

УДК 811.161.1

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Т.В. Жаркова,

*кандидат филологических наук, доцент,
Санкт-Петербургский государственный университет
кино и телевидения,
e-mail: kaf_russ_gukit@mail.ru*

Аннотация. В статье рассматривается термин «информационная война», ее функции и цели, способы и методы ее ведения. На материале российских СМИ анализируются дискуссии политиков, ученых и журналистов о роли информационных войн в современной геополитике. Приводятся примеры лингвокультурологического воздействия на массовую аудиторию.

Ключевые слова: информационная война, картина мира, массмедиа, информационные технологии, медиaprостранство.

INFORMATION WARFARE AS A FACTOR OF SOCIO-POLITICAL COMMUNICATION

T.V. Zharkov,

*Candidate of Philology, Associate Professor,
Saint Petersburg State University of Cinema and Television*

Abstract. In the article the term "information war", its functions and the purpose, ways and methods of its maintaining is considered. Based on materials of the Russian mass media discussions of politicians, scientists and journalists about the role of information wars in modern geopolitics are analyzed. There are given some examples of linguoculturological impact on mass audience.

Keywords: information warfare, world view, mass media, information technology, media landscape.

Термин «информационная война» был предложен американским ученым-физиком Томасом Роном еще в середине 70-х годов XX в. во время противоборства СССР, стоявшего во главе социалистического лагеря, и США, олицетворявших западный мир с его противоположной системой ценностей.

Цель «информационных войн» та же, что и войн, ведущихся с помощью оружия – воздействие на противника для его поражения и осуществления захвата его территорий и материальных ценностей. Но само явление «информационные войны» известно человечеству давно. Если обратиться к истории, то воздействие на умы и поступки людей использовались уже в древнем мире. Геродот и Фукидид в своих трудах описывают, как распускались слухи, как использовалось предательство, как пугали противника наличием нового, более страшного оружия и т.д. Великий полководец Гай Юлий Цезарь также не раз обращался к методам психологического воздействия на противника во время своих походов и в галльской, и в африканской войнах.

Особое внимание методам «войны без войны» уделял знаменитый китайский полководец Сунь Цзы (VI-V вв. до н.э.).

Какие бы более поздние периоды истории мы не рассмотрели, стремление воздействовать на противника разными приемами и способами прослеживается в разные эпохи у разных народов. Так, Первая Мировая война, в которую вступила Россия, была психологически обусловлена тем, что писали газеты того времени, подготовившие массовый взрыв патриотизма и желание заступиться за братьев по вере.

В XXI век человечество вступило, вооружившись самыми современными технологиями и новейшими исследованиями в области психологии. Это позволило изменить и модернизировать способы ведения информационной войны, сделав их более действенными, более изощренными и, следовательно, гораздо более опасными. Возможность воздействовать на подсознание при помощи психотехнологий создает эффект массового психоза, влияющего на мысли и на поступки тысяч людей. Явление, некогда бывшее темой фантастических романов (вспомним знаменитый роман Александра Беляева «Властелин мира»), стало явью настоящей действительности. Как пишет современный исследователь В.Ф. Прокофьев, объектом воздействия становится подсознание человека, при этом подавляется логическое мышление, свобода воли, контроль над поведением. Спецпрограммы такого скрытого воздействия превращают человека в «зомби», заставляя выполнять определенные действия. Такой человек даже не подозревает, что управляется извне и абсолютно уверен в самостоятельности своих действий [11].

Следует отметить, что стремительный рост новых технологий, распространение Интернета привели также к созданию единого информационного пространства. Это создало новую виртуальную территорию, не имеющую государственных границ, реальных барьеров, и позволяет через средства массмедиа воздействовать на любой объект геополитического пространства. Цели, задачи, возможные последствия этого воздействия рассматривают не только лингвисты, которых интересует лингвокультурологический аспект, но и специалисты в области психологии, военные и политики. Они так определяют главную цель любой информационной войны: «с помощью специальных технологий влиять на идеологического противника и при этом надежно защищать свои собственные информационные ресурсы от враждебного воздействия. Для достижения этой цели происходит насильственное, неожиданное, репрессивное внедрение ценностей, остро противоречащих традиционным обычаям и ценностным шкалам» [8].

