**Психологические операции Вооруженных сил США в войнах и конфликтах XX века**

Руководство США, учитывая сложившуюся в последние годы военно-стратегическую обстановку, существенно пересматривает взгляды на роль и предназначение вооруженных сил страны. В настоящее время боевые соединения и части все чаще привлекаются к выполнению задач, считавшихся ранее нетрадиционными: международные гуманитарные и миротворческие операции, оказание помощи жертвам стихийных бедствий, борьба с терроризмом и наркомафией, эвакуационные мероприятия, помощь гражданским властям в обеспечении общественного порядка и т. д. Для обозначения таких действий в вооруженных силах США и других западных стран наряду с термином "конфликты низкой интенсивности" используется термин "операции, отличные от войны", одним из ключевых элементов которых западные эксперты считают психологические операции (ПсО). Воздействуя на психику и поведение противоположной стороны, ПсО способны значительно повысить эффективность действия войск, снизить потери военнослужащих и мирного населения.

Локальные войны и вооруженные конфликты второй половины XX века, а их насчитывают более 300, происходили на различных ТВД: в Юго-Восточной Европе, Восточной и Южной Азии, на Ближнем и Среднем Востоке, в Северной, Центральной и Южной Африке, в Центральной и Южной Америке. В ходе их ведения совершенствовались формы и методы психологической войны. Например, война в Корее стала первым открытым столкновением двух противоположных идеологий после второй мировой войны. Опыт психологических операций, накопленный США и другими государствами в той войне, был использован для психологического и идеологического воздействия на противника.

В Корее (1950-1953) американцы столкнулись не только с решительным вооруженным, но и с активным идеологическим сопротивлением. Впервые за послевоенные годы в ходе ведения боевых действий из вооруженных сил США в течение полутора лет дезертировало 47 тыс. человек, в последующем их количество продолжало держаться на уровне 35-40 тыс. в год. Это заставило военно-политическое руководство США пересмотреть концепцию ведения психологической войны, изменить стратегию и тактику, приступить к реорганизации аппарата, совершенствованию форм и методов осуществления ПсО.

Главной задачей, стоявшей перед органами психологической войны США, являлся показ действий американских вооруженных сил как легитимной оборонительной операции под эгидой Организации Объединенных Наций. При составлении информационно-пропагандистких материалов они старались избегать острых политических тем и аргументов, носивших идеологический характер. Значительное количество листовок и радиопередач было посвящено сдаче в плен. Перешедшим на сторону американской армии предлагалось большое денежное вознаграждение. Было обещано предоставить гражданство. Поводилась большая работа и по психологической переориентации военнопленных.

В ходе корейской кампании пропаганда строилась в соответствии с наставлением FM-33-5 "Ведение операций психологической войны", принятом в августе 1949 года. В нем указывалось, что важнейшим средством ведения психологических операций является пропаганда как система мероприятий по распространению политической информации. Там же давалась ее классификация по источнику ("белая", "серая" и "черная") и содержанию (политическая и военная).

Для ведения психологической войны в Корее был перестроен аппарат и структура соответствующих подразделений. При отделе психологической войны штаба вооруженных сил США на Дальнем Востоке была создана группа радиовещания и издания листовок, имевшая в своем составе штаб и три роты  штабную, репродукции и радиовещания (мобильную), которые и предназначались для решения стратегических задач в интересах обеспечения военных операций. Для решения тактических задач была сформирована рота громкоговорящих установок и издания листовок. Она выделяла в оперативное подчинение каждого корпуса секцию громкоговорящих установок. Кроме того, осенью 1950 года из Форт-Райли в Корею был переброшен тактический информационный отряд.

В 1951 году министерство армии создало управление психологической войны и началась подготовка специальных кадров, для чего в общевойсковой школе сухопутных войск был основан отдельный факультет. На военную службу стали призывать офицеров запаса, в той или иной степени связанных с пропагандой. В 1952 году учебные подразделения психологической войны были переведены из Форт-Райли в Форт-Брэгг (штат Северная Каролина), где был создан центр психологической войны.

