

## ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА ОБРАЗОВ РЕАЛЬНОСТИ В ЦИФРОВОМ ОБЩЕСТВЕ

**Аннотация.** Информационная война есть информационное воздействие систем друг на друга с целью получения выигрыша. В статье показываются особенности современного цифрового общества, которое производит и потребляет информацию в массовом взаимодействии, сотрудничестве, нацелено на инновации, динамично глобализировано и т. д. Для него характерен цифровой Формакон, т. е. особая техническая среда и закон знания, обладающий положительными и отрицательными свойствами. Показывается, что информационные образы в сетевой войне в большей мере используют отрицательные свойства техносферы. Эксклюзивное право федеральных телеканалов на интерпретацию смыслов и определение главных политических и культурных вопросов дня в наше время начинает подвергаться сомнению. В цифровом обществе социальные медиа занимают сильные позиции, традиционные медиа зачастую проигрывают в деле влияния на общество. Приход новой технологической войны, которая дает тотальное проникновение Интернета, соединяется с приходом нового поколения, детерминированного этими технологиями с детства. Поколение инфантилов, в силу неопытности подверженных токсичной пропаганде, может еще более легко стать питательной средой негативных практик и цветных революций. Следует озаботиться контрпропагандой и мерами позитивного влияния цифровых систем.

**Ключевые слова:** информационная война, цифровое общество, Фармакон, новая грамматизация, образ, поколение инфантилов.

Информационная война – это явные и скрытые целенаправленно осуществляемые информационные воздействия систем друг на друга с целью получения выигрыша в материальной сфере.

Применение информационного оружия – работа с идеологией противника, может создать и заложить для последующей активизации алгоритмы самоуничтожения, предназначенные ему.

Цель этой войны – «управление и манипулирование общественным сознанием, медийное воздействие в политической жизни» [1, с. 4].

И. Панарин в работе «Информационная война и геополитика» пишет, что было пять мировых войн: третья – холодная, четвертая – война с терроризмом, пятая – информационная или сетевая война. Существует гипотеза, что методы и приемы ведения информационной войны в между-

народных делах губительно воздействуют на социум, порождают ненависть к народам. Информационная война отличается от психологической тем, что психологическая война использует все средства для того, чтобы уничтожить желание людей сражаться.

Термин информационная война возник в США в 1960–1970-е годы, но широко применили это понятие в 1991–1992 гг., тогда же оно ушло в прессу и в документы Минобороны этой страны.

В 1996 году в Пентагоне утверждали, что все пространство делится на традиционное пространство и киберпространство. Сферы ведения боя – земля, море, воздух, космос плюс–минус информационная сфера. Поражаются информационная инфраструктура и психика противника [2, с. 12].

Информационная война – действие с целью достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационную систему противника с целью укрепления и защиты своих информации, системы и структуры.

Информация и масс-медиа тесно связаны. Любой конфликт в первую очередь информационный. Для любых решений нужна информация, которая управляет самой целенаправленной деятельностью, смыслом жизни и смерти системы.

Можно обращаться к разуму людей. В Интернете существует информация, но без ссылки на работу китайского философа Сунь-Цзы в VI в. до н. э., который, якобы описывая войну, в том числе обращается к воинам своей страны с пожеланием участвовать в том, что сегодня называется информационной войной:

1. Разлагайте все хорошее у противника.
2. Вовлекайте крупных деятелей в преступления.
3. Подрывайте престиж руководства противника и выставляйте его на позор.
4. В этих целях сотрудничайте с самым подлыми и гнусными.
5. Разжигайте ссоры в стране противника.
6. Подстрекайте молодежь против стариков.
7. Мешайте работе производства.
8. Препятствуйте нормальному снабжению вражеских войск и поддержанию в них порядка.
9. Сковывайте действия противника песнями и музыкой.
10. Обесценивайте традиции и веру в богов.
11. Посылайте проституток для разложения.
12. Щедро покупайте информацию, людей, обещайте все.

Олег Матвейчев, известный философ и политтехнолог, утверждает, что лучшая война, самая успешно проведенная – та, которая ограничивается первой фазой, – информационной войной, а за ней следует поражение противника. Мы видим, что информационная война и раньше, и тем более в наше время, которое называют эрой информации, а также цифровой эрой, становится все более важной и эффективной.