Таким образом, объектом воздействия становится культурно-историческая среда, система национальных ценностей и приоритетов. Их разрушение – это прямой подрыв духовных основ как национального сообщества, так и государства в целом. Э.Тоффлер, американский социолог и публицист, футуролог, автор одного из вариантов концепции постиндустриального общества, предлагает картины возможных трансформаций социальной и технологической реальностей, названной им третьей войной. Он указывает, что воздействие определенными идеями приведет к разрушению национального самосознания: «информационная бомба» взорвется в самой гуще людей, осыпая

нас шрапнелью образов, в корне меняя и восприятие нашего внутреннего мира, и наше поведение» [13].

Современная геополитическая ситуация беспокоит и российских ученых. Вице-президент Нанотехнологического общества России профессор Г.Г. Малинецкий, давая интервью для СМИ, затронул не только научные, но и общественно-политические проблемы: «... никто не умеет и не хочет учиться ставить перед российскими учеными даже тактические задачи, я уже не говорю о поисках решений для нейтрализации глобальных, стратегических вызовов. И это накануне большой войны.

– (Корр.): Вы думаете – будет война?

– Так думаю не я, а очень многие ученые РАН, которые видят, что перед страной стоит реальная угроза. Не прямого военного вмешательства, а новых типов войны» [14].

Понятно, что речь идет, в том числе, и об информационной войне. Этой же темы коснулся недавно и нобелевский лауреат Жорес Алферов в своей лекции «Полупроводниковая революция в XX в. и ее современная роль», прочитанной в Санкт-Петербурге в сентябре 2014 г. в научно-образовательном центре нанотехнологий РАН. По его словам, сейчас в мире господствуют информационные технологии. Они влияют и на рынок, и на общество, и на политику. Электронная индустрия – основа информационных технологий. Ученый считает, что у России, чтобы выжить в современном мире, «есть только одна дорога – это развитие собственной науки [15].

Еще один известный петербургский ученый, И.Ф. Кефели, в своей монографии «Судьба России в глобальной геополитике» пишет: «Важнейшим компонентом национальной безопасности становится информационная безопасность, которая в процессе становления информационного общества пронизывает все остальные компоненты национальной безопасности... Особенностью информационной безопасности (и ее разновидности – интеллектуальной безопасности) является то, что информационное пространство не имеет государственных границ. Последняя «прозрачна» для потоков информационных ресурсов. Не менее актуален информационный аспект оборонной (военной) безопасности...

Поскольку социальная безопасность связана с защитой интересов страны, общества, личности, то информационный аспект здесь касается права на получение и использование соответствующей информации, а также формирование общественного сознания. Важное значение приобретает проблема обеспечения информационно-психологической безопасности личности» [4].

Именно использование информационных войн, которые стали вызовом национальным интересам России и угрозой для моральной и физической безопасности личности, окруженной информационными потоками, зачастую далеко не безвредного содержания, обусловлено было мнение специалистов, что безопасность России «должна базироваться, во-первых, на традиционной для россиян духовно-нравственной основе, во-вторых, на принципе преимущественной опоры на собственные силы, в-третьих, на недопущении утери контроля над ключевыми сферами жизнедеятельности государства, в-

четвертых – в настоящее время – на приоритете интересов государства над интересами личности и общества» [1].

Сегодня геополитическая динамика современного мира подтверждает правильность выводов ученых и требует осмысления природы виртуального пространства и способов и методов ведения информационно-психологической войны. Информационная война – это воздействие на массовое сознание и умелая манипуляция им для того, чтобы навязать сопернику или противнику некий заранее спроектированный, но нереальный информационный образ и новую систему ценностей. Еще в самом начале 50-х годов А.У. Даллес, возглавивший Центральное разведывательное управление в США, дал установку на развязывание информационной войны против СССР: «Мы бросим все, что имеем – все золото, всю материальную мощь на оболванивание и одурачивание людей... Посеяв хаос, мы незаметно подменим их ценности на фальшивые и заставим их верить... Эпизод за эпизодом будет разыгрываться грандиозная по своему масштабу трагедия гибели самого непокорного народа, окончательного угасания его самосознания» [7].