Основными формами ведения психологической войны стали печатная пропаганда, устное вещание и радиопропаганда. В меньшей степени использовалась наглядная агитация. 1-я группа радиовещания и издания листовок каждую неделю выпускала в среднем 20 млн. листовок, а 1-я рота громкоговорящих установок и издания листовок 8-й армии  3,5 млн. Только в первые три дня боевых действий американская сторона распространила 100 млн. экземпляров. Радиопропаганда велась как мобильными военными радиостанциями, так и через гражданские передатчики. Для этой цели использовались 19 радиостанций, работавших на средних и коротких волнах в городах Сеул, Тэгу, Пусан, Токио. Программы радиовещания занимали более 2 ч. в день. Структурно радиопропаганда состояла из передач последних известий и военного положения, подготовленных отделом психологической борьбы. Устная пропаганда велась при помощи громкоговорящих установок, смонтированных на различных боевых машинах, в том числе и на танка.

Военные действия в Корее показали, что, несмотря на изменение концепции психологической войны, стратегии и тактики ее ведения, а также организационной структуры специальных служб, конечных целей  разложить корейскую народную армию и китайских добровольцев  американским пропагандистам достичь не удалось. Вместе с тем в искусстве ведения пропаганды американские специалисты достигли определенного прогресса. В частности, неплохие результаты были достигнуты при работе с военнопленными, часть которых отказалась от репатриации после окончания войны.

Опыт деятельности армейской службы психологической войны был критически проанализирован. Так, уже в 1955 году было переработано наставление FM-33-5. Теперь в нем подчеркивалось: "Психологическая война включает мероприятия, при помощи которых передаются идеи и информация для оказания влияния на сознание, чувства и действия противника. Они проводятся командованием в сочетании с боевыми операциями в целях подрыва морального духа противника в соответствии с политикой, провозглашенной руководящими инстанциями". Претерпели организационные изменения и службы психологической войны. Существовавшее во время войны в Корее управление психологической войны в 1955 году было преобразовано в управление специальных методов войны. Таким образом, психологическая война постепенно становилась частью специальных операций.

Обновленная концепция специальных методов войны прошла проверку в ходе войны во Вьетнаме. Для централизации планирования, руководства и контроля всеми психологическими операциями в рамках информационного агентства США был создан объединенный отдел по связям с общественностью. Он разрабатывал политические директивы для пропагандистского аппарата в войсках, планировал для него кампании на все объекты воздействия, взаимодействовал с министерством информации Южного Вьетнама, управлял всеми психологическими операциями в военной, политической и экономической областях в Северном и Южном Вьетнаме. Непосредственное руководство реализацией программ ПсО сухопутных войск США, морской пехоты и ВМС, а также координацию действий с авиацией осуществляло управление психологических операций штаба командования по оказанию военной помощи Вьетнаму.

В задачи батальонов ПсО входили разработка, производство и распространение пропагандистских материалов. Каждый из них имел свою типографию, звуковещательные станции, машины с кинопроекторами, видеозвуковой и другой техникой. Оперативное управление этими подразделениями осуществляли командиры четырех зон ответственности. Аппарат психологических операций только сухопутных войск насчитывал около 1000 человек, причем 118 владели вьетнамским языком. Кроме того, к сотрудничеству привлекались сотни вьетнамцев. Широко использовались национально-психологические особенности местного населения, нравы, обычаи, суеверия.

В качестве психологического давления на население применялись приемы ничем не оправданного насилия и варварства, преследующие единственную цель  вызвать чувство страха. Например, для распространения паники и внушения страха жителям г. Ханой в 60 км от него был стерт с лица земли г. Фули. Бомбардировки северо-вьетнамских городов и других населенных пунктов обязательно сопровождались интенсивной пропагандой. Впоследствии этот прием будет широко использоваться почти во всех локальных конфликтах. С целью психологического воздействия американцы широко применяли средства поражения, вызывающие тяжелые телесные повреждения, сильные болевые ощущения и психологический шок, в частности напалм, шариковые бомбы, стреловидные убойные элементы. Комплексные методы пропаганды, воздействующие на органы чувств, приносили ощутимые результаты. Отмечались случаи, когда под их влиянием бойцы ряда частей НФО еще до начала боевых действий были деморализованы и сдавались в плен.

