными, ошибочными, это вряд ли нанесет ущерб обществу или государству. Другое дело, когда финансовые игроки находятся на работе. Здесь они становятся частью стройной системы мировых финансовых рынков глобального центра капитала. На верхнем уровне пирамиды фондовых рынков — ФРС США, чуть ниже — финансовый гуру Дж. Сорос и ему подобные [8]. Есть авторитеты поменьше, и все они могут ошибаться, поскольку человеческий разум не обладает быстроедействием, необходимым для решения возникающих на финансовом рынке задач. «Порядок освобождает разум», — сказал Рене Декарт. Справедливо и обратное — хаос поработает разум. Случайные «указания» финансовых гуру разного уровня приводят к панике и обрушению финансовых пирамид, краху государств и лишениям народов.

Глобальный центр капитала, на сегодня представляемый США, выделяет колоссальные финансовые средства, направляемые на программы устранения конкурентов. Известно, что исторический процесс определяется изменением системы ценностей общества и производных от них механизмов. Поскольку сегодня США перестали быть глобальным центром реальной экономики, то появляются признаки перемещения глобального центра капитала из США в Европу и Азию. Этноцентрические (европейские, азиатские, в частности, китайские) производители претендуют на свою долю в управлении финансо-

выми потоками, что можно рассматривать, как стратегический путь перемещения глобального центра капитала.

### Выводы

Провокация как значимый элемент информационного воздействия направлена на процесс, вынуждающий конкурента использовать проигрышную для себя стратегию.

Конкурент может выбрать губительные для себя стратегии по причинам слабости руководства и его команды, в частности, некомпетентности или корыстного интереса лиц, готовящих и принимающих решения.

Методология обмана и манипуляция сознанием направлена на использование слабостей конкурента, на содействие выдвиганию в ней агентов влияния, некомпетентных и амбициозных менеджеров.

Высокая эффективность информационного воздействия на лиц, принимающих решение в команде конкурента, достигается при использовании фундаментальных адаптивных архетипов и теории перспективы.

США выделяют огромные средства на сохранение за собой глобального центра капитала, на программы устранения конкурентов. Но поскольку США перестали быть реальным центром экономики, то производители Азии и Европы существенно влияют на распределение финансов, что определяет стратегический путь перемещения глобального центра капитала.

### Литература

1. Цыганов В.В., Бородин В.А., Шишкин Г.Б. *Интеллектуальное предприятие. Механизмы овладения капиталом и властью*. М.: Университетская книга, 2004.
2. Цыганов В.В., Бухарин С.Н. *Методы и технологии информационных войн*. — М.: Академический проект, 2007.
3. Цыганов В.В., Бухарин С.Н. *Информационные войны в бизнесе и политике. Теория и методология*. — М.: Академический проект, 2007.
4. Цыганов В.В., Бочкарева Ю.Г. *Механизмы манипулирования общественным сознанием в информационном противоборстве // Информационные войны, №2, 2012.*
5. Цыганов В.В., Бочкарева Ю.Г. *Интеллектуальные механизмы информационного воздействия // Современные проблемы науки и образования, №4, 2012.*
6. Бернштейн П. *Против богов: укрощение риска*. М.: Олимп-бизнес, 2000.
7. Валовой Д. *XXI век. Три сценария развития*. М.: Бизнес-школа; Интел-Синтез, 1999.
8. Мартин Г.П., Шуман Х. *Западная глобализация: атака на процветание и демократию /Пер. с нем. М.: Альпина, 2001.*

Материал поступил в редакцию 11. 12. 2012 г.