

УДК 316.6:32.019.5

Ю. Р. Тагильцева
Екатеринбург, Россия

**ЛОКАЛЬНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ВОЙНЫ:
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ
В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ***

ГСНТИ 16.21.27

Аннотация. В статье уделяется внимание проблеме развития и ведения локальных информационно-психологических войн между конфликтными сторонами в политическом пространстве России, а также приводится анализ последствий дезинформационных операций, осуществляемых через СМИ.

Ключевые слова: информационно-психологическая война; конфликт; воздействие; общественное мнение; оценка; СМИ.

Сведения об авторе: Тагильцева Юлия Ринатовна, кандидат филологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью.

Место работы: Уральский государственный педагогический университет (Екатеринбург).

Контактная информация: 620057, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Таганская, д. 51а, кв. 146.
e-mail: jennifer1979@yandex.ru.

Yu. R. Tagiltseva
Ekaterinburg, Russia

**LOCAL INFORMATIONAL-
PSYCHOLOGICAL WARS:
PECULIARITIES OF DEVELOPMENT
IN MODERN RUSSIA**

Код ВАК 10.02.19, 10.02.01

Abstract. The article discusses the problem of development and conducting of local informational-psychological wars between conflict parties in the political space of Russia. The author analyzes consequences of disinformation action, carried out via Mass Media.

Key words: informational-psychological war; conflict; influence; public opinion; evaluation; Mass Media.

About the author: Tagiltseva Yulia Rinatovna, Candidate of Philology, Assistant Professor of the Chair of Advertisement and PR.

Place of employment: Ural State Pedagogical University (Ekaterinburg).

* Исследование выполнено по гранту президента Российской Федерации для поддержки молодых российских ученых и ведущих научных школ (МК-3355.2009.6).

В современной науке все больше стали уделять внимание проблеме информационно-психологической войны и способам ее ведения (начало исследования было положено еще в 1990 г. в США). На сегодняшний день в России существуют фундаментальные работы, которые подробно раскрывают суть данного феномена: Г. Г. Почепцов «Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований»; Н. Л. Волковский «История информационных войн»; А. В. Манойло «Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны»; С. П. Расторгуев «Информационная война» и др.

Так, один из наиболее авторитетных исследователей данного вопроса, А. В. Манойло, в своей работе «Управление психологической войной в системе государственной информационной политики» выделяет несколько направлений, исследующих понятие «информационная война». К первой группе, по его мнению, принадлежат исследователи, которые относят информационно-психологические войны «к отдельным информационным мероприятиям, информационным способам и средствам корпоративной конкуренции, ведения межгосударственного противоборства, вооруженной борьбы, коммуникационным технологиям воздействия на массовое сознание с кратковременными или долговременными целями» [Манойло: Управление...]. Под подобную трактовку в результате попадают практически все типы коммуникаций, как политическая, так и социальная.

Вторую группу составляют ученые, рассматривающие информационно-психологиче-

скую войну как «комплексное совместное применение сил и средств информационной и вооруженной борьбы, комплекс информационной поддержки, информационных контрмер, мер информационной защиты, предпринимаемых в соответствии с единым планом и нацеленных на достижение и поддержание информационного превосходства над противником во время боевых действий» [Там же]. При данном подходе наблюдается узкая направленность цели ведения самой войны, а причина ее возникновения вытекает из сложных политических отношений, сложившихся между странами.

Третью группу представляют исследователи, предлагающие рассматривать информационно-психологическую войну как «явление внешне мирного периода межгосударственного противоборства, позволяющего решать внешнеполитические задачи несиловым в традиционном понимании путем» [Там же]. В рамках этого подхода исчезает сущность самого исследуемого явления.

Таким образом, мы видим, что подобное явление является динамичным процессом, характерным для современного этапа развития информационного общества, что, как следствие, ведет к неоднозначности смыслового наполнения термина «информационно-психологическая война» в научной сфере.

В данный момент нас интересует наиболее расширенное толкование понятия «информационно-психологическая война».

