

КУЛЬТУРА И ПОЛИТИКА

Г. Л. Тульчинский

Информационные войны как конфликт интерпретаций, активизирующих «Третьего»

УДК 323.269

Феномен информационных войн является многовекторно парадоксальным. Это связано с неоднозначностью интерпретации акторов, целей, результатов эффективности таких конфликтов. В конечном счете, смысл информационных войн сводится к трансляции различных интерпретаций их содержания. При этом ключевую роль играет организация и интерпретация некоего Большого События, задающего некий неоспоримый факт, привлекающий внимание общественного сознания. В этом случае формируется некий Третий, в апелляции к которому и разворачивается конкретный конфликт.

Ключевые слова: Большое Событие, интерпретация, информационные войны, Третий.

G. Tulchinsky. Information wars as Information war as a conflict of interpretations, activating the «Third»

The phenomenon of information wars is a multi-vector paradoxical. This is due to the ambiguity in the interpretation of actors, objectives, performance results of such conflicts. Finally the meaning of information wars is reduced to broadcast different interpretations of their contents. A key role is played by the organization and interpretation of a Big Event, which specifies a certain undeniable fact that attracts the attention of the public consciousness. In this case, will be generated Third one, in which the appeal is deployed and the specific conflict.

Key words: Big Event, information wars, interpretation, Third

Феномену «информационных войн» посвящен обширный корпус литературы (см., например: [1; 2; 3; 4; 5; 9; 10; 11; 15; 16]). Это словосочетание не сходит со страниц публицистики. Информационные войны обсуждают эксперты-политологи, сформировались целые научные сообщества, активно обсуждающие информационные войны в

международной и внутренней политике, в бизнесе, корпоративном менеджменте. Разрабатываются математические модели информационных войн [12]. Существуют развитые электронные сетевые ресурсы, посвященные информационным войнам [например: <http://www.infowars.com>; <http://www.infwar.ru>]. На рынке действуют агентства, специализирующиеся на оказании соответствующих услуг по ведению информационных войн, обеспечению информационной безопасности, информационной разведке и т. п.

Может сложиться впечатление, что речь идет о хорошо известном концепте, операционализированном до конкретных технологий и методик. Однако это так и не так... Например, тематику, связанную с информационными войнами, любят выбирать студенты для подготовки курсовых, а то и выпускных работ, магистерских диссертаций. И каждый раз они сталкиваются с проблемой отсутствия концептуальной проработки осмысления информационных войн. Что такое информационная война? Если это конфликт, то всегда ли можно точно сказать – кто в нем противоборствует? Каковы цели участников конфликта? В чем выражаются результаты информационной войны? И всегда ли можно говорить о таких результатах? О победителе и побежденном?

Практически на каждый из таких вопросов можно дать несколько версий ответов и их толкований. Может сами эти толкования, интерпретации и являются собственно информационной войной? Приходится признать многоплановую парадоксальность феномена информационных войн. И, как минимум, можно выделить три аспекта этой парадоксальности.

Что такое информационные войны

Прежде всего, отсутствует ясность с самим понятием информационных войн. Что это? Информационное прикрытие конфликтов? Спецоперации по разрушению информационной инфраструктуры противника? Просто пропагандистские кампании – технологии давно и хорошо известные в истории? Не являются ли «информационные войны» гипостазированной метафорой этих технологий? Или за ними кроется некая новая реальность информационного и постинформационного общества?

Из простого сопоставления известных толкований таких терминов, как «информационная война», «политическая манипуляция», «пропаганда», «слухи», «идеологическая диверсия», «психологическая война», можно сделать, по крайней мере, один важный вывод: информационные войны – в отличие от однонаправленных действий типа пропаганды, манипуляции и слухов – есть форма конфликта, в котором должны быть акторы – противоборствующие стороны, преследующие определенные цели. И эти цели – как желаемые результаты – должны быть сопоставимы с результатами конфликта, включая определение победителя.

Наиболее очевидна ситуация информационной войны в случае активных действий по разрушению информационной инфраструктуры: уничтожение информационных центров, центров принятия решений, хакерские и спамовые атаки. Акторы, их цели, результаты – достаточно очевидны.

Главные проблемы возникают при обращении к «содержательным» информационным войнам на уровне «софта»: попыткам воздействия на сознание неким информационным содержанием. Используемые средства при этом могут быть самыми различными, включая весь набор манипулятивно-пропагандистских технологий. Тогда что нового вносят технологии информационных войн?

Попробуем развить последствия понимания информационных войн в качестве некоей относительно новой политической технологии информационного и постинформационного общества, связанной с развертыванием конфликта.

