

ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОБОРСТВА

И. Г. Чайка¹

В статье рассматривается появление в мире принципиально новых видов угроз, основанных не только на технологических факторах, но и на психологических и культурных началах. Дается характеристика и примеры применения технологий информационного противоборства.

Ключевые слова: информационное пространство, безопасность, информационное воздействие, политический дискурс.

The article discusses the emergence of a world fundamentally new types of threats, based not only on technological factors, but also on psychological and cultural basis. The characteristics and application examples of technology information confrontation.

Key words: information space, security, the Information impact, the political discourse.

На рубеже веков Россия столкнулась с рядом серьезных вызовов, которые предьявляет современный этап развития общества. В условиях, когда политика превращается в форму социальной реакции на трансформации в культурной сфере общества, когда происходит изменение механизмов включения человека в политику, массовизация населения как источника и субъекта политической власти, деидеологизация и театрализация политики, изменение роли государства, виртуализация политического пространства, непредсказуемость и риск становятся неотъемлемыми атрибутами политического процесса [8, с. 3]. Эти глобальные и региональные вызовы современности требуют активного рационального и целенаправленного применения информационных технологий на основе согласования интересов больших социальных общностей, институтов, способности разрешения кризисных и конфликтных ситуаций.

Данная ситуация является следствием появления в мире принципиально новых видов угроз, основанных не только на технологических, но и на психологических и культурных факторах. Сегодня мы становимся свидетелями последствий применения психологического оружия, когда жертва обычно и не догадывается об этом. Поэтому ряд ученых склонны рассматривать информационное воздействие в качестве новой мировой войны [6]. Информационная по-

¹ Чайка Иван Геннадьевич – аспирант кафедры политологии и политического управления Кубанского государственного университета. Эл. почта: ivan_chaika@mail.ru

литика может как способствовать развитию, так и тормозить его в различных сферах экономики, социальной политики.

Вошедшее в политический лексикон в конце XX в. понятие «информационное противоборство» придавало этому виду политической конкуренции военно-стратегический и глобально политический смысл. Как отмечают В. Н. Абрамов и А. В. Соловьев, стратегическое информационное противоборство было разделено на первое и второе поколения, предусматривающие разграничение задач в ходе осуществления конкретных мероприятий. Первому отводилась роль обеспечения действий традиционных сил, направленных в большей степени на дезорганизацию функционирования систем управления. Стратегическое информационное противоборство второго поколения — продукт американских специалистов в области информационной борьбы. Этот комплекс мер воздействия на противника был вызван к жизни информационной революцией, вводящей в круг возможных сфер противоборства информационное пространство и ряд других областей (прежде всего экономику) [1; 4].

В последнее время основные исследования в области информационной безопасности и информационного противоборства постепенно перемещаются в сферу идеологии и психологии. Так, по мнению Дж. Петерсена, президента Арлингтонского института, в будущем информационное оружие будет развиваться не столько в области «железа» (технических средств) и компьютерных программ, сколько в идеологической сфере. Основными средствами воздействия на противника станут не вирусы или электромагнитные импульсы, направленные на поражение программно-аппартных платформ, а манипулирование восприятием и спекуляции вокруг идей, таких, как глобальное потепление, экология, расовое и международное взаимодействие, ядерная война, которые смогут подвигнуть толпы людей на поступки. Эксперт в области масс-медиа, президент корпорации «Аэробьюро» Ч. Де Каро (США) даже изобрел специальный термин «мягкая война» применительно к «враждебному использованию всемирного телевидения для формирования воли другой нации через изменение представлений о реальности» [3, с. 3] так называемые суггестивные манипулятивные технологии. Кроме того, сегодня и Интернет становится одним из средств проведения «мягких войн».

В связи с этим отмечаются изменения в понимании сути и роли атакующего информационного оружия. На современном этапе в качестве такового рассматриваются средства и методы манипулирования информацией и индивидуальным общественным сознанием. Среди таких технологий нарастающую опасность представляют системы скрытого информационного воздействия, основным объектом нападений которых является психика человека. Характерный признак нового мышления — появление понятия «реальная виртуальность», используемого для обозначения ситуации, когда освещение некоторого со-

бытия в СМИ приобретает бóльшую социальную значимость, чем собственно само это событие [3, с. 2].

