

ВАСИЛИЙ
ЩИПКОВ

СМЕХ, ТАБУ
И ДРУГИЕ ГУМАНИТАРНЫЕ
ТЕХНОЛОГИИ



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ)
МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

КАФЕДРА МЕЖДУНАРОДНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

В. А. Щипков

СМЕХ, ТАБУ И ДРУГИЕ ГУМАНИТАРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Утверждено редакционно-издательским советом
МГИМО МИД России в качестве учебного пособия

Москва
Издательство «МГИМО-Университет»
2017

УДК 070
ББК 76.0
Щ86

Рецензенты:

декан Высшей школы (факультета) телевидения
МГУ имени М. В. Ломоносова *В. Т. Третьяков*,
профессор кафедры международной журналистики
МГИМО МИД России *В. В. Сухой*

Щипков, Василий Александрович.

Щ86 Смех, табу и другие гуманитарные технологии : учеб. пособие /
В.А. Щипков ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва
иностр. дел Рос. Федерации, каф. междунар. журналистики. —
М. : МГИМО-Университет, 2017. — 240 с.

ISBN 978-5-9228-1658-8

Настоящее учебное пособие написано на основе авторского курса лекций, прочитанного магистрантам факультета международной журналистики МГИМО МИД России. В учебном пособии рассматривается гуманитарная, нетехническая сторона современных информационных процессов. В книге анализируются культурные и мировоззренческие предпосылки современного информационного общества и затрагиваются такие темы, как метафора войны, информационные игроки и спикеры, различия СМИ и новых медиа, неинструментальное цензурирование информации, роль современных «фабрик мысли», методы изучения текущих информационных процессов, а также механизмы крупнейших международных информационных кампаний.

Для студентов, обучающихся по направлениям «Журналистика» и «Связи с общественностью», а также специалистов в области информационно-психологических технологий и информационной политики.

УДК 070
ББК 76.0
Щ86

ISBN 978-5-9228-1658-8

© МГИМО МИД России, 2017
© Щипков В.А., 2017

Оглавление

<i>Предисловие</i>	4
Глава 1. Культурные и исторические предпосылки формирования современного информационного общества	9
Глава 2. Свойства современного информационного пространства. Информационное неравенство. Текст	27
Глава 3. Метафора конкуренции и метафора войны в современных информационных процессах. Виды информационных войн	45
Глава 4. Игроки и спикеры в информационных процессах. Информационная субъектность. Контрагент. Дискурс	63
Глава 5. Функциональные связи СМИ и блогосферы	81
Глава 6. Семиотическая (знаковая) и коммуникативная функции мифа	95
Глава 7. Эффект отчуждения журналиста от информации	111
Глава 8. «Окно Овертона» как модель трансформации ценностей в эпоху информационного общества	116
Глава 9. Смех и табу	133
Глава 10. Практические методы изучения информационного пространства	140
Глава 11. Роль фабрик мысли в современных информационных процессах	152
Глава 12. Олимпиада в Сочи. Технология дискредитации Игр	166
Глава 13. Критический анализ концепции Джозефа Ная «мягкая сила»	187
Глава 14. «Критический дискурсивный» подход к изучению информационного пространства	197
Глава 15. Идеологический фактор в современных информационных процессах	210
<i>Список литературы</i>	228
<i>Указатель имён</i>	235

Предисловие

Эта книга написана на основе авторского курса лекций, прочитанного магистрантам факультета международной журналистики МГИМО МИД России. Несмотря на прикладное название — «Методики анализа современного информационного пространства», — курс с самого начала разрабатывался как теоретический, а его целью было осмысление тех процессов в культуре, политике, журналистике и PR, которые часто называют информационными войнами.

В наши дни изменения в международной обстановке стали происходить стремительно, мир политически и культурно вошёл в острую фазу перемен, перелома. Эксперты предсказывали эти изменения, и теперь мы их наблюдаем со скоростью обновления новостных лент на популярных интернет-ресурсах. Наиболее заметные перемены произошли в публичной риторике: невыразительным стал язык политкорректности — язык эвфемизмов, кавычек и политических запретов. Наступило время прямого высказывания. Так, российский МИД в публичных заявлениях начал называть вещи своими именами и зачастую выражаться вразрез с нормами дипломатического лексического этикета. Такие же перемены происходят и за рубежом. Дипломаты — не романтики, а практики. Они говорят на том языке, который работает.

Ещё пять-десять лет назад тему информационных войн можно было назвать модной. Она позволяла смотреть на информационное пространство, на СМИ, на Интернет как на элементы «военных действий» между государства-

ми и другими информационными игроками, как на область тайной борьбы, пропаганды и скрытых от аудитории манипуляций. Однако в наступившей эпохе прямого высказывания тема информационных войн лишилась присущего ей ранее конспирологического имиджа. Ранее факты манипуляции или дезинформации в СМИ представлялись исследователю сенсацией, важной темой, требующей расследования и разоблачения. Сегодня не только узкие профессионалы, но и широкая аудитория привыкли рассматривать информационную сферу как постоянное поле политической, культурной и ценностной конкуренции, которую легче всего описать в военных терминах. Информационная война стала обыденной реальностью.

В связи с этим возникает необходимость изучать современные информационные процессы, войны и манипуляции спокойно и методично: когда явление обнаружено и названо, нет смысла его дальше разоблачать. Поэтому в настоящей книге, посвящённой в целом современной информационной войне в гуманитарной сфере, за основу была взята спокойная исследовательская интонация, а слово «война» в тексте используется редко. На первый план выступают другие термины — «конкуренция», «миф», «технологии», «игроки», «функции», «приёмы».

Особенность такого явления, как информационная война, заключается в том, что по сравнению с другими сферами соперничества (торговля, реклама, политика) у него сильно размыты понятийные границы: невозможно сказать, где информационная сфера начинается и заканчивается. Сюжеты информационных войн быстро и легко отрываются от мира вещей и уходят в мир идей, из совре-

менности — в историю, из практической области — в этическую. Единственный существенный поворот в современной теории информационных войн, который произошёл недавно, — чёткое разделение информационных процессов на две сферы: техническую и гуманитарную (психологическую). Объект первой — техника, второй — человек. Ещё не так давно специалисты по информационным процессам под одну обложку помещали анализ возможностей современных вычислительных устройств, философию Интернета, теорию современного информационного общества, а также отдельные аспекты психологии личности и вопросы международных отношений. Математические формулы соседствовали с цитатами философов, а под информационным оружием понимались одновременно компьютерные вирусы, ангажированные учебники истории, устройства радиоэлектронной борьбы и политические памфлеты. В таком холистическом подходе обнаружились методологические противоречия и сложности. Главным образом в связи с тем, что гуманитарные исследования информационных войн вынуждены были подчиняться логике точных наук и зачастую приходили к неверным выводам. В итоге это сковывало свободу изучения нетехнических, гуманитарных технологий современных информационных процессов. Окончательное размежевание этих областей произошло тогда, когда стало очевидно, что даже доскональное понимание twitter-технологий не способно объяснить, почему людей в социальных сетях привлекают одни лозунги и отталкивают другие.

В настоящей книге анализируются информационные процессы исключительно в гуманитарной (психоло-

гической) сфере. Отправной точкой этого анализа служит современная культурологическая и философская мысль.

В книге рассказывается о культурных и мировоззренческих предпосылках формирования современного информационного общества и его свойствах, о различиях между метафорами войны и конкуренции, между игроками и спикерами, СМИ и блогосферой, а также об использовании лингвистической трактовки мифа в медиапроцессах. Кроме того, затронута проблема неинструментального цензурирования информации с помощью навязывания журналистам и другим участникам информационных процессов определённых ценностных рамок и взгляда на мир. Названы причины распространения в международном политическом лексиконе термина «мягкая сила». Отдельно рассмотрена роль современных фабрик мысли как важнейших участников информационной борьбы. Изложены практические методы изучения текущих информационных процессов, а также рассказано о механизмах крупнейших международных информационных кампаний на примере попыток дискредитации Олимпиады в Сочи. Наконец затрагивается тема идеологии как фактора, влияющего на информационные процессы.

Важная задача книги — рассказать о комплексе тех содержательных вопросов и проблем, которые могут возникнуть перед работниками информационных и аналитических структур, отделов по связям с общественностью в государственных и коммерческих организациях, передать им базовые знания о методиках изучения современного информационного пространства и взаимодействия с ним.

Книга рассчитана не только на студентов, готовящихся стать журналистами и специалистами по PR, но и на людей других специальностей, имеющих отношение к информационной и медиасфере, — на современных гуманитариев-информационщиков. Кроме того, книга может быть полезна широкому кругу читателей, интересующихся современными информационными процессами.

Глава 1

Культурные и исторические предпосылки формирования современного информационного общества

Такие понятия, как «информационное пространство», «информационное общество», в наши дни употребляются повсеместно, с их помощью описывают состояние современного общества, сознание и мироощущение современного человека. Но эти термины существовали далеко не всегда: в широкое употребление они вошли по историческим меркам только что — во второй половине XX века, когда стали бурно развиваться информационно-коммуникационные технологии, был изобретён Интернет и появилась мобильная связь. При этом развитие техники было не единственной и не главной причиной появления этих понятий.

Во второй половине XX века мировая культура и философия переживали глубокий кризис. Ему способствовали воспоминания об ужасах Второй мировой войны, к которой привела политика «цивилизованных стран», урбанизация и ослабление народных традиций, развитие кинематографа и других массовых форм искусства, раскрепощение самой культуры, отсутствие ясной картины будущего, «усталость» от политики, страх перед разного рода стройными концепциями (поскольку германский фашизм был одной из них) и закономерная попытка отказаться от былых авторитетов в искусстве, литературе, науке, попытка скинуть с себя это историческое «бремя» и почувство-

вать «лёгкость бытия». Все эти и многие другие факторы стали причиной появления и распространения в философии второй половины XX века идей постмодернизма. Во многом именно постмодернизму обязаны своим появлением такие понятия, как «информационное общество» и «информационное пространство».

Для того чтобы понять, каким образом и на основе каких предпосылок возникли идеи информационного пространства и информационного общества, необходимо проанализировать, как вообще на протяжении истории изменялось представление людей о пространстве и окружающем мире, как и откуда появилась идея модерна и как она была переосмыслена постмодерном¹.

Историю изменения представлений человека о пространстве и окружающем мире исследователи подразделяют на несколько эпох. Если обобщить, то эти эпохи включают архаическое общество, античную модель мира, Средневековье, Возрождение, модерн и постмодерн². Каждая эпоха сменялась последующей, но они не являются равнозначными и равновеликими. Главным образом потому, что между Средневековьем и Возрождением произошёл переход, который кардинальным образом изменил мир и сознание людей, — появилась концепция «современности», разделившая общество на старое (традиционное) и современное (посттрадиционное).

¹ Подробнее: *Щипков В. А.* Трансформация дискурса пространства: от традиционного общества к эпохе постмодерна // Вестник МГИМО-Университета. 2015. № 3 (42).

² *Замятин Д. Н.* Культура и пространство. Моделирование географических образов. М.: Знак, 2006.

К традиционному обществу относятся архаическое общество, Античность, Средневековье, к посттрадиционному — Возрождение, модерн и постмодерн. Рассмотрение и оценка каждого из этих периодов позволит описать длинный мировоззренческий путь, который прошло человечество, и объяснить, как возникли идеи информационного общества и информационного пространства. В настоящей книге этот процесс описывается схематично, не как история сменявших друг друга идей, а скорее, как история духа — восприятия культуры, самой истории, мира и места человека в мире. Несмотря на то, что указанные эпохи часто описываются последовательно (Античность сменилась Средневековьем, модерн — постмодерном), их развитие можно понимать не только как линейный процесс, но и как процесс одновременный и непрерывающийся: элементы античного сознания перекочевали в модерн, а средневековое сознание существует и в условиях постмодерна. Для краткости же мы опустим такое понимание и рассмотрим историю этих мировоззрений, мироощущений упрощённо и схематично — как линейный исторический процесс.

Традиционная эпоха (до Возрождения). Человек религиозный

В архаическом обществе люди ещё не разделяли пространство на физическое, географическое, мифологическое. По этой причине мир в ту эпоху многим представляется бесформенным, размытым, неясным (об этом, сре-

ди прочих, пишет знаменитый религиовед В. Н. Топоров)³. Вероятно, для самих людей того времени он не был совершенно бесформенным, а воспринимался с особой логикой, непривычной для современного человека, который мыслит рационально и аналитически. В древности окружающий человека физический мир рассматривался как неделимое целое с миром божественным, как его естественное продолжение, «слепок» или «осколок» небесного мира. Как бы сказали антропологи и историки религии, в это время миф и реальность есть одно и то же, а профанное (мирское) в сознании людей неотделимо от сакрального (священного).

В античном мире представления о вселенной претерпели некоторые изменения, однако в целом сохранили тот же архаичный характер. Главным механизмом освоения пространства остался миф (мифологическое сознание), а физическое и культурное пространство продолжало активно мифологизироваться⁴. Основное отличие Античности от архаического общества заключалось в том, что миф теперь становился «высоким», сложным, разработанным и письменным. Именно из эпохи Античности до нас дошли сложные и яркие мифологические предания, скульптурные образы, архитектурные памятники, которые воодушевляли людей и в Новое время.

Миф в Античности (а до Возрождения любой миф — это миф религиозный) являлся основным методом восприятия окружающего мира, он по-прежнему помогал

³ Топоров В. Н. Первобытные представления о мире // Очерки истории естественнонаучных знаний в древности: научный сборник. М., 1982.

⁴ Зямтин Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов. М.: Знак, 2006.

объединять и согласовывать в сознании человека разные пространства — географическое, политическое, сакральное, временное.

С одной стороны, античные мифы (как и мифы архаичных обществ) «расщепляли» окружающее пространство да и в целом саму культуру на части: мифы стали «координатами», с помощью которых человек мог ориентироваться в пространстве и во времени. Именно мифология создавала историческое мышление и культуру с помощью мифологических преданий, праздников, архитектуры, а также влияла на структуру межплеменных, социальных и семейных отношений⁵.

С другой стороны, мифы консолидировали, объединяли все формы и виды знаний в единое целое, в единую картину мира⁶. Физический мир в эту эпоху воспринимался как часть чего-то несоизмеримо большего, мира божественного.

Появление в античный период философских школ привело к первым попыткам рационального, то есть научного познания мира. Но античные философские школы были непродолжительным и локальным явлением отдельной культуры. Они предвосхитили и во многом предопределили зарождение научного метода познания мира, но не изменили общество, в котором существова-

⁵ Элиаде М. Священное и мирское. М.: Изд-во МГУ, 1994.

⁶ В философии культуры и антропологии для описания этого явления используется латинский термин *imago mundi*, «образ мира», который означает нечто большее, чем современный термин «мировоззрение». *Imago mundi* — это восприятие бытия, религиозная и физическая картина мира одновременно.

ли. Развивавшееся тогда рациональное сознание было зачастую приложением к религиозным поискам философов. Оно не было самостоятельным и не претендовало ещё на универсальный характер, как это произошло позже в Новое время. Античная философия оставалась в рамках мифологического сознания античного человека, несмотря на то, что периодически предпринимала смелые попытки выйти из него.

Средневековое представление о пространстве в целом перенимает черты античной модели, заменяя при этом языческую мифологию на христианскую. Главная новая черта этого периода — христианский, теоцентричный взгляд на мир. Средневековье сохранило античное, религиозное, мифологическое восприятие мира, но в основу положило не языческие, а библейские образы, которые, как прежде — нехристианские мифы, так же стали формировать культуру и историческое сознание общества, влиять на его мировосприятие.

Таким образом, **архаичное, античное и средневековое** сознание можно описать как сознание цельное, заполняющее пространство с помощью мифа, религиозного чувствования, а также структурирующее физическое, географическое, историческое и другие пространства с помощью мифологических систем (мифологий). В представлении человека традиционного общества (что примерно то же самое, что «человек религиозный», если пользоваться выражением одного из наиболее известных религиоведов XX века М. Элиаде) мир не делится на профанный и сакральный, физический и виртуальный, а представляет собой единое целое, ойкумену.

Посттрадиционная эпоха

Значительные перемены в сознании общества произошли с наступлением Возрождения и последовавшего за ним Просвещения. Начавшаяся секуляризация (отделение от религии) различных областей жизни общества со временем привела к радикальному изменению восприятия окружающего мира. В научной и общественной мысли постепенно главное место заняла рациональность, «рацио». В это время начали меняться представления о мире, истории, пространстве и о самой культуре.

Главный же «удар» пришёлся по «старому» мифологическому, религиозному сознанию. Религиозный миф постепенно перестал быть единственным способом структурирования пространства, времени, культуры и ориентации в них. Особенно сильные изменения произошли в восприятии географического пространства (именно в этот переходный период от Средневековья к Новому времени произошли Великие географические открытия). Раньше, в мифологическом сознании, в мире соединялись разные типы пространств: на одних жили люди, на других — боги. Например, греческий Олимп имел точную географическую привязку — он располагался на северо-восточном краю греческого мира, на границе исторических областей Фессалии и Македонии. Теперь же, с началом Нового времени, началась демифологизация культуры, географии, пространств — из мира стало исключаться всё, что эмпирически не было доказано. Мир «открывался» и осваивался как будто заново.

В это же время начала бурно развиваться картография; на одно и то же место стали смотреть, используя раз-

ные карты и системы обозначений⁷. Пространство начало виртуализироваться.

Процесс секуляризации (борьба с влиянием на жизнь религии) и демифологизации (борьба с самим религиозным, мифологическим мышлением) сознания в эпоху после Возрождения подготовил основу для возникновения в конечном счёте современных постмодернистских идей. Поэтому в XX веке философы-постмодернисты были среди тех, кто придавал этому периоду, Возрождению и Просвещению, особенное значение. Например, французский теоретик культуры, философ-постмодернист Мишель Фуко отмечал, что с научным переворотом Галилея в XVII веке пространство окончательно превратилось в абстрактную научную категорию, отделившись от физической территории и старых мифов⁸. Процесс новой интерпретации пространства, начавшийся с эпохой Возрождения, продолжил своё развитие во время Просвещения, секулярных революций, философских и мировоззренческих парадигм XIX и XX веков и продолжается сегодня. Этот период, сменивший традиционную эпоху, в целом можно описать, используя термин «модерн» (современность), который в широком смысле означает время светскости в культуре и рациональности в науке. Иногда в качестве синонимов используются понятия «современность», «большой модерн», «длинный модерн», которые в конечном счёте обозначают одно и то же.

⁷ *Замятин Д. Н.* Культура и пространство. Моделирование географических образов. М.: Знак, 2006.

⁸ *Фуко М.* Другие пространства // Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью М. Фуко: в 3 ч. М.: Праксис, 2006. Ч. 3.

В эпоху модерна постепенно воплощались идеи, заложенные Возрождением и Просвещением, вырабатывалась особая мировоззренческая парадигма, которая заключалась в идее прогресса, эволюции, постоянном стремлении к новому и «современному». Немецкий философ Ю. Хабермас в «Философском дискурсе о модерне» описал модерн таким образом: «В каждом моменте современности, порождающей новое из себя самой, повторяется и приобретает характер непрерывности процесс зарождения новой эпохи заново; так происходит снова и снова»⁹.

Упрощая, можно сказать, что в эпоху модерна возникла борьба между «современностью» и «традицией» («несовременностью»), и в этой борьбе «современность» заранее объявлялась победителем. Именно в этом наблюдается главное отличие модерна от традиционной эпохи, где не было такого глубокого, философского противопоставления современности и традиции (а также религии и науки, мифа и реальности), где традиция и была современностью. Мировоззрение традиционной эпохи стремится к цельному восприятию мира, а мировоззрение модерна — к постоянному разрыву с прошлым и с традицией. Для объяснения особенностей эпохи модерна (и постмодерна) можно также сказать, что разрыв с традицией в модерне становится новой, главной и единственной «традицией».

Разрыв с традицией происходит не только и не столько через критику всего старого, сколько через попытку демифологизировать науку, культуру, религию, утвердить главенство рационального и эмпирическо-

⁹ *Хабермас Ю.* Философский дискурс о модерне. М.: Весь Мир, 2003.

го знания. Борьба с мифами, особенно религиозным, а главное — с самим мифологическим сознанием человека, приняла в эпоху модерна постоянный, системный характер. М. Вебер, один из основоположников современной социологии, поэтично называл этот процесс «расколдовыванием мира».

Модерн значительно повлиял на сознание людей, на мировую культуру, однако не смог полностью вытеснить мифы из пространства культуры и политики. Модерн, пытаясь рационализировать мир, сам стал мировоззренческой системой, которая создавала новые мифы и мифологические системы (секуляризм, прогрессизм, позитивизм, марксизм). Традиционные мифы в философии модерна замещались новыми, научными, что в конечном счёте привело к тому, что традиционное мифологическое пространство сильно «деформировалось».

«Давление» модерна на мифологическое пространство, нехватка традиционных мифов (в первую очередь религиозных) обусловили возникновение в XIX веке в наиболее развитых частях света своего рода мифологического вакуума, мифологического голода, что привело к серьёзным последствиям во всей мировой культуре.