Общими принципами информационно-психологических войн являются:

– спланированность действий для достиже-

ния определенных целей (политических, экономических, идеологических);

– скрытое и анонимное информационно-психологическое воздействие на сознание и даже на подсознание, способное вывести из равновесного состояния и привести к конкретным действиям;

– использование различных типов информационно-психологического воздействия («ударов», «шоков», «вбросов», «блокад»);

– выстраивание информационного воздействия на различные общественные группы, сферы жизнедеятельности страны в соответствии с заданным алгоритмом;

– информатизация, способная привести к информационному доминированию как залого лидерства [Манойло: Информационно-психологическая война...].

Все вышеперечисленные принципы «полномасштабных» информационно-психологических войн являются универсальными: они реализуются как в глобальных информационно-психологических войнах, так и в локальных, «малых», которые особенно характерны для современной политической ситуации на т. н. «постсоветском» пространстве (взаимоотношения между политическими элитами бывших республик Советского Союза, переплетение политических, идеологических и экономических интересов).

Локальные («малые») информационно-психологические войны являются одним из дешевых, доступных и достаточно эффективных средств достижения цели, поэтому они наиболее распространены в современном информационном обществе. Дело в том, что «малые» информационно-психологические войны отличается, во-первых, всеобъектность, т. е. они осуществимы в различных сферах общественной коммуникации. Во-вторых, целенаправленность подобных конфликтов тоже может быть разнообразной: от нападения до поиска консенсуса. И в-третьих, «малые» информационно-психологические войны часто бывают отзвуками «глобальных» конфликтов: часто они являются на первый взгляд незаметными звеньями одной цепи, и бывает, что только по прошествии времени становится понятна их общая логика.

На современном этапе наблюдается динамика методов ведения информационно-психологических войн: те средства, которые рассматривались в качестве дополнения в «больших» информационно-психологических войнах, в «малых» нередко выполняют доминирующую, ведущую роль. Это прежде всего касается выхода на первый план иронии как одного из главных средств ведения «боевых действий». Журналистские тексты иронического характера способны показать несостоятельность, нелепость объекта воздействия эффективней разоблачающих инвектив. Преобладание подобных текстов в СМИ мы наблюдали на примере «молочного» конфликта, разразившегося между

Россией и Белоруссией. Кроме того, и это важный момент, который мы собираемся впоследствии рассмотреть отдельно, конечной целью «локальных» информационно-психологических войн, как это ни парадоксально, нередко оказывается не полное ниспровержение противника, а постепенное (пусть и с позиций силы) сглаживание обострившейся ситуации, установление определенного паритета и поиск обоюдного компромисса. Таким образом, проявляется тенденция к трансформации старых методов ведения информационно-психологических войн, и открываются новые горизонты их трактовки и интерпретаций.

В июне 2009 года в СМИ прокатилась очередная взрывная информационная волна, связанная с внезапным «молочным конфликтом», разгоревшимся между некогда братскими республиками – Россией и Белоруссией. В памяти сразу же всплыли печальные воспоминания о грузинском и молдавском вине, латвийских шпротах. И все стали ждать, чем все это закончится.

Итак, данный конфликт, возникший между «республиканскими» странами, можно считать «малой» информационной войной, поскольку он, во-первых, был спровоцирован локальным поводом – «несоответствие белорусского молочного продукта российским стандартам качества, применяемым к подобным продукциям». (Конечно, одновременно появились и другие версии. Так, по слухам, основным поводом противоборства стало лоббирование интересов российских производителей молочной продукции на территории Белоруссии.)

Во-вторых, конфликт касался прежде всего экономической сферы, а не всего комплекса межгосударственных отношений, тем более двух стран, официально образующих единый государственный союз. Таким образом, геополитическая подоплека этого конфликта сразу исключается.

Целью данной «малой» информационной войны стало заставить одну сторону – Белоруссию – действовать в желательном для России направлении: «соблюдение основных российских требований качества молочной продукции, ввозимой в страну». Таким образом, получаем, что «первоначально» ставилась следующая цель: «защита интересов российского потребителя и производителя молочных продуктов». Конечно, не исключалось и стремление лоббировать интересы российских производителей.