Информационные технологии, которые должны формировать массовое сознание, имеют четко поставленные задачи, сформулированные теоретиками информационно-психологических войн, работающими в Пентагоне:

1) расслабить общество, т.е. внушить через СМИ, что врагов больше нет и не будет, и (для отвлечения) обсуждать незначительные периоды и события, интересы отдельных малых народностей (цель: общество как целое должно исчезнуть в качестве объекта сознания);

2) заставить общество слушать только противника, например, с помощью пропаганды его образа жизни, исключив опыт других стран и народов;

3) заставить общество не размышлять над тем, что говорит противник, для этого исключить из СМИ серьезные аналитические передачи, сделав акцент на яркие развлекательные шоу;

4) сосредоточить внимание общественности на каком-то отдельном предмете, помимо направленного манипуляционного потока, например, на терроризме, чтобы подсистема защиты, ответственная за анализ информации, не выполняла свою функцию и была дезориентирована;

5) постоянно внушать, что само общество становится все лучше и лучше, чтобы снизить критические способности людей [12].

На решение этих задач направлены огромные средства и усилия многих людей. Объектом воздействия становятся не только отдельные группы людей, но и целые народы, и даже геополитические регионы (Северная Африка, Ближний Восток и др.). Информационные агентства, типа CNN, и другие «медийные монстры» через свои каналы охватывают пропагандой как своё население, создавая определенными установками запрограммированную картину мира, так и другие народы, становящиеся жертвами информационной войны.

Теоретики уже выявили основные методы ведения информационной войны, и сегодня можно наблюдать их в действии:

1) защита важной для себя информации и распространение своих идей;

- 2) постоянный контроль над ситуацией и ее мониторинг;
- 3) война в средствах массовой информации (прежде всего телевидение и Интернет, затем печатные СМИ и радио);
- 4) информационная блокада (заключается в фильтрации информации и её комментировании в выгодном для себя плане, тогда правдивая информация становится недоступной, или же заранее формируется отношение к ней как недостоверной);
- 5) информационный терроризм (хакерские атаки);
- 6) промышленный и экономический шпионаж;
- 7) другие методы и приемы.

Кроме СМИ, атаки на духовно-нравственные основы общества ведут киноиндустрии Голливуда, новые виды искусства, оказывающие сильное воздействие на психику, а также распространение наркотиков и пропаганда псевдолиберальных ценностей. И все это – через медиапространство.

«Первое направление удара – российский эфир насытили продукцией, зомбирующей человека и отрывающей его от родных корней. Отсутствие идеологии упростило задачу. Населению прямо не говорили: будь беспринципным. Населению показывали сериалы, где главный герой вел себя беспринципно. Населению пели попсу и шансон, где беспринципность подавалась в привлекательном молодецком образе. Массы бессознательно подражали удали, показанной в привлекательном свете. Параллельно велась атака на язык. Особенно активно шла работа над неустоявшимся молодежным сознанием. Под предлогом моды и крутизны, в рамках специально разработанной субкультуры, создавался специальный сленг. Очень незаметно слово «совесть» было вытеснено словом «закомплексованность». Из той же оперы понятия «сексуально раскрепощенная» вместо «бесстыжая», «киллер» вместо «убийца», «путана» вместо «проститутка» и прочее. Новояз заполнил информационное пространство.

Это была полноценная атака, разработанная суперпрофессионалами [10: 228].

