

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

Государственное образовательное учреждение высшего профессионального образования
«Уральский государственный университет им. А.М. Горького»

ИОНЦ «Информационная безопасность»

факультет журналистики

кафедра истории журналистики

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

«Политические коммуникации и информационная безопасность общества»

Глоссарий

Автор: доцент кафедры истории журналистики
Челякин Ю.В.

Екатеринбург
2008

Военные корреспонденты. Термин, употребляемый в третьей Женевской конвенции 1949 г. по отношению к военным журналистам. Военные корреспонденты рассматриваются здесь как люди, определенным образом связанные с военными усилиями, но не входящие в структуру вооруженных сил. В случае их захвата противником они становятся военнопленными.

Государственная информационная политика - система принципов, законодательных норм и технологий, направленных на обеспечение интересов государства и общества в информационной сфере. Политика государства в области СМИ (то есть система принципов, законодательных норм и технологий, регулирующих деятельность средств массовой информации в целях обеспечения интересов общества и государства) является важнейшей составной частью государственной информационной политики.

Государственная тайна - защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации (*из Закона РФ «О государственной тайне»*)

Доктрина информационной безопасности Российской Федерации — совокупность официальных взглядов на цели, задачи, принципы и основные направления обеспечения информационной безопасности (см.) Российской Федерации (официальный документ от 9 сентября 2000 г. № ПР-1895).

Избыточность информации (redundancy) в коммуникативистике изучается с точки зрения исследователей, определяющих не только количественные, но и качественные — социально-культурные характеристики

коммуникативных средств. С понятием избыточности информации связывают такие явления, как шумы, синергизм и инфляция, но это не исключает и внимания к творческим потенциям избыточности информации (особенно художественной), функционально нацеленной на развитие плюрализма образного видения и постижения реальности и ее коммуникативных аспектов во всем разнообразии их проявлений.

Информационная безопасность (information security) – защищенность жизненно важных интересов личности, общества и государства от преднамеренных или непреднамеренных воздействий в той или иной форме (информационная блокада, информационная интервенция, информационная война, дезинформация и др.). Суть И. б. — обеспечение сохранности информационных ресурсов государства и защищенность законных прав личности и общества в сфере информации.

Внешние источники угроз И. б.: деятельность иностранных разведывательных и специальных служб; недружественная политика иностранных государств в области распространения информации (например, через СМИ); деятельность конкурирующих экономических структур; стихийные бедствия и катастрофы.

Внутренние источники угроз И. б.: деятельность политических и экономических структур, преступных групп и формирований против интересов граждан, общества и государства; нарушения персоналом информационных систем установленных регламентов, технологий и процедур; отказы технических средств связи и обработки информации; сбои программного обеспечения.

Виды угроз И. б.:

Информационные — нарушения регламента информационного обмена; незаконные сбор и использование информации; несанкционированный доступ

к информационным ресурсам; манипулирование информацией (дезинформация, сокрытие или искажение информации); незаконное копирование данных в информационных системах; хищение информации из баз и банков данных.

Программно-математическое — внедрение программ-вирусов, аппаратных и программных закладок; уничтожение или модификация данных в информационных системах.

Радиоэлектронные — перехват информации в сетях передачи данных и линиях связи; воздействие на парольно-ключевые системы; радиоэлектронное подавление линий связи и систем управления.

Физические — разрушение средств обработки информации и связи, а также машинных носителей информации; хищение аппаратных или программных парольных ключей; воздействие на персонал с целью реализации физических, программно-математических или информационных угроз;

Информационная безопасность имеет три основные составляющие:

- 1- конфиденциальность - защита чувствительной информации от несанкционированного доступа;
- 2- целостность - защита точности и полноты информации и программного обеспечения;
- 3- доступность - обеспечение доступности информации и основных услуг для пользователя в нужное для него время.

Под информационной безопасностью Российской Федерации, в соответствии с законодательством РФ, понимается состояние защищённости её национальных интересов в информационной сфере, определяющую совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства.