Кризис секулярного мифа

Этот процесс достиг пика к концу XIX — началу XX века. Именно в это время просвещённое общество погрузилось в мифологические и религиозные поиски, в поиски основ культуры и мышления. В это время началась мода на религиоведение, на изучение различных древних ми-

фологий, которые позволяли бы ответить на вопросы современности, «ориентироваться» во времени, истории и окружающей действительности. Кроме того, в это же время начались попытки конструирования новых мифологий из разных религиозных или мифологических систем. Именно в этот период в искусстве, гуманитарной науке, политике начинаются усиленные духовные поиски, возникает интерес к мифологическому сознанию человека.

Такой взгляд подтверждается и позицией известного российского исследователя проблем мифа Е. М. Мелетинского. Он отмечал, что история культуры прошла два этапа «демифологизации»: в эпоху Просвещения и во время развития позитивизма (XIX век). Затем, по его словам, в XX веке произошёл кардинальный поворот в сторону новой мифологизации («ремифологизации»), которая попыталась остановить «демифологирующий процесс» в западной культуре¹⁰.

Демифологизацию можно рассматривать как один из центральных механизмов модерна, который приводит к постоянной нехватке мифа в культуре. Однако, как уже отмечалось выше, модерн, который на мировоззренческом уровне противостоит мифу, парадоксальным образом сам даёт толчок к появлению различных новых мифов, в том числе пространственных. Приведём здесь один яркий пример — рождение в этот период геополитики. Геополитика — попытка осмысления глобального политического пространства на языке и с помощью образов архаичной мифологии.

¹⁰ Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1976.

На рубеже XIX–XX веков геополитические школы появляются в странах Запада, в Японии и России. Британский геополитик Х. Маккиндер предложил заново мифологизировать и по-новому представить мир. Для этого он изобрёл новые термины, например, «ось истории», «хартленд», «срединная земля», «внешний полумесяц», которые позволяли интерпретировать различные пространственные, географические и политические явления в мифологической логике.

Например, территория «хартленда» описывалась им как ключ к обладанию остальным миром. Аналогичным значением, но только в границах европейского пространства, обладала концепция «Срединной Европы» («Mitteleuropa»), предложенная немецким философом К. Францем ещё в середине XIX века и описанная позже многими политическими мыслителями, среди которых — Ф. Лист, Г. фон Гагерн, канцлер Бетман-Гольвег, Ф. Науман, В. Ратенау. В целом немецкая геополитическая школа двигалась в схожем русле с британской. Её представители К. Хаусхофер и Ф. Ратцель трактовали государство не только как территории с проживающими на них народами, но и как некие живые и самостоятельные организмы, вступающие в борьбу друг с другом за богатства и ареал обитания («Lebensraum»). Важно отметить, что геополитические школы появлялись в это время и в России. Широко известна типология мирового пространства Н. Я. Данилевского и К. Н. Леонтьева, выделявших места проживания особых культурно-исторических типов, имеющих общую судьбу и историческое предназначение.

Однако этими примерами разнообразие направлений и школ в геополитике не ограничивается. Так, широко известной является концепция Н. Спикмена «римленд» (от англ. «rimland» — «дуговая земля»), которая оппонирует идее «хартленда». Вклад в развитие теории многополярного мира во второй половине XX века внёс С. Коэн. Значимыми для развития геополитики являются также структурные теории современных авторов — И. Валлерстайна (миросистемный анализ) и А. Баттлера.

Важно отметить, что после Первой и Второй мировых войн, которые явились трагическим предостережением от попыток прямого воплощения в жизнь геополитических мифов и иных искусственных социальных моделей, геополитики стали более осторожными в своих суждениях и концепциях. Постепенно одним из доминирующих в геополитической теории стал цивилизационный подход, предложенный в работах А. Тойнби и С. Хантингтона. Однако общая стилистика геополитических концепций осталась прежней вплоть до настоящего времени. Она заключается в использовании зооморфных или антропоморфных образов, аллегорическом изложении, характерном для мифологических и сакральных текстов, подчёркнутом внимательном отношении к религиозным и мировоззренческим факторам, в идее первенства судьбы территории над судьбой человека. Данная стилистика преследует цель заново мифологизировать, «оживить» географическую территорию, описать её как субъект исторического, политического и религиозно-культурного развития.

Важно подчеркнуть, что геополитика — лишь частное проявление новой мифологизации, которая началась

на пике развития рациональности и модерна. Помимо геополитики, здесь можно упомянуть развитие с этого времени всевозможных новых виртуальных пространств, создаваемых кино, массмедиа, компьютерной индустрией, которые стали неотъемлемыми частями современной жизни. Эти примеры демонстрируют, что культура XX века испытывала потребность в мифе и начала заново мифологизироваться. Так начался переход от модерна к постмодерну.

При этом постмодерн не был абсолютно новым явлением. Он был новой интерпретацией того же модерна, «современности». Постмодерн предложил модерну, «современности» новую форму существования в изменившемся мире.

Что такое постмодерн?

В этом контексте можно сказать, что Возрождение, модерн и постмодерн находятся в единой мировоззренческой парадигме. Несмотря на то, что традиционным является подход, который рассматривает эти концепции как элементы последовательного, исторического развития, не будет ошибкой сказать, что они имеют в своей основе некие общие идеи (рациональность, прогресс, секулярность и др.). Поэтому постмодерн можно трактовать не только как очередную фазу, сменявшую модерн, но и как одно из возможных состояний этого «посттрадиционного» периода — с конца Средневековья до настоящего времени.

Такой подход, фактически объединяющий модерн и постмодерн в один общий концепт, не является новым. Например, известный российский политолог и философ

А. И. Неклесса даже ввёл в научный оборот понятие «большой модерн», чтобы концептуально объединить ряд культурных эпох, предшествовавших XXI веку¹¹.

Несамостоятельность и вторичность постмодерна косвенно признавали и сами родоначальники этой теории. Такие классики постмодернистской философии, как Ж.-Ф. Лиотар и Ж. Бодрийяр, отмечали, что постмодерн не способен существовать полностью самостоятельно, так как построен на отрицании и разрушении¹². Известный американский философ Ф. Джеймсон очень точно описал основные свойства постмодерна. По его словам, мир постмодерна — это мир «имитации», испытывающий «недостаток в эмоциях», в котором «потеряно чувство своего места в истории» и невозможно провести чёткую грань между прошлым, настоящим и будущим¹³. Кризис модерна, вызванный кризисом мифа и выразившийся в двух мировых войнах, с одной стороны, и развитие информационных технологий, глобализация мира — с другой, предопределили лёгкое распространение в XX веке постмодернистских идей.

Постмодерн под воздействием описанных факторов предоставил модерну новый способ существования, в том числе новый метод восприятия мира. Место вытесненного модерном религиозного мифа стали занимать новые конструируемые мифы, а физическое и возникшее виртуальное пространство открылось любым формам ми-

¹¹ Неклесса А. И. Конец эпохи Большого Модерна // Знамя. 2000. № 1.

¹² Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М.: Алетейя, 2013; Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. Тула: Тульский полиграфист, 2013.

¹³ Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб.: Питер, 2002.

фологизации и интерпретации. Фактически в общественный дискурс ворвались новые мифологии, заполняющие собой разнообразные сферы жизни — культуру (например, кинематограф), политику (становление геополитических теорий), религию (возникновение движения New Age). Здесь приведены лишь некоторые яркие примеры, хотя существуют и многие другие. О количестве и разнообразии новых мифологий в жизни общества XX века говорит тот факт, что сама тема мифа с развитием постмодернизма стала в это время одной из главных в философии. Чем больше мифологи и «дешифраторы» мифов «расколдовывали» окружающий мир, тем более мифологичным и запутанным он становился.

Постмодерн наследует и актуализирует глубокие различия между модерном и традиционной эпохой (время до Возрождения), главное из которых — разное отношение к вопросу об иерархии в культуре. В традиционном обществе иерархия является ценностью, будь то иерархия власти, знаний, произведений искусства или социальных отношений. Постмодерн прямо объявил войну этому мировосприятию, иерархия стала одним из центральных объектов его критики, принцип вертикали (иерархии) — объявлен неполноценным. Попытка уйти от иерархии не только наблюдалась в трудах отдельных философов, но и стала своего рода духом той эпохи. В качестве примеров «ухода от иерархии» можно привести социалистический проект (борьба с иерархией капитала), глобализацию (борьба с иерархиями национальных государств), появление постструктуралистской философии (попытка преодолеть научные стереотипы и авторитеты, разрушить сложившуюся

в науке систему ценностей и понятий), распространение новых религиозных движений (противостояние сильным «иерархичным» традиционным конфессиям). Кроме того, желание сломать всевозможные иерархии в политике и культуре нередко появлялось после социальных катаклизмов — революционных переворотов и войн.

В таком отрицании иерархии видится стремление постмодерна найти способ противостоять социальным кризисам, универсальное средство для борьбы с ними. Этим постмодернисты всегда себя и оправдывали: для них лучше жизнь без ценностей и целей, чем идейное и устремлённое общество, но испытывающее страдания от войн, властей и социальных бедствий. Однако и постмодернистское учение не могло избавить мир от потрясений, так как путь отрицания не щадит ни плохое ни хорошее, уничтожает фундаментальные основания традиционной культуры, что в свою очередь неизбежно приводит к новым кризисным явлениям в обществе.

Именно с эпохой постмодерна связано появление концепции информационного общества, основные черты которого — антииерархичность (неприятие авторитетов), нелинейность (борьба с логикой, иррациональность), аксиологический плюрализм (ценностная размытость)¹⁴.

¹⁴ Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». 2009. № 4.

Данные определения с точностью подходят для описания сущности как постмодерна, так и информационного общества. Общим принципом этих двух концепций является «запрет запрещать», то есть признавать одни мифы (идеи) ложными или приоритетными по отношению к другим. При этом постмодерн уже не борется с мифами, как когда-то модерн, а наоборот, старается заполнить культуру таким количеством мифологических систем, чтобы ни одна из них не выглядела выигранно на фоне других. Мифологизация в постмодерне — это его способ борьбы с традиционным сознанием.

Глава 2

Свойства современного информационного пространства.

Информационное неравенство. Текст

В предыдущей главе мы представили всю историю человечества — от первобытных времён до XX века — в виде двух временных отрезков и ценностных систем: традиционное общество и посттрадиционное общество. Их разделяет эпоха Возрождения. Это разделение достаточно условно, поскольку речь идёт не о конкретной исторической периодизации, а об этапах происхождения современного человека и формирования его сознания. К традиционной эпохе относятся архаическое сообщество, Античность и Средневековье. В это время у человека сохраняется традиционное, или мифологическое, сознание, для которого реальность не существует в отрыве от религиозного мифа, а также не существует современного понятия «миф» (у древних греков «миф» — это просто «сказание», «предание»)¹⁵. Для такого сознания миф и есть сама реальность, в которой неразрывно сплетены религиозное и профанное (нерелигиозное).

После Возрождения произошло коренное изменение в сознании мыслителей и постепенно всего западного общества. С этого момента началась эпоха, которую в этой книге мы называем посттрадиционной. Весь этот период можно назвать также и модерном, но не в узком, а наи-

¹⁵ Интерес философов к мифу и мифологическому мышлению человека растёт в более поздние, «рациональные» эпохи.

более широком смысле — в смысле «большого модерна», «длинного модерна». «Длинный модерн» начался во время Возрождения и не закончился вплоть до сегодняшнего дня.

На рубеже XIX–XX веков мироощущение модерна пережило кризис из-за оскудения мифологического пространства и возникновения в культуре такого явления, которое можно назвать мифологическим вакуумом, голодом. Но в это время происходит не только и не столько возвращение к старым, традиционным мифам, сколько искусственное конструирование новых мифологий, растёт популярность мистики, спиритизма, эзотеризма, «новой» религиозности, а в политической мысли возникает геополитика, которая начинает говорить о международных отношениях на мифологическом языке. В этот период возвращается «миф», «мифологический язык», происходит активная мифологизация разных сфер жизни общества.

После Второй мировой войны — самого крупного вооружённого противостояния народов с начала времён — идеалы модерна, рациональности и стройности научных построений были объявлены ущербными. В этих идеалах после войны увидели опасность зарождения тоталитарных и авторитарных политических систем, которые толкают общество к масштабным кризисам. В модерне увидели стремление к какому-то одному, «единственно истинному», тотальному мифу, который вытесняет все остальные мифы. Тотальным был объявлен не только миф о германском расовом превосходстве, но и все стройные философские и социальные концепции прошлых лет, например, миф о рационализме, позитивизме, социализме. Критике

стали подвергаться и традиционные религии, которые также были объявлены постмодернистами «тоталитарными», «несвободными» мифологическими системами.

Но наступивший постмодерн не мог полностью отказаться от модерна, от его фундамента, уже несколько столетий лежавшего в основании культуры и самого общества не только на Западе, но и во многих странах незападного мира. Произошло размежевание, усилились разногласия между принципами точных наук, с одной стороны, и наук гуманитарных, культуры — с другой.

Наука по-прежнему руководствуется ранними принципами модерна, главный из которых — тезис о том, что разум человека является критерием объективности и с его помощью возможно движение к истине, возможен научный прогресс. Во многом принципы раннего модерна сохранились и в структуре международных отношений: национальное государство современного типа как продукт Просвещения (возникло после Вестфальского мира 1648 года) является их ключевым субъектом.

В культуре же начали доминировать принципы позднего модерна, или постмодерна, направленные главным образом не на формирование нового, а на разрушение рациональности и гармонии, свойственных Новому времени. В постмодерне произошла переоценка базовых моральных норм, отказ от понятий «идеал», «истина», «образец», отказ в искусстве от принципа служения (который был характерен для предыдущей эпохи). Как модерн боролся с «пережитками мифологического сознания» прошлых эпох, так и постмодерн стал в свою очередь критиковать и разрушать идеалы модерна. Постмодерн действует по

тому же принципу, что и модерн, — борется со «старым», с «традицией». По сути, как уже отмечалось выше, постмодерн является частью и продолжением модерна, а не самостоятельной парадигмой мышления, не качественно новой эпохой.

Необходимо различать термины «модерн» — «модернизм» и «постмодерн» — «постмодернизм». Несмотря на то, что сегодня существует множество подходов, чаще всего используется следующее деление: под модерном и постмодерном понимаются образы мышления, культурные парадигмы, культурные эпохи, состояния общественного сознания, дух общества. Модернизм и постмодернизм — это направления в философии и искусстве, набор ценностных установок, в какой-то степени конкретные учения и идеологии.

Главный метод модерна («современности») — это отказ от прошлого, преодоление прошлого, постоянно воспроизводящийся разрыв с традицией. Это свойство перешло и в постмодерн. Для модерна и постмодерна разрыв с традицией становится их новой и главной традицией.

С культурным переворотом Возрождения на заре модерна возникает такое понятие, как «современный» человек — человек, качественно отличающийся от своих предков. Этот «новый», «рациональный» человек настолько воспевался просветителями, что мыслился чуть ли не как новый биологический вид; спустя несколько столетий это привело одну из ветвей европейской мысли к идее о расовом превосходстве. В мировой культуре со времён Просвещения закрепились такие хорошо известные нам по художественной литературе выражения, как «передовые

люди», «новые люди», «прогрессивные люди». Одним из следствий этого стало то, что постоянным сюжетом в культуре модерна стала тема разрыва поколений, конфликт отцов и детей, возникающий не из разницы в возрасте или жизненного опыта, а из фундаментальных мировоззренческих разногласий между «старым» и «новым» сознанием.

Постоянный отказ от прошлого, постоянное движение к новому, вера в прогресс как во благо и главную цель человечества — те характеристики модерна, которые сохранились и в постмодерне.

Основное отличие постмодерна от предшествующей эпохи состоит в том, что он провозглашает аксиомой отсутствие истины и необходимости движения к ней. Если в модерне люди ещё сохраняли стремление к истине, в частности, верили хотя бы в разум (позитивизм), то в эпоху постмодерна философы стали бороться и с этой идеей. В предельном постмодернизме считается, что в мире нет и не может быть ни одной общепризнанной истины. Именно поэтому часто говорят о том, что постмодернизм — это не полноценное мировоззрение, так как оно полностью строится на отрицании других, прибавляя к исследуемым понятиям приставки «не-», «пост-», «транс-», «меж-», «кросс-», и не содержит самостоятельного идейного каркаса.

Большое влияние на развитие постмодернистских идей оказали французские философы-постмодернисты (например, Ю. Кристева, Ж. Лакан, Ж. Бодрийяр, Ж. Делёз). Наиболее категоричные из них отстаивали идею о том, что даже наука не является средством объективного познания мира, выступая лишь в роли одной из разно-

видностей мифа, которая наравне с другими (например, религиозными) заполняет мифологическое пространство человека. По их мнению, не имеет значения, как долго существуют разные мифы и насколько они авторитетны в обществе — для постмодернистов все мифы обладают равными «правами», ни один из них не может называться более «истинным», чем другой. Фактически они восстали против смысловой основы модерна — против рациональности. Только когда возникла опасность «расшатывания» основ в теории точных наук, ряд учёных стал противодействовать проникновению радикальных постмодернистских идей в эту область. В связи с этим широко известно событие, которое осталось в истории науки под названием «мистификация Сóкала».

Профессор физики А. Сóкал из Нью-Йоркского университета в конце 1994 года написал сатирическую статью в журнале «*Social Text*» под названием «Преступная границы: К вопросу о трансформативной герменевтике квантовой гравитации». Статья включала большое количество специальных терминов из квантовой физики и лексику постмодернистской философии из трудов Ж. Бодрийяра, Ж. Делёза, Ж. Лакана, Л. Иригарей и других. Этот текст был аккуратно изготовленной пародией на философские междисциплинарные тексты. Он, по сути, являлся набором ничего не значащих фраз: стилистически он был очень похож на философское произведение, но был лишён какого-либо смысла как с точки зрения философии, так и с точки зрения физики. Позже, по признанию самого Сóкала, статья была «обильно приправлена полной чепухой». Однако и данным изданием, и постмодернистской философской

общественностью статья была воспринята всерьёз. Объявление автора о мистификации вызвало скандал во французской интеллектуальной среде.

Через несколько лет А. Сóкал совместно с Ж. Бриком выпустил книгу «Интеллектуальные уловки. Критика современной философии постмодерна», ставящую под сомнение состоятельность основных авторов, претендующих на создание современной постмодернистской философии. В предисловии к изданию авторы пишут: «...Мишенью нашей книги является эпистемологический релятивизм, а именно идея, которая, по крайней мере, когда выражена отчётливо, гораздо более широко распространена в англоговорящем мире, чем во Франции, и состоит в том, что современная наука есть не более чем “миф”, “повествование”, или “социальная конструкция” среди прочих».

Как выглядит современное информационное пространство?

Для ответа на этот вопрос следует дать характеристику самой современной эпохе, её культуре и социокультурным¹⁶ особенностям.

В XX веке, особенно после распада блоковой системы, глобализация стала всё больше напоминать вестерни-

¹⁶ Социокультурный — обусловленный социальными и культурными причинами; относящийся в равной степени к социальным проблемам общества и к проблемам культуры. Общество в социокультурном подходе рассматривается как неразрывное единство культуры и социальности.

зацию. Этот процесс вызвал отпор со стороны государств, а также культурных, этнических и религиозных групп, которые увидели в глобальном «уравнивании» по западному образцу угрозу для своей идентичности. Тогда же у политиков и учёных возникло понимание того, что глобализация не имеет перспектив, если она будет развиваться только по пути унификации мирового культурного и политического пространства. Тогда была предложена альтернатива. Появилась идея о том, что глобализация не может развиваться без локализации и эти два процесса проходят в мире одновременно и неразрывно.

С этой точки зрения, чтобы сделать пространство гомогенным, нужно размельчить составляющие его элементы, тогда они образуют однородную массу, то есть пространство «без барьеров и границ», о чём может мечтать транснациональный капитал. По этой логике, для того, чтобы мир стал по-настоящему глобальным, он должен состоять не из крупных частей (например, империй, блоков, крупных государств), а из небольших и политически слабых составляющих. Поэтому глобальная, в первую очередь экономическая, однородность может достигаться путём соединения множества незначительных частей, индивидуальностей. За этим процессом в научной литературе уже закрепился новый термин «глокализация», означающий глобализацию через локализацию, то есть формирование единого глобального пространства путём дробления составляющих его частей. Такое дробление поощряется идеологиями глобализма в области истории, этики, религии, культуры, идентичности, а также в области территориального устройства. В частности, такой взгляд лежит в основе

современной идеологии регионализма, продвигающего принцип свободного выбора идентичности (вплоть до её конструирования) и отстаивающего идею максимального обособления регионов в противовес классическим, «старым» государствам¹⁷.

Можно сказать, что аналогичные процессы происходят и в современном информационном пространстве, которое претендует на глобальность, может быть, даже больше, чем пространство культурное или географическое, но при этом стремится быть максимально локальным и индивидуальным (в мобильном телефоне у каждого человека).

Рассмотрим современное пространство через два свойства — плоскостность и вертикальность.

Идея о том, что пространство, включая информационное, является абсолютно «плоским», родилась у постмодернистов и, по их мнению, воплотилась в структуре современной сети Интернет. Французские постструктуралисты Ж. Делёз и Ф. Гваттари (вторая половина XX века) ввели термин «ризома» (от французского «корневище»), с помощью которого попытались объяснить постмодернистский взгляд на идею пространства. Термин «ризома» взят из ботаники, где он обозначает максимально разветвлённую и запутанную корневую систему, у которой отсутствует центр и определённая форма. У ризомы нет ни начала, ни

¹⁷ *Щунков В. А.* Регионализм как идеология глобализма. М.: МГИМО-Университет, 2017.