Управляемая через СМИ свобода – это парадокс потребительской цивилизации. Внушенная система ценностей лежит в сфере физиологии и материальных интересов. Тот же автор обличает свободу прессы: «Информация, которую преподносят СМИ, несет на себе печать выборочности и надуманности. Прессой, теле- и радиокомпаниями управляют два желания - достижение высокого рейтинга, чтобы заполучить рекламодателей, и лояльность к власти, чтобы не отобрали лицензию. Это приравнивает журналистику к обычной торговке на рынке. У неё нет принципов, она делает то, что выгодно. «Свободные» СМИ, стремясь к прибыли, через избирательное внимание к фактам интерпретируют любую информацию в выгодном заказчику свете. Сфабрикованные мифы выдаются за подлинную информацию, а подлинная искажается путем неполной, односторонней подачи, замалчиванием одних фактов и выпячиванием других. Рядом с ложными сообщениями публикуется правдивая информация, потерявшая актуальность. Домыслы после редактирования приобретают правдоподобность. Неточное цитирование или часть фразы, которая в отрыве от контекста приобретает другой, подчас противоположный смысл, вкупе с визуальными средствами и словесными

образами направляет аудиторию по заранее намеченному маршруту [10: 223-224]. Сегодня эта точка зрения подтверждается реальными фактами, когда из диалога В.В. Путина с представителями Европарламента вырываются части фразы, полностью изменяющие смысл высказывания. В цитатах из книги «Проект Россия», которая на протяжении 3-х лет печаталась без имени автора, что породило многие догадки, сегодня мы видим их обоснованность условиями информационной агрессии и информационной войны, с которой как с новым глобальным вызовом столкнулось человечество. Автором книги оказался специалист по безопасности Ю.Шалыганов, член Координационного совета Института стратегической безопасности. Он ставит вопрос об информационных войнах как в политическом, так и в лингвистическом плане. Это совпадает с теми задачами по анализу СМИ, которые решает медиалингвистика, т.к. медиaprостранство – вот поле ведения информационной войны.

Известный специалист-лингвист Г.Г. Почепцов перечислил плюсы подобных войн. Вкратце перечислим их:

1) война ведется на чужой территории, не имеет ни пространственных, ни моральных ограничений;

2) она выгодна с экономической точки зрения: не требует ни людских, ни материальных ресурсов. Воздействие происходит через информацию в массмедиа, формирующие определенное общественное мнение;

3) информационная война не оставляет материальных следов, т.к. ведется в виртуальном пространстве в виде информационных атак. Человек, или даже целое общество, или отдельные социальные группы считают, что принимают самостоятельные решения и не понимают, что испытывают скрытое воздействие. Невозможно ни подготовиться к таким атакам на массовое сознание, ни своевременно отразить их;

4) «мягкие» подходы и методы используют определённую «мимикрию», подражание тому объекту, на который направлено воздействие. Одна и та же информация по-разному подается и для конкретных людей, и для специализированных учреждений. Информационное влияние осуществляется незаметно и удачно «маскируется» под правду;

5) исходя из этого одна и та же ситуация, один и тот же факт будут восприниматься по-разному: дезертирство солдат с точки зрения командования – преступление, а точки зрения противника – благо;

6) цель – изменить мировоззрение больших социальных групп или целого общества, и для этого изучается представление о мире своего противника [9].

«Война шестого поколения» или «сетевая» война как метод воздействия на массы усиленно отрабатывается Пентагоном после распада СССР. СМИ и сайты в Интернете участвовали в подготовке «цветных революций» и «арабской весны». Отечественный исследователь В.М. Коровин так и назвал свою книгу «Главная военная тайна США: сетевые войны». Причем Коровин указывает, что и «бархатные» революции 1989-1990г.г. финансировались фондом Сороса [6].