Интересы личности в информационной сфере заключаются в реализации конституционных прав человека и гражданина на доступ к информации, на использование информации в интересах осуществления не запрещённой законом деятельности, физического, духовного и интеллектуального развития, а также в защите информации, обеспечивающей личную безопасность.

Интересы общества в информационной сфере заключаются в обеспечении интересов личности в этой сфере, упрочении демократии, создании правового социального государства, достижении и поддержании общественного согласия, в духовном обновлении России.

Интересы государства в информационной сфере заключаются в создании условий для гармоничного развития российской информационной инфраструктуры, для реализации конституционных прав и свобод человека и гражданина в области получения информации и пользования ею в целях обеспечения незыблемости конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности России, политической, экономической и социальной стабильности, в безусловном обеспечении законности и правопорядка, развитии равноправного и взаимовыгодного международного сотрудничества.

Информационная война – 1) «Действия, предпринятые для достижения информационного превосходства в интересах национальной стратегии и осуществляемые путем влияния на информационные системы противника при одновременной защите собственной информации и своих информационных сетей» (*из армейского устава США*); 2) Решение финансово-промышленными группами проблем собственного бизнеса с помощью политических персон, политических и псевдополитических структур, медиаресурсов. Характерным для таких войн является создание информационных поводов, суть которых состоит в том, что сторона инициирует публикации в прессе, возбуждение уголовного дела (даже бесперспективного), депутатского расследования или

парламентского слушания. Создание информационных поводов в ходе информационной войны является особенно действенным накануне заключения важных сделок или перехода собственности из одних рук в другие.

Информационное оружие - любые средства, сознательно используемые для воздействия на разум противника таким образом, чтобы иметь высокую вероятность заставить противника выполнить желания тех, кто использует данные средства.

Информационное пространство (information space) термин, который в разных контекстах может менять свой смысл, обозначал либо конкретное место, отводимое информации на страницах печати или в вещательных программах, либо в более широком философском плане — те сферы в современной общественной жизни мира, в которых информационные коммуникации играют ведущую роль. В этом значении понятие информационного пространства сближается с понятием информационной среды и информосферы. Под информационным пространством зачастую понимается сфера действия любой информации.

Информационное пространство, порожаемое субъектом политики, — это внешняя по отношению к субъекту информация, сопровождающая деятельность имиджевого образа в виртуальном мире и способная политизировать социальную информацию и социализировать политическую в зависимости от специфики восприятия смоделированного имиджевого образа другими субъектами политики.

Информационные технологии - процессы, методы поиска, сбора, хранения, обработки, предоставления, распространения информации и способы осуществления таких процессов и методов.

Информационный монополизм (information monopolism) — подчинение СМИ власти крупных корпораций — медиамонополий (media monopolies). Суть этого явления, его исторические причины и последствия всесторонне исследованы в работах целого ряда коммуникативистов. Известностью пользуются работы Бэна Бэгдикяна и Герберта Шиллера, посвященные особенностям концентрации информационного капитала в монополиях США, которым удалось выйти в лидеры среди транснациональных олигополий. Против информационного монополизма выступили участники движений за Новый международный информационный порядок и новый “новый порядок”. В выступлениях участников этих движений и коммуникативистов, изучающих их истоки и тенденции, показывается, что к концу XX века под влиянием монополизированного информационного капитала оказываются ведущие области социально-экономической и культурной жизни мира, включая индустрию досуга и услуг. С развитием информационного монополизма тесно сплетается процесс усиления роли рекламы в массовой культуре и изменения в морфологии современного искусства и культуры в целом.