В рамках данного противоборства были применены информационно-психологические или дезинформационные операции, которые осуществлялись путем доведения до объектов воздействия (в нашем случае обе стороны активно воздействовали друг на друга) специально подготовленных сведений через средства массовой информации. Так, в отечественных СМИ сразу была подана массивная официальная версия – «на территорию России бы-

ла ввезена молочная продукция, не соответствующая стандартным качествам, из-за отсутствия соответствующей документации», поэтому партия задержана и проходит госконтроль. В ответ на подобные обвинения со стороны Белоруссии последовало опровержение и, более того, было дано свое видение произошедшего. Подобная акция со стороны России, по мнению белорусской стороны, была продиктована тем, что белорусские производители были возмущены действиями российских предпринимателей, желавших скупить белорусские молочные заводы, т. е. провести передел молочной и мясной промышленности. Таким образом, действия России носят демонстративный характер.

В качестве основных элементов информационно-психологического воздействия были применены:

1) Манипулирование – со стороны Белоруссии была предпринята попытка воздействовать на мировое общественное мнение, имеющее свои рычаги воздействия на Россию, посредством представления себя в роли «жертвы». Президент Белоруссии А. Лукашенко отказался принимать участие в сессии ОДКБ, как отмечает источник Интерфакса, пояснив это «невозможностью обсуждать вопросы военной безопасности в условиях, когда под угрозу ставится экономическая безопасность Белоруссии» [Лукашенко пригрозил...].

2) Дезинформирование – до общественности обеих сторон и ЕС нередко доводилась искаженная информация о событии – «молочном конфликте», содержащая частично вымышленные аспекты, с целью ввести в заблуждение и таким образом спровоцировать на определенные действия.

3) Лоббирование – создание ситуации – «запрета на ввоз», которая бы побудила объект к реализации интересов субъекта. В нашем случае лоббирование было завуалировано для общественности, но понятно, явно для обеих сторон на уровне правительств.

4) Шантаж – в ходе конфликта обеими сторонами были выдвинуты угрозы: со стороны Белоруссии – отказ в доступе к газопроводу, проходившему по ее территории, в ответ Россия заявила о возможном повышении платы за транзит. В довершение всего, 17 июня 2009 г. стало известно, что российская газовая монополия «Газпром» потребовала от «Белтрансгаза» возврата 231 миллиона долларов – разницу, которая не была перечислена из-за устного соглашения Александра Лукашенко и Дмитрия Медведева о поставках российского газа по сниженной цене в 150 долларов за тысячу кубометров.

Таким образом, каждая из конфликтующих сторон была замечена в стремлении реализовать умышленные действия, направленные на оказание воздействия на объект (причем каждая из сторон побывала в двух ипостасях – и объектом, и субъектом воздействия).

Итак, основными средствами и способами этой «малой» информационной войны стали информационное оружие и средства и способы экономического (частично и политического) влияния.

Итоги: цель любой войны, в том числе информационной, – достижение мира на условиях лучших, чем предыдущие. Как с этой точки зрения стоит рассматривать итоги «молочной войны»? Во-первых, следует отметить, что конфликт «затух» также неожиданно, как и разгорелся. Во-вторых, официальная позиция обеих сторон была весьма сдержанной, и никто не стал заявлять о своей «победе». После ряда весьма резких высказываний самых высокопоставленных чиновников РФ и Белоруссии тон сменился на сугубо деловой и умиротворяющий.

Следовательно, в ходе конфликта было достигнуто понимание того, что дальнейшая эскалация бесперспективна для обеих сторон, не приведет к улучшению позиций, а, наоборот, скорее дискредитирует политический имидж участников конфликта в глазах мирового сообщества и собственной общественности. Об этом свидетельствует и достаточно ироничное отношение к конфликту как в западных, так и в значительной части независимых российских и белорусских СМИ. Фактически получилось так, что обе стороны достигли удовлетворительных для себя результатов, дальнейшее развитие конфликта, скорее, могло принести и политический, и экономический ущерб, вследствие чего был достигнут вполне закономерный и оправданный консенсус.

Как отмечалось выше, в ходе проведения «молочной» информационной войны были применены информационно-психологические или дезинформационные операции, которые осуществлялись через СМИ. И здесь, на наш взгляд, достаточно интересно проанализировать способы подачи «молочного конфликта» в печатных и интернет-СМИ по следующим параметрам: преобладающая тональность высказывания, авторская позиция и речевые способы ее выражения.