В качестве конкретных практических примеров информационных войн различного уровня можно взять: (а) ситуацию, повлекшую отставку Ю. М. Лужкова (уровень конфликта в политической элите); (б) конфликтную ситуацию между оппозицией (системной и внесистемной) и правящим политическим режимом, возникшую в России после думских выборов в 2011 г. (общенациональный уровень); (в) ситуацию вокруг цепочки революционных событий в арабских странах и исламском мире в целом (международный уровень).

Информационные войны как конфликт интерпретаций

Специфическая особенность «информационных войн» в неясности их акторов. Кто организатор этих действий? Против кого они ре-

ально направлены? Неоднозначность проблемы акторов порождает мифологизацию «информационных войн», их демонизацию. При желании за любой новостью, за любым событием можно проследить мотивационную цепочку, «коварный замысел», который можно приписать неким «врагам». Это, разумеется, не отрицает очевидность строящихся и реализуемых планов и проектов различных политических и социальных сил – как зарубежных, так и внутри страны.

Нужно только отдавать отчет в том, что политическая реальность является результатом взаимодействия, столкновения, конкуренции таких проектов и кампаний. Именно это имеется в виду, когда историю понимают как «равнодействующую волю». Тем не менее акторы «информационных войн» во многом оказываются продуктами интерпретаций, дискурсивных практик, которые, в свою очередь, тоже могут рассматриваться как «информационные войны». Феномен информационной войны тем самым переводится не то что в дискурсивную практику мифотворчества, а в игру ума аналитиков и политтехнологов – кто кого «переинтерпретирует».

Почему это работает?

Можно говорить о своеобразной загадочности «информационных войн». Примером могут служить недавние события вокруг информационной атаки на Ю. М. Лужкова, а также публикацией скандальных материалов на электронном ресурсе WikiLeaks. Ничего нового общественность не узнала. Все эти факты, так или иначе, но публиковались в прессе, в блогах, циркулировали в медиа. Более того, всем понятна некая преувеличенность, даже несправедливость агрессивных действий публикаторов. То есть все знали, все всё понимали, но – сработало!!!

Или события в Ливии... Разве до этого ничего не было известно о «чуждачествах» Муамара Каддафи? О его, мягко говоря, авторитарно-семейных методах управления страной, отношении к проявлениям оппозиционности и инакомыслия? Но почему-то у всех вдруг «открылись глаза» и политическими лидерами ряда стран были сказаны не берущиеся назад слова, за которыми с неизбежностью, последовали санкции.

Проблема «Третьего»

Начнем с парадокса (3). Почему при всех очевидностях эта технология «работает». Потому как становится неприлично, несправедливо оставлять статус «полуправды». Обнародование фактов придает им publicity, когда «все говорят», когда «нельзя замолчать», когда уже «надо действовать». Но где предел, где порог перехода от слухов, отдельных публикаций, дискуссий в блогосфере в некое новое качество? И каков тот институт, который оправдывает действия, обусловленные этим «новым качеством» ситуации?

Тем самым намечается (по крайней мере – частичное) разрешение парадокса (2) – относительно реального адресата «информационных войн». Любой конфликт, даже любой диалог возникают и разворачиваются в присутствии (зачастую неявном, неочевидном) некоего «Третьего», того, кто все понимает и, в конечном счете, рассудит. Как писал Ж.-П. Сартр, человеческое бытие есть бытие-под-взглядом [13]. Это могут быть Бог, Абсолют, Справедливый Суд, Завет предков, Научная Истина, Исторический Закон Развития, Государство, а при его отсутствии или бессилии – кто-то, кто «в законе». Именно к этому Третьему фактически апеллируют обе стороны конфликта, на апелляции к нему они обосновывают свои действия («они первые начали»), собирают аргументы неправоты противников и оппонентов.

Получается, что информационная война это конфликт, представленный в информационном пространстве, имеющий целью активизировать некую группу влияния, инстанцию, лиц принимающих решение...

В этой связи стоит обратить внимание на три особенности информационного (и даже постинформационного) массового общества.

Прежде всего, это «уплощение» ценностной иерархии, свойственной традиционному обществу. В массовом обществе ценности структурированы не вертикально, а горизонтально, в результате чего в нем фактически отсутствует трансцендентное измерение [14]. Даже «самые высокие ценности» катафатически представлены в этом мире, наравне с другими.

В этой связи, чтобы вызвать интерес, привлечь внимание в этом «плоском мире», должно произойти некое Событие, запускающее волну общественного интереса. Чтобы в этом пруду, покрытом ряской, произошло, что-то такое, чтобы волны кругами пошли, брызги

полетели, чтобы все пиявки всплыли, лягушки повылезали, чтобы даже черепаха Тортила всплыла посмотреть – что это там такое произошло? А это, оказывается, Буратино бросили в пруд.