Вместе с традиционными формами ведения психологической войны впервые широкомасштабно стало использоваться телевидение. Телепрограммы разрабатывались для гражданской и военный аудиторий. Были созданы студия и четыре передающие станции, вещавшие по 6 ч в сутки. Среди вьетнамцев были распространены 3,5 тыс. телевизионных приемников, во многих школах и читальнях установлены телевизоры. В 1971 году уже 80 процентов местного населения могло смотреть телепередачи.

В целях воздействия на население применялась "сувенирная" пропаганда: организовывалась раздача сигарет, жевательной резинки, зубной пасты, игрушек, пакетов с рисом и леденцами. Подобные пакеты с подарками, снабженными американской символикой и пропагандистскими лозунгами, сбрасывались авиацией и на территорию ДРВ. Лозунги и надписи были, как правило, краткими  например, "От детей Америки детям Северного Вьетнама". За первые 14 месяцев войны среди населения Вьетнама было распространено 8 млн. таблеток витаминов, 29 тыс. зубных щеток, расчесок и карандашей на общую сумму 4 млн. долларов. Практиковались выплаты денежного вознаграждения за сданное оружие, разведывательную информацию, а также доставленного перебежчика (24 доллара за солдата, 2100 долларов за политкомиссара).

Американцы потерпели поражение во Вьетнаме, однако психологические методы войны укрепили свои позиции. Так, за период боевых действий около 250 тыс. вьетнамцев добровольно перешли на сторону противника.

Исходя из опыта ПсО во Вьетнаме, правительственная комиссия выработала соответствующие рекомендации на будущее: создание гражданских структур по координации деятельности в области психологической войны; увеличение в мирное время численности сил и средств для ведения такой войны в 10 раз; повышение уровня подготовки резервных сил психологических операций и т. д.

По мнению ряда официальных лиц, американцы потерпели поражение во Вьетнаме именно в тот период, когда лишились поддержки у населения собственной страны и мировой общественности. Исходя из этого, военно-политическое руководство США при участии во всех последующих вооруженных конфликтах стремились надежно обеспечить такую поддержку.

Новым моментом при организации и проведении ПсО с середины 80-х годов стало внесение в пропагандистские материалы понятия "стратегия национальной безопасности". Данная стратегия была разработана аппаратом Рейгана в 1981 году и в общем виде состояла из четырех компонентов: дипломатического, экономического, военного и информационного. При этом упор на информационный компонент как основной нашел подтверждение уже в вооруженном конфликте в Гренаде (1982). Используя аргументацию "стратегии национальной безопасности", американские специалисты приложили немало усилий для международного общественного мнения, например, распространяя дезинформационные материалы с использованием телевидения. Готовились специальные программы, призванные убедить людей в "справедливом" характере войны со стороны США. Трансляция велась через телевизионную сеть ЮСИА "Евронет", связывающую с помощью спутников телеканалы США и западноевропейских стран. Для пропаганды "освободительной" миссии Запада были задействованы мощнейшие радиокомплексы  "Голос Америки" и "Немецкая волна".

Для того времени были характерны следующие особенности психологических операций: тесное взаимодействие подразделений войск специального назначения и ПсО (1-го батальона ПсО), а также комплексное морально-психологическое воздействие на местное население и военнослужащих противостоящей стороны.

Подразделение войск спецназа в числе первых объектов захватило радиостанцию "Свободная Гренада", которая сразу же была переименована в "Радио острова пряностей" и стала использоваться специалистами психологических операций. В последующем подразделения 1-го батальона ПсО развернули собственный передатчик мощностью 50 кВт (общее время вещания составляло 11 ч в сутки). Наряду с радиопропагандой издавались листовки и газета "Голос Гренады", велись передачи через громкоговорящие установки. Пропаганда была направлена на разжигание противоречий между гражданским населением острова, революционной армией и кубинскими военнослужащими, на создание атмосферы лояльного отношения к американским солдатам и офицерам.