конца, ни центра, ни центрирующего принципа («генетической оси»), ни единого кода. Сегодня распространена точка зрения, что именно эти французские исследователи предугадали и описали интернет-пространство. Описывая ризому, они наделили её следующими характеристиками.

Связь. Ризома — это не набор точек, а бесконечное сплетение множества пересечений, связей.

Гетерогенность. Ризома — это плоская структура, состоящая из неодинаковых, разнородных частей, среди которых нет повторяющихся.

Множественность. Ризома не была порождена чем-то одним и не представляет собой нечто целое, объединённое единым замыслом.

Незначащий разрыв. Ризома может быть разорвана в любом месте. Более того, место разрыва есть место её нового роста.

Картография. Ризома не может быть воспроизведена как при копировании на кальку, ризома — это постоянно изменчивая карта, она всё время конструирует что-то новое, создаёт свои символы и системы координат, «соперничает» с реальностью, как географическая карта. Она не воспроизводит, а конструирует реальность.

Например, если ризому представить в виде книги, то у такой книги не будет ни автора, ни сюжета, ни замысла, ни начала, ни конца. Фактически ризома — это голое, пустое движение без авторского замысла, «поток сознания».

Пространство, построенное по принципу ризомы, является ацентричным и неиерархизированным, а его самоорганизация представляет собой отсутствие организа-

ции. Ризоморфное пространство не может иметь целеполагания, чётких определений, качеств и, по выражению Д. Н. Замятина, позволяет философу свободно и «безнаказанно играть образами реальности». Получается, перефразируя мысль Ф. Достоевского, что если нет центра, то «всё позволено».

Однако важно подчеркнуть, что названные свойства ризомы относятся не ко всему современному информационному пространству, а главным образом к технической её части, то есть описывают сами информационные потоки в отрыве от переносимого ими содержания. Именно поэтому ризома напоминает технологию (а не содержание) сети Интернет — сетевой информационной структуры, состоящей из разнородных элементов и основывающейся в большей степени на горизонтальных связях. Горизонтальная, плоская система означает, что вся информация циркулирует в ней свободно и хаотично, без барьеров и ограничений.

Важно также подчеркнуть, что, говоря о «плоском» пространстве Интернета, мы должны иметь в виду его не реальный, а, скорее, идеальный образ. Ведь формально можно обнаружить определённую иерархию интернет-потоков, протекающих от более крупных узлов к более мелким. Однако разработчики и идеологи современного интернет-пространства исходят из постулата, что оно должно быть абсолютно плоским, горизонтальным или стремиться к этому состоянию. В основу идеи Интернета они заложили принцип равноправия пользователей и равного доступа к информации — принцип, по которому любой человек получает одинаково лёгкий и быстрый доступ к информации, в какой бы части сети Интернет она

ни находилась. Эта идея на сегодняшний день определяет логику развития информационного пространства.

Второе свойство информационного пространства, включая интернет-среду, — это его вертикальность. С развитием легкодоступности информации, её количества и скорости передачи возникла потребность в её структурировании. С появлением Интернета информационное пространство стало похоже на спутниковую карту, на которой поверхность земли изображена плоско и мелко. Для ориентирования на такой карте используется легенда — система символов и обозначений, с помощью которых можно определить высоту над уровнем моря, координаты, размер населённых пунктов и расстояние между ними. Система обозначений является вертикальной структурой. В информационном пространстве легенда строится на рейтингах, известности и авторитетности источников, с помощью которых информация структурируется и выстраивается в определённой иерархии. В ситуации, когда почти вся информация одинаково открыта, эта легенда, или система оценок, становится чуть ли не главным инструментом по управлению информационным пространством. Система оценок становится механизмом информационного влияния, за который идёт борьба. Её особенности рассматриваются в следующих главах.

Кроме того, неоднородным современное информационное пространство делает то обстоятельство, что сама информация в Интернете «залегает» слоями. Эти слои непостоянны и зависят от угла зрения на него, то есть от субъекта, от пользователя. Возникающая многослойность тоже делает пространство информации неоднородным и верти-

кальным. Приведём в качестве примеров ряд стандартных факторов, которые всегда разделяли пространство информации и продолжают это делать в настоящее время.

Знание языков. Владение языками определяет круг информационных ресурсов, которыми может пользоваться человек. Даже с развитием систем автоматического перевода интернет-сайтов («гугл-переводчик») язык остаётся существенным барьером: в большинстве случаев человек будет искать аналог информации на родном языке. А языковые границы довольно рельефно разделяют современное информационное пространство.

Возраст, пол, национальность, мировоззрение, личные интересы и т. п. Эти и другие индивидуальные характеристики пользователя также определяют выбор информационных ресурсов, к которым он обращается за сведениями.

Образовательный уровень. Уровень образования влияет не только на перечень ресурсов, которые выбирает человек, но и на глубину их прочтения (восприятия).

Количество свободного времени. Фактор времени, возможно, становится одним из наиболее важных разделительных барьеров информации. Занятый человек физически не в состоянии получать информацию в большом объёме, а его личное информационное пространство становится узким.

Административные и финансовые ресурсы человека. Объём и качество информации, получаемой человеком, напрямую зависит от его административных и финансовых возможностей. Крупных руководителей или бизнесменов обслуживают мониторинговые и научно-

исследовательские центры, которые проводят сбор и обработку большого объёма информации. У кого есть власть (в виде денег или полномочий), у того возникает преимущество в получении информации.

С развитием информационных технологий, скорости передачи информации, упрощённого технического доступа к ней сокращается техническое информационное неравенство и усиливается гуманитарное информационное неравенство.

Итак, информационное неравенство бывает двух типов.

Техническое. Оно возникает, когда у людей нет технической возможности входа в систему Интернет. Иногда этот тип неравенства называют «цифровым барьером». В России в 2006 году стартовала правительственная программа «Интернет — в каждую школу» (неофициальное название). Задачей этой программы было преодоление информационного неравенства среди школьников, предоставление им равных возможностей доступа к современным электронным ресурсам. С развитием технологий удешевления электронных устройств и интернет-трафика этот барьер снижается. Однако наличие доступа к Интернету у каждого отдельного человека отнюдь не снимает проблему информационного неравенства, поскольку многие её причины лежат в гуманитарной сфере.

Гуманитарное (нетехническое). С развитием информационной техники и упрощением доступа к информации информационное пространство становится всё более индивидуальным, нишевым. Технические возможности и структура современных средств массовой информации и

коммуникации окружают человека индивидуализированным информационным полем; человек получает то, что желает. Фактически он получает возможность «настроить» информационное пространство под себя, сделать его индивидуальным, непохожим на другие. В итоге гибкие информационные технологии усиливают особенности каждого отдельного человека, который создаёт с помощью медиа собственную картину мира. Развитие информационного пространства не ведёт к всеобщей информированности и эрудированности, а лишь отвечает на запрос каждого отдельного человека. Человек физического труда не может получать ту информацию, которая есть у учёного или крупного политика, даже если пользуется одинаковыми с ними интернет-ресурсами. Таким образом, технический прогресс и развитие информационных технологий не приводят к автоматическому сокращению информационного неравенства в гуманитарной сфере.

Что такое Текст?

Одним из понятий, которое помогает анализировать современные процессы и явления, является «Текст». Это понятие пришло в современную философию из языкознания; такой же путь в XX веке проделали многие термины. Можно образно сказать, что сама лингвистика, наука о языке стала философией XX века. Это произошло на фоне того, что язык стал основным объектом, через который философы и психологи начали познавать человека и его сознание. Язык стал областью поиска ответа на вопрос, как происходит познание (гносеология). После трудов Ф. де Соссюра

(1857-1913) началось развитие структурной лингвистики, а затем и самого структурализма (К. Леви-Стросс, Р. Барт, М. Фуко, Ж. Лакан, Л. Альтюссер и др.). Отечественный психолог-структуралист начала XX века Л. Выготский создал собственную научную школу психолингвистики, предложив изучать структуру человеческого сознания через изучение соотношения мысли и слова (основные положения изложены в его работе «Мышление и речь»). Известный современный американский лингвист Н. Хомский является одновременно психологом, философом и политологом. В результате взаимодействия науки о языке с другими областями знания многие разделы лингвистики вышли в междисциплинарное пространство, например, семиотика (изучает знаковые системы) и семантика (изучает смысловое содержание лексических единиц).

Определение термина «Текст», который также пришёл в философию из сферы языкознания, позволит лучше понять возможности современной журналистики и технологий пиара.

Что такое Текст? Текст в рамках философии XX века обозначает универсальную (применимую к любым явлениям) семиотическую структуру, одно из ключевых понятий структурализма и постструктурализма. Иногда данный термин пишут с заглавной буквы («Текст»), как у Р. Барта, — для того, чтобы показать, что он используется в философском смысле.

Текст — это всё то, что можно прочитать. Не только текстовая запись, новость, книга, но также картина, музыкальное произведение, фильм, архитектура здания, памятник, даже событие. То есть Текстом может выступать

любой фото-, аудио-, видеоматериал, произведение искусства. Кроме того, у Текста всегда есть автор, который его написал¹⁸.

Для Текста нужен носитель, которым может быть не только бумага, архитектурный объект или холст художника, но и нематериальные вещи — например, события — визиты первых лиц государств, международные спортивные соревнования (открытие Олимпиады), протестные акции. Публичные события могут становиться носителями, с помощью которых рассказывают новые истории, пишутся новые Тексты. Например, в России Олимпиада в Рио-де-Жанейро (Бразилия), состоявшаяся летом 2016 года, стала прочно ассоциироваться с обвинением наших спортсменов в использовании допинга и попытками ряда политических сил уронить спортивный имидж России. В данном случае заказчики и исполнители антироссийской информационной кампании использовали бразильскую Олимпиаду в качестве носителя нового сконструированного Текста. Поскольку Игры в Рио — событие международного масштаба, то и «написанный» на них новый Текст привлёк массового «читателя».

Итак, Текст можно определить как зафиксированную в знаковой системе человеческую мысль, то есть отражение мысленного повествования в некой форме.

¹⁸ Исключение составляет постструктуралистский подход, предложенный Р. Бартом, который провозгласил «смерть автора», то есть возможность читать Тексты, не принимая во внимание авторский замысел. Такой взгляд имеет право на существование в постмодернистском литературоведении, но бесполезен в практической работе информатики.

Такое понимание Текста является важным для практической деятельности современного информационщика — журналиста, пиарщика, специалиста по коммуникационным технологиям. Разные идеи и мысли нуждаются в разных формах и носителях, и такой взгляд на информационный процесс через концепцию Текста поможет их правильно подобрать.

В качестве примера можно классифицировать разные формы Текстов по целевым аудиториям. Например, если аудиторией являются члены семьи или коллеги на работе, то Текстом (механизмом донесения некоего повествования) может быть оставленная на видном месте записка. Если же аудиторией являются родственники и даже потомки, то формой для Текста могут стать изданные мемуары или дневник. Если слушателями являются студенты в аудитории, митингующие, коллектив — то для донесения информации необходимо публичное выступление. Если аудиторией являются широкие слои населения — то подойдут СМИ, кинематограф, произведения искусства. Главным Текстом народа является его историческая память. Если аудитория — цивилизация или человечество, то информация передаётся через религию.

В этом контексте можно утверждать, что журналист — это человек, который вместе с представителями других творческих профессий пишет и создаёт собственные Тексты, а специалист по связям с общественностью и различным формам коммуникации — это человек, который, скорее, управляет готовыми Текстами, чтобы создать из них новый.

Глава 3

Метафора конкуренции и метафора войны в современных информационных процессах. Виды информационных войн

Метафора

Первые две главы были посвящены экскурсу в культурологию и философию; было рассмотрено, как возникло современное информационное пространство, а также объяснены ключевые понятия, которые будут встречаться в ходе дальнейшего изложения — «традиционное общество», «информационное общество», «мифологизация», «постмодерн», «ризома», «информационное неравенство», «Текст».

Современные информационные процессы можно изучать с разных углов зрения. От восприятия исследователя зависит, что и как он видит. Определённое восприятие некоего явления может использоваться человеком как осознанно, так и интуитивно. Для объяснения того, как на познание влияет «угол зрения», можно сравнить его с действием литературной *метафоры*.

Слово «метафора» переводится с древнегреческого на русский как «перенос» и означает переносное значение слова. Метафора используется автором тогда, когда необходимо предложить краткое и ёмкое определение какому-либо понятию, слову или явлению. Хорошо подобранный метафорический образ способен дать точную характеристику предмету, обозначить концентрированно и понятно для всех его самую суть. Метафора не только применяется

как литературный приём, но и участвует в образном мышлении человека как его элемент.

С помощью метафоры можно описать любой процесс. Например, учёбу в вузе можно рассматривать через такие метафоры, как «аттестация», «новые знания», «социальный статус», «конкуренция», «бронь от армии» и другие. В разных ситуациях студент относится к своему обучению по-разному, интуитивно применяя различные метафоры. Ряд отличающихся метафор можно подобрать и к более сложной категории — жизни человека. В зависимости от мировоззрения наблюдателя жизнь может определяться как борьба за существование и продолжение рода, случайность или недоразумение, самопознание (так называется одна из работ Н. А. Бердяева) и поиск смысла жизни, развитие и прогресс, борьба с несправедливостью (смертью, страданиями, болезнями). Для христианского мировоззрения жизнь человека — это школа со своими уроками и испытаниями по подготовке души человека к жизни в другом мире.

Американский лингвист, профессор когнитивной лингвистики в Калифорнийском университете в Беркли Дж. Лакофф пришёл к выводу о центральной роли метафоры в мышлении индивида, политическом поведении и общественной жизни. Лакофф вывел понятие «метафора» из узкого лингвистического понимания и стал использовать его для объяснения структур и механизмов мышления. В своей известной книге «Метафоры, которыми мы живём» Лакофф пишет: «Для большинства людей метафора является инструментом поэтического воображения и риторических излишеств — частью какого-то особенного,

а не повседневного языка. Более того, метафора обычно рассматривается как собственно языковая характеристика, связанная скорее со словами, чем с мышлением и деятельностью. По этой причине множество людей считают, что они прекрасно обходятся без метафор. Вопреки этому мнению мы обнаружили, что метафора пронизывает нашу повседневную жизнь, причём не только язык, но и мышление и деятельность. Наша обыденная понятийная система, в рамках которой мы думаем и действуем, по своей сути метафорична»¹⁹.

Лакофф продолжает: «Понятия, управляющие нашим мышлением, вовсе не замыкаются в сфере интеллекта. Они управляют также нашей повседневной деятельностью, включая самые обыденные, земные её детали. Наши понятия упорядочивают воспринимаемую нами реальность, способы нашего поведения в мире и наши контакты с людьми. Наша понятийная система играет, таким образом, центральную роль в определении повседневной реальности. И если мы правы в своём предположении, что наша понятийная система носит преимущественно метафорический характер, то тогда наше мышление, повседневный опыт и поведение в значительной степени обуславливаются метафорами»²⁰.

В качестве примера того, как метафора влияет на мышление, Лакофф анализирует метафору «спор — это война» («argument is war»), которая скрыто присутствует в

¹⁹ Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём. М.: ЛКИ, 2008.

²⁰ Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живём // Теория метафоры. М.: Прогресс, 1990.

английском языке и проявляется в следующих устойчивых выражениях («*Your claims are **indefensible***» / «*Ваша позиция выглядит беззащитной*»; «*He **attacked** every weak points in my argument*» / «*Он напал на каждое слабое место в моей аргументации*»; «*His criticisms were right on **target***» / «*Его критические замечания были точно в цель*»; «*I **demolished** his argument*» / «*Я разбил его аргументацию*» и другие).

Метафора влияет не только на используемую лексику, но и на манеру поведения. Если спор — это война, то он ведётся не ради истины, а ради победы над противником. Кроме того, это значит, что все средства хороши для такой победы.

В конце 1970-х годов эта проблема обсуждалась в рамках теории международных переговоров, когда рассматривались различные модели их ведения. В частности, тогда начала подвергаться переосмыслению стандартная модель переговоров как торга. Если переговоры — это торг, то стол переговоров — это рынок, где можно обмениваться выгодами. Исходя из этой метафоры дипломаты выстраивают общение таким образом, чтобы предложить что-то своему собеседнику и что-то от него получить.

Известны и другие модели переговоров, построенные на метафоре «совместного обучения», «совместного поиска решений», «консенсуса». Если переговоры — это поиск консенсуса, то дипломаты не будут удовлетворены ходом переговоров и не встанут из-за стола до тех пор, пока не придут к общему видению проблемы, не выработают решение, в одинаковой степени приемлемое для обеих

сторон. Показательным примером переговоров как консенсуса является встреча глав государств «нормандской четвёрки» (Германия, Россия, Франция, Украина) в Минске в феврале 2015 года, где обсуждались шаги по урегулированию ситуации на Юго-Востоке Украины. Участники встречи осознавали, что конфликт на Украине зашёл настолько далеко, что уже нельзя ограничиваться общими рекомендациями, а необходимо выработать конкретные, работоспособные и единые политические решения. Символично, что участники не прервали встречу, которая продолжалась более 16 часов, даже на ночь. Итогом встречи стало принятие Декларации «нормандской четвёрки» по Донбассу и разработка мер по имплементации Минского соглашения.

Яркий пример метафорического мышления можно найти в древнейшем памятнике русской литературы — «Слове о законе и благодати» митрополита Киевского и всея Руси Илариона. Этот небольшой философско-религиозный труд середины XI века описывает возникновение нравственных норм и внутреннее устройство самой этики с христианской точки зрения. Происхождение нравственности митрополит Иларион объясняет через две категории (две метафоры) — закона и благодати: «Прежде дан был закон, затем же — благодать, прежде — тень, затем же — истина». Закон он сравнивает с Ветхим Заветом, благодать — с Новым.

Автор говорит о том, что закон играет временную роль, действует, пока не возникнет всеобщая нравственная норма, после чего он перестаёт быть нужен. Закон, по мысли митрополита Илариона, — это временная необхо-

димось, которая потом пропадёт. Закон (в данном случае божественный) нужен для того, чтобы его не было потом, когда человечество вновь вернётся в мирное состояние, которое было в раю до грехопадения.

Идея о том, что закон — это не истина, а лишь её тень, которая играет временную роль, чтобы потом исчезнуть, — фундаментальная для понимания всего русского менталитета и исторической судьбы России. Этот пример важен для того, чтобы продемонстрировать особую роль, которую играют метафоры в мышлении человека, общества и целого народа.

Таким образом, человек интуитивно или осознанно подбирает метафоры, в наибольшей степени соответствующие его целям. От выбора метафоры зависит то, как мы действуем и как мы смотрим на окружающие нас процессы. Метафора определяет наше отношение к явлению, наше мышление и поведение.

Метафора конкуренции

Слово «конкуренция» происходит от латинского «*conspicere*» — соперничество, столкновение. В современном языке конкуренция является мягкой метафорой войны, означая «войну понарошку», участие в конкурсе. Конкуренция — это открытый рыцарский поединок, спортивное соревнование, открытое и честное соперничество. Конкурирующие стороны не делают вид, что они друзья. Вступая в поединок, они говорят: «Иду на вы». Это оппоненты и даже противники, но только на время конкурса, матча, работы.

При конкуренции действуют принимаемые соперниками правила и условия, которые они соблюдают и оберегают. Футбольный матч можно рассматривать как маленькую эрзац-войну, которая никогда не станет войной настоящей, поскольку в ней существуют жёсткие правила и контроль арбитров. Любое неспортивное поведение на поле, например, потасовка, — событие, из ряда вон выходящее и подлежащее пресечению.

С помощью метафоры конкуренции сегодня описываются многие процессы в политике (например, выборы), экономике, бизнесе, культуре и информационной среде. Участники этих процессов в рамках существующих законов и правил конкурируют за рынки сбыта, аудиторию, читателей, рекламу, избирателя.

При использовании метафоры конкуренции ей подчиняются категории нашего мышления и лексический словарь. Мы начинаем использовать такие слова, как «игроки», «правила игры», «регламент», «честная борьба», «судьи», «награда». Если парламентские выборы — это конкуренция, то должен быть закон о выборах (правила), наблюдатели (помощники судей), избирательная комиссия (судьи) и т. д.

В современных экономических, политических и информационных теориях и практиках метафора конкуренции занимает традиционно важное место и выражается, например, в таких словосочетаниях, как «равные возможности» и «честная конкуренция». При этом метафора конкуренции никогда не становится полностью самостоятельной, потому что периодически вытесняется метафорой войны.

Метафора войны

Использование метафоры войны влечёт необратимые лингвистические и когнитивные последствия. Если информационные процессы — это война, то они развиваются в логике военных действий, а их элементы повторяют структуру современной армии. Для того чтобы определить, из каких элементов состоит современная информационная война, можно использовать устоявшиеся военные термины, описывающие состав вооружённых сил, основное вооружение и виды военных операций, прибавляя к ним слово «информационный».

Метафора войны говорит о «противниках», «вероятных противниках», «врагах», но не о простых «оппонентах» или «конкурентах». Обострение внутренней общественно-политической обстановки в стране или эскалация международного напряжения приводит к появлению «информационного противника», который может выступать в образе террористических организаций, политиков, правительств отдельных стран, идеологических оппонентов. Наряду с этим возникают и закрепляются выражения «информационная угроза», «информационная безопасность». Войны ведутся армиями, поэтому военная метафора производит и закрепляет такие понятия, как «информационные войска», «информационные армии». Зачастую эти выражения употребляются в переносном значении и используются пиар-службами, пресс-центрами, коммуникационными агентствами, аналитическими и мониторинговыми центрами и т. п. При этом в СМИ периодически появляются новости о формировании реальных кибервойск в крупнейших арми-

ях мира (США, Китай). Войска состоят из людей, поэтому появляются и такие выражения, как «информационный солдат», «кибербоец», «информационный спецназ».