Г. Г. Почепцов обращает внимание на то, что возрастающая роль информационного пространства в любых типах задач, стоящих перед современным обществом (социальных, экономических, политических, военных), заставляет нас более пристально посмотреть на арсенал средств, которые могут быть использованы для их решения [7, с. 73–81]. Это определенные информационные технологии, в рамках которых осуществляется переход из информационной сферы в другие области, однако делается это с помощью опоры на массовое сознание, причем основным в информационной технологии является воздействие в пространстве принятия решений. Технологии позволяют, с одной стороны, беречь ресурсы для получения эффективных результатов, с другой — осуществлять перенос имеющегося инструментария из одной точки пространства-времени в другую. В последнее время возник феномен контроля виртуальной действительности на современных технологических основаниях. Изменяя виртуальную действительность в нужную сторону, мы получаем результаты в реальности. Информационное пространство современного мира не строится как аналог реального пространства, хотя массовое сознание воспринимает его именно таковым. PR и другие прикладные науки эксплуатируют это расхождение, эту неэквивалентность двух пространств, которая скрыта от массового сознания. Тем самым массовое сознание, реагируя на информационную реальность, переносит эту свою реакцию на подлинную реальность. Факт начинает функционировать в рамках какой-то интерпретации, лишь затем становясь знанием.

Информационно-политическое воздействие, будучи интенсивной технологией, требует введения в виртуальное пространство определенных характеристик, выгодных для цели кампании. Можно даже утверждать, что информационно-политическое воздействие сознательно провоцирует конфликт, который в дальнейшем будет разрешать в выгодном для коммуникатора русле. Для целей подобной кампании необходимо создавать определенное информационное доминирование, которое не давало бы оппоненту возможности захватить инициативу. При информационно-политическом воздействии реальность трансформируется в виртуальность, в рамках которой начинает разворачиваться планируемое действие. Виртуальность позволяет усиливать нужные для целей кампании аспекты и ослаблять ненужные, поскольку виртуальность более управляема, чем реальность.

Само понятие «социальная технология» можно представить как определенный способ осуществления человеческой деятельности по достижению общественно значимых целей. Сущность способа состоит в рациональном расчленении деятельности на процедуры и операции с их последующей координацией и синхронизацией; это расчленение осуществляется предварительно, созна-

тельно и планомерно на основе и с использованием научных знаний, передового опыта, с учетом специфики области деятельности. Социальная технология выступает в двух формах: как программа, содержащая процедуры и операции (способы и средства деятельности), и сама деятельность, построенная в соответствии с этой программой. Специфика программы состоит в том, что она существенным образом предопределяет направленность и содержание технологизируемой деятельности. Социальная технология как элемент человеческой культуры возникает двумя путями: «вырастает» в социокультурной среде эволюционно либо строится по ее законам как искусственное образование.

Таким образом, технологию можно определить как способ реализации людьми конкретного сложного процесса путем расчленения его на систему последовательно взаимосвязанных процедур и операций, которые выполняются более или менее однозначно и имеют целью достижение высокой эффективности [8, с. 3].

Технологический эффект достигается за счет:

- расчленения деятельности на определенное число операций, необходимых и достаточных для ее эффективного осуществления, исключения тем самым бесполезных действий;
- четкого распределения операций между исполнителями и исключения необеспеченных операций, функций;
- координации действий исполнителей и исключения или минимизации возможных сбоев;
- алгоритмизации деятельности и экономии ресурсов путем сокращения времени на поиски, выбор вариантов и т. п.

Важнейшей предпосылкой появления и распространения разнообразных политических технологий как совокупности способов организации деятельности, направленных на наиболее оптимальную и эффективную реализацию целей и задач конкретного субъекта, стало изменение самого политического пространства. А. И. Соловьев выделяет несколько качественных изменений поля политики [11, с. 68–73].