Итак, в период разгара конфликта в российских официальных СМИ появились заявления типа «молочная война», «молочный конфликт», «конец российско-белорусским отношениям». Кстати оказался и давно уже приклеившийся к президенту Белоруссии А. Лукашенко штамп «батяка», отсылающий таким образом к казачьему «батяка-атаман». Подобные высказывания, как мы видим, относятся к военной лексике, что свидетельствует о серьезности сложившейся ситуации. Однако тональность подобных публикаций отличается суровой, порой настораживающей сдержанностью: нет каких-либо чрезмерных оценочных заявлений, да и сами авторы в официальных СМИ не дают каких-либо комментариев и удерживаются от оценок.

Совсем по-другому обстоит дело в незави-

симых российских и зарубежных СМИ. Российская и белорусская независимая пресса взяла на себя роль не просто зрителя, пытающегося понять причинно-следственные связи возникшего конфликта, но и ироничного, порой едкого критика. Так, статья Ильи Мильштейна «Отучение от батькиных сосков», опубликованная на сайте «Грани.ру» [Мильштейн], пропитана горькой иронией относительно сложившейся ситуации. На лексическом уровне постоянно встречаются:

1) оценочные эпитеты:

Теперь настало время твердых цен и нескончаемого крика.

Батька продавал свою верность славянскому братству по цене дешевых энергоносителей и дорогих кредитов, которые никогда не собирался отдавать, ссылаясь на бесценный щит, который спасал Россию от европейских оккупантов.

Лукашенко не пугают российские санкции, поскольку он навидался уже этих санкций и от всей души презирает неразумных старших братьев.

...в левом углу – разозленный слон, в правом – рассвирепевшая моська...

2) определения, выраженные через перифраз:

Позже наступила невнятная эпоха отделения мух от котлет, когда Лукашенко было предложено возглавить Белорусскую автономную область в составе РФ, а он страшно кричал и не соглашался.

Или «чистые» перифразы:

Санитарный врач сказал в морг – значит в морг.

3) аллюзии, отсылающие к известной басне И. А. Крылова «Слон и моська», что опять же свидетельствует обо всей несуразности сложившейся ситуации:

Бой в самом разгаре, в левом углу – разозленный слон, в правом – рассвирепевшая моська, это довольно смешно, но запасаться попкорном как-то не хочется.

5) военная терминология, пронизанная иронией:

С одной стороны, все уже было, в том числе и угрозы батьки вести партизанские бои против российских агрессоров. С другой стороны, все наши доктора, начиная с Медведева и Кудрина, выступают так уверенно, словно торговая война с Минском до победного конца – дело уже окончательно решенное. Или он шлет посольство к южным осетинам – или пусть гибнет в неравной борьбе с Онищенко.

...Бой в самом разгаре...

Заканчивается эта статья горьким авторским размышлением: то ли больно от всей сумятицы, то ли стыдно за действия правительства:

То ли больно, то ли стыдно за этих братьев Кличко.

Да и сами заголовки статей говорят достаточно иронично о непрочности кровных российско-белорусских уз: «Молочные братья на грани развода», «Отучение от батькиных сосков».

Зарубежная пресса освещает «молочную» проблемы под несколько иным углом. В действиях России усматриваются нередко деяния зоркого, порой даже ревнивого старшего брата, который старается наказать послушавшегося младшего и запрещает ему общаться с другими [Минин]:

Эллен Барри из The New York Times приводит мнение белорусских политиков, которые считают, что «Россия наказывает их за невыполнение приказов».

Москва с тех пор недовольна регулярным заигрыванием Лукашенко с Западом.

Корреспондент Reuters Дмитрий Соловьев: Россия, вторая страна мира по объемам экспорта нефти и третья страна по объемам золотовалютных резервов, пытается использовать экономический кризис для давления на своих более слабых соседей.

Корреспондент Associated Press Стюв Гуттерман напоминает слова Лукашенко о том, что Россия хочет подчинить себе белорусскую промышленность и нарушит суверенитет Белоруссии. Он говорил о своей стране как о потенциальной «второй Чечне», как пишет Гуттерман.