Организация, участвующая в «информационной войне», наследует и общие контуры структуры армии и войсковых объединений. Появляются «информационные штабы», «информационные подразделения», «информационные фронты» («на фронтах информационных сражений»). Соответственно, в рамках метафоры войны можно говорить о видах и родах различных информационных войск. Как в армии существуют многие профессии, от педагогов до инженеров и медиков, так и в «информационных сражениях» участвуют люди различных специальностей (журналисты, эксперты, пиарщики, пропагандисты, теоретики, аналитики, психологи и т. п.), аналоги которым можно найти и в военной сфере. Можно сказать, что в «информационных войнах» присутствуют свои условные аналоги боевых войск, разведывательных подразделений, войск обеспечения. Популярные темы, посвящённые информационным манипуляциям и воздействию СМИ на массовое сознание, также содержат признаки метафоры войны.

Наиболее известное современное понятие, порождённое военной метафорой, — «информационная кампания». Оно пришло в общеупотребительный лексикон европейских языков именно из военной сферы, где «кампания» издавна означала военный поход и совокупность военных операций. В теории пиара, рекламы и в коммуникативных исследованиях специалисты выделяют множество типов информационных кампаний, разделяя их по сферам (политические, коммерческие, военные), технологиям (телевизи-

онные, сетевые, медийные), масштабам (федеральные, глобальные, региональные), аудитории и другим параметрам.

Важнейшим элементом военной метафоры является вооружение. В современном языке прочно прижился термин «информационное оружие», который имеет множество приложений и употребляется как в научной литературе, так и в обиходном языке. Под информационным оружием могут пониматься как специальные электронные системы, оказывающие воздействие на технику, так и спланированные информационные акции, имеющие пропагандистский эффект. Неслучайно наиболее провокационные и скандальные публикации стали называться «информационными бомбами».

Наконец, любая информационная кампания или акция имеет свой план – так же, как подготовка к военной операции подразумевает разработку определённого замысла.

Таким образом, описанное выше военное мышление может встречаться не только в армии, но и в работе пиар-служб, пресс-центров, коммуникационных агентств, информационно-аналитических отделов компаний, а также в структурах информационного обеспечения деятельности государственных органов. Кроме того, военная метафора прочно присутствует в СМИ, в социальных сетях, в журналистской и экспертной деятельности.

Причина распространённости военной метафоры кроется в её способности смотреть на процессы упрощённо, но при этом целостно и структурированно. Кроме того, она упрощает процесс целеполагания: цель войны — добиться выгод путём победы над противником. В этом кроются как недостатки военной метафоры, так и её необычайная эф-

фективность. С действием военной метафоры неизбежно сталкивается любой человек, который активно участвует в современных информационных процессах.

Термин «информационная война» стал распространяться в западной литературе после войны в Персидском заливе в 1991 году. Отправной точкой послужила проведённая силами США операция «Буря в пустыне», когда главной мишенью стали объекты информационно-коммуникационной инфраструктуры Ирака. Однако в дальнейшем этот термин быстро перерос военный словарь и стал завоёвывать популярность в прочих языковых областях. Информационная война стала в конечном счёте крайне широким и аморфным понятием, объясняющим почти любые информационные процессы и явления: например, хакерские атаки на компьютеры, международную информационную политику государств, военные операции по физическому уничтожению информационных коммуникаций противника, горячие общественные дискуссии по острым политическим вопросам внутри страны и пропаганду.

Преодолеть сложность в классификации информационных войн помогает подход, который разделяет это явление на два типа: информационно-техническая война и гуманитарная (информационно-психологическая) война.

Информационно-техническая война

Если употребляется выражение «информационно-коммуникационные технологии» (ИКТ), приставка «кибер» (кибербезопасность, кибервойны, киберпространство) или аббревиатура ИТ (информационные тех-

нологии), можно сделать однозначный вывод, что речь идёт об информационно-технических процессах. В современный век технического прогресса эта сфера изучается чаще и глубже, чем гуманитарная, информационно-психологическая, так как уже более ста лет основной интерес общества прикован именно к технике и технологиям. Современные международные переговоры и конференции по информационной безопасности касаются почти исключительно технической сферы («кибербезопасности», выражаясь языком НАТО)²¹.

Информационно-техническая сфера, включая информационное противоборство, содержит следующие темы: безопасность информации и каналов связи, защита секретной или чувствительной информации, проблема компьютерных вирусов и несанкционированного доступа к информации, безопасность международных платёжных систем, проблема защиты личных данных в Интернете (например, личной переписки), защита телефонных переговоров, спор о правомерности сбора и обработки данных об интернет-пользователях со стороны правительств или владельцев интернет-сервисов. В частности, история бывшего сотрудника американских спецслужб Эдварда Сноудена, который публично рассказал о нелегальном сборе правительством США личных данных собственных граждан, касалась именно информационно-технической области.

²¹ Совбез сообщил о завершении женевских переговоров России и США по вопросам кибербезопасности [Электронный ресурс] // Экспертный центр электронного государства. 2016. URL: <http://d-russia.ru/sovbez-soobshhil-o-zavershenii-zhenevskix-peregovorov-rossii-i-ssha-po-voprosam-kiberbezopasnosti.html>.

Отдельная составляющая технической сферы информационных процессов и войн — это оборудование и коммуникации («железо»). Именно они становятся первой мишенью в случае проведения военных операций, как это было в Ираке в 1991 году: выводятся из строя компьютеры, уничтожаются узлы связи, кабели, прочие коммуникации.

Таким образом, информационно-техническая сфера состоит из двух блоков: «харда» и «софта», железа и программного обеспечения. Эту область не следует смешивать с войной в гуманитарной, информационно-психологической сфере — войной за идеи и ценности.

Информационно-психологическая война (информационная война в гуманитарной сфере)

Ключевое отличие информационно-психологического подхода от информационно-технического состоит в том, что его объектом являются не техника и технологии, а человек как существо, обладающее разумом, психикой и ценностями. Тело человека также не является объектом информационно-психологической войны, поэтому к данному подходу не следует относить изучаемые физиологами и военными специалистами физические воздействия излучений, волн, ультразвука на психику человека.

Информационно-психологические войны можно классифицировать по тем же параметрам, что и информационные кампании. Кроме того, для того, чтобы по-

лучить представление о широте и границах этой сферы, можно типологизировать информационные войны по группам участников, средствам донесения информации и темам.

1. По группам участников. Информационно-психологи-ческие войны сегодня разворачиваются между государствами, между членами бизнес-сообщества, между бизнесом и государством, между разными слоями общества (например, между разными кругами интеллигенции), между обществом и государством, между политическими игроками (как на партийном, так и на административном уровнях). Аналогичные процессы происходят в научном мире и между различными СМИ. СМИ могут быть механизмом перечисленных войн, а могут быть независимыми субъектами информационных процессов и действовать самостоятельно.

2. По средствам донесения информации. Информационные войны всегда разворачиваются на информационных полях сражений — в медиапространстве, состоящем из социальных сетей и традиционных СМИ.

Социальные сети («Фейсбук», «Твиттер», «Одноклассники» и т. д.) открыли перед участниками информационных сражений новые возможности. Влияние на аудиторию здесь осуществляется через записи, комментарии, «лайки» и сведения о «количестве просмотров». Часто информационными субъектами задействуются или нанимаются известные блогеры и активные пользователи. Под крупные информационные кампании могут создаваться специальные штабы, сотрудники которых ведут целенаправленную работу в соцсетях. Для автоматиза-

ции процесса комментирования, увеличения количества просмотров и других действий используются «боты» (от слова «роботы») — компьютерные программы, имитирующие действия человека. Сегодня почти любое коммуникативное агентство предлагает разнообразные услуги в социальных сетях: от продвижения товара до участия в различных информационных процессах, спорах, конфликтах.

Другое средство донесения информации — традиционные СМИ, включая новостные агентства. Несмотря на быстрое развитие сетевых технологий, они по-прежнему занимают ключевое место в информационных войнах и прочих процессах. Если социальные сети в большей степени транслируют и распространяют информацию, то традиционные СМИ её создают. Мощнейшим информационным ресурсом является телевидение, с охватом и влиянием которого в государственном масштабе пока не может сравниться никакой другой источник информации.

Отдельно можно выделить сферу искусства как ещё одного способа донесения информации, используемого в информационных противостояниях. К ней относятся кино, живопись, музыка, видеоигры, памятники, архитектура. Искусство остаётся одним из мощнейших средств формирования ценностей, а следовательно, используется как одно из средств ведения информационно-психологической войны. Выполняя определённые информационные задачи, субъект (государство, лобби, бизнес-структура) может содействовать выходу фильма, несущего необходимый эмоциональный посыл, организовать выставку фотогра-

фий с конкретным посылом, способствовать присуждению литературной премии определённому произведению или писателю²².

Отдельная важная область ведения информационных войн — сфера образования. Широко известно выражение, приписываемое О. Бисмарку, что войны выигрывают учителя и священники. Процессы информационно-психологического противостояния сегодня можно наблюдать в школах, вузах, а также в сфере дополнительного образования.

3. По темам. Основная тема информационно-психологических войн — это актуальная политика (выборы, спортивные соревнования, обсуждение законов, резонансные происшествия). Вторым полигоном является совокупность тем стратегической политики (международные отношения в долгосрочной перспективе, холодная война, борьба за историческую память). Отдельный уровень информационных противостояний — вопросы идеологии. Рядом находится тема этики, нравственности (трансгуманизм, биоэтика, семейные ценности, эвтаназия, аборт и т. п.).

²² Большой резонанс, например, вызвало решение нобелевского комитета по литературе присудить премию белорусской писательнице С. А. Алексиевич в 2015 году. Многие критики усматривали в этом решении политическую подоплёку — желание нобелевского комитета в условиях ухудшения отношений между Россией и странами Запада поддержать русскоязычную писательницу из Белоруссии, популяризирующую европейские ценности и критически отзывающуюся о современной российской политической жизни.

Важно отметить, что для более точного анализа современных информационных процессов необходим особый взгляд на государство как один из главных элементов современных информационных противостояний: государство — это не только субъект информационной войны (хотя, безусловно, таковым является), но и её средство. Это означает, что между участниками информационно-психологических войн идёт соперничество за возможность использовать в своих интересах ресурсы государства — административные, медийные, политические, экономические. В свою очередь, исследователи, строящие свою логику исключительно на противостоянии разных государств или на борьбе государства и гражданского общества, ограничивают своё видение происходящих процессов.

Завершая разговор о двух типах информационных войн, следует отметить, что существуют и альтернативные термины, описывающие разницу между информационно-техническими и информационно-психологическими процессами: «коммуникационный» и «коммуникативный»²³.

Под коммуникационными процессами понимают все технические аспекты движения информации, «железо» и электронные технологии. Именно поэтому в российских нормативных документах, посвящённых информационным технологиям, используется выражение ИКТ — информационно-коммуникационные технологии, — обозначающее «приёмы, способы и методы применения

²³ См., например: *Паршин П. Б.* Глобальное информационное общество и мировая политика. М.: МГИМО-Университет, 2009.

средств вычислительной техники при выполнении функций сбора, хранения, обработки, передачи и использования данных» (ГОСТ 34.003-90).

Совсем другие вопросы затрагивают **коммуникативные** процессы. Коммуникативность означает способность человека передавать собеседнику свои мысли, эмоции и чувства так, чтобы они были правильно поняты. Когда человек механически слышит своего собеседника — это коммуникационный процесс (письмо, телефон — коммуникационные инструменты). В момент, когда человек начинает понимать другого человека, начинается процесс коммуникативный. Поэтому на коммуникативный процесс влияют образование, воспитание, общественные нормы и актуальная повестка дня. В разговоре об информационных войнах термины «технический» и «коммуникационный», «психологический» и «коммуникативный» являются в большинстве случаев взаимозаменяемыми.

Глава 4

Игроки и спикеры в информационных процессах. Информационная субъектность. Контрагент. Дискурс

Ключевой элемент информационных процессов в гуманитарном пространстве — субъект, то есть «игрок» или «боец», в зависимости от того, какая метафора используется (метафора конкуренции или метафора войны).

Развитие технических сетевых возможностей, появление интернет-связи в мобильных устройствах не только ускорило и упростило процесс коммуникации через социальные сети, но и создало иллюзию того, что Интернет делает пользователей равными друг другу, снимает социальные барьеры между разными слоями общества, способствует развитию демократичности в общении. Подобный взгляд не в полной мере отражает действительность. Социальные сети способствовали утверждению определённого «демократического» стиля общения, при котором пользователи ведут себя так, как будто являются друзьями, то есть равными. Отсюда у пользователей при чтении записей популярного блогера может возникнуть иллюзия, что они друзья, что блогер хоть лично и не знает своего читателя, но хорошо, по-свойски к нему относится. Такой же эффект производят записи («посты») в социальных сетях известных людей на личные или бытовые темы — приём пищи, поход в кино, интересная поездка, жалобы на здоровье и т. п. Перечень тем не меняется со времён светских бесед в салоне Анны Павловны Шерер.

Можно сказать, что этот стиль интернет-общения формирует новый вид светского этикета, но не уравнивает пользователей. Если человек не придерживается такого этикета, он зачастую подвергается осуждению как человек, не умеющий себя вести, или как пропагандист. В современном интернет-пространстве пропагандистом называют не того, кто занимается пропагандой, а того, кто делает это интонационно грубо.

В разных социальных сетях доминируют свои нормы общения и своя атмосфера. Однако негласный набор ключевых норм поведения, который можно охарактеризовать как «дружеский» или, скорее, «товарищеский», распространён наиболее широко.

Наряду с появлением нового этикета в социальных сетях проходит ещё один важный процесс. У пользователя появилась возможность комментировать почти любое интернет-сообщение (статью, видеоролик), высказываться через личные страницы в соцсетях, активно участвовать в дискуссиях. В результате у него возникает ощущение, что он активный участник, действующий игрок в текущем информационном процессе. Идею о том, что пользователь социальных сетей имеет влияние на крупные информационные процессы, популяризируют многочисленные современные исследования механизмов влияния социальных сетей на общественно-политическую обстановку, включая возможность мобилизации населения и организации массовых протестов. После цветных революций авторитет социальных сетей вырос не только в глазах государственной власти, но и в глазах самих пользователей, которых стали называть реальной политической силой.

Однако доступ к Интернету ещё не делает каждого человека игроком информационных процессов и не позволяет ему активно влиять на информационную обстановку. Он может быть лишь «средством», мобилизационным ресурсом в руках других информационных игроков.

В информационно-психологической сфере игроком может называться тот, кто способен:

- 1) формировать этикет и правила общения в социальных сетях (объявлять свою манеру общения нормативной и убеждать в этом интернет-пользователей);
- 2) влиять на оценки событий или явлений;
- 3) задавать новые темы обсуждения и менять вектор дискуссии;
- 4) влиять на информационную повестку (набор обсуждаемых проблем в масштабе сообщества, города, государства и т. п.);
- 5) влиять на дискурс или формировать его.

В этом смысле можно выделить игроков тактических, которые влияют на вектор конкретных дискуссий и локальных информационных процессов, а также игроков стратегических, которые влияют на дискурс и рассчитывают шаги на долгосрочную перспективу.

Что такое дискурс

Термин «дискурс» часто употребляется в современных исследованиях информационных процессов в гуманитарной сфере. Нередко возникают сложности в его пони-

мании и трактовке, поэтому следует остановиться на нём более подробно.

Термин «дискурс»²⁴ (с *франц.* — «речь») был предложен и разработан французскими философами-постмодернистами — Р. Бартом, М. Фуко, Ж. Деррида и другими. Под дискурсом, по определению М. Фуко, приведённому в исследовании «Дискурсивные закономерности», понимается «практика, которая систематически формирует объекты, о которых он (дискурс) говорит». Дискурс — это не просто тема или совокупность высказываний или знаков внутри неё, а «событие знака»²⁵. Дискурс в этом смысле становится близок к термину «текст». «Текст» в рамках философии XX века обозначает универсальную (применимую к любым явлениям) семиотическую структуру; это одно из ключевых понятий постструктурализма (и постмодернизма, соответственно). Иногда данный термин пишут с заглавной буквы («Текст»), как у Р. Барта — для того, чтобы подчеркнуть его философское происхождение.

В настоящее время термин «дискурс», несмотря на свою популярность, не имеет единого академического определения. Существуют различные подходы к его пониманию, в связи с чем возникает множество значений, приписываемых дискурсу, — от «идеологии» до «коммуникативного события». Среди современных исследователей, занимающихся данной проблемой, следует отметить извест-

²⁴ Ударение в слове «дискурс» в русском языке может ставиться как на первый слог, если исследователь заимствует его из английского языка, так и на последний, если термин заимствуется из французской научной литературы, где он и появился на свет.

²⁵ Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996.

ного голландского лингвиста, профессора Амстердамского университета Т. А. ван Дейка. В своих трудах он, в частности, настаивает на необходимости разделять понятия «дискурс» (в узком значении) и «текст», поскольку первое он относит к актуальной речи и живому процессу («актуально произнесённый текст»), а второе — к абстрактной грамматической конструкции, заранее подготовленной²⁶.

Принимая во внимание доводы Т. А. ван Дейка и пользуясь его определением, можно трактовать термин «дискурс» в одном из его наиболее широких значений — как коммуникативное событие и действие, которое включает в себя процесс коммуникации, семиотическую систему, а также временной, пространственный и прочий контексты, формирующие объекты, о которых он (дискурс) говорит²⁷.

В качестве дискурса могут быть описаны как локальные явления (например, лекция в институте как дискурс), так и масштабные и сложные процессы (современный общественно-политический дискурс). В политологии часто употребляются выражения «дискурс либерализма», «дискурс национализма», в которых слово «дискурс» близко по значению к слову «идеология». Ван Дейк изучал «дискурс расизма» в современных западных СМИ, при этом разработал собственный метод — метод дискурс-анализа. Он выявлял скрытые признаки расистской идеологии в контексте медиасообщений «белой прессы», отмечая, что дискурс формируется не только высказываниями, но и намёками, скрытыми между строк. «Дискурс» в каком-то смысле

²⁶ Van Dijk T. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998.

²⁷ Там же.

ле сложнее и шире, чем «идеология», поскольку является живым процессом с множеством контекстов и не имеет раз и навсегда зафиксированных форм.

Для наиболее упрощённого понимания термина «дискурс» можно определить его как совокупность актуальных высказываний о чём-либо и всех контекстов этих высказываний.

Субъектность

Для того чтобы участник информационных процессов стал игроком, мог влиять на этикет, оценки, повестку и дискурс, он должен иметь **субъектность**, то есть представлять собой активно действующую силу. Субъектность состоит из двух элементов — самоидентификации (идентичности) и ресурса.

Самоидентификация (идентичность) — это ответ на вопрос «кто я?», если действует один человек, или «кто мы?», если речь идёт о группе. Чем сильнее самоидентификация, тем потенциально активней и эффективней может становиться игрок (субъект). Чёткая самоидентификация человека или группы свидетельствует либо о прочном мировоззрении, либо о конкретных целях. В информационном соперничестве побеждает человек с более понятной и сформулированной позицией или организация с более чётко прописанной миссией (политическая сила с ясной доктриной). При этом свою идентичность не обязательно транслировать вовне или афишировать — она должна, прежде всего, ясно осознаваться самим информационным субъектом. Поэтому иногда у организации суще-

ствуют две миссии: одна предстаёт на общее обозрение и содержит самые общие ценности, вторая — составляется создателями организации для понимания собственных глобальных целей и ценностей, поэтому прописывается более конкретно и откровенно, так, что не всегда может быть представлена публике. Без ясной идентичности информационный игрок не может чётко сформулировать свои цели, задачи, выбрать тактику и стратегию поведения в информационном пространстве.

Без ответа на фундаментальный вопрос «кто мы?» не может успешно развиваться ни коммерческая фирма, ни государство. Примечательно, что вопрос «кто мы?» в российском общественно-политическом поле необычайно остро начал звучать в 1990-е годы и непрерывно повторялся более 15 лет, когда общество уже перестало быть советским, но не определилось со своим новым лицом. После распада СССР и окончания бытия советского народа был введён термин «россияне». В течение 1990-х годов стало понятно, что ему не удаётся стать собирательным названием общенародной идентичности. «Российскость», родившаяся во время кризиса государственности, так и осталась сырой идеей, выполняющей, скорее, функцию элемента, замещающего место национальной идентичности. В это же время начались болезненные и стихийные поиски новой национальной идеи, которые были остановлены почти административно при новом руководстве в начале 2000-х годов, когда бесплодность этих поисков стала очевидной (публичные поиски национальной идеи в этот период обесценились и напоминали демагогию). С приходом к власти команды В. Путина в стране наступила большая эпоха внешней политики, при которой

логика политического мышления исходила из приоритета международного над внутренним в определении дальнейшей судьбы России. Большинство политических побед этого периода связаны именно с внешней политикой: отражение агрессии в ходе «пятидневной войны», Таможенный союз, Олимпиада в Сочи, Крым, Сирия. За прошедшие с этого момента 17 лет международная идентичность России укрепилась настолько, что стало более престижно ассоциировать себя с названием самой страны, а не с официальным названием народа: «мы — Россия» стало звучать более убедительно и точно, чем «мы — россияне». Эта идентичность, ясно понимаемая и признаваемая российским политическим классом, и определяла в последние годы политику страны, в том числе информационную.