Наряду с психологическим воздействием, применялись материальные стимулы. Так, за денежное вознаграждение было сдано 17 тыс. единиц оружия. В результате проведения комплексных мероприятий примерно половина личного состава войск Гренады капитулировала или была выдана вторгшимся американцам местным населением.

Важным последствием поведения психологических операций в Гренаде явился циркуляр министерства обороны начальникам военных колледжей (видов ВС, штабных и командных), в котором предлагалось пере смотреть программы обучения с целью повышения знаний в области ПсО. В плане развития теории локальных войн психологические операции рассматривались как умножитель боевого потенциала войск во всех видах боевых действий.

Эти теоретические положения были подтверждены на практике подразделениями ПсО в ходе вторжения вооруженных сил США в Панаму (1989), когда в отличии от других локальных конфликтов с участием США специальные войска действовали по заранее разработанному плану, который фактически являлся приложением к общему плану боевых операций. В нем определялись силы, средства, сроки передачи материалов гражданским средствам массовой информации. Место и роль ПсО в Панаме определялось тем, что США с первых же дней с психологически хорошо подготовленным к интервенции личным составом сил национальной обороны. Американцам пришлось прибегнуть к сильнейшему информационно-психологическому прессингу, используя в первую очередь силы и средства ПсО (общая численность их формирований составила 3,5 тыс. человек).

При проведении ПсО в Панаме специалисты исходили из того, что победа в конфликте низкой интенсивности невозможна без создания благоприятного общественного мнения. Поэтому было введено новое теоретическое положение о том, что применение военной силы в подобных конфликтах является последним аргументом для достижения экономического, политического и информационного воздействия. Особенностью ведения ПсО стало усиленное психологическое давление на генерала Норьегу и его дискредитация в глазах народа. Он обвинялся в торговле наркотиками, рэкете, отмене результатов демократических выборов, жестокой расправе над офицерами, пытавшимися совершить переворот.

В Панаме была проверена новая система взаимодействия аппарата ПсО с гражданскими и военными СМИ. Для этого был создан специально подобранный и проинструктированный контингент журналистов и фоторепортеров, который к началу боевых действий перебросили на соответствующие объекты. Таким образом командование стремилось ограничить доступ нежелательных лиц в зону боевых действий. Основная информация поступала через службу по связям с общественностью, которая посредством брифингов, пресс-конференций и встреч с видными политиками, бизнесменами и другими влиятельными персонами умело воздействовала на ее направленность.

В тактике ПсО отмечался метод так называемых "беспокоящих" действий. На все окруженные панамские группировки проводилось вещание через громкоговорящие установки, затем давалось 15 мин на размышление, по истечении которых в ультимативном порядке предлагалось вывесить белые флаги и сдать оружие. В случае неисполнения требований начиналось "ограниченное применение силы". По вызову командира части, блокирующей гарнизон, прибывал вертолет огневой поддержки, который имитировал нападение на объект, а звуковещательные средства призывали сдать оружие и назначали новое время. Если и на этот раз гарнизон продолжал сопротивление, то следовал приказ на открытие огня. Такой метод оказывал сильное психологическое воздействие на личный состав панамских войск.

Опыт ПсО, накопленный в ходе войны в Панаме, был использован в период подготовки и осуществления боевых операций в зоне Персидского залива (19911992). Здесь психологические операции велись по двум направлениям: внешнеполитическая область и непосредственное информационно-пропагандистское обеспечение боевых действий. В первом случае главными целями были обеспечение поддержки контрмер многонациональных сил в отношении Ирака, укрепление позиций антииракской коалиции и ослаблении агрессора. Во втором случае усиление постоянного психологического давления, порождаемого военной обстановкой, должно было способствовать ухудшению морально-психологического состояния населения и личного состава вооруженных сил противника, снижению его боеспособности.