Дон Тапскотт и Энтони Д. Уильямс написали книгу «Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все», в ней они рассмотрели положительные особенности будущего общества, которое можно назвать нанообществом или электро-цифровым обществом. Особенности этого общества многократно описывались в разных работах. В «Викиномике» отмечается, что это общество ориентировано на знание, что в нем вся информация оцифрована, то есть все предметы представлены в цифровой форме, что производство в нем виртуализируется, все больше зависит от информации. В таком обществе в производстве востребованы свойства открытости информации, совместного его производства в сотрудничестве, прозрачности деятельности компаний, конвергенции, динамизма, глобальной интеграции, инновационной природы знаний и т. д.

Авторы декларировали, что к принципам «Викиномики» относится сотрудничество всех, открытость, обмен, взаимозависимость, целостность. Исследовав предпочтение школьников, Э. Уильямс отметил их следующие положительные черты: они любят индивидуальное потребление; быстро обнаруживают обман; ждут честности от собеседника, ждут прозрачности и тактичности; хотят сотрудничества и надежных отношений, обожают приколы, любят скорость и инновации. На базе этих исследований в целом были разработаны проекты глобальной образовательной реформы и реформы бизнеса, в которых надо использовать массовое сотрудничество, взаимодействие равных и идеологию открытого кода [3, с. 8].

Еще один исследователь цифрового общества — французский философ Б. Стиглер — также подходит к оценке будущего с оптимистической гипотезой, хотя все же отмечает ряд отрицательных последствий новой техники и работы владеющего ей капитала. Б. Стиглер называет ее Фармаконом (термин Ж. Деррида). Фармакон — это среда, в которой производятся значения. Она выступает условием их данности, но одновременно и условием невозможности полного присутствия и завершенности, то есть познания.

Вся сфера техники является Фармаконом, что делает ее одновременно и мнемотехникой.

Фармакон — это закон знания: любая мнемотехника как часть объективного духа содержит в себе возможность «терапии», лечения, продуктивного освоения, обещающего новую индивидуацию и новую реабилитацию желания (разрушенного капитализмом через рекламу и потребление).

В конечном счете Б. Стиглер говорит, что университет должен изучать Фармакон в теории и применять на практике, для этого реформировать публичное производство, а по сути, само «общее дело» республики, название которому еще предстоит найти.

Б. Стиглер называет сегодняшнее время новой грамматизацией по аналогии с революцией Гутенберга, когда была изобретена печать. Аналоговые носители информации меняются на цифровые, а последние присвоены финансовым капиталом и являются основой для маркетингового контроля за обществом и людьми (вспомним понятие BigData — информацию из

сетей и гипермаркетов о наших предпочтениях). Но философ считает, что эта новая враждебная грамматизация не полностью негативна, а может выстроить новую терапию и обратить Фармакон на пользу разуму [4, с. 178–183; 9].

Что же касается информационных образов в сетевой войне, то в этой области отрицательные свойства Фармакона перевешивают положительные.

Рассмотрим ситуацию на примере сообщений о теракте 3 апреля 2017 года в Санкт-Петербургском метро. Это страшное событие для информационной войны есть средство создания его образа для войны с образами противника и навязывания собственной интерпретации зрителям, читателям, слушателям. Лишь совершается событие, как в течение ближайших полчаса или часа, быстро создаются интерпретации, причем если одни порядочно отражают данные события, то другие раздувают информационный пузырь, предлагают следующие образы. Первый образ, что эти взрывы нужны власти для того, чтобы отвлекать народ от негативных экономических условий жизни. На деле же понятно, что дестабилизация власти ни в коем случае не нужна. Второй образ – власть может только гонять юнцов – недовольную молодежь, а справиться с терроризмом не может. Это тоже в корне неверное утверждение, так как наша власть имеет большой опыт борьбы с терроризмом. Третья интерпретация данного события состоит в том, что власть воспользуется им для наступления на гражданские свободы. На деле власть выступает против хаоса и расхристанной свободы, потому что они дают место терактам. Ведущий программы «Первая студия» А. Шейнин отмечает, что в Интернете менее чем через час после теракта некоторые люди начинают давать свои негативные версии. При этом в ответ на то, что этих людей называют зрители в студии «ублюдками», ведущий возражает, что это не «ублюдки», а специалисты информационной войны. И. Панарин, известный теоретик в этой области, также отмечал, находясь в студии, что данный теракт можно назвать медиатерактом, что после него специально формируется медиареальность, в которой вместо позитива наша жизнь выглядит как трагедия. Можно сделать вывод, что теракт – это средство создания образов информационной войны за то, какую интерпретацию навяжут зрителю.