В свою очередь размытая и раздвоенная самоидентификация приводит к нарушению процесса коммуникации. Приведём пример из классической литературы. В юмористическом рассказе А. П. Чехова «Дипломат» показана курьёзная ситуация, когда у главного персонажа рассказа Аристарха Иваныча Пискарёва никак не получается сообщить своему другу чиновнику печальную новость о кончине его супруги. Его посылают с миссией сообщить вдове это тяжёлое известие в аккуратной форме, чтобы «не оглушить» человека. Главный герой решает одновременно быть и дипломатом, и другом, и вестником. В итоге после долгих попыток он так и не смог толком рассказать своему знакомому о том, что произошло с его супругой.

С развитием коммуникационных технологий и ускорением информационных потоков потребность в определении своей идентичности становится присуща не только ак-

тивным информационным игрокам, но и простым людям. Без определённого мировоззрения человек не в состоянии не только активно участвовать в информационных процессах, но и чувствовать себя комфортно в современном агрессивном информационном окружении. Хорошо изученный современной социологией феномен подростковых субкультур — это продукт современных больших городов, где человек живёт обособленно (город — место одиночества) и при этом в потоке большого количества информации. Субкультура для молодых людей — это попытка организовать вокруг себя собственное индивидуальное и комфортное информационное окружение. Это место, «где можно встретить друзей и единомышленников», как определяют свои движения сами их участники. При этом подростки из семей с крепкими традициями (родовыми, религиозными) реже уходят в субкультуры или погружаются в них не слишком глубоко, поскольку их семейные традиции дают более крепкую идентичность и позволяют чётко определять своё место в «бесформенном» информационном пространстве.

Современное информационное пространство при отсутствии в нём единой мифологической системы, присущей традиционному обществу, не только способствует формированию субкультур (локальных секулярных мифологий), но и погружает человека в состояние, при котором он постоянно должен «определяться», уточнять свою идентичность, выбирая источники информации из представленной палитры. Мировоззренческая поляризация средств массовой информации, навязывание разными СМИ противоречащих систем ценностей вынуждают человека уточнять свою идентичность, свой «угол зрения»,

чтобы не запутаться. Система общения в социальных сетях тоже подстраивается под эту потребность и формируется вокруг системы «лайков» (принципа «поддерживаю — не поддерживаю»), которая предлагает пользователю постоянно формировать и поддерживать свою идентичность методом «клика», через одобрение заранее подготовленных сообщений. Идентичность в таких насыщенных информационных условиях становится процессом. При этом у тех, кто готовит информационные сообщения, должны быть более чёткие цели и более определённая идентичность по сравнению с теми, кому эти сообщения адресованы. Между степенью субъектности информационного игрока и его идентичностью существует прямая связь.

Наиболее простой пример того, как идентичность формирует субъектность, являет собой сфера публичной политики. Партии или отдельные политики конструируют желаемый имидж (набор идей, лозунгов, ценностей или просто эмоций), который затем транслируют аудитории. Этот набор характеристик и становится их политической идентичностью. Если идентичность становится легко узнаваемой, их политическая субъектность укрепляется. Политика даже не очень высокого уровня, но с прочно устоявшейся идентичностью называют «фигурой».

В качестве ещё одного примера можно привести первые дебаты Д. Трампа и Х. Клинтон, прошедшие 27 сентября 2016 года в Нью-Йорке. Прения кандидатов в президенты США были посвящены в основном социальной сфере. По ряду вопросов Трамп и Клинтон озвучили почти идентичные мысли, которые касались преступности, оборота оружия, действий полиции, положения чернокожего

населения. При этом каждый из кандидатов стремился сохранить и укрепить именно свой образ, подобрать слова, которые будут отличать его от оппонента. Клинтон говорила, что для решения этих проблем необходимо понимать проблемы каждого отдельного человека. Трамп же заявил, что главными являются категории «закона и порядка».

Ресурс — второй элемент субъектности информационного игрока

Если идентичность отвечает на вопрос «кто я?», то ресурс — на вопросы «что я могу?», «какие у меня есть силы и возможности?». Без ресурса даже при самой крепкой и определённой идентичности у информационного игрока не сформируется субъектность, то есть он не станет полноценным игроком.

Если идентичность — это вектор движения, пролегающий между начальной точкой («кто я?») и конечной («каковы мои цели?»), то ресурс — это тот механизм, который делает движение по намеченной траектории возможным. Ресурс — это то, что позволяет двигаться в сторону достижения информационной цели.

Основными видами ресурса в информационных процессах являются:

1. Финансовый ресурс. Информационные цели достигаются с помощью денег. Информация заказывается и оплачивается.
2. Административный ресурс. Этим ресурсом может пользоваться тот, кто располагает властными полномочиями или доступом к ним. Информа-

ционные цели в этом случае достигаются за счёт полномочий.

3. Публичный ресурс (актёр, телеведущий). Узнаваемость спикера упрощает донесение информации до аудитории. Иногда заявление публичного и узнаваемого лица создаёт большой резонанс, чем серия журналистских публикаций и репортажей. В этом случае аудитория готова услышать слова человека, а СМИ — транслировать, лишь потому что этот человек известный.
4. Моральный ресурс (священник, благотворитель, известный врач). Слова человека становятся значимыми и востребованными, если за ним закреплён имидж морального авторитета.
5. Научный ресурс (известный учёный). Авторитетного учёного готовы слушать, потому что он раскрывает тайны или предсказывает будущее. Поэтому так неизменно популярны новости про «британских учёных». Учёные в медийном пространстве играют роль оракулов, людей, обладающих тайной.

Таким образом, информационная субъектность (идентичность и ресурс) — главное условие существования информационного игрока в современном информационном пространстве. Если участник информационных процессов не имеет определённой идентичности или ресурса, он не может называться субъектом (игроком).

Информационные игроки могут быть различного вида и типа. Среди основных можно выделить государство

(и отдельные его структуры), владельцев СМИ, некоммерческие организации, политические партии, религиозные организации, мировоззренческие круги, отдельных лиц.

Информационные спикеры

Помимо игроков, есть ещё одна категория людей, относящихся к сфере массовой информации и коммуникации, — информационные спикеры. Спикеры могут быть как самостоятельными игроками, так и средством в руках других игроков.

Спикеры находятся на поверхности информационного пространства. Они формируют ландшафт публичного пространства информации, которую воспринимает аудитория. Отличительное свойство спикера от игрока заключается в том, что спикер всегда находится на поверхности, в этом его главная функция. Говоря образно, спикер — это последняя инстанция, через которую проходит информация, прежде чем дойти до публики.

Можно было бы выделить множество типов спикеров, в зависимости от сферы их деятельности и манеры поведения. Однако в упрощённой схеме существуют всего четыре условных типа, по которым можно распределить почти всех спикеров: политик, журналист, эксперт, учёный. Они различаются по функциям.

Политик (любое официальное лицо). Говорит, когда это политически необходимо или выгодно.

Журналист. Говорит (пишет), когда ему поручают. Чтобы о чём-то высказаться, журналист сначала просит руководство ему это поручить.

Эксперт. Говорит, когда его спрашивают. Эксперт не может сказать «я не знаю». Если он перестаёт давать журналистам комментарии, он становится невостребованным и проигрывает своим конкурентам. Эксперт, как правило, зарабатывает именно экспертной деятельностью, хотя может носить маски учёного, бизнесмена, врача или политика.

Учёный. Говорит, когда он знает, то есть намного реже, чем эксперт. Учёный, который начинает активно участвовать в дискуссиях и давать комментарии, вынужден либо менять род деятельности на экспертный, либо совмещать две профессии. Но наука и полноценная экспертная работа плохо сочетаются друг с другом. Нередко экспертами становятся люди, которые раньше активно занимались научной деятельностью, достигли определённых результатов и хотят «выйти в мир».

Контрагент

Спикеры высказываются и участвуют в дискуссиях. Независимо от масштаба дискуссии (ток-шоу на телеканале или общественная дискуссия в масштабах страны) она строится по одинаковым правилам.

Для того чтобы плыть, нужно толкаться от воды, лететь — от воздуха, бежать — от земли. Для того чтобы продвинуть в общественное сознание определённую идею, нужно отталкиваться от другой идеи, то есть создать искусственную или реальную антитезу, противоречие, конфликтную ситуацию. Часто заголовки пишутся так, чтобы они привлекали внимание своим противоречием, конфликтом, вызовом: чтобы преодолеть возникающее напря-

жение, читателю предлагается прочитать публикацию. По этой причине читателя больше привлекает то интервью, в котором журналист и собеседник не соглашаются друг с другом, а ведут спор, даже если содержательная ценность их беседы невысока.

Информационные дискуссии и сами дискурсы часто строятся именно на конфликте, что привело к появлению особой информационной роли, особого типа информационного спикера — **контрагента**.

Как работает механизм контрагента

Контрагент — это не постоянная роль. В разных дискуссиях и ситуациях один и тот же спикер может становиться и переставать быть контрагентом.

Контрагент — это мнимая альтернатива в споре, опасный, сконструированный противник, мальчик для битья, спарринг-партнёр, который нужен, чтобы, дискутируя с ним, продвигать собственные идеи. Информационный игрок выбирает контрагента под свои задачи. Зачастую контрагент производит впечатление психологически слабого и неполноценного человека, маргинального, провозглашающего неприемлемые вещи. Контрагент также может демонстрировать худшие черты идеологического противника информационного игрока. Контрагентом должно быть легко манипулировать. Ведущий его провоцирует, выводит из себя, убеждая аудиторию в его неправоте: выходит из себя, значит, неправ. Часто контрагент имеет какой-то физический или речевой дефект, который делает его носителя немного комичным.

Механизм контрагента чаще используется на радио и телевидении. Если информационная ситуация в обществе складывается не в пользу ведущего или ведущий не чувствует в себе достаточной силы, то он приглашает слабого противника, и наоборот, в другой ситуации приглашает несколько контрагентов.

Для того чтобы понять механизм задеирования контрагента, приведём реальный пример. Известный российский писатель и публицист А. Проханов до 2014 года был постоянным гостем радиопередач на «Эхо Москвы». Он придерживается имперских убеждений и является мировоззренческим оппонентом радиостанции, которая в своей редакционной политике традиционно придерживается либерально-демократических ценностей. Для Проханова участие в дискуссиях на этой радиостанции давало трибуну, для редакции — возможность пригласить и подискутировать с идеологическим оппонентом. Все передачи с участием Проханова строились на конфронтации между ним и ведущим или другими гостями.

У него особая образная и эмоциональная речь, которая делает его язык особенным, а его стиль общения разительно отличается от стиля общения других гостей радиостанции («над Западом разверзается тьма», «Украину пытаются отпилить от России и крючьями оттащить к Европе», «[мы должны] выдержать огромный натиск истории и служить государству и отечеству своему в период его кромешный и в период его светоносный»). Идеи и мысли Проханова нередко высказывают и другие российские эксперты, но темперамент, интонация и лексика Проханова делают его высказывания всегда немного смешны-

ми в глазах целевой аудитории «Эха». Он не опасен для их системы ценностей, не способен их переубедить, так как заранее находится для них «за гранью» допустимого дискурса. Проханов был для указанной радиостанции иным полюсом, насколько далёким, настолько и безопасным. На дискуссиях с Прохановым «тренировались» не только ведущие, но и гости-оппозиционеры. Например, в сентябре 2013 года состоялся спор Проханова с А. Навальным, который баллотировался в то время на пост мэра Москвы. Эта передача была особенной, поскольку роль ведущего в этот раз исполнял сам Проханов.

А. ПРОХАНОВ: Вы идёте в политику, вы резко в политику, вы идёте в политику как стенобитная машина. Окованная стальным...

А. НАВАЛЬНЫЙ: Да я как мягкий котик иду. Никакого нет железа, я говорю о совершенно нормальных очевидных вещах. Я выступаю перед молодёжью, перед бизнесменами, перед пенсионерами. Это очень простые вещи. Для чего нам нужна стенобитная машина?

Примечательно, что ещё несколько лет назад оппозиционные ресурсы («Эхо Москвы», «Радио Свобода», «Дождь» и т. д.) часто приглашали на дискуссии «государственников», гостей с другой точкой зрения. Государственные каналы и радиостанции, наоборот, тогда совсем редко звали оппозиционеров, даже неагрессивных. После 2014 года с изменением общей политической ситуации поменялась и риторика СМИ. С укреплением государствен-

ного дискурса в ток-шоу на федеральных каналах всё чаще стало присутствовать равное количество оппонентов по обсуждаемому вопросу, на передачи стали звать непримиримых противников основных векторов российской внешней и внутренней политики. Это означало, что с ростом поддержки обществом политического руководства значительно укрепилась и государственная информационная политика. У неё появились гибкость и манёвренность, она стала менее примитивной и ей понадобились контрагенты для того, чтобы развиваться дальше. На оппозиционных ресурсах произошла обратная ситуация. После смены общественных настроений не в их пользу они начали замыкаться в себе. Своего постоянного гостя А. Проханова «Эхо Москвы» перестало приглашать в конце 2014 года. Таким образом, свобода слова — это элемент сильного государства, у которого прочный каркас и отлаженный механизм информационной политики.

Сохраняется непростой этический вопрос о том, можно ли становиться осознанным контрагентом, «мальчиком для битья» с целью приобретения популярности. Ведь осознанный контрагент раскручивает своё имя и делает экспертную карьеру, помогая укрепляться своим мировоззренческим оппонентам.

Глава 5

Функциональные связи СМИ и блогосферы

Новые медиа или блогосфера

В английском языке всё чаще используется термин «новые медиа», с помощью которого исследователи пытаются отразить изменение, происходящее в облике информационного пространства, — появление в сети Интернет большого количества сетевых информационных ресурсов, активно участвующих в производстве и распространении информации наравне с традиционными СМИ. Согласно определению из англоязычной «Википедии» термином «новые медиа» чаще всего обозначают контент, доступный по запросу через интернет, получить который можно с помощью любого цифрового устройства; новые медиа предоставляют пользователю возможность интерактивной обратной связи и творческого участия; распространёнными примерами новых медиа являются интернет-сайты, в частности онлайн-газеты, блоги, сайты с wiki-технологией, видеоигры, социальные медиа²⁸.

В этом значении новые медиа являются, по сути, синонимом других распространённых терминов — «социальные сети» и «блогосфера». Последние обозначают открытые или закрытые сервисы для коммуникации в сети Интернет: социальные сети, блоги, видеохостинги, мессенджеры, а также большинство сайтов с возможностью оставлять комментарии и иметь на них собственный аккаунт.

²⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/New_media.

Отличительная особенность новых медиа, или блогосферы, заключается в том, что они создают не монолог, а диалог, не вертикальное общение, а горизонтальное. Распространена точка зрения, что новые медиа борются с информационной иерархией, монополизмом и традиционными СМИ, поскольку построены на принципе открытого и творческого взаимодействия большого числа пользователей сети Интернет, каждый из которых является одновременно источником информации и её потребителем. Как отмечается в указанной статье из «Википедии», в основе новых медиа лежит принцип интерактивного сообщества.

Поскольку новые медиа основываются на сетевых технологиях, им действительно присуще горизонтальное распространение информации. Они преодолевают коммуникационную иерархию (не нужно покупать газету, идти в библиотеку и т. д.) — информация становится доступной для каждого пользователя, у которого есть телефон. Однако новые медиа — это лишь средство, которое не способно преодолеть смысловую иерархию информации. Развитие блогосферы и в целом коммуникационных технологий стало результатом развития в XX веке технического пространства, но не содержательного. Электронные и коммуникационные технологии сами по себе не способны влиять на мировоззрение и систему ценностей, их меняют люди.

В связи с этим и в эпоху новых медиа сохраняются и развиваются «вертикальные» свойства информации и источников, в том числе авторитетность.

Авторитетность источников

Большинство печатных, теле- и радиоресурсов, идя в ногу со временем, начали активно работать в интернет-пространстве, сохранив и традиционные формы. При этом развитие новых сетевых средств информации и коммуникации не отменило и не ослабило их традиционные функции и особенности, отличающие СМИ от социальных сетей.

В России действует специальный закон о СМИ, в рамках которого информационный ресурс может называться средством массовой информации только после процедуры регистрации в качестве СМИ. Этот закон вводит правила функционирования СМИ и регулирует отношения между СМИ, обществом и государством. Не во всех странах есть аналогичные законы. Тем не менее везде существуют регистрация и правовые механизмы регулирования деятельности СМИ, которые закрепляют права и обязанности владельца, регламентируют ответственность главного редактора, определяют имущественные, трудовые и этические отношения между сотрудниками и владельцами изданий. В этом смысле СМИ напоминают своеобразные организации, «предприятия» по производству информации, которые встроены в систему правовых отношений.

В 2014 году в России были внесены поправки в закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации», которые частично регламентировали правила функционирования российских блогов. Поправки обязали интернет-ресурсы (сайты, блоги, страницы в соцсетях) с аудиторией более 3 тыс. человек в сутки про-

ходить регистрацию в Роскомнадзоре, а их владельцев — исполнять российское законодательство, вне зависимости от профиля сайта или страницы, места его размещения и регистрационной зоны. Однако и эти поправки не превратили страницы в соцсетях в СМИ.

Ключевое отличие СМИ от социальных сетей заключается в том, что в любом государстве СМИ должны проходить регистрацию, фиксирующую название, имя редактора, тираж и другие параметры. Если речь идёт о теле- или радиовещании, то создаваемая медиаструктура должна также получить лицензию на вещание. Регистрация необходима не только с точки зрения государственного контроля и регулирования, но и с точки зрения самих СМИ, поскольку позволяет им брендировать названия, защищать авторские права на контент, оформлять трудовые отношения с авторами и членами редакции, взаимодействовать с юридическими лицами, получать гранты, участвовать в крупных информационных проектах. Этим СМИ значительно отличаются от блогов и социальных сетей, в которых пользователи или группы пользователей функционируют «как СМИ», но не представляют собой формальную организацию. Долгосрочный и серьёзный информационный ресурс не может обойтись без регистрации. В современных условиях издание не сможет даже содержать штат сотрудников, если не будет иметь юридического оформления.

По этим причинам СМИ до сих пор находятся на особом положении — информация, обнаруженная ими, воспринимается по-особому, как более значимая. Значимость издания не всегда означает высокую степень дове-

рия к информации, но подразумевает, что информация будет скорее замечена.

Например, можно не доверять современному телевидению и подозревать его в необъективности, но в его информацию, например о приближении стихийного бедствия, зрители поверят быстрее, чем комментариям в социальных сетях. Одна и та же научная статья, размещённая в частном блоге и авторитетном научном журнале, будет иметь разное звучание. Таким образом, традиционные СМИ по-прежнему сохраняют особое положение и придают информации значимость, вес, стимулируют её широкое обсуждение.

«Легализация» информации

Социальные сети (блогосфера) и СМИ составляют два уровня информации.

Социальные сети могут тиражировать информацию известных информационных ресурсов и работать, таким образом, транслятором СМИ, техническим средством доставки информации. При этом они могут являться и первоисточником информации, поскольку позволяют пользователям размещать заметки и комментарии. Информация, источником которой являются социальные сети, всегда обладает определённой степенью маргинальности. Это уровень личных оценок, эмоций и суждений, не претендующих на объективность и не подразумевающих серьёзной ответственности, кроме отдельных случаев. Особая черта этого уровня — высокая степень анонимности, поскольку большое количество циркулирующей здесь информации не имеет авторства.

Именно в силу перечисленных свойств социальные сети являются эффективным средством для информационных вбросов. Если издание опасается самостоятельно размещать недостоверные и непроверенные сведения, то оно может сослаться на обсуждение этой информации в блогах. Даже отстранённое упоминание такой информации серьёзным изданием, а тем более телевидением легализует её в сознании людей. Далее, со ссылкой на СМИ её можно широко тиражировать в тех же социальных сетях. Социальные сети не являются надёжным источником информации, но это не запрещает традиционным СМИ активно их цитировать.

Путь, который проделывает информация из социальных сетей в традиционные СМИ, чем-то напоминает процедуру защиты диссертации: пока человек не преодолел формальные требования, он не может называть себя учёным. Пока информация из социальных сетей не попала в традиционные СМИ, не приобрела авторство, она не считается полноценной и не может становиться аргументом в общественных дискуссиях. СМИ легализуют информацию, то есть делают её более достоверной и значимой в глазах аудитории.

Механизмы легализации информации будут существовать и в будущем, даже если современный медиаландшафт изменится кардинальным образом и не будет уже различать СМИ и социальные сети. Этот механизм обусловлен психологическими и политическими факторами.

Во-первых, несмотря на постмодернистские тенденции современной культуры, человек сохраняет потребность в иерархичном восприятии мира и обладает своей

системой ценностей, которая всегда представляет вертикаль. Это означает, что человек всегда будет ранжировать источники информации по степени важности и доверия. Отношение человека к источнику информации напоминает его отношение к другим людям — у каждого есть родные, друзья, и, например, знакомые, с которыми им неприятно общаться или с которыми нет никаких общих интересов. В глазах аудитории все источники информации никогда не смогут выглядеть одинаково важными и достоверными.