Психологические операции в ходе всего конфликта проводились по следующим каналам: национальные средства массовой информации; федеральные ведомства (ЦРУ, научно-исследовательские институты и т. п.), вооруженные силы (РУМО, формирования ПсО и т. д.). Используя все эти силы и средства, США удалось мобилизовать против Ирака мировое общественное мнение, способствовать деятельности антииракской коалиции, углубить существующий раскол в арабском мире, разжечь эйфорию "ура-патриотизма" в США и других странах Запада. Попытки же Ирака найти поддержку в мировом сообществе фактически провалились.

При анализе подготовительного периода по организации и подготовке психологических операций прежде всего необходимо отметить самый высокий уровень принятия решения об их проведении. Так, бывший президент США Дж. Буш перед развязыванием конфликта в зоне Персидского залива подписал три директивы, определяющие порядок организации и ведения психологических операций на весь период кризиса, регламентирующие деятельность разведывательных служб, научно-исследовательских учреждений, занимающихся проблемами арабского мира, психологов и ряда армейских органов. Сам факт принятия этих документов  свидетельство того, что армейское командование ставило психологические операции в один ряд с боевыми.

В качестве основных были определены следующие задачи ПсО: дезинформация командования вооруженных сил Ирака и широкой общественности относительно планов военных действий; подрыв доверия населения Ирака к президенту Саддаму Хусейну; поддержка движения сопротивления в Кувейте и оказание помощи оппозиционным силам в Ираке; убеждение в бесперспективности сопротивления многонациональным силам. Непосредственным их исполнителем стал 8-й батальон 4-й группы ПсО американских войск, насчитывающий около 200 военнослужащих и имеющий в своем распоряжении теле- и радиостанции, звуковещательные установки, мобильные типографии.

Одним из главных направлений психологических операций, особенно на этапе подготовки к началу боевых действий, стало стратегическое дезинформирование, то есть убеждение мировой общественности в необходимости мер, предпринимаемых американским руководством. С этой целью распространялись слухи о наличии у Ирака огромного количества запасов химического оружия, а также планов его боевого применения, приводились завышенные данные о численности иракской группировки и т.д. Кроме того, необходимо было ввести в заблуждение иракское руководство относительно сроков начала проведения операций многонациональных сил.

Основными формами психологического воздействия были радио- и телевещание, устная и печатная пропаганда. Для обеспечения круглосуточного радиовещания на территории Саудовской Аравии были установлены ретрансляторы, обеспечивающие передачу материалов радиостанций "Голос Америки" и Би-би-си. При этом в интересах ведения радиопропаганды Би-би-си, например, увеличила время вещания на арабском языке с 3 до 10,5 ч в сутки, для чего была создана специальная группа, насчитывавшая 80 сотрудников. Командование многонациональных сил с помощью кочевников и авиации распространило среди иракских военнослужащих и населения около 150 тыс. дешевых транзисторных радиоприемников с фиксированными частотами. Согласно опросам, четыре из пяти военнопленных слушали радиопередачи противника. С началом операции "Буря в пустыне" радиопропаганда велась в тесном сотрудничестве с действиями подразделений радиоэлектронной борьбы, на которые была возложена задача по подавлению трансляций "Радио Багдада".

Видеопропаганда осуществлялась путем широкого распространения видеокассет в Иордании и других сопредельных с Ираком странах для последующей переправки их в Ирак и Кувейт. В них рекламировалась мощь американской армии, вооружения и военной техники, показывалась высокая выучка военнослужащих, критиковался режим С. Хусейна.

Успех печатной пропаганды во многом был обусловлен умелым привлечением иракской оппозиции. С сентября 1990 года в иракских городах началось распространение листовок с призывом к свержению С. Хусейна "во имя безопасности страны". Он обвинялся, в частности, в организации массовых убийств лучших сынов Ирака и геноциде. Для распространения листовок широко применялись ВВС США и Великобритании. Например, только 31 января 1991 года было распространено 5 млн. листовок, сбрасывание которых осуществляли 50 самолетов и вертолетов. К распространению листовок привлекались также артиллерийские части морской пехоты США. Эффективность печатной пропаганды высоко оценивалась противником. По словам командира одной из иракских дивизий, "листовки по силе воздействия на моральный дух солдат уступали лишь воздушным бомбардировкам". 70 проц. иракских военнослужащих, взятых в плен, при опросах подтвердили, что именно листовки повлияли на их решение дезертировать или сдаться в плен. И это невзирая на приказ расстреливать любого, у кого будет найдена листовка противника.