1. Выдвижение на арену власти массового социального субъекта, характеризующегося внутренней неконсолидированностью, слабой структурированностью, ориентацией на ценности массовой культуры. Политическая идентификация стала осуществляться преимущественно на основе интерпретации человеком культурных текстов, чьи образы, знаки и символы не обладали никакими смысловыми ограничениями, кроме индивидуальных (и одновременно ситуативных) прочтений индивидом своих потребностей и причин обращения к власти. Поэтому политика стала превращаться в форму социальной реакции на трансформации в собственно культурной среде общества.

2. Изменение механизмов включения индивидов в политическую сферу. В политической жизни из сферы внимания как власти, так и общества стали выпадать целые проблемные блоки, которые традиционно инициировали массовую политику: права человека, защита личности от необоснованного государственного вмешательства, обеспечение необходимых для жизни социально-экономических стандартов и т. д. Это привело к стремительному нарастанию явлений конформизма (как добровольно занятой политической позиции граждан), массовому «демократическому потребительству» и другим аналогичным фактам, возвещающим о качественном ослаблении заинтересованности граждан в политическом участии и использовании ими политических механизмов для реализации своих индивидуальных интересов. В силу этого политика стала неумолимо сокращать свое присутствие в отношениях власти и общества.

3. Произошли глубокие изменения в информационной вертикали политики, устанавливающей коммуникацию элитарных и неэлитарных слоев и выступающую базисным элементом организации всей системы политической власти. Эти изменения проявляются прежде всего в том, что идеологии, стимулировавшие утверждение групповых ценностей — стабилизации, авторитета, порядка, национальных интересов, прогресса и других основополагающих ориентиров политической игры, вытесняются на периферию политической диагностики. В условиях массовизации общества когнитивные и иные возможности оказываются чрезмерными и нефункциональными для того, чтобы служить смысловой ориентации граждан в политике, транслировать их интересы, способствовать балансу отношений элитарных и неэлитарных группировок. Происходит формирование новых структур и механизмов, способных обеспечить информационные связи элит и неэлит, у массы появляется самостоятельная способность к производству политически значимой информации. В складывающихся сегодня условиях масса становится не только получателем политической информации, ее потребителем и интерпретатором, но и ее творцом. Массовые образы, мнения, настроения в демократическом пространстве превращаются в величину, которую невозможно игнорировать при осуществлении власти, поскольку ее наличие (учитывая присущие этой среде эффекты самозаражения, резонанса, тиражирования стандартов, самомистификации и пр.) провоцирует качественное видоизменение способов и форм контроля над поведением неэлитарных слоев со стороны правящих кругов. Элита не может претендовать на уникальность своих идейных продуктов, и она вынуждена прибегать к новым способам управления общественным мнением с учетом особого характера распространения информации именно в массовом субъекте.

А. И. Соловьев связывает изменения в информационном пространстве политики с выходом на политическую авансцену технотелемедиумов, т. е. новых электронных способов передачи информации, способствующих возникно-

вению в политическом пространстве разнообразных социальных эффектов, предполагающих и соответствующие организационные изменения в сфере власти, характере политического коммуницирования, институциональном дизайне поля политики, стилистике властвования [9, с. 12].

Технотелемедиумам удалось институционализировать новую вертикаль в отношениях верхов и низов, вполне соответствующую задачам поддержания стабильности в обществе, а именно разнообразные политические технологии.

Повышение на основе интернет-коммуникаций ментальной сплоченности этнически близкого, но политически расколотого населения зачастую провоцирует конфликты между различными государствами и региональными структурами. В ряде случаев, несмотря на активные экономические и политические связи, между народами вырастают новые социокультурные стены [2, с. 11].