Во-вторых, в будущем сохранятся механизмы управления информационными ресурсами и процессами, осуществляемого заинтересованными силами, например, политическими или финансовыми. Для эффективного управления информационным пространством нужно, чтобы оно было не монолитным, а разбитым на различные секторы с разной степенью «легальности» информации. Для того чтобы одни источники вызывали у аудитории большее доверие, необходимо существование и других — маргинальных, которые находятся «за гранью» или на периферии допустимого дискурса. Здесь включается такой же механизм, как и в случае с контрагентом: для продвижения некой точки зрения (источника информации) необходим заведомо слабый «спарринг-партнёр» (маргинальный, недостоверный аналог).

Представляется, что в будущем появятся исследования, посвящённые анализу структуры циркуляции информационных потоков (например, между «центром» и «периферией», СМИ и блогосферой и т. д.), которые выявят и опишут механизмы формирования доверия аудитории к информации в эпоху новых медиа.

Для легализации некоей информации СМИ не всегда опираются на социальные сети. Зачастую информация по-прежнему «вбрасывается» непосредственно в СМИ. Рассмотрим пример информационной акции с участием авторитетного издания.

Доклад «Гардиан»: Torture and Execution of Persons Incarcerated by the current Syrian regime

21 января 2014 года одна из влиятельнейших английских газет «Гардиан», название которой известно во всём западном мире, опубликовала «секретный» доклад о пытках в тюрьмах Сирии, где уже несколько лет с 2011 года шла гражданская война. Доклад вышел накануне крупной международной конференции по Сирии «Женева-2», которая началась на следующий день — 22 января 2014 года. В конференции принимало участие сорок государств (включая Россию) и четыре международные организации (включая ООН и ЕС). Целью конференции было найти пути прекращения войны в Сирии и поворота конфликта в политическое русло. Западная делегация при этом настаивала на том, что президент Башар Асад должен покинуть свой пост.

Через полгода после конференции в Женеве, летом 2014 года ИГ начало стремительное наступление и захватило значительную часть территорий Сирии и Ирака. В сентябре 2014 года началась военная интервенция США и

их союзников, оказывавших поддержку вооружённой сирийской оппозиции.

Фабула доклада заключалась в том, что некий сотрудник сирийской полиции под кодовым именем «Цезарь» задокументировал пытки в сирийских тюрьмах и передал 55 тысяч фотографий группе экспертов-расследователей в Великобритании. Эта группа провела экспертизу полученных фотографий и заключила, что людей действительно пытали. Результатом этой экспертизы и стала подготовка доклада.

По сведениям из доклада нам известно, что до начала гражданской войны в Сирии (началась в 2011 году) «Цезарь» более 10 лет проработал в военной полиции Дамаска экспертом-криминалистом. В его обязанности входило фотографирование мест преступления и подготовка материалов для дальнейшей передачи их следователям. Со слов «Цезаря», с началом войны его определили в военный госпиталь, куда свозили тела людей, умерших по тем или иным причинам в тюрьме, в том числе во время допросов. Его работа заключалась в том, чтобы в сопровождении врача и следователя выезжать в дамасские военные госпитали и фотографировать тела. В докладе говорится, что «Цезарь» тайно вывез полученные изображения из страны на электронном носителе и передал их знакомому из Сирийского национального движения (сирийская вооружённая оппозиция), которое пользуется поддержкой Катара. Позже английские юристы в интервью Би-Би-Си подтвердили, что в появлении доклада был заинтересован и Катар.

Для юридического сопровождения обнародования материалов (чтобы защититься от обвинений в фальсификации) к этому процессу была привлечена лондонская

юридическая фирма Carter-Ruck. Кроме того, для подготовки доклада была сформирована специальная комиссия из трёх юристов и трёх криминалистов. Среди юристов — королевский адвокат сэра Д. де Сильва, в прошлом главный обвинитель специального суда по делу о Сьерра-Леоне, королевский адвокат сэра Дж. Найс, в прошлом главный обвинитель по делу экс-президента Югославии С. Милошевича, и профессор Д. Крейн, который предъявил обвинение президенту Либерии Ч. Тейлору на суде по делу о Сьерра-Леоне. В одном из интервью Крейн заметил: «Теперь у нас есть прямые доказательства того, что происходило с людьми, пропавшими без вести». «Это доказательства того типа, которые обвинитель ищет и надеется обрести», — добавил он²⁹.

После обнародования в газете «Гардиан» доклад был разослан в ООН, в правительства различных государств и правозащитные организации.

Через полгода известная международная правозащитная организация Human Rights Watch (штаб-квартира в Нью-Йорке) подготовила доклад на английском и арабском языках на основе материалов фотографий «Цезаря» — «Если бы смерть умела говорить. Массовые смерти и пытки в местах лишения свободы в Сирии». Через год, в марте 2015 года в штаб-квартире ООН в Нью-Йорке была организована выставка из 25 фотографий «Цезаря», также вызвавшая резонанс в западной прессе. Фотографии в полном объёме опубликованы не были.

²⁹<https://www.theguardian.com/world/2014/jan/20/evidence-industrial-scale-killing-syria-war-crimes>.

Доклад содержит следующие выводы

1. Комиссия убеждена, что рассмотренные материалы содержат явные свидетельства систематических пыток и убийств задержанных представителями сирийского правительства, которые могут быть задействованы в суде.
2. Эти свидетельства могли бы поддержать выводы о преступлениях против человечности, совершённых действующим сирийским правительством.
3. Эти свидетельства также могли бы поддержать выводы в отношении военных преступлений действующего сирийского режима.

Факторы, усилившие информационное звучание доклада

1. **The Guardian.** Доклад был опубликован сразу в одной из самых известных в мире газет, которая имеет имидж качественного и авторитетного издания.
2. **Женева-2.** Выход доклада был приурочен точно к началу международной конференции по Сирии в Женеве. На фоне новостей о конференции крупнейшие мировые СМИ тиражировали новость о докладе, дискредитирующем сирийское правительство. Это можно рассматривать как попытку оказать влияние на ход дискуссии в Женеве в пользу тех стран, которые выступали против правительства Б. Асада.

3. Confidential. Доклад был опубликован под грифом «confidential» и представлен прессой как «секретный». Наличие грифа секретности может свидетельствовать о том, что данная информация циркулировала в органах государственной власти Великобритании, где гриф и был присвоен. Однако в этом случае при обнародовании секретность должна была быть снята, а документ представлен без грифа (или представлен как «рассекреченный» документ). Другое объяснение использование грифа «confidential» — желание инициаторов публикации доклада привлечь к нему повышенное внимание. Гриф свидетельствует о том, что доклад планировался как информационная акция, а также о том, что были люди, которые специально подготавливали его информационное сопровождение.

4. Защита от обвинений в подлоге. Доклад содержит элементы, способные формально отклонить обвинения в необъективности и придающие докладу научный вид, — наличие экспертной комиссии, одобрявшей доклад, методологии, свидетельства «Цезаря», выводы, приложения к докладу.

5. Серия информационных акций. Доклад не был разовым информационным поводом, но он стал основой для дальнейших информационных акций, где использовались фотографии «Цезаря», — для доклада HRW, выставки в

штаб-квартире ООН и многочисленных публикаций. Впоследствии фотографии неоднократно демонстрировались сирийской оппозицией и всеми противниками Асада на Западе для обвинения его правительства в преступности и оправдания насильственной смены власти в этом государстве. В общей сложности информационное действие продлилось более года.

В социальных сетях и СМИ активно обсуждалась степень объективности данного доклада. Помимо очевидного использования доклада в текущих информационно-политических целях ряда западных государств, которые выступают против правительства Асада, высказывались следующие замечания.

1. Представленные фотографии не содержат информации, подтверждающей, что на них изображены именно пленные сирийских правительственных тюрем.
2. Из заявленных более 50 тыс. фотографий было опубликовано в общей сложности не более 100 фотографий.
3. Нет полноценных дополнительных сведений, которые помогли бы однозначно верифицировать данные доклада.
4. Тень на этот доклад неизбежно бросает аналогичная ситуация перед началом военной операции в Ираке в 2003 году, когда поводом для вторжения послужила информация о подготовке иракским руководством оружия массового

поражения, которую США и их союзники позже признали неточной³⁰.

Таким образом, этот доклад, независимо от степени его достоверности, может рассматриваться как спланированная информационная акция. Возможной целью доклада было сформировать негативное общественное мнение о правительстве Б. Асада, повлиять на ход обсуждения будущего Сирии на конференции в Женеве, а также заложить юридическую основу для подготовки международного трибунала над сирийским руководством (доклад содержит конкретные юридические термины — «преступления против человечности», «военные преступления») и оправдать помощь Запада вооружённой сирийской оппозиции.

Информация о докладе³¹ и сам доклад³² доступны в сети Интернет.

Глава 6

Семиотическая (знаковая) и коммуникативная функции мифа

Одним из ключевых функциональных элементов коммуникативных практик XX века является миф — особый механизм выражения и передачи информации. Не будет ошибкой утверждать, что миф как особый механизм передачи информации существовал всегда и что он присущ самой культуре и даже самому мышлению человека. Однако никогда прежде в истории миф не ставился на технологические рельсы массового производства различной информации, как это произошло в XX веке. Миф стал прикладным информационным инструментом.

Первые попытки изучения мифов и их «дешифровки» начались ещё в Древней Греции. Свои трактовки мифа предлагали софисты (миф — аллегория), стоики (миф — функция), эпикурейцы (миф — интерпретация естественных фактов в угоду власти), неоплатоники (миф — логическая категория). Затем вплоть до Нового времени проблема мифа не привлекала особого интереса мыслителей. Один из авторитетных исследователей проблемы мифа Е. М. Мелетинский в труде «Поэтика мифа» обращает внимание на то, что в эпоху Возрождения и Просвещения, а также в более поздний период вплоть до XX века, у исследователей просыпается интерес к изучению мифа и мифологии. В это время миф трактуется по-разному, но преимущественно в негативном по отношению к рациональной науке ключе: как донаучный способ объяснения феноменов жизни, как форма невежества

³⁰ <https://ria.ru/world/20160706/1459698119.html>.

³¹ https://en.wikipedia.org/wiki/2014_Syrian_detainee_report.

³² <http://static.guim.co.uk/ni/1390226674736/syria-report-execution-tort.pdf>.

или вымысла, аллегорический способ выражения чувств и страстей, реже — поэтический рассказ истории, характерный для неразвитых форм мышления (у Джамбаттиста Вико). Во второй половине XIX века с развитием позитивистских идей и ростом интереса к антропологии миф начал интерпретироваться, в том числе с эволюционистских позиций, как ступень культурно-религиозного развития общества (Э. Тайлор, Э. Лэнг, Г. Спенсер). В свою очередь французский мыслитель Э. Дюркгейм, один из родоначальников современной социологии, предложил рассматривать миф как самостоятельную форму мышления, хотя до конца не отделял миф от религиозного сознания³³.

Положительную роль мифа, противостоящего разрушению гармонии жизни под давлением интеллекта, отстаивали Ф. Ницше и А. Бергсон, которых иногда относят к авторам «философии жизни», стремившейся использовать категорию «жизни» в качестве философской первоосновы и подняться над рамками распространённой дихотомии духа и материи. Это же стремление во многом предвосхитило развитие психоанализа (З. Фрейд и К. Г. Юнг) и феноменологии (Э. Гуссерль). С этого времени начался поворот и в мифологических исследованиях, который Е. М. Мелетинский назвал «ремифологизацией» и «апологетикой мифа»³⁴.

Если ещё в XIX веке миф зачастую трактовался как донаучный способ познания мира (например, этнологами), то в

³³ Исаков Е. А. Миф как феномен социального бытия в философии мифологии XX века // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2010. № 120.

³⁴ Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1976.

XX веке с сильнейшими историческими и идеологическими изменениями понятие «миф» переходит в разряд научных и становится одной из важнейших категорий социологии, психологии, литературоведения, культурологии и философии (Ф. Боас, Б. Малиновский, Л. Леви-Брюль, Э. Кассирер, К. Леви-Стросс, М. Элиаде, А. Ф. Лосев и другие). В это время миф всё чаще стал рассматриваться с функциональных позиций — как семиотическая система и структура, которая воплощает архетипы, «фундаментальные черты человеческого мышления»³⁵. Среди отечественных авторов следует особо отметить русского философа А. Ф. Лосева и его работу «Диалектика мифа» (1930), в которой миф был описан как форма объективной реальности для сознания человека, как «живая и совершенно буквальная реальность», самостоятельная и отдельная от реальности научной, поэтической, метафизической, фантастической³⁶. Такой подход к мифу как к полноценной философской и мыслительной категории постепенно стал общепринятым в западноевропейской философии XX века и сохраняется до сих пор, хотя, безусловно, со временем под воздействием лингвистики, структурализма и постструктурализма он приобрёл множество частных трактовок³⁷.

³⁵ Там же.

³⁶ Лосев А. Ф. Диалектика мифа. М.: Азбука, 2014. 320 с.

³⁷ Для А. Ф. Лосева категория мифа, безусловно, несёт в себе элементы и формы (семиотики), и содержания (семантики), является признаком религиозного, имеет ценностную окраску, не является абстрактной структурой, как позже миф начнут рассматривать структуралисты. В этом смысле любые параллели между таким взглядом на миф и более поздними структуралистскими подходами должны проводиться аккуратно и с оговорками. При этом главное, что их объединяет, — отношение к мифу как к реальности.

Одно из наиболее прикладных объяснений природы и функции мифа (удобных для использования специалистами по коммуникативным и медийным технологиям) принадлежит Р. Барту, французскому публицисту, философу и кинокритику середины – второй половины XX века, придерживавшегося принципов структурализма, а в поздние периоды своего творчества – постструктурализма. В 1957 году вышла его монография «Мифологии», которая на многие годы стала настольной книгой «дешифраторов» общественно-политических, культурологических и прочих мифов³⁸. Р. Барт не был изобретателем принципиально нового метода: он сумел обобщить опыт первой половины XX века в лингвистике, психоанализе и структурализме (Ф. де Соссюр, З. Фрейд, Ж.-П. Сартр, К. Леви-Стросс и другие) и изложить доступным языком, как мифы работают в окружающей человека социокультурной реальности. В частности, он предложил метод дешифрования конкретных политических и общественных мифов в современном ему обществе — Франции конца 1950-х годов.

По поэтическому выражению Р. Барта, «миф — это слово, избранное историей», возникающее не из «природы вещей», а из отношения к предмету. Р. Барт утверждает, что мифом может стать любое явление — словесное, визуальное, акустическое или текстовое. Этот список можно расширить архитектурными сооружениями, ландшафтом местности, любыми историческими и современными артефактами, произведениями искусства. «Любую вещь можно вывести из её замкнутого, безгласного суще-

³⁸ Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2014.

ствования и превратить в слово, готовое для восприятия обществом», — пишет Р. Барт в «Мифологиях». Р. Барт, отделяя миф от «природы вещей» (миф — это не конкретная история, а механизм её рассказа), не делает различий между структурой мифа первобытного и современного. Миф — это другой, но не менее универсальный язык, одна из естественных форм сознания. С увеличением насыщенности и плотности современного информационного пространства, умножением количества сообщений в СМИ и социальных сетях — выросло и число «носителей» мифа, информационных продуктов, каждый из которых, согласно теории Р. Барта, может быть мифологизирован.

Таким образом, Р. Барт отмечал, что сам по себе миф не становится предметом или идеей, но является «способом означивания» или «формой», в которую облекается новое повествование. В результате мифологизации любого предмета и явления возникает «речевое произведение», «высказывание», то есть некоторое вспомогательное сообщение, которое дополняет предмет, но не присуще ему самому. Р. Барт называет этот дополнительный смысл «социальным узусом, который накладывается на чистую материю». Таким образом, этот дополнительный мифологический смысл могут нести большинство социокультурных и природных явлений современного мира, любые места и предметы — одежда, реклама, социальные ритуалы, мода, элементы культуры, история, язык, локусы. При этом с точки зрения семиотики мифа (рассматривает миф как знаковую систему, язык) не имеет значения, идёт ли речь о литературном произведении, живописи, музыке или медийных явлениях.

По мысли философа, мифология основывается на идеологии как науке исторической и семиотике (Р. Барт использует термин «семиология») как формальной науке, которая изучает формы отдельно от их содержания и учится читать и дешифровать язык. При этом Р. Барт отмечает, что миф изучает не «оформленные идеи», а пути их оформления, то есть в большей степени «историю» и процесс, а не абстрактную «природу».

Р. Барт относит миф к классической (языковой) семиотической системе, состоящей из трёх элементов, — означающего (словесная, звуковая, изобразительная или иная форма образа), означаемого (концепт, понятие, смысл) и знака (способ совмещения первого и второго). Описывая данную трисоставную смысловую систему, в качестве примера можно привести любое слово или выражение. Например, слово «любовь» состоит из названия, или означающего (букв и звуков), и самого многогранного понятия любви, или означаемого, которое содержит множество образов, эмоций и смыслов (радость, чувство, отношение к человеку и т. д.). Связь означающего и означаемого формирует собой знак, то есть слово, которое уже используется в языке как цельный элемент.

Р. Барт отмечает, что особенность мифологической системы заключается в том, что она является метаязыком, то есть строится на уже существующей семиотической системе, но при этом дополняет и расширяет её новыми понятиями. Барт поясняет, что первая система — естественный язык (язык-объект) — несёт в себе первичный смысл и состоит, как уже было сказано, из трёх элементов (означающего, означаемого и знака). Вторая же система (ме-

таязык) основывается на первой, а существующий знак в естественном языке становится означающим (то есть формой) в мифе. Поэтому миф как метаязык является языком более высокого уровня, который при этом включает в себя и естественный язык (язык-объект). Р. Барт указывает на то, что при изучении мифологической системы как метаязыка исследователю нет необходимости изучать строение языка-объекта и учитывать особенности первичной языковой системы — достаточно взять языковой знак в его целостности и рассматривать его как готовый элемент, пригодный для проецирования на него мифа, для мифологизации.

Таким образом, миф можно описать как единство трёх элементов — означающего, означаемого и значения (знака). Кратко рассмотрим их по-отдельности. Означающее мифа является уже совершившимся языковым знаком (естественного языка), это объект мифологизации, носитель, на который наносится миф. Означающее мифа Р. Барт предлагает рассматривать как совокупность смысла и формы. *Смысл* представляет собой весь объём знаний, который присущ этому означающему (слову, тексту, изображению и т. д.) по его первой природе (естественного языка). Под воздействием мифа от этого *смысла* остаётся лишь минимально необходимая мифу *форма*, то есть слово (изображение, фраза и т. д.) само по себе, без рассмотрения её истории. *Форма* — обеднённый и выхолощенный *смысл*, но до такой степени, чтобы *форма* распознавалась как Означающее. Похожее (но не буквальное) превращение происходит, когда имя собственное становится нарицательным.

Вторым элементом мифологического языка является означаемое. Как и в естественном языке, означаемое содержит понятие (концепт, смысл и значение) – то, ради чего и появляется миф. Миф использует уже готовый знак (форма + смысл) из естественного языка и накладывает на него новое *понятие*, новый смысл. Р. Барт описывает понятие как дополнительную историю и новое повествование, при этом *понятие* мифа является не чистой сущностью, а «туманным сгустком» значений и «толщей смыслов» и сложных ассоциаций, возникающих в сознании читателя мифа. Понятие всегда адресно, оно направлено к конкретному человеку и несёт определённую идею. *Понятие* мифа можно сравнить со смысловой и эмоциональной нагрузкой любого современного бренда, который сообщает реципиенту не столько информацию о товаре, сколько эмоции и дополнительные смыслы – например, статусные или идеологические. При этом неотделимой характеристикой понятия является его «адресность», то есть оно всегда обращено к кому-то. Соединение *понятия* и *формы* составляет *значение* мифа, или знак, который можно прочесть. Пока смысл *понятия* мифа остаётся для реципиента туманным и неосознанным – миф не обнаруживает себя.



Основным методом мифа является деформация, которая лишает *смысл* (означаемое языка) содержания и превращает его (вместе с означаемым языка) в *форму* (означающее мифа), наполняя её новым *смыслом* (означаемое мифа). Миф всегда ищет новую форму, подходящую для конкретного понятия, которую не создаёт сам, а берёт в естественном языке. Р. Барт описывает акт мифотворчества как «похищение языка», то есть использование мифом уже существующей языковой системы, чтобы с помощью неё дать путёвку в жизнь собственному понятию, смыслу.

Показательно, что в качестве примера Р. Барт использует обложку популярного еженедельного журнала «Пари Матч»: «юноша-негр во французской военной форме, он отдаёт честь, глядя куда-то вверх, очевидно на развевающийся там трёхцветный флаг [Франции]». При этом Р. Барт отмечает, что этот зрительный образ хочет сказать читателю не о молодом французском чернокожем военном, а совсем о другом. О том, что «Франция – это великая Империя, что все её сыны, без различия цвета кожи, верно служат под её знаменем и что лучший ответ хулителям так называемого колониализма – то рвание, с каким этот чернокожий служит своим угнетателям». Именно этот мифологический смысл заложен в изображение на обложке журнала, формально с ним не связанное.