Из теории и практики PR хорошо известны условия, при которых информация становится новостью, – это: что-то важное для широкого круга людей (обычно это экзистенциальные и прочие угрозы благополучию), что-то, к чему имеют отношение известные люди, и – скандал.

В современном мире журналисты собирают не более 12–15 % информации, циркулирующей в медиа. Остальная информация предоставлена или инициирована. Более того, о более 40 % событий, о которых сообщается в медиа, можно утверждать, что не потому о них сообщается, что они произошли, а они потому произошли, чтобы о них сообщалось. Не потому нам показывают по ТВ, как президент почесал у бычка за ухом, что он это сделал, а он сделал это для того, чтобы нам это показали. Замечательные примеры такого рода «событий» давал «новостной» ряд, связанный с деятельностью В. В. Путина на посту главы Правительства: усыпление усыпленной тигрицы, стрельба из гарпунной пушки по китам, тушение пожара, добывание со дна моря античных амфор и т. п.

Особую роль играют экзистенциальные угрозы (природные катаклизмы, техногенные катастрофы, экономические и политические кризисы, военные угрозы). Особенно чутко к ним современное массовое общество, в силу сложности технологий, чрезвычайно уязвимое для таких катаклизмов. Причем – в силу глобализации экономического, информационного и политического пространства – в глобальном масштабе. Можно даже утверждать, что современное массовое общество есть общество алармическое, если не общество хоррора. Что может использоваться и используется в целях политических манипуляций. Общество, приведенное в состояние хоррора, тотальных угроз безопасности, оказывается весьма удобным и пластичным для манипуляции. Примерно именно это мы и имеем в современной России. Примеры слишком очевидны.

Шумное паблисити, однако, только полдела.

Роль «Большого События»

И тут мы подбираемся к сути парадоксов (1–3). Информационная война это не просто слухи, отдельные публикации, информация в

блогах. Это – некий широкий резонанс в общественном мнении, бьющая в глаза очевидность, возникновение новой реальности, к которой можно апеллировать как факту. И эта новая реальность медийна. Не просто в духе М. Маклюэна «message is media» [7], или Н. Лумана – как порождение рефлексивной реальности [6], а именно сама реальность, «большое событие» в медиа, задевшее интересы того самого Третьего, апелляцией к которому, по сути, и является информационная война, и без учета которого разрешение реального конфликта невозможно.

Реальный адресат любой информационной войны – именно этот Третий: государственные структуры, властная группировка, лица, принимающие решение... Иногда информационная война дает новое позиционирование хорошо известного факта, стимулируя принятие решение, или демонстрируя, что решение зреет, а то и принято, что уже «можно». Именно так, похоже, и было в случае с Ю. М. Лужковым, «разоблачающая» информационная атака на которого (и его супругу) стала основанием принятия Президентом решения об отставке многолетнего мэра Москвы как «утратившего доверие».

Отдельного рассмотрения заслуживают случаи, когда Третий, инстанция к которой апеллировала информационная война, решение не принимает. Тогда эта ситуация зависает. Или решение принимает некий возникающий Другой Третий, и конфликт разрешается вмешательством этой новой силы. Например, – революцией, или – внешней оккупацией.

Кровавые этнические чистки в Сербской Краине Боснии, возбудившие мировую общественность. Попытка самосожжения молодого человека в Тунисе. «Тысячи» расстрелянных режимом Каддафи. Эти события вытеснили все прочие новости в медийном пространстве, создали некую новую реальность, в апелляции к которой главами ведущих держав мира были сказаны такие слова, взять обратно которые не только было невозможно, но за ними должны были последовать действия. Они и последовали. Во всей своей неоднозначности.

Цепочка событий в Тунисе, Египте, Ливии, Иордании, Бахрейне, наконец – в Сирии показывают, что главными акторами этих событий являются два главных центра исламского Востока, претендующие на лидерство: суннитско-ваххабитская Саудовская Аравия и шиитский Иран. Но череда создания Событий была апелляцией к активным дей-

ствиям стран НАТО, прежде всего, США и Франции, сыгравших ключевую роль в обеспечении смены политических режимов. Можно было предполагать, что за этим должна последовать инициация волны антиамериканских настроений. Она и последовала – вокруг сожжения американскими военными в Афганистане нескольких экземпляров Корана, которые использовались заключенными для переписки. Это Событие дало импульс новой информационной войне с апелляцией уже к исламскому миру с целью его дистанцирования от Запада.

Анализ событий в исламских странах Севера Африки и Ближнего Востока показывает, что ключевую роль в самих событиях и в международной реакции на них сыграли не столько новые информационно-коммуникативные технологии внутри конкретных стран, сколько формирование внешнего информационного контекста в глобальном информационном пространстве. Именно этот контекст создал и создает некую необратимость и задает вектор развития. Тогда как, для сравнения, кровавая бойня тутси и хутту, в которой погибли миллионы людей, не стала предметом озабоченности мирового сообщества. Просто потому, что эта бойня не попала в медийное пространство, не стала Событием. А не произошло это по одной причине – не было того Третьего, которому это Событие можно было бы адресовать.