Информация (от лат. Informatia – разъяснение, изложение). Исконное значение этого термина – сведения, передаваемые людьми друг другу устным, письменным или иным способом (с помощью условных сигналов, жестов и технических средств различных типов). В сфере коммуникативистики это значение расширяется и углубляется, распространяясь и на обмены информацией между человеком и автоматом, автоматом и автоматом, а также и на сигнальные связи в животном и растительном мире. Подобно кибернетикам, видные теоретики в области коммуникативистики склонны рассматривать информацию наряду с коммуникацией в качестве одного из всеобщих свойств материи вместе с такими ее атрибутами, как движение, время и пространство. В более узком смысле термин употребляется для обозначения данных, сообщаемых

посредством тех или иных средств связи (message). Профессор Сидни Хед определяет информацию как любой вид коммуникационного материала (слова, картины, символы, жесты, сигналы), “которые должны кодироваться на специальном языке для данного канала связи”.

Информсфера (informsphere, info-sphere) понятие, соотносимое с ноосферой, открывающей новую эволюционную стадию биосферы, на которой разумная деятельность человека становится решающим фактором выживания и развития. Исследуя процессы информационного глобализма, коммуникативистика показывает, что эти процессы, имея множество противоречивых проявлений и импульсов, оказывают неоднозначное воздействие на общественную жизнь мира, но в совокупности образуют для нее новую планетарную структуру – информосферу. Благодаря этой сфере глобализированные информационные средства создают предпосылки для самосохранения цивилизации, ибо обладают возможностью концентрировать и распределять колоссальные мировые запасы интеллектуальной энергии, направлять ее на ликвидацию ядерной и экологической угроз, опасностей голода, нищеты, эпидемий и неграмотности, деградации нравственности и культурных ценностей. Хотя эти же запасы могут быть обращены и во вред общечеловеческим интересам, если они оказываются под прессом беспредельной власти информационного монополизма.

Инфраструктура (infrastructure) — сокращенное название инфраструктуры, формирующейся на базе информационной техники.

Конфиденциальность информации — обязательное для выполнения лицом, получившим доступ к определенной информации, требование не передавать такую информацию третьим лицам без согласия ее обладателя.

Культура политическая — составная часть общей культуры человечества, формирующаяся и проявляющаяся в процессе политической жизни. Это ценностно-нормативная система исторически сложившихся политических традиций, идей, ценностей, ориентаций, установок, навыков, стиля массового политического поведения и функционирования субъектов политики, обеспечивающая воспроизводство политической жизни общества.

Масс медиа (mass media) — средства массовой информации. Обосновывая значение этого термина, теоретики американской коммуникативистики (У. Шрамм, У. Риверс, Дж. Гербиер и др.) отмечают, что многие особенности массовых средств информационных связей исторически обусловлены развитием культуры и социальных отношений в условиях рыночного производства на базе индустриального прогресса, создавших объективные предпосылки для превращения информации в продукт купли-продажи в формах дешевого и популярного товара, наделенного тремя основными функциями: развлекательность, распространение новостей о текущих событиях и рекламирование новинок торговли и услуг. Благодаря этому процессу, начавшемуся в США в XIX веке, в XX столетии пресса, радио, кино, телевидение и другие информационные средства связи, рассчитанные на широкую аудиторию, органически связываются с различными экономическими структурами индустриального развития общества, способствуя его успехам и регуляции. Качественные сдвиги в развертывании этого процесса наблюдаются во второй половине XX века, когда в атмосфере электронно-компьютерной революции происходит концентрация и монополизация информационных средств, обретающих значение движущих факторов развития и массовой культуры и массового консьюмеризма в глобализирующихся масштабах. Некоторые исследователи видят в этом путь к планетарной демократизации общественных отношений, но им возражают противники монополизации информационных средств, полагающие, что сосредоточение информационного капитала в лоне крупного частного бизнеса, принося ему доходы, противоречит общественной природе информационных

связей. К современным средствам массовой информации коммуниктивисты относят — прессу (газеты, журналы, книги), радио, телевидение, кинематограф, звукозаписи и видеозаписи, видеотекст, телетекст, рекламные щиты и панели, домашние видеоцентры, сочетающие телевизионные, телефонные, компьютерные и другие линии связи. Всем этим средствам присущи объединяющие их качества — обращенность к массовой аудитории, доступность множеству людей, корпоративный характер производства и распространения информации.