Р. Барт отмечает, что весь драматизм мифа заключается в том, что он существует ровно до тех пор, пока не разгадан. Если аудитория видит в мифе его отдельные составляющие – означающее и означаемое, то

он теряет свою целостность и перестаёт быть мифом, превращаясь в естественный язык. Если все читатели будут сразу видеть в мальчике-негре идею французской «имперскости», то образ перестанет работать, потеряет свой миф. Пытаясь сохраниться, миф ищет свою опору не в конкретных знаках, а в правдивой интерпретации реальности. Миф существует до тех пор, пока он выглядит естественным в глазах аудитории, не воспринимается как миф. Жизнь мифа связана с постоянным созданием семиологической системы, мифологического языка, замещением одного содержания другим («похищением языка»), то есть естественной реальности, не требующей доказательств и анализа. Существующий или создаваемый миф является предметом неосознанной веры и внутреннего согласия каждого человека, к которому он обращён.

Описав своё видение структуры мифа, Р. Барт одновременно создал и метод дешифрования мифологических высказываний, основной инструмент в пользовании мифолога. Этот механизм можно описать с помощью четырёх последовательных действий.

1. Вычленив в мифе Означающее.
2. Отграничить в нём *смысл* (языка) от *формы* (языка).
3. Определить деформацию *смысла* (языка) по отношению к *форме* (языка) — мальчик-негр перестаёт обозначать самого себя, смысл его образа деформирован.
4. Выявить и описать новый *смысл*, который *накладывается на этот образ (знак) мифом*. Демифологизация и есть поиск в знаках, в языке не свойственного им содержания. При этом Р. Барт настаивает на том, что про-

цесс мифологизации, или «похищения» мифом естественного языка, происходит повсеместно и его невозможно остановить демифологизацией. Освобождённое от мифа слово становится объектом нового мифа.

Несмотря на то, что Р. Барта привлекала в мифе главным образом его структура (структурализм), а также процесс его формирования (историзм), будет ошибкой трактовать такой подход к мифу как полностью структуралистский, относящийся к мифу как к чистому механизму. Подход Барта не мешает исследователям по-прежнему рассматривать миф как самостоятельный и цельный элемент любой семиотической и коммуникативной системы.

Миф на протяжении всего XX века сохранил право на трактовку, описывающую его как форму мышления и опыт сознания, несмотря на то, что сама культура модерна и постмодерна, используя выражение Е. М. Мелетинского, поставила своей целью его «демифологизировать».

Данное замечание представляется важным: когда затрагивают проблему мифа, речь периодически заходит о его развитии и разновидностях — например, о мифах религиозных, политических, исторических, культурных и других. Однако разные виды мифа в этом случае отражают не функциональные различия, а лишь разное тематическое содержание, которым он наполняется. Например, говоря о древних обществах, под мифом чаще подразумевают религиозный миф; сами понятия «миф», «религия» и «реальность» применительно к этому времени семантически близки, поскольку значительная часть жизни древних обществ регламентировалась и описывалась религиозными сюжетами. С развитием секулярных тенден-

ций содержание мифа и его язык значительно меняются. В Новое время усиливаются секулярные мифы, происходит «ремифологизация» культуры, то есть заполнение культурного пространства большим количеством мифов нерелигиозного содержания. Главное же и неизменное в любом мифе — это то, что он является языком, отражает и конструирует реальность.

Миф как механизм преодоления конфликтов

Таким образом, миф можно рассматривать как знаковую систему, язык, который может передавать через любые слова и образы собственные, дополнительные смыслы путём «деформации» их первоначального понятия. Из этого подхода вытекает ещё одна функция мифа — его умение преодолевать «конфликты», противоречия на уровне ценностей и смыслов.

Р. Барт в заключении «Мифологий» проводит мысль о том, что миф стремится понимать реальность и «быть в согласии с миром — не с таким, каков он есть, а с тем, каким он хочет себя сделать». Вероятно, Барт пришёл к этой мысли, анализируя описанный им самим бесконечный конфликт, заложенный в знаковую систему мифа: миф возникает как реакция на «деформацию» связей между смыслом и формой слова (явления). Сколько бы ни повторялся этот разрыв между смыслом и формой, миф его заполняет новым смыслом снова и снова.

Е. М. Мелетинский, описывая работы антропологов и исследователей мифологий, приходит к выводу о том, что миф рождается как необходимая реакция на

деятельность логики древнего человека, делящую время и пространство на логические элементы. Миф помогает преодолеть возникающие дискретные разрывы мышления и основывается на специфическом восприятии, «позволяющем через сходства и несовместимости чувственных свойств осуществляться процессу обобщения без отрыва от конкретного». Зачастую то, что в науке выглядит как сходство или имеет определённый тип отношений, в мифологии является тождеством. Можно сказать, что мифологическое восприятие — образное, непоследовательное и дологическое, совмещающее в себе определённые черты науки и поэзии. Согласно синхроническому подходу к рассмотрению мифологии и науки, которого придерживаются Л. Леви-Брюль, Э. Кассирер и К. Леви-Стросс, они находятся на разных логических уровнях сознания, а мифологическое мышление не является неразвитой стадией научного. Мифологическое мышление отличается гибкостью и изощрённостью и во многом является предпосылкой аналитического мышления. Е. М. Мелетинский отмечает, что именно миф помогает партиципации (в леви-брюлевском смысле), то есть установлению логической и органической связи в мышлении человека между двумя предметами или явлениями.

Несмотря на то, что мышление «первобытных» сообществ было названо Леви-Брюлем пралогическим и мистическим (партиципационным), его нельзя строго противопоставлять логическому мышлению современного «цивилизованного» человека. Партиципация, на которую обратил внимание антрополог, является результатом мифологического мышления, которое находится на более

глубоком (но не примитивном) уровне, чем логическое и научное. Сам Леви-Брюль говорит о сложности определения партиципации, поскольку она не является в строгом смысле неким этапом «до» появления логического мышления: «Под термином “пралогический” отнюдь не следует понимать, что первобытное мышление представляет собою какую-то стадию, предшествующую во времени появлению логического мышления».

Под партиципацией Леви-Брюль понимал закон пралогического мышления древнего человека (хотя выводы сделаны на основе изучения современных ему «низших» народов и племён): «Оно [пралогическое мышление] не антилогично, оно также и не алогично. Называя его пралогическим, я только хочу сказать, что оно не стремится, прежде всего, подобно нашему мышлению, избегать противоречия. Оно в первую очередь подчинено закону партиципации. Ориентированное таким образом, оно отнюдь не имеет склонности без всякого основания впасть в противоречия (это сделало бы его совершенно нелепым для нас), однако оно не думает о том, чтобы избегать противоречий. Чаще всего оно относится к ним с безразличием. Этим и объясняется то обстоятельство, что нам так трудно проследить ход такого мышления». Леви-Брюль также отмечает: «Я сказал бы, что в коллективных представлениях первобытного мышления предметы, существа, явления могут непостижимым для нас образом быть одновременно и самими собой, и чем-то иным. Не менее непостижимо они излучают и воспринимают силы, способности, качества, мистические действия, которые ощущаются вне их, не переставая пребывать в них. Другими словами,

для первобытного мышления противоположность между единицей и множеством, между тождественным и другим и т. д. не диктует обязательного отрицания одного из указанных терминов при утверждении противоположного, и наоборот»³⁹.

Здесь Леви-Брюль, по сути, описывает мышление, не знакомое с логическими противоречиями, поскольку оно находит объяснение любым событиям, создаёт причинно-следственные связи между любыми двумя явлениями или образами. Это мышление — стремящееся к полноте и постоянно преодолевающее конфликты: между означающим и означаемым, смыслом и формой, причиной и следствием, прошлым и будущим, желаемым и действительным, а также между фундаментальными сюжетами культуры: жизнь — смерть, враг — друг, радость — горе, победа — поражение и т. д.

Заложенное в миф качество, направленное на преодоление конфликта, можно описать с помощью теории бриколажа, предложенной К. Леви-Строссом⁴⁰. Действие мифа, сравниваемое с бриколажем, направлено на вечное преодоление противоречий и полюсов, которое происходит с помощью «подручных материалов», то есть без определённого постоянного аппарата. Цель в таком процессе превращается в средство, а означаемое в означающее. Главное для мифа — преодолеть разрыв, невзирая ни на какие логические или формальные препятствия.

³⁹ Леви-Брюль Л. Сверхъестественное в первобытном мышлении. М.: Педагогика-Пресс, 1994.

⁴⁰ Леви-Стросс К. Первобытное мышление. М.: Республика, 1999.

Закон «партиципации» не ограничивается «первобытными» сообществами, а распространяется на всё современное общество, поскольку мифологическое мышление присуще самому человеку. Приведённые выше примеры и термины из антропологии, культурологии и семиотики необходимы для того, чтобы лучше понять механизмы действия мифа в современном информационном пространстве.

Таким образом, миф обладает несколькими характеристиками: он функционирует как язык, основывается на дологическом мышлении и направлен на постоянное преодоление любых противоречий в мыслях, желаниях, эмоциях.

Глава 7

Эффект отчуждения журналиста от информации

Журналисты часто становятся объектом критики, обвиняются в необъективности и выполнении пропагандистского заказа. Если отбросить отдельные случаи, когда журналисты действительно участвуют в особых информационных акциях и занимаются намеренным искажением фактов, то зачастую журналистский корпус сам подвержен информационному воздействию и является не только информационным субъектом, но и объектом. Подверженность журналиста различного рода «манипуляциям» зависит не только от характера человека, но даже в большей степени от интенсивности его работы — от того, сколько он вынужден выдавать информационных материалов за определённое время (писать «слов в минуту»).

Чем выше скорость и плотность работы у журналиста, тем слабее он может почувствовать и отрефлексировать то, о чём говорит. Во-первых, журналист (не путать с экспертом или учёным) мыслит не идеями, а их готовыми интерпретациями — крупными смысловыми историями, мифами, штампами, предикатами. Во-вторых, журналист, как правило, не придумывает новый штамп, а по-новому излагает старый, предлагая лишь его частные интерпретации.

Эффективный журналист-новостник в условиях постоянной конкуренции не должен и не может глубоко анализировать передаваемые новости: чем больше он от-

чуждён от сути информации, тем быстрее и легче он с ней работает. Передав некоторую информацию на выпуск, он быстро о ней забывает, чтобы не «забывать» свою голову и краткосрочную память лишними сведениями. При составлении новости он мыслит стандартными блоками: например, броское название, сама новость, краткая предыстория вопроса. Кроме того, при подготовке новости у журналиста работает внутренний «светофор», который включает разрешающий зелёный или запрещающий красный свет, пропускающий и блокирующий конкретные обороты, термины, выражения, сюжеты. Новостник знает, что и как принято говорить, какие фразы на слуху, знает редакционную политику. Как только он начнёт мыслить не готовыми блоками, а по-научному анализировать информацию, он сделает это всегда хуже, чем специалист, и всегда окажется медленнее, чем журналист, который пишет стандартно.

Например, если стоит задача подготовить новость про открытие нового памятника героям Великой Отечественной войны, то у журналиста автоматически всплывают следующие сюжеты — «война», «цена Победы», «ветераны», «жертвы войны», «Бессмертный полк», «Сталин», «война оценок советской истории», «война памятников», «десоветизация на постсоветском пространстве». Из этих готовых историй журналист построит свою собственную историю, оригинальную и приуроченную к конкретному событию. Но ему вряд ли придёт в голову в связи с открытием данного памятника изучить, как увековечивали героев войны в разные периоды мировой истории, от Античности до наших дней, или найти и проанализировать при-

меры войны за историческую память в древние времена. Такие идеи могут прийти только учёному или эксперту, который проделает эту работу и создаст абсолютно «новую историю». Такие статьи, как правило, выходят с большим опозданием после прошедшего события и посвящены уже не ему самому, а более масштабной проблеме. Если эта новая история выйдет удачной, журналисты возьмут её на вооружение для упоминания в следующих своих публикациях по аналогичным темам.

Если мы говорим не о журналисте-новостнике, а о журналисте, готовящем более крупные тексты (для газет и журналов), то для эффективности он выбирает стиль и парадигму (либеральную, патриотическую, левую, правую, либерально-патриотическую и т. п.) и начинает в ней работать, конструируя (или познавая) информационную реальность очень крупными модулями (историями), которые входят в эту парадигму. Чаще всего эта парадигма отражается в редакционной политике. Если таковой нет, и журналист пишет в какой-то собственной, «уникальной» парадигме, — то его перестанут понимать и воспринимать, он будет выглядеть непрофессионально и маргинально. Чтобы создавать свои оригинальные истории, он должен переквалифицироваться из журналиста в публициста-аналитика или заняться научной работой.

Подобные модули, или истории, чаще всего создаются в аналитических, исследовательских, социологических и экспертных центрах — в структурах, подпадающих под категорию «фабрик мысли». Эти модули могут как содержать устойчивые клише, так и отражать идеологические дискурсы. Кроме того, они могут содержать устой-

чивые дискуссии: «Россия — Европа или Азия», «Китай — друг или враг», «семья — равноправное партнёрство или иерархия», «советский период — достижение или трагедия», «история — набор фактов или интерпретаций». Эти противопоставления означают не полный охват темы, а узкую парадигму, которая зажимает мысль между двух идеологических крайностей и, как правило, затрудняет её развитие по третьему пути. Поэтому штампом может быть и сама постановка проблемы.

Таким образом, журналист не создаёт парадигму, он в ней работает. Журналист склоняется к тому, чтобы оперировать готовыми модулями — «постановками вопроса», клише, устойчивыми историями, социокультурными мифами, штампами. Через создание парадигм можно влиять на само журналистское сообщество и опосредованно через него — на аудиторию.

Из этого также вытекает мысль, что невозможно создать устойчивую информационную систему, если она будет основываться на цензуре, при которой функцию цензора будет осуществлять непосредственно государство, а прямыми объектами цензуры будут становиться журналисты. В современных условиях крупные центры силы всё чаще приводят в действие механизм цензуры опосредованно, через парадигмы, эпистемы, идеологии и дискурсы, которые конструируются и обслуживаются экспертным сообществом. Появился даже термин, описывающий растущую власть лидеров мнений в современном обществе, — «экспертократия». Экспертократия — это такая идеальная ситуация, при которой неформальные лидеры общественного мнения управляют общественным сознанием. Чаще

всего этот термин используется в негативном значении. По выражению Ю. Щербининой, эксперткратия — это «тотальная манипулятивная и агрессивная власть, всевластие экспертов»⁴¹.

⁴¹ Щербинина Ю. В. Эксперткратия: ремесло и промысел // Новая Нева. 2011. № 12. С.175-181.

Глава 8

«Окно Овертона» как модель трансформации ценностей в эпоху информационного общества

В середине 1990-х годов сотрудник Макинского центра публичной политики (город Мидленд, штат Мичиган, США) Джозеф Овертон разработал модель, объясняющую, как простая и ни к чему не обязывающая идея может со временем трансформироваться в обязательный для всех закон. После гибели Овертона в авиакатастрофе в 2003 году, его модель была развита коллективом исследовательского центра и названа в честь её создателя — «Окном Овертона». В настоящее время популяризацией этой модели активно занимается президент Макинского центра Дж. Леман и его сотрудники. По его словам, эта модель объясняет, каким именно образом современные исследовательские центры (фабрики мысли) и другие влиятельные информационные субъекты могут изменять поведенческие и правовые нормы в обществе.

Овертон утверждал, что любое направление политических дискуссий в какой-то области, например в спорах о частных и государственных школах, о разрешении и запрете на ношение оружия и т. д., может быть описано как набор утверждений, выстроенных по шкале от большей свободы к меньшей свободе (более сильному государственному влиянию). Чтобы избежать ассоциаций с правыми и левыми политическими взглядами, Овертон

выстроил свою модель не по горизонтальному, а по вертикальному принципу: сверху (больше свободы) — вниз (меньше свободы)⁴².

Использование Овертоном категории свободы («freedom») в качестве ключевого мерила общественно-политического дискурса объясняется как общей спецификой американского мышления, так и тематической и мировоззренческой направленностью самого Макинского центра, который преимущественно исследует социально-политические темы и придерживается классической либеральной традиции. Хотя, как будет видно далее, для отображения такого «окна» можно использовать и другие критерии.

Согласно Овертону, часть утверждений на одну из политических тем (образование, использование населением оружия и т. п.) на шкале «свободы» окажется в «окне политических возможностей» — именно они и будут допустимыми для публичного озвучивания и обсуждения. Именно эти утверждения присутствуют в медийном пространстве — их озвучивают, о них спорят политики и иные спикеры. Всё, что находится за рамками «окна», за гранью дискурса, не подлежит обсуждению, так как будет отвергнуто обществом. Если сдвинуть рамки окна вверх или вниз — то изменится общественная норма и политическая повестка дня.

Один из экспертов Макинского центра так описал эту концепцию⁴³:

⁴² <http://www.mackinac.org/OvertonWindow>.

⁴³ <http://www.mackinac.org/7504>.

«Представьте вертикально стоящую линейку. На обоих её концах — область крайних политических заявлений по какому-либо вопросу. Между ними — лежит вся градация заявлений от одной крайности до другой. Линейка в данном случае представляет собой весь политический спектр высказываний по конкретному вопросу. Суть «Окна Овертона» заключается в том, что в любое время только часть этих высказываний находится в области политических возможностей. Независимо от того, насколько энергично некая аналитическая структура или группа ведут свою кампанию, успеха могут достичь только те инициативы, которые находятся внутри этого окна политических возможностей».

В качестве демонстрации «Окна Овертона» создатели концепции предлагают рассмотреть её на примере нескольких политических дискуссий в США, в частности об обороте оружия.

Государства меньше, свободы больше

Каждый может владеть, торговать
и пользоваться оружием.

Ограничение на пользование и владение оружием накладывается только на крайне неуравновешенных людей; ограничение накладывается только на использование наиболее мощного оружия.

Большинство людей могут носить оружие без специального разрешения.

Правительство выдаёт разрешение на скрытое ношение оружия.

Правительство может выдать разрешение на скрытое ношение оружия, жёсткие ограничения.

Регистрации подлежат только дилеры, но не частные лица и не само оружие.

Только определённые классы оружия, например пистолеты, подлежат государственной регистрации. Всё оружие подлежит государственной регистрации.

Множество правил по поводу хранения, продажи и использования оружия.

Жёсткие правила для новых владельцев и для нового оружия.

Лишь немногие люди с разрешения государства могут пользоваться оружием.

Вся торговля оружием проводится и контролируется государством.

Только государство может владеть и пользоваться оружием; владение оружием частным лицам запрещено.

Государства больше, свободы меньше

Когда действие социальных и политических сил приводит к каким-либо изменениям, окно политических возможностей поднимается или опускается по шкале идей, а также может расширяться или сужаться, включая или исключая из своих границ перечисленные темы. Наиболее «безопасные» для политического спикера темы, о которых можно конструктивно спорить, находятся внутри окна. Темы же более «рискованные», скандальные и провокационные, находятся вне окна. «Рискованные» темы так названы разработчиками потому, что могут нанести репутационный ущерб тому политику, который их начнёт озвучивать.

Создатели концепции «Окно Овертона» заявляют, что политики теоретически могут «двигать» окно, то есть изменять допустимые рамки обсуждения некоей проблемы, но на практике делают это редко. По их мнению, политики не определяют, а лишь отражают то, что является «приемлемым». Основываясь на таком походе, сотрудники Макинского центра считают, что изменение общественных норм ведёт к изменению политики, а не наоборот.

Американский неоконсервативный политолог Дж. Тревиньо развил концепцию «Окна Овертона» и добавил к ней шестиступенчатую оценочную шкалу для классификации различных идей. Он выстроил её не по степени «свободы», а по степени того, насколько допустимо обсуждать эти идеи в публичном пространстве в текущий момент. Тревиньо разделил высказывания о некоей проблеме на «немыслимые», «радикальные», «приемлемые», «разумные», «стандартные» и «дей-

ствующую норму». При этом, если происходит смещение окна по шкале, то «радикальные» идеи могут становиться «приемлемыми», а «разумные» — «стандартными» и даже нормативными.

«Окно Овертона» первоначально использовалось лишь для оценки и описания политических дискуссий на различные социальные темы, для структурирования палитры мнений в политическом ландшафте по некому вопросу. Со временем «Окно Овертона» стало использоваться и для оценок дискурсов более крупного масштаба и распространяться на вопросы культуры, морали и истории.

В интернет-версии «First Things», религиозного журнала консервативной направленности, поддерживаемом «Институтом религии и общественной жизни» (США), вышло несколько публикаций, посвящённых деструктивным тенденциям современной культуры и использующих для их объяснения «Окно Овертона». В статье под заголовком «Как уничтожить культуру за пять простых шагов» Дж. Картер предположил, что концепцию Овертона можно успешно применять не только для измерения политического климата, но и для описания более сложных мировоззренческих процессов в обществе⁴⁴. Картер рассуждает о том, как в американском информационном пространстве в пять этапов легализовывалась и разворачивалась тема поддержки ЛГБТ.

Первый шаг: от «немыслимой» идеи — к «радикальной». Первый шаг, по утверждению Картера, самый

⁴⁴ <https://www.firstthings.com/web-exclusives/2011/06/how-to-destroy-a-culture-in-easy-steps>.

простой. Его задача вывести тему ЛГБТ из категории табуированных и сделать так, чтобы она хотя бы упоминалась на научных конференциях. Главное — привлечь к ней внимание.