Очевидно, этим и объясняется как интерес к «информационным войнам», так и эффективность этой информационно-коммуникативной технологии в политическом процессе. Так же как, наверное, и важность средств массовой коммуникации как политического института. Кто его контролирует, тот и оказывается «в законе» постинформационной реальности.

Главный конфликт вокруг этого контроля над «постинформационным Третьим» – конфликт государства и гражданского общества, определяющий качественную палитру специфики современных обществ. Но вопрос не только в прямом контроле. Кто прорвался, создав Событие, тот уже добился существенного результата на пути к победе. Яркими подтверждениями этого являются «Манежка», формы гражданского протеста между выборами в Государственную Думу 2011 г. и президентскими выборами 2012 г.

Так, противостояние участников гражданского протеста против фальсификаций на выборах в Госдуму (и примкнувших к нему оппозиции – внесистемной и отчасти системной), с одной стороны, и по-

литического режима – с другой, во многом свелось к созданию новостных поводов – Событий: митингов, шествий, автопробегов... При этом, если оппозиционные митинги, фактически, были офлайн-продолжениями активности онлайн возникших сообществ, то акции их противников организовывались по инициативе «сверху».

В результате выявился определенный предел такой технологии разрешения конфликта. Агрессивная атака властей, обвинения в стремлении к захвату власти, запугивание общества «оранжевой революцией», стравливание рабочих и интеллигенции, жителей провинции и столиц, привели к тому, что движение за честные выборы, возникшее как гражданское движение, целью которого было формирование легитимных институтов государственной власти, стало политизироваться. С точки зрения развиваемого подхода, произошла «эволюция Третьего». Если первоначально протест был адресован самой государственной власти, то постепенно он втягивался в рамки избирательной кампании по выборам Президента.

И в этих условиях борьба за создание новостных поводов стала приводить к спорам вокруг численности участников этих акций («у кого митинг больше»), вырождаться во взаимные обвинения и инвективы, типичные для избирательных кампаний. В этой ситуации ключевым Событием становятся сами президентские выборы, выявленные манипуляции на которых способны дать уже новые импульсы формирования российского гражданского общества, перевести эти импульсы на качественно новый уровень.

-
1. Бухарин С. Н. Методы и технологии информационных войн. М. : Академический проект, 2007.
 2. Бухарин С. Н., Цыганов В. В. Методы и технологии информационных войн. М. : Академический проект, 2007.
 3. Власенко И. С., Кирьянов М. В. Информационная война: искажение реальности. М. : Канцлер, 2011.
 4. Волконский Н. Л. История информационных войн: в 2-х т. / И. Петрова (ред.). СПб. : Полигон, 2003.
 5. Информационные войны в современном мире. М. : Ключ!С, 2008.
 6. Луман Н. Реальность массмедиа. М. : Канон+, 2012.
 7. Маклюэн М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. М. : Гиперборея; Кучково поле, 2007.

8. Мухин А. А. Информационная война в России. М. : Центр Политической Информации, ГНОМ и Д., 2000.
9. Панарин И. Н. Информационная война и дипломатия. М. : Городец, 2004.
10. Панарин И. Н. Технология информационной войны. М. : КСП+, 2003.
11. Почепцов Г. Г. Информационные войны и будущее. К. : Ваклер, 2002.
12. Расторгуев С. П. Информационная война. Проблемы и модели. Экзистенциальная математика. М. : Академический проект и др., 2006.
13. Сартр Ж.-П. Бытие и ничто: Опыт феноменологической онтологии / пер. В. И. Колядко. М. : Республика, 2000.
14. Тульчинский Г. Л. Маркетизация гуманизма. Массовая культура как реализация проекта Просвещения: российские последствия // Человек.ru. Гуманитарный альманах. Новосибирск, 2007. № 3. Антропология в России: школы, концепции, люди. С. 194–216.
15. Norris P. Digital divide: Civic engagement, information poverty, and the Internet worldwide. Cambridge : University Press, 2001.
16. Owen D. Media: the complex interplay of old and new Forms // New Directions in Campaigns and Elections / Medvic S.K. (ed.). NY : Routledge, 2011. P.145–162.

В. В. Панкратов

Смысловое содержание политических идеологем: опыт систематизации

УДК-32

В статье предложен вариант решения проблемы политического спектра. Вводится трехосная система классификации современных идеологем, основывающаяся на комплексе концептов, раскрывающихся через набор дихотомий.

Ключевые слова: Концепт, идеология, систематизация, дихотомия, политический спектр.