Обратимся к понятию «образ». Обычно образом называют мысленное отражение действительности в голове человека, субъективную картину реальности. В расширительном смысле образ включает культурные, мировоззренческие, научные характеристики в сознательную деятельность, говорят об образе мира, человека и т. д. В феноменологии М. Малецкий выделяет следующие значения понятия образа у Гуссерля. Графическое представление (картина на холсте), чувственно представляющее что-то; видимый образ – аспект вещи; вещь как нечто видимое; то, что пережитое поставляется сознанию; образы в привычном смысле слова – ментальная картинка предмета. Образование продуктивной фантазии, галлюцинации, объект художественного представления существуют лишь феноменально и интенци-

онально, то есть не существуют сами, а только как феноменальные акты. Физические феномены — цвет и т. д. и есть реальные составляющие сознания. Они существуют еще и действительно, то есть не просто мнимо. По Гуссерлю, картина является образом только для сознания, придающего ему значение образа. Цель феноменологии — научиться видеть идеи — эйдети-ческое измерение, то есть философия учит видеть мир. Для того чтобы видеть мир, нужно трудиться — упражнять взгляд, научить строго придерживаться того, что является вещью, без трансцендирующего стремления за кулисы вещи в себе. Восприятие — один из способов взаимодействия между субъектом и объектом, между актом и ноэмой. Как излагает учение Гуссерля М. Малецкий, следует сначала избавиться от естественной установки, стягивая данные восприятия на субъект. Затем надо их высвободить от субъекта и прийти к конечному феномену как видимой вещи, но «видимой никем», вещи чистой, абсолютной [5, с. 44–56]. Так через бесконечную серию редукций и идеаций бесконечно расширяются возможности познания и творчества.

Данная методология применяется прежде всего в науке с целью достижения истины, как ее понимают феноменологи, но даже такая трактовка истины не накладывается на структуру создания образа в информационной войне.

Американский политолог А. Коэн отмечает, что политика США может строиться на интерпретациях, не подкрепленных никакими фактами. Себя он относит к ученым и говорит, что его репутация существует потому, что всегда основана на проверенных фактах. Белый дом часто в документах информацию из социальных сетей и экспертиз, которые проводят не сами американские структуры, называет фактами. Только если будут использовать настоящие факты, тогда разум в цифровую эпоху, как говорит Б. Стиглер, может принимать верные решения. Если же интерпретации не подкрепляются фактами, то есть если информационные образы не правдивы, то политика, руководствующаяся такими фактами, будет катастрофична.

Ведение информационной войны с нашей стороны, по мысли В. Коровина, не предполагает опоры на вымышленные факты, а представляется ведением войны с помощью смыслов — «smart war», то есть умной войной, ведущейся на американской территории. Это удары с помощью мировоззренческих идеологем, в которых нуждается американское общество, это выявление конфликтных точек внутри их общества, давление на которые может стать весьма чувствительным для американского государства. При этом эта война остается сетевой войной, кибервойной, войной в сети Интернет [6].

Известный писатель и политик Э. Лимонов так отмечает разницу в сетевых войнах США и России. Он считает, что американцы ведут эту войну, опираясь на искусство лжи. Правда и нравственность кажутся им несовременными, и они оставляют их для дикарей [7]. Например, обвиняя Асада в нанесении удара химическим оружием, американцы никогда не предос-

тавят доказательств, так как они избрали тактику обвинять без доказательств. А старомодные чудаки вроде руководителя МИД С. Лаврова будут продолжать вести себя как в XVIII–XIX вв., запрашивая доказательства.