Подмена понятий тесно связана с таким явлением, как медиавирус. Политика двойных стандартов, которая активно использовалась западными СМИ при изображении событий в Югославии, затем Ираке, Ливии гласит:

правда – это то, о чем мы рассказали, а не то, что было на самом деле. Современные информационно-политические технологии сегодня используются не только западными массмедиа. Медиавирус – мощное оружие информационной войны – взято на вооружение и террористами. Боевики ИГИЛ (с июня 2014 г. – ИГ – Исламское государство) ведут сетевую войну среди мусульманского населения Европы, вовлекая новых сторонников в свои ряды. При помощи новых технологий записанные ими ролики со сценами казней, документальные фильмы, демонстрирующие их победы и «подвиги», передача, которую заставили вести британского журналиста, взятого в плен – это тоже медиавирусы, внедряемые в сознание определенных этнических и религиозных групп. Выстраивая информационное пространство в соответствии со своими устойчивыми концептуальными моделями, которые выражаются в четкой тематической структурализации медиаматериалов, через СМИ ИГИЛ создает и поддерживает выгодную для себя картину мира. Они усвоили уроки западной прессы. О том, как высокопрофессионально это делает Исламское государство, захватившее треть Сирии, почти половину Ирака, рассказал спецкорреспондент «Аргументов и фактов» обозреватель Г. Зотов, вернувшийся из Ирака после проведения там собственного расследования. «Особую часть в жизни халифата занимают пиар войны, реклама достижений и угроз террористов... Делается пиар очень грамотно, профессионалами своего дела. У исламистов имеется пресс-служба, где сотрудники говорят на английском и русском (!) языках. Подключено множество сайтов, включая и... юмористические, вроде «Исламского государства котиков»: там размещают фото и видео террористов с домашними кошками. Цель сайта – показать, что боевики не роботы-головорезы, дескать, ничто человеческое им не чуждо. Отдельный уровень – создание мифов, таких, что Геббельс обзавидуется» [3]. Таким образом, массмедиа, как исламистские, так и мировые, становятся информационными атаками. Они дают огромный эффект, причем, одних запугивают, а других привлекают в свои ряды, навязав им запрограммированную картину мира.

Сильнейшее влияние англоязычных СМИ наблюдается и в России. С середины 90-х годов зарубежные СМИ создали в Москве компанию «Independent Media», которая постепенно расширила свой рынок. Начало положили газеты «The Moscow Times» и «The St.Petersburg Times». Сегодня это и популярные «глянцевые» журналы «Cosmopolitan», «Men's Health», «Good Housekeeping» и другие издания. По словам петербургского журналиста Вл. Малышева, значительная часть российских медиа принадлежит зарубежным владельцам. Таким образом, мы наблюдаем, с одной стороны, дальнейшую интеграцию международных информационных систем, с другой стороны, – необходимое для издателя влияние на умы и поведение массовой аудитории – адресата, подвергающегося направленному информационному влиянию.

В связи с информационными войнами и теория «борьбы культур» (Kultkampf). Согласно ей, для бескровной победы или установления контроля над противником необходимо учитывать культуроспецифичность его информационной картины мира. Начинается её критика, затем разрушение и подмена национальных приоритетов и ценностей неким набором общечеловеческих ценностей. Поскольку доминантой западной культуры всегда был индивид, то русская соборность, коллективизм рассматриваются как

отсталость. Идеи общества потребления внедряются в сознание, вытесняя духовно-нравственные основы. Человек превращается в «обезьяну в костюме» [16].

Одним из основных средств информационной войны является создание политических мифов, которые представляют собой искусственные творения специалистов-политологов. СМИ внедряют их в сознание людей и заставляют действовать против собственных интересов. Об этом пишет Дж. Колеман: «Мы реагируем именно так, как нас программируют.... Сегодня люди полагают, что они хорошо информированы. Но они не представляют себе, что мнения, которые они считают своими, фактически созданы в исследовательских институтах и мозговых центрах Америки. Ни один из нас не волен иметь своего мнения в том потоке информации, которую на нас обрушивают СМИ и компании по изучению общественного мнения» [5].