Двойственность культурных последствий совершенствования электронных коммуникаций и интерактивных технологий проявляется также в нарушении гармонии сложившихся культур, в размывании их базовых, первичных смыслов. Постепенно встраиваясь в современную культурную среду, Интернет и другие интерактивные электронные СМИ не только влияют на социальную дифференциацию общества (в частности, путем предоставления политическим меньшинствам непропорционально высокого представительства в Сети), но и, подталкивая людей к переосмыслению своего индивидуального и группового опыта, продуцируют у них новые ожидания, меняют саму структуру их политически значимых интересов [10, с. 9].

Более того, правомерно утверждать, что новые возможности перемещения информации современными телетехномедиумами обуславливают и возникновение неизвестного прежде типа жизнедеятельности — всех со всеми и одновременно порознь [12, с. 121]. Тот же эффект имеет и виртуализация политического пространства в Сети: переплетение реальности с вымышленными событиями и искусственно выстроенной информацией подрывает основы рациональной социальной и политической ориентации, порождая у человека элементы скепсиса и иронии в восприятии такого рода комбинированной действительности. Понятно, что, стимулируя утверждение новых способов культурного освоения политически значимой информации, современные коммуникации создают совершенно новую социальную атмосферу для развития политической жизни и воспроизводства культуры.

На политическую арену стали выходить подвижные, рыночные способы организации дискурса, и прежде всего политическая рекламистика, представляющая собой систему маркетинговых принципов, норм и технологий обращения информации, используемых при обеспечении всех контактов коммуникатора и реципиента в политическом пространстве. Только методики данного типа (включающие инструментарий рекламы, информационного лоббизма, PR и др.), руководствующиеся задачей наиболее быстрого и точного удовлетво-

рения потребностей масс во властно значимой информации, стали способны поддерживать спорадический характер использования людьми механизмов политики для защиты своих интересов.

Высокий темп обращения информации, затрудняющий ее превращение в смыслозначимые социальные реакции индивида, обусловил и появление особой формы организации релятивных политических целей — имиджа. Именно последний способен сегодня выполнять сигнальную функцию для верхов и низов, аттестуя в глазах населения политику властей в той мере, в какой это необходимо людям для прояснения собственных задач, адаптации к существующим порядкам, реализации собственных намерений. Имиджевые способы организации политических дискурсов являются выражением нового уровня обеспечения самостоятельности индивидов в поле власти. Они усиливают свободу выбора человеком своей позиции и одновременно эффективность отбора им политических альтернатив. Имидж не программирует, а ориентирует политический выбор человека, он сосредоточен на обеспечении свободного выбора человека и предоставлении ему для этого соответствующей информации, аргументов, склоняющих его к поддержке той или иной альтернативы в реализации конкретного политического проекта. У имиджевых техник коммуницирования устанавливается свой язык общения власти с населением — легкий и тривиальный, но зато привлекательный (в силу обязательного дополнения элементами развлечения) и способный к распространению через электронные СМИ. Причем такая тесная смысловая и техническая связь имиджа и телемедиумов ведет к тому, что политические сообщества начинают формироваться уже сугубо технологическим способом, подрывая тем самым не только идейные, но и нередко смысловые очертания отношений населения к власти.

Имидж представляет собой образ, основанный на стереотипах, т. е. образ обобщенный, упрощенный и ригидный [5]. Имидж — это культивирование нужных реакций. Это значит, что стороны порождают те типы поведения, в которых сами заинтересованы. Возникает новый стереотип, создаваемый в соответствии со стереотипом, уже имеющимся у аудитории.

Понятие социального стереотипа впервые было введено в научный оборот американским исследователем средств массовой информации У. Липпманом для обозначения распространенных в общественном мнении предвзятых представлений о членах различных национально-этнических, социально-политических и профессиональных групп. Стереотипизированные формы мнений и суждений по поводу социально-политических вопросов трактовались им как своеобразные «выжимки» из господствующих сводов общепринятых морально-этических правил, доминирующих социальных представлений и потока в большинстве случаев тенденциозной, сугубо политической пропаганды и агитации.