Особенностью Фармакона является все большее использование социальных сетей или социальных медиа, которое оказывается оперативнее, шире по охвату аудитории; они дают больше возможностей выбора контента, а также интерактивны, то есть дают обратную связь, что нехарактерно для одноканального потребления информации в традиционных медиа. И. Ухов, интернет-журналист портала Life News, отмечает, что с точки зрения современной пропаганды на молодую аудиторию сети действуют гораздо эффективнее, но сама пропаганда или информационные образы должны быть выполнены в коротких видеоформатах и плоских лозунгах, типа «Мы здесь власть, Стоп, коррупция» и т. д. Такие образы гораздо более понятны, коротки, что важно для Интернета, и более эмоциональны, что важно для информационной войны[8].

Приход новой технологической волны с практически тотальным проникновением Интернета создает поколение новых инфантилов, которые получают информацию в калейдоскопическом стиле интернет-поисковиков, порождает новые типы «политовошей», например пятиклассников, борющихся с коррупцией. География протестов весной 2017 года в России была достаточно широкой, благодаря распределенной структуре сети, осуществляющей координацию не по вертикальным приказам. Так, в марте оппозиция применила систему горизонтальной мобилизации с использованием каналов социальной связи и вирусных механизмов, прежде всего в сфере содержания. Так развитие техники приводит к новым вызовам политической жизни страны, от которых будет многое зависеть в будущем.

Для победы в информационной войне, по мнению О. Матвейчева, нужно овладеть волей и разумом человека. Овладеть разумом, возможно, более трудно, по этому пути идут создатели информационных образов и сетевой войны в нашей стране. Их деятельность, в частности деятельность информационного агентства RT на русском, возглавляемого М. Симонян, негативно оценивается властями Запада, что косвенно свидетельствует об опасности, которую она для них представляет. Если же побеждается воля, то тот, кто сдается в поединке, вступает в ситуацию «господина и раба». Для этого ему закладывается чужая идентичность с помощью тех способов, которые были отмечены в начале работы и приписываются в Интернете великому китайскому мыслителю Сунь-Цзы.

### Библиографический список

1. Расторгуев С.П. Информационная война. М.: Радио и связь, 1999. 416 с.
2. Панарин И. Информационная война и геополитика. М., 2006. 560 с.
3. Дон Тапскотт, Энтони Д. Уильямс. Викиномика. Как массовое сотрудничество изменяет все. Издательство Best Business Books, 2009. 105 с.

4. Bernar Stiegler. *Etats de choc: Bêtise et savoir au XXIe siècle* Paris: Fayard, 2012. 360 p.
5. Малецкий М. Гуссерль, феноменология и абстрактное искусство // Логос. 2007. № 6. С. 44–56.
6. Коровин. В. Выходка Трампа развязала России руки. URL: <https://izborsk-club.ru/12993> (дата обращения: 10.10.2017).
7. Лимонов Э. Искусство лжи. URL: <http://limonov-eduard.livejournal.com/309141.html> (дата обращения: 10.10.2017).
8. Ухов И. Телевизор, прощай. Что показали «антикоррупционные» протесты Навального. URL: <https://life.ru/990102> (дата обращения: 10.10.2017).
9. Кралечкин Д. Разум и глупость в цифровую эпоху // Логос. 2013. № 3. С. 178–183.

Marina B. Kuznetsova

## INFORMATIONAL WAR OF REALITY OBJECTS IN THE DIGITAL SOCIETY

**Abstract.** Information war is information influence of systems at each other for the purpose of receiving a prize. In the article features of modern digital society which makes and consumes information in mass interaction, cooperation are shown, it is aimed at innovations, it is dynamically globalized, etc. Digital Formakon, i.e. special technical environment and the law of knowledge having positive and negative properties is characteristic of it. Is shown that information images in network war uses negative properties of a technosphere to a large extent. The exclusive right of federal TV channels on interpretation of meanings and definition of the main political and cultural issues of day begins to be called in question presently. Social media take strong positions in digital society, traditional media often lose in business of influence on society. Arrival of new technological war which gives total penetration of the Internet connects to arrival of the new generation determined by these technologies since the childhood. The generation of infantil, owing to the inexperience subject to toxic promotion, can become even more easily nutrient medium for negative practices and color revolutions. It is necessary to attend to counter-propaganda and measures of positive influence of digital systems.

**Key words:** information war, digital society, Pharmakon, new grammatization, image, generation of infantil.