В ходе боевых действий широко использовалось устное вещание через мобильные вещательные станции, установленные на автомобилях высокой проходимости или на вертолетах. 66 групп специалистов со звуковещательными средствами придавались командирам частей и подразделений по всему фронту действий сухопутных войск США с целью оказания тактической поддержки и склонения иракских солдат к сдаче в плен. Звуковещательные станции применялись также для введения в заблуждение противника относительно перемещений частей многонациональных сил и их дислокации.

Своеобразным штрихом психологического воздействия на противоборствующую сторону явилось оперативное насыщение рынка товарами с антииракской символикой (например, трикотажные изделия с изображением летящей ракеты и надписями "Привет Саддаму от морской пехоты США", "До встречи в Багдаде" и т. п.).

Таким образом, комплексное воздействие на население и личный состав армии Ирака в ходе ПсО многонациональных сил способствовало успешному проведению боевых операций и достижению поставленных задач с минимальными потерями в живой силе и технике. После удачного использования сил и средств психологических операций в войне в зоне Персидского залива перед военно-политическим руководством США встал вопрос о расширении сферы их применения. Такой областью стала миротворческая деятельность и проводимые в ее рамках военные операции и мероприятия по оказанию гуманитарной помощи, в том числе "Морской ангел" (оказание помощи беженцам с Гаити, 1991), "Возрождение надежды" (в Сомали, 19921993), "Поддержка демократии" (отстранение от власти военных в Гаити, 1994), военно-гуманитарные акции в бывшей Югославии (19911994), "Объединенный шит" (вывод войск ООН из Сомали, 1995), "Совместные усилия" в Боснии и Герцеговине (1996).

Примером неудачного проведения ПсО являются действия в Сомали. В декабре 1992 года в миротворческой операции "Возрождение надежды" принял участие американский 96-й батальон по работе с гражданским населением. Целью широкомасштабной пропагандистской кампании было представить США как единственную силу, способную защитить страдающее от войны население Сомали, установить там мир и порядок. На подразделения ПсО возлагались следующие задачи: разъяснение гуманитарных целей миссии вооруженных сил США под эгидой ООН; предотвращение возможных враждебных действий со стороны местного населения и вооруженных группировок; поддержка действий американских частей и подразделений в достижении поставленных перед ними военных и политических целей.

Как и в период подготовки к ведению боевых действий в Персидском заливе, значительной пропагандистской обработке подвергалось население США и мировое общественное мнение. Опубликованные в журнале "Ньюсуик" 5 декабря 1992 года данные показали, что большинство американцев (66 проц.) поддержало направление американских войск в Сомали. Однако, несмотря на успех консолидирующей пропаганды внутри США, операция "Возрождение надежды" потерпела провал. По оценке экспертов, причины неудачи заключались в следующем:

 специалисты психологических операций пытались перенести опыт, полученный в зоне Персидского залива, на совершенно иную обстановку в стране, где велась гражданская война;

 военнослужащие США плохо знали культурные, религиозные традиции и обычаи населения страны, а у аппарата ПсО отсутствовал опыт работы в условиях уникальной по своему масштабу акции;

 не было достаточного количества специалистов, владеющих местным языком.

В результате США не удалось добиться понимания и поддержки целей операции "Возрождение надежды" со стороны населения и основных вооруженных группировок. Об этом свидетельствовал рост антиамериканских настроений в ряде районов страны. В ходе боевых действий в Сомали погибло свыше 130 военнослужащих многонациональных сил и большое количество мирных жителей, фактически напрасно было израсходовано 2 млрд долларов.