Массовая информация – «предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио-, аудиовизуальные и иные сообщения и материалы» (Из Закона РФ о СМИ).

Массовая коммуникация (mass communication). В большинстве работ коммуниктивистов это понятие трактуется как процесс не только связи, но и передачи информации группе людей одновременно с помощью специальных средств - масс медиа. Выделяются пять основных особенностей этого процесса: 1) массовость аудитории; 2) ее гетерогенность; 3) использование высокоскоростных и репродукционных средств связи и информации; 4) быстрое распространение сообщений; 5) относительно небольшая потребительская стоимость получаемой информации. Согласно определению С. Хеда, “можно сказать, что массовая коммуникация — это почти одновременная доставка одинаковой информации посредством ее быстрого репродуцирования и распространения значительному и недифференцированному в массе своей количеству людей”. Только в системном единстве, - поясняет Хед, - все эти особенности образуют понятие массовой коммуникации в его современном значении. Ибо в прежние времена издания книг, например, даже если они предназначались для многих читателей (Библия), лишены были тех условий скоростного тиражирования и доставки потребителям, которые возникают на базе индустриально-технической

революции и рыночных отношений, превращающих информацию в товар. Более того, условия, создающие возможность массовой информации, включают не только высокоразвитую технику, необходимую для дешевого репродуцирования и распространения сообщений, но также и урбанизированное, сравнительно грамотное население с покупательной способностью, досуговым временем и некоторой долей потребительской ориентации. Предпосылки для этих условий возникли еще в XIX веке, но только в XX столетии вместе с развитием многотиражной прессы, радио, кинематографа и телевидения массовая коммуникация получила все необходимые возможности для глобальных масштабов. Объясняя это явление, многие аналитики подчеркивают важную роль коммерческого фактора в формировании массовых коммуникаций через массовую печать, радио и телевидение, финансовое благополучие которых зависит от большого количества реализуемой информтоварной продукции среди массовой аудитории. Что же касается таких средств связи, как телефон, телеграф или даже хит-парады, которые тоже являются формой общения для масс, но не предназначены непосредственно для производства и тиражирования информтоварной массы, то некоторые специалисты предлагают не включать их в понятие массовой коммуникации и выделять отдельно, обозначая термином, в котором слово коммуникация употребляется во множественном числе - mass communications. В “Словаре языка средств массовой информации США” (1992) массовая коммуникация определяется как “процесс быстрого распространения создаваемых механическим и электрическим способами дубликатных копий информации для гетерогенного и часто большого количества людей”. Множественное число слова коммуникация меняет смысл термина, и, как отмечает этот “Словарь”, массовые коммуникации — это “индивидуальные сообщения, доставляемые различными средствами: по телефону, с помощью телеграфа, радио, телевидения и т. п.”

Медиаполитическое пространство – сфера действия информации, так или иначе связанной с функционированием власти. Информационное пространство в современном мире тесно связано с политическим пространством, в значительной мере совпадает с ним. Политическое пространство можно определить как сферу действия политики, власти, политических процессов и идей. Та часть информационного пространства, которая связана с политикой, относится одновременно к политическому пространству. Чем дальше, тем более значительная часть политического пространства входит в информационное, охватывается им. И это неудивительно. Ведь целью и сущностью политики является власть. Если в былые века для успешного завоевания, удержания и использования политической власти важнейшее значение имели традиционные материальные ресурсы, то сейчас – ресурсы информационные. Сегодня, как никогда, информация является ключом к власти.

Медиатизация (политики) – процесс перемещения содержания политической деятельности в символическое пространство средств массовой информации.

Международное гуманитарное право - (МГП) – отрасль международного права, которая применяется в период вооруженных конфликтов с целью смягчить их последствия. МГП представляет собой систему юридических норм и принципов, которые, во-первых, ограничивают выбор средств и методов ведения военных действий, во-вторых, защищают лиц, не принимающих или переставших принимать участие в военных действиях.