Второй шаг: от «радикальной» идеи — к «приемлемой». Для перехода на эту ступень необходимо создать и использовать эвфемизм — эмоционально нейтральное слово или выражение для замены грубого или неуместного термина. Картер говорит, что в американском лексиконе для обозначения убийства ребёнка в матке (аборта) используются нейтральные медицинские термины «дилатация» и «эвакуация». По его словам, если цель стоит узаконить содомитские союзы, необходимо назвать их «браком». Для этого следует изменить определение самого слова «брак» — так, чтобы оно означало юридически закреплённый союз «любых» людей. Люди же, выступающие против таких «браков», должны быть названы «ханжами» и «фанатиками».

Третий шаг: от «приемлемого» к «разумной». На этой ступени звучит мысль, что человек от природы рождён свободным и неповторимым, следовательно, он не должен запрещать себе и однополый брак, если у него есть к нему тяга.

Четвёртый шаг: от «разумного» к «стандартному». Этот шаг требует персонализации темы: «Вы знаете кого-нибудь из сообщества ЛГБТ, разведённого, сделавшего аборт? Конечно, знаете. Они в вашей семье, школе, церкви. Вы их ненавидите? Если нет, то как можно осуждать их поступки?». Для убеждения используются даже ссылки на Библию: «Не судите, да не судимы будете». Человек ста-

вится в такие условия, что для своего комфортного существования он вынужден согласиться с этой точкой зрения. В противном случае он рискует стать объектом насмешек и презрения со стороны общества.

Пятый шаг: от «стандартного» к «законодательной норме». После того, как социологические опросы покажут произошедшие изменения, появятся политики, которые начнут закреплять новую этику на законодательном уровне (регистрировать новые виды «браков»).

Важно отметить, что рамки «окна» дискурса зачастую жёсткие и не поддаются моментальному изменению. Возможно, есть определённое время, которое должно пройти, чтобы общество психологически смогло перестроиться к новым ценностям. Кроме того, возможно, что это время связано с периодом подрастания нового поколения, воспитанного на иных ценностях и готового воплощать их в жизнь.

Сама по себе идея «Окна Овертона» не является уникальной концепцией. Она напоминает идею «фрейма» и идею «дискурса», которые используются для фрейм-анализа (например, работы Э. Гоффмана) и дискурс-анализа (например, исследования Т. ван Дейка) в различных областях гуманитарного знания, особенно в вопросах социального поведения, политического поведения и идеологии. «Окно Овертона», так же, как «дискурс» и «фрейм», в значительной степени направлено на изучение и интерпретацию речевого поведения людей.

Преимущество этой концепции — в её наглядности, простоте и прикладном характере: её удобно

использовать для анализа текущих информационных процессов. Кроме того, «окно» показывает примерные границы, отделяющие информационных спикеров от информационных субъектов. Внутри «окна» — пространство для действия информационных спикеров (политиков, журналистов, экспертов, учёных). Они, как правило, не в состоянии самостоятельно расширить его рамки, то есть предложить новые темы в повестку дня, или сузить эти рамки, то есть табуировать некоторые темы. Спикеры работают как усилители и трансляторы. Посредством СМИ они придают «разрешённым» темам объёмное звучание, которое заполняет собой границы очерченного информационного пространства. Спикер, озвучивающий темы, которые находятся за рамками окна (за гранью допустимого дискурса), рискует стать маргиналом.

Эффективно работать с границами окна могут только информационные субъекты (например, государства, политические и бизнес-круги, крупные исследовательские центры, выдающиеся люди), поскольку они обладают достаточным ресурсом и могут планировать долгосрочные цели. Если спикеры чаще работают с интерпретациями, то субъекты — с самими идеями. Создать или уничтожить некую идею — означает то же самое, что поместить её внутрь окна — актуализировать и сделать привычной, или вытеснить за рамки «окна», то есть сделать маргинальной, а затем табуированной.

В русскоязычных источниках «Окно Овертона» понимается почти исключительно в контексте дискуссий о морали. Оно стало синонимом эволюции нравов и

распространения греха. Главным образом это и способствовало возникновению дискуссии о степени научности этой концепции, которая, по сути, разделила людей на придерживающихся традиционных этических норм и следующих неолиберальной этике. Несмотря на то, что эта концепция первоначально была предложена Макинским центром как нейтральный и прикладной механизм для анализа риторики американских политиков, отдельные авторы поспешили сравнить этот подход с «планом Даллеса», «параноидным расстройством» и «теорией заговора», а также обвинили Овертона и его последователей в плагиате идей у социологов, изучавших механизмы фрейм-анализа⁴⁵.

На эту ситуацию обратил внимание российский публицист М. Соколов. По его мнению, идея Овертона привлекла широкое внимание именно потому, что является невероятно простой и понятной: «Общественные нравы имеют свойство эволюционировать таким образом, что немыслимое вчера, пройдя через стадию радикального, затем популярного, в конце может стать вполне официозным»⁴⁶. Он отметил, что эволюция нравов по этой причине является универсальным фольклорным сюжетом, приведя в качестве примера Осетинский эпос «Нарты». В одном эпизоде повествуется о том, как героиня эпоса девушка Сатана хитростью стала женой своего брата Урузмага: *«Не видя среди нартов мужа, более до-*

⁴⁵<https://thequestion.ru/questions/17479/naskolko-teoriya-okna-overtona-nauchna-i-deistvitelno-li-mozhno-dvigaya-okno-vliyat-na-obshestvennoe-mnenie>.

⁴⁶ <https://um.plus/2016/10/08/verouchitelnyj-overton/>.

стойного, чем Урузмаг, она решила стать его супругой и обманом добилась своей цели. Переодевшись в одежду жены Урузмага Эльды, она провела с ним ночь. Эльда же от ревности испустила свой дух у дверей спальни. Урузмаг был в отчаянии и думал, как он появится перед нартовским обществом, когда они узнают, что он переспал с сестрой. Сатана нашла способ успокоить его. Она усадила Урузмага верхом на осла задом наперёд и предложила ему так проехать несколько раз по улице. В первый раз странное поведение Урузмага вызвало усмешки среди нартов. Во второй раз его проезд верхом задом наперёд вызвал меньшее удивление. В третий же раз поведение Урузмага не вызвало никакой реакции. И тогда Сатана сказала Урузмагу: «То же самое будет и с нашей женитьбой: посмеются и перестанут». Таким образом брат и сестра стали мужем и женой»⁴⁷.

М. Соколов приводит в пример также авраамические религии (христианство, иудаизм, ислам), где идея «Окна Овертона» присутствует в виде учения о грехе, который «не является сразу в своём погибельном виде, но приходит исподволь и неприметно»:

Сказал рабби Нахман бар Ицхак: «Грех приходит в дом в качестве гостя, но потом делается в нём хозяином». О том же говорил и преподобный Ефрем Сирин: «Греховное растление ведёт к гибели. Скрытно проникая в глубину, оно постепенно производит в природе неисцелимое разложение, которое кажется малым, но де-

⁴⁷ [https://ru.wikipedia.org/wiki/Сатана_\(героиня_эпоса\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Сатана_(героиня_эпоса)).

лается необъятным, потому что распространяет своё действие, подобно закваске, с ног до головы»⁴⁸.

М. Соколов уверен, что Овертон «изобрёл велосипед», однако добавляет, что это изобретение оказалось крайне востребованным в современных медийных дискуссиях, из которых исчезло понятие греха, а соответственно и ясное представление о шкале ценностей, отделяющей доброе от злого. Разработчики «Окна Овертона», не преследуя собственно нравственных целей, в эпоху относительной, «горизонтальной» морали случайно изобразили эту вертикальную шкалу, позволяющую (хоть и относительно) отличить норму от отклонения. Тем самым они затронули нерв современного общества и вызвали значительный резонанс.

Для демонстрации действия окна дискурса в области этики рассмотрим актуальную общественную дискуссию о широкой легализации или запрете абортов. Обобщим и выстроим основные оценки этой проблемы по вертикальной шкале от «полного запрета» до «абсолютной либерализации».

⁴⁸ <https://um.plus/2016/10/08/verouchitelnyj-overton/>.

Полный запрет

Аборт равнозначен убийству живого человека и должен преследоваться по закону как уголовное преступление.

Аборт может быть совершён лишь в ситуации смертельной угрозы здоровью женщины.

Аборт может быть совершён в случае существенного риска для здоровья женщины.

Аборт может быть совершён исходя из крайне весомых социально-гуманитарных соображений (изнасилование женщины).

Аборт может быть совершён исходя из социально-гуманитарных соображений (неизлечимые заболевания плода, его физическая или умственная неполноценность).

Аборт может быть совершён по социально-экономическим причинам (отсутствие у родителей материальных средств для содержания ребёнка).

Аборт может быть совершён по причине внебрачного зачатия.

Аборт может быть совершён по причине нежелания матери, отца, родственников заниматься воспитанием ребёнка.

Аборт может быть совершён по причине того, что беременность оказалась незапланированной.

Аборт может быть совершён по причине того, что родителей не устраивает пол ребёнка.

Аборт — стандартная медицинская процедура, право на которую так же неотъемлемо, как право женщины свободно распоряжаться своим телом.

Абсолютная либерализация

На полюсах этих тезисов находятся противоположные фундаментальные представления о человеке и этике. Сторонники полного запрета абортов чаще всего стоят на религиозных позициях и верят, что душа человека зарождается в момент его зачатия. Поэтому насильственное прекращение беременности является, по сути, убийством и грехом. Сторонники же абсолютной либерализации абортов стоят на позиции, что до момента появления на свет человек не является личностью, соответственно не обладает правами (включая право на жизнь) и не является человеком, будучи лишь частью организма женщины. В этом случае прекращение беременности становится не убийством, а медицинской процедурой, которую женщина имеет законное право совершать над своим телом.

В современном обществе невероятно большой блок социально-политических, культурных, экономических и даже исторических споров связан с современной антропологией, то есть с пониманием природы и сущности человека. В основе многих этических споров, которые, в свою очередь, распространяются на многие вопросы ежедневной повестки дня, лежат два разных воззрения на природу человеческой этики — религиозно-монотеистическое и утилитарное (материалистическое). Эти два взгляда являются верхними и нижними точками на шкалах многих современных окон дискурсов, затрагивающих этическую проблематику. Религиозный взгляд видит в человеке, помимо телесного начала, духовное, то есть душу, которая не подвластна смерти и тлению. Именно поэтому с религиозной точки зрения земная жизнь человека рассматривается как один из

этапов, который проходит душа. Из этого вытекает ключевой вывод, что тело важно не само по себе, а как сосуд, в котором хранится душа человека. В этом случае и этические нормы должны быть направлены в первую очередь на то, чтобы заботиться о душе как главной части человека и теле — как вспомогательной (душа — цель, тело — средство). Такую этику можно назвать трансцендентной, потому что её источник выходит за рамки области опытного познания, не поддаётся научной рационализации. Материалистический взгляд выделяет в человеке мыслящее существо, бытие которого ограничено рамками земной, единственной жизни. В этом случае высшей ценностью становится жизнь человека как биологического существа, её эффективность, счастье, польза. Личные цели человека в материализме могут быть обращены в будущее, к потомству и следующим поколениям, то есть на время после его смерти. Но они не могут распространяться на область вневременного, внеопытного, трансцендентного, то есть касаться жизни в другой реальности (загробного существования, выражаясь религиозоведческим языком). Одной из главных ценностей в такой жизни становится достижение счастья. Такую этику можно назвать утилитарной (от *лат. utilitas* — «польза», «выгода»), поскольку она должна быть полезной для достижения счастья или других целей в рамках земной жизни.

Таким образом, использовать «Окно Овертона» (его можно назвать также «окном» или «фреймом» дискурса) можно для анализа культурных, исторических, экономических, общественно-политических и идеологических

тенденций в российском и зарубежном информационном пространстве, а также для измерения мировоззренческих и этических сдвигов в этих сферах. Кроме того, многие современные общественные дискуссии развиваются по двум векторам, которые можно описать как два противоположно идеальных общества — религиозно-монотеистическое и материалистическое. Описание этих предельных состояний человечества позволяет выявлять полярные высказывания по ключевым этическим вопросам современного общества.

Глава 9

Смех и табу

Управление общественным мнением не всегда удаётся описать как борьбу за «Окно Овертона», за его положение на шкале ценностей и за ширину его рамок. Движение и трансформация окна дискурса видится лишь на определённом удалении. Это удаление возникает, если мы смотрим на дискурс как на исторический процесс, который развивался в течение нескольких лет, десятилетий, а иногда и столетий. Кроме того, взгляд на удалении становится возможным, если мы смотрим на проблему с фундаментальных философских, нравственных или религиозных позиций. Когда же находишься внутри информационных процессов, то видишь многочисленные нюансы, как будто смотришь на крупномасштабную карту, на которой показан лишь фрагмент местности, но не видны город, страна или мир целиком. «Окно Овертона» — это не транспортная, а скорее, географическая карта: она показывает лишь общее направление движения, но не показывает дорог, поворотов, объездов и инфраструктуры. Чтобы заставить окно дискурса (мировоззрения, общественного настроения и т. п.) «двигаться» непосредственно, то есть в реально существующих условиях, нужны дополнительные инструменты, позволяющие постоянно корректировать это движение. Одним из таких инструментов является управление с помощью смеха и табу.

В информационном процессе, если продолжить использовать «автотранспортную» метафору, табу напоминает знак «кирпич», а смех — знак «конец зоны всех

ограничений», табу — красный свет светофора, смех — зелёный.

Табу блокирует не столько конкретную тему или определённый термин, сколько движение мысли в определённом направлении. С одной стороны, до Второй мировой войны в европейском сознании идея о превосходстве одних этносов над другими была распространена и в целом не подлежала запрету или осуждению. Научные и политические разработки в этом направлении в конечном счёте логично привели к укреплению идеологии нацизма в отдельных странах. Вовремя не введённое табу привело к гибели миллионов человек. С другой стороны, нигилистические, а затем постмодернистские течения культуры XIX-XX веков были направлены на преодоление социальных и нравственных запретов и на борьбу с нормами традиционных религиозных культур. Произшедшая эмансипация человека была представлена как достижение цивилизации и человеческой мысли. Однако это движение к личным свободам не отменило сам механизм табуирования, который продолжил использоваться и в новых культурных условиях.

Например, в современном публичном пространстве невозможны богословские и межконфессиональные вероучительные споры, какие существовали в эпоху Вселенских соборов, потому что религия вытеснена в область личных взглядов и мифологических предпочтений. Это означает, что в современной секулярной культуре о религии нельзя говорить «прямой речью», объективным языком, без оговорок, что все высказывания являются элементом частного религиозного мировоззрения. Говорить о конкретном вероучении как об истине — табу. Термин «табу» здесь

выглядит даже более уместным, чем «запрет», поскольку означает иррациональный страх перед совершением конкретного действия, веру в то, что нарушение запрета приведёт к необратимым последствиям, навлечению проклятия и смерти. Такое табуирование абсолютной истины распространяется на многие другие темы, а иногда затрагивает области самой науки: вспомним попытки философов-постмодернистов по второй половине XX века объявить конец научного, объективного знания, лишить науку «истинности» и «растабуировать» её. Истина при постмодерне стала относительной и множественной. Сами определения «абсолютный» (абсолютизм) и «тотальный» (тоталитаризм) приобрели в языке XX века негативную коннотацию, тогда как термины «множественность», «плюрализм», «контекстуальность» звучат более положительно и в большей степени свидетельствуют об «объективности». Как итог борьбы с абсолютной истиной и различными социальными запретами появилось, может быть, одно из главных табу современности — запрет запрещать.

Запрет запрещать означает, что развитие современного информационного пространства может происходить только в одну сторону — постоянного наполнения новыми идеями и интерпретациями. Движение в другую сторону — в сторону ограничения информации — запрещено и объявляется репрессивным. Иногда запрет запрещать доходит до крайности, как в случае с французским еженедельным журналом карикатур «Шарли Эбдо». Редакторы журнала считают, что никакое высказывание не может быть запрещено, а свобода слова отменяет все ограничения. Такой риторикой они снимают с себя ответственность за публи-

кацию карикатур, высмеивающих авиакатастрофы, национальные и религиозные особенности и даже почитаемых у разных народов святых и пророков.

Запрет запрещать кардинально поменял принципы управления информационными процессами. На первый план выступил механизм, состоящий из двух элементов: маргинализации и десакрализации.

Маргинализация стала новой формой табу. Она направлена не на одномоментный запрет некоей идеи, а на её медленное вытеснение из публичной дискуссии, за границы «окна дискурса». Маргинальная идея становится неприличной для её озвучивания, вызывает у слушающего неловкость и смущение. Маргинальная идея иррационально отталкивает человека от себя. Затрагивая, например, сферу биоэтики, можно сказать, что идея законодательного запрета абортов в европейском медийном пространстве по-прежнему остаётся маргинальной. Думать о запрете абортов — «неправильно», так как это направление мысли в конечном счёте угрожает «свободе» и «праву на жизнь» отдельной личности (женщины), ставит жизнь ребёнка выше жизни матери.

Десакрализация — это обратный процесс, который, наоборот, разбивает табу, вытаскивает идеи из нелегального или маргинального состояния. Само слово «десакрализация» используется в культурологии для обозначения обесценивания в глазах людей не только религиозных идей, но и любых святых предметов. Десакрализация предшествует и сопутствует секуляризации. Этот процесс можно наблюдать на примере истории эпохи Просвещения, когда теоцентрические представления стали замещаться

антропоцентрическими: человек провозгласил себя центром мироздания, а свой разум — источником нравственности. Аналогичные процессы можно было наблюдать и в молодой большевистской России, когда борьба новой власти с влиянием православия на общество приняла формы агрессивной десакрализации Церкви: священных предметов, мощей, традиций и самого вероучения. Например, кампания по изъятию церковного имущества в РСФСР в 1920-е годы сопровождалась массивной пропагандой и карикатурами, одним из элементов которых было грубое высмеивание церковной жизни. Газета «Безбожник», существовавшая в СССР в 1922–1941 годах по своей стилистике и приёмам во многом напоминает французский еженедельник «Шарли Эбдо». Анализ карикатурного творчества даёт одно из лучших представлений о механизмах смеха, направленных на разоблачение, снятие неприкосновенности с конкретного образа, темы.

Пример Церкви хорошо демонстрирует метод десакрализации, хотя является далеко не единственным. Десакрализации могут быть подвергнуты явления и традиции, не связанные с религиозной тематикой. Лишить «сакральности», авторитета и уважения можно фигуры царя, президента, патриарха, полицейского, чиновника, врача и родителей. Можно десакрализовать государство, историческое событие (вспомним попытки десакрализовать День Победы), институт семьи и сами нравственные ценности (честность, справедливость, любовь и другие).

Десакрализация может осуществляться в различных формах, агрессивных и спокойных. Но первый шаг, с которого чаще всего начинается десакрализация, — это

смех. Иронии и высмеиванию могут подвергаться люди, события, ценности и принятые нормы. Смех (включая иронию) одолевает страх и поэтому может ослаблять психологическое действие табу, позволяя человеку мысленно зайти в область ранее недозволенного. Если над чем-то можно смеяться или иронизировать, значит, это уже не совсем запрещено. Посмеяться однажды над Холокостом, значит признать, что это событие не является абсолютной трагедией. Шутки на тему наркотических средств постепенно приводят к уверенности в том, что их употребление хоть и является злом, но не злом абсолютным. Смех или ирония над неким запретом означают, что запрет действует в 99 процентах случаев, а в одном проценте — запрет всё-таки снимается. Смех работает как допущение, как осознание человеком своей власти над 99 процентами путём ассоциирования себя с одним процентом. Смеющийся всегда интуитивно понимает, над чем он смеётся. Осознание себя этим «одним процентом» открывает дорогу смеху и эмансипации. В этом смысле смех уничтожает идею изнутри.

Поэтому смех (и ирония) часто используется как первое средство разоблачения, демифологизации или опощления. Приведём пример из недавней истории. Накануне проведения Олимпийских игр в Сочи (2014 год) Россия стала объектом острой критики крупнейших мировых средств массовой информации, так что в истории информационных процессов этот период сохранился как кампания по дискредитации Олимпиады в Сочи. В рамках этой кампании в российское и зарубежное информационное пространство активно вбрасывались идеи о несуразности проведения зим-

них соревнований в субтропическом регионе⁴⁹. Появлялись карикатуры на лыжников, которые «бегут по растаявшему снегу». Через фотографии, на которых отображались ведущие работы и строительная грязь, высмеивалась «русская стройка» — «бессмысленная и беспощадная», а также «русские дороги» и т. п. В целом сочинская Олимпиада собрала наибольшее количество карикатур по сравнению с другими последними Олимпийскими играми. Вплоть до открытия и начала Игр само выражение «Олимпиада в Сочи» зачастую вызывало в российском информационном пространстве ироничную улыбку, так как прочно ассоциировалось с «безалаберностью», «необоснованными амбициями», «коррупцией» и «неминуемым провалом». При этом ирония в самом российском обществе была сильнее, чем на Западе: если «там» американский политолог П. Гобл озвучивал модели, при которых Олимпиада в Сочи может спровоцировать волну кровавых межэтнических конфликтов на российском юге, то «здесь», в Перми, галерист М. Гельман открывал выставку карикатур «Welcome Sochi!», соединившую несоединимое: олимпийские образы, тему тоталитаризма, чёрный юмор и русские фольклорные мотивы. Эти усмешки растворились и стали неактуальными только после открытия Олимпиады, когда стало очевидно, что мероприятие проводится на высочайшем уровне.

Смех, направленный против запрета, начинается с чувства неуважения и