Согласно У. Липпману, социальные стереотипы представляют собой основной мыслительный материал, на котором строится массовое сознание [13, с. 231]. Липпман сводил мышление к простым реакциям на внешние стимулы, роль которых выполняют именно стереотипы — стойкие, эмоционально окрашенные, упрощенные модели объективной реальности, вызывающие у человека чувство симпатии или антипатии к явлению, которое ассоциируется с тем или иным приобретенным им опытом. Стереотипизация процесса мышления в психологическом плане связана с установкой, формирующейся в процессе предшествующей практики людей. Под установкой, составляющей психологическую почву стереотипа, подразумевают готовность воспринимать явление или предмет определенным образом, в определенном свете, исходя из предшествующего опыта восприятия.

Таким образом, стереотипы имеют объективную природу и являются неотъемлемым свойством психики человека делать обобщения. Действительно, если бы человек не обладал способностью обобщать, упрощать, схематизировать окружающую действительность, он не смог бы быстро ориентироваться в непрерывно растущем потоке информации, которая к тому же постоянно усложняется и все более дифференцируется [4, с. 106]. Эту возможность обеспечивает способность головного мозга человека вырабатывать обобщенные представления о явлениях и фактах, формирующиеся на основе предыдущих знаний человека, а также поступающей к нему новой информации.

Например, российское и международное общественное мнение прочно закрепило за Кавказом представление как о регионе с очень высоким уровнем конфликтности. Многие эксперты, в частности, сравнивают его с Балканами. В то же время россияне, живущие на Северном Кавказе слабо идентифицируют себя с Кавказом в целом, воспринимая Армению, Азербайджан, Грузию, ставшие независимыми государствами, как «чужое» пространство, а не как часть единого историко-культурного ареала. Отсюда и представление, что «чем дальше от нас, тем хуже».

Россия как одно из ведущих государств мира всегда будет оставаться объектом для воздействий претендентов на мировое лидерство. Подтверждением этому служат попытки отдельных государств сформировать у широких кругов мировой общественности негативный образ Российской Федерации. Прилагаются усилия по изменению расстановки сил в наиболее важных регионах мира, основанные на антироссийских настроениях. Периодически реанимируется информационная поддержка действий сил сепаратизма на Северном Кавказе. Именно поэтому в настоящее время особенно актуальным становится разработка и внедрение технологий, способных обеспечить региональную безопасность и стабильное развитие Юга России в целом и Краснодарского края в частности.

Библиографический список

1. *Абрамов В. Н., Соловьев А. В.* Информационное противоборство и неправительственные организации // Вестник МГУ. Сер. 12. Политические науки. 2008. № 2.
2. *Арутюнян Л. Н.* Политическая культура: процессы формирования и изменения (о некоторых гипотетических основаниях одной теоретической модели) // Образы власти в политической культуре России. М: МОНФ, 2000.
3. *Григорьев В. Р.* Информационные вирусы — новое оружие массового поражения // Информационные войны. 2008. № 3.
4. *Кузина К. А.* Роль СМИ в формировании имиджа Каспийского региона: дис. ... канд. полит. наук. Астрахань, 2008.
5. *Панарин И. Н.* Дипломатия и имидж России. URL: <http://www.panarin.com/doc/7/>
6. *Потехин В.* Современные войны и национальная безопасность России. URL: <http://www.df.ru/~metuniv/consor/POTEN2.html>.
7. *Почепцов Г. Г.* Информационно-политические технологии. М.: Центр, 2003.
8. *Савченко И. А., Шпак В. Ю., Юрченко В. М.* Технология политического действия. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2007.
9. *Соловьев А. И.* Коммуникация и культура: противоречия поля политики // Политические исследования. 2002. № 3.
10. *Соловьев А. И.* Политическая культура: Проблемное поле метатеории // Вестник МГУ. Сер. 12. 1995. № 3.
11. *Соловьев А. И.* Политический облик постсовременности: очевидность явления // Общественные науки и современность. 2001. № 5.
12. *Шевченко И. А.* Политические Интернет-технологии в трансформирующемся обществе: дис. ... канд. полит. наук. Ставрополь, 2005.
13. *Lippman W.* Public Opinion. Hard Press. New York, 1922.