Международный вооруженный конфликт – вооруженный конфликт, в котором участвуют два или несколько государств (*см. ст. 2 Женевских конвенций 1949 г.*). Национально-освободительные войны, в ходе которых

народы борются против колониального господства, иностранной оккупации или расистских режимов за осуществление своего права на самоопределение, обычно приравниваются к международным вооруженным конфликтам.

«Меры по защите журналистов». Так называется статья 79 Первого Дополнительного протокола 1977 г. В ней прописаны основные нормы, относящиеся к защите журналистов, работающих в зонах вооруженных конфликтов.

Немеждународный (внутренний) вооруженный конфликт – конфликт немеждународного характера, часто называемый «гражданской войной», протекает на территории одного государства между его вооруженными силами и антиправительственными вооруженными группами или организованными вооруженными группировками, которые, находясь под ответственным командованием, контролируют часть территории страны, что позволяет им вести непрерывные и согласованные военные действия.

Перечень сведений, составляющих государственную тайну, - совокупность категорий сведений, в соответствии с которыми сведения относятся к государственной тайне и засекречиваются на основаниях и в порядке, установленных федеральным законодательством (*из Закона РФ «О государственной тайне»*)

Политическая реклама - это форма направленного безличного обращения, призванного изменить сознание и поведение людей в соответствии с политическими целями субъекта политики.

Политические коммуникации – любые коммуникации в сфере политики, то есть, коммуникации, так или иначе касающиеся приобретения, удержания и использования политической власти; связь, общение между

собой разных субъектов политики, а также общение между субъектами и объектами политики.

Политический диалог - демократическая форма общения людей, направленная на поиск общеприемлемых решений, связанных с функционированием политической власти. «Политический диалог» является частью более широкого понятия «политическая коммуникация», которая может быть как двусторонней, так и односторонней (монологической). Политический диалог же всегда подразумевает двустороннее общение.

«Правило голого факта». Сообщение журналистом сведений о событиях без их оценки и собственных комментариев.

«Пятая колонна» - со времен гражданской войны в Испании образное название широкой тайной вражеской агентуры в тылу противника.

Региональная пресса России - средства массовой информации, не имеющие общенациональной зрительской или читательской аудитории. Ряд исследователей используют термин «региональная пресса» применительно не только к СМИ, распространяющимся на территории всего региона, но и к городским, и к районным СМИ – если нет необходимости подчеркнуть различия между ними.

Средства защиты информации – технические, криптографические, программные и другие средства, предназначенные для защиты сведений, составляющих государственную тайну, средства, в которых они реализованы, а также средства контроля эффективности защиты информации (*из Закона РФ «О государственной тайне»*)

Средство массовой информации – «периодическое печатное издание, радио-, теле-видеопрограмма, кинохроникальная программа, иная форма периодического распространения массовой информации» (из Закона РФ «О средствах массовой информации»)

«Эффект Си-Эн-Эн». Эффект, суть которого заключается в том, что телевизионные репортажи из «горячих точек» воздействуют не только на простых граждан, но и на людей, занимающих высокие посты и принимающих ответственные решения на государственном уровне. Находясь под воздействием эмоций, вызванных телевизионным сюжетом, эти люди могут принять необдуманное решение, способное привести к негативным последствиям. (Тем более что пристальное внимание мировых СМИ к серьезным конфликтам создает временной прессинг, заставляющий принимать решения в кратчайшие сроки).

Источники:

Закон РФ «О средствах массовой информации»; Закон РФ «О государственной тайне»; Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; Политология. Энциклопедический словарь. М., 1993; Землянова Л.М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. М., 1999; Лозовский Б.Н. Журналистика и средства массовой информации: краткий словарь. Изд. 2-е, испр. и доп. Екат-г, 2007; Чемякин Ю.В. Региональная пресса как организатор политического диалога (на примере печатных СМИ Свердловской и Челябинской областей). дисс... канд. полит. н. Екат-г, 2003; Интернет-источники.