Более того, этот образ подкрепляется историческими параллелями, отсылающими к советскому прошлому России – держать всех в страхе и во всем подозревать:

Запрет на ввоз белорусской молочной продукции в Россию – серьезный удар по стране, экономика которой «по-прежнему управляется в советском стиле».

Тони Халпин из The Times напоминает, что у России богатый опыт обнаружения угрозы здоровью потребителя в продуктах, производимых политически неблагонадежными странами: Грузией, Молдавией, Украиной, Польшей.

Подобные высказывания, конечно, не способствуют укреплению политического имиджа России и Белоруссии, которые отчасти сами дали повод в очередной раз продуцировать закрепившиеся в европейском сознании стереотипы, связанные с экономической и политической нестабильностью и неблагополучием обеих стран.

С момента спада накала страстей в СМИ наблюдается умеренная аналитичность, что, скорее всего, свидетельствует о стремлении понять случившееся, дать объяснения, расставить все на свои места и постараться прийти к некоему консенсусу. Поэтому в статьях по мере уменьшения остроты конфликта лексика становится более сдержанной, нейтральной.

Выявленная динамика свидетельствует о том, что печатные СМИ, близкие к официаль-

ным кругам обеих стран, в период обострения конфликта действуют четко в рамках стратегии при противостоянии двух экономических и политических элит, давая жесткую категоричную оценку происходящему. Независимые же издания, не впадая в крайности, пытаются оценить сложившуюся ситуацию, причем в анализе постоянно сквозит ирония. Это связано с очевидным для большинства читателей несоответствием незначительности повода и нагнетанием «милитарной» риторики по мере обострения конфликта, которое обнажает характерные механизмы «информационных войн». Примечательно то, что, несмотря на активные попытки воздействия на общественное мнение с обеих сторон, в интернет-форумах эта тема обсуждалась также преимущественно в ироническом ключе, без чрезмерной агрессии и пристрастия.

Специфику и некоторые типологические отличия «малых» информационно-психологических войн можно охарактеризовать следующим образом:

- во-первых, для «малых» информационно-психологических войн характерна узкая направленность целей и задач, которые, как правило, реализуются в рамках конкретной сферы деятельности человека. Наиболее часто подобные противостояния проходят в политической (внутриполитической) либо экономической (бизнесе) сферах;

- во-вторых, «малые» характеризуются ограниченностью масштаба кампании, т. е. в рамках подобных противоборств наблюдается не весь комплекс мероприятий, не все этапы ведения войны и т. п.;

- в-третьих, для российских «малых» информационно-психологических войн характерно

также использование так называемых «административных ресурсов», т. е. побеждает тот, кто представляет либо оказывается ближе к официальной позиции;

- в-четвертых, использование СМИ для проведения политического давления. В качестве доказательства можно вспомнить крупную государственную кампанию по ограничению крупных торговых сетей – политически важный шаг российской власти в условиях экономического кризиса, где субъектом-инициатором процесса стали поставщики, которые в какой-то степени поддерживаются властью, а объектом воздействия – торговые сети. И именно СМИ стали явным инструментом воздействия, вызвав сенсацию «заказными» журналистскими откровениями, развенчивающими «махинации» крупных торговых сетей.

ЛИТЕРАТУРА:

Лукашенко пригрозил отменить поездку в Москву из-за «молочной» войны. // Lenta.ru. URL: <http://lenta.ru/news/2009/06/13/refuse/index.htm>.

Манойло А. В. Информационно-психологическая война как средство достижения политических целей. URL: <http://jim-11.narod.ru/stat/infor.htm>.

Манойло А. В. Управление психологической войной в системе государственной информационной политики. URL: <http://psyfactor.org/lib/psywar26.htm>.

Мильштейн И. Отучение от бабкиных сосков // Грани. ру. URL: <http://grani.ru/Politics/World/Europe/Belarus/m.152189.html>.

Минин С. Западные СМИ: За что Кремль наказал Минск // Независимая газета. 2009. 15 июня. URL: http://www.ng.ru/newsng/2009-06-15/100_obzor-1506.html.

© Тагильцева Ю. Р., 2010