Администрация президента Б. Клинтона, проанализировав психологические операции в Сомали, сделала соответствующие выводы. Первым шагом по устранению выявленных недостатков стала теоретическая разработка действий сил и средств ПсО в так называемых "миротворческих операциях". В результате появился устав FM-100-23 "Миротворческие операции", опубликованный министерством сухопутных войск в декабре 1994 года. В соответствии с ним специалисты психологических операций не только осуществляют информационно-пропагандистское обеспечение миротворческих операций, но и играют важную роль в процессе формирования местных временных властных структур. Кроме того, произошел пересмотр сроков начала ПсО, которые теперь начинаются уже в мирное время, активизируются в угрожаемый (особый) период и в полной мере разворачиваются в ходе боевых действий.

В данном аспекте мы можем уже говорить об информационной войне. Это направление становится все актуальнее с учетом стремительного развития в последние годы всемирных глобальных компьютерных сетей (INTERNET). Само понятие и концепция "информационной войны" является предметом оживленной дискуссии в военных и научных кругах на Западе. В разработанном комитетом начальников штабов вооруженных сил США "Единой доктрине противоборства в области управления и связи" это понятие определяется как меры, предпринимаемые для достижения информационного превосходства над противником путем воздействия на его информационные процессы и системы, компьютерные сети при одновременной защите собственной информации и своих компьютерных сетей.

Научно-технический прогресс в конце XX столетия характеризуется глобальным распространением средств связи. Всех исследователей в данной области объединяет общее признание возрастающей роли средств массовой информации. Эта тенденция, как уже показано выше, в итоге приведет к такой ситуации, когда разрешение разного рода конфликтов во многом будет зависеть от умения противоборствующих сторон использовать в своих целях в качестве оружия не смертельного действия все СМИ  от радио, телевидения и другой аудио- и видеотехники до спутников и компьютеров, а также такие их современные качественные показатели, как мультимедиа, интерактивность и глобальность охвата аудитории. Глобальность демонстрирует следующий факт: в настоящее время INTERNET объединяет более 100 стран мира и свыше 40 тыс. университетских, фирменных, отраслевых, национальных и международных сетей и имеет не менее 6 млн регулярных пользователей. К ее услугам прибегает от 30 млн до 100 млн человек.

Зарубежные специалисты предполагают, что всемирная компьютерная сеть может стать новым глобальным "полем боя" для будущих информационных войн. Так, в ходе боевых действий в зоне Персидского залива войскам стран коалиции, несмотря на все усилия, не удалось полностью изолировать Ирак от внешнего мира. Во время войны он использовал INTERNET для закупок вооружения, переводя поставщикам свои денежные средства, хранящиеся в иностранных банках.

Еще до начала высадки американских войск на о. Гаити специалисты по ведению психологических операций не только звонили по телефону гаитянским военнослужащим, призывая их не оказывать сопротивления, но также рассылали некоторым членам гаитянской олигархии, имеющим персональные компьютеры, электронные письма, содержавшие угрозы.

Известно множество случаев использования сети INTERNET в политических целях. При этом применяются разные методы. В частности, была организована психологическая атака на МИД Аргентины посредством международных компьютерных сетей. Ранее не известные хакеры, именующие себя "революционным штабом аргентинских ученых", разместили под грифом министерства "коммюнике №1", в котором сообщили всему миру, что "грянул час национального возмездия коррумпированным чиновникам". Аргентинские дипломаты, используя INTERNET, вынуждены были принять ответные меры для ликвидации международного скандала.

Использование новых компьютерных технологий для оказания информационно-психологического воздействия на противника очень велико. Огромное количество вовлеченных людей показывает, что компьютерные технологии являются будущим полем деятельности специалистов психологических операций, ведь опыт участия формирований ПсО в войнах и региональных конфликтах доказывает, что главное не в том, на чьей стороне военное преимущество, а в том, какая из противоборствующих сторон сумеет убедить основную массу населения страны или региона в правоте своего дела.

**Список литературы**

Халецкий Я.А. Психологические операции Вооруженных сил США в войнах и конфликтах XX века