Существующие сегодня лингвомедийные технологии создания образов и стереотипов распространяют устойчивые представления о жизни других стран и народов. Отбор фактов всегда запрограммирован: только то, что отвечает поставленной задаче. Так, гибель малоазийского «Боинга» – это факт, который нельзя замолчать, но комментарии, сопровождающие его в западной прессе по обвинению России или лично Путина, формируют образ агрессивной России. Включается весь спектр способов формирования образа, соединение медийных и лингвистических средств. Это значительно усиливает общий эффект воздействия. Видеоряд в телевизионной программе всегда не только иллюстрирует вербальную информацию, но и формирует определенный образ. Так программируется мышление, а вслед за ним и поведение объекта воздействия. Ещё раз обратимся к одному из постулатов информационной войны: правда – это то, что мы рассказали, а не то, что было на самом деле.

В настоящее время многие ученые, политики, журналисты открыто говорят о Третьей мировой войне (Е. Сатановский, директор Института Ближнего Востока), «незримой мировой войне» (Я. Вяткин, военный обозреватель АН), «третьей мировой» (В. Жириновский, вице-спикер ГД), «новой холодной войне» (В. Зорин, знаменитый журналист-международник, профессор Института США и Канады), «третьей мировой войне» (папа Франциск I) и др. После выступления в ООН министр иностранных дел РФ С. Лавров дал интервью телеканалам «Росси» и RT: «Я думаю, что это уже будет другая холодная война, если она начнется. Она идет сейчас, прежде всего, в информационном пространстве. В той классической войне тоже использовались СМИ, но это несравнимо с тем, что сейчас можно делать, учитывая Интернет и все его возможности» [2]. И разумным и своевременным представляется решение Государственной Думы принять законопроект, ограничивающий до 20% максимальное число иностранных учредителей каких-либо СМИ на территории РФ. В условиях активно ведущейся информационной войны это необходимая мера.

Что может противопоставить этому идеологическому напору, этой информационной агрессии российское медиапространство? Сегодня ответственность журналистов возросла неизмеримо. Тактика «цветных революций», неоднократно использованная в Югославии, Северной Африке, на постсоветском пространстве, сегодня опробуется в Гонконге. И везде

подготовка и организация их – социальные сети и массмедиа. Информационная война продолжается. Уроки великого китайского полководца и военного теоретика Сунь Цзы оказали огромное влияние на развитие стратегии современных войн: «Самая великая победа в войне та, которая достигается без войны».

Литература

1. Васильев А.И., Сальников В.П., Степашин С.В. Национальная безопасность России: конституционное обеспечение. – СПб, 1999. – С.92.
2. Запад запутался //Петербургский дневник. – №430. – 29 сентября 2014. – С.2.
3. Зотов Г. Кровь халифата //Аргументы и факты. – № 39. – 2014. – С.11.
4. Кефели И.Ф. Судьба России в глобальной геополитике. – СПб, 2004. – С.138.
5. Колеман Дж. Комитет 300. Тайна мирового правительства. – М., 2006. – С. 84.
6. Коровин В.М. Главная военная тайна США: сетевые войны. – М., 2009. – С.55, 114.
7. Лисичкин В.А., Шеленин Л.А. Третья мировая информационно-психологическая война. – М., 1999. – С.64.
8. Пирумов В.С., Родионов М.А. Некоторые аспекты информационной войны в военных конфликтах //Военная мысль. – 1997. – №5. – С.44-47.
9. Почепцов Г.Г. Пропаганда и контрпропаганда. – М., 2004. – С.51-52.
10. Проект Россия. – М., 2007. – С.223-224.
11. Прокофьев В.Ф. Объект атаки – подсознание человека // Военная безопасность Российской Федерации в XXI веке: Сб. науч. тр. – URL: http://makeyev.msk.ru/pub/sys/2004/russia_wor_securityhtml.
12. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. – М., 2001. – С.147.
13. Тоффлер Э. Третья волна. – М., 1999. – С.263.
14. Чуйков А. «Голова профессора Доуэля» от российской науки. – Аргументы недели. – №35 (427), 18 сентября 2014. – С.6.
15. Шабанова Е. Технологии будущего// Петербургский дневник. – №425. – 22 сентября 2014 г. – С.4.
16. Шалыганова Ю. Человек без идеи – обезьяна в костюме// Аргументы недели. – №4 (245). – 3 февраля 2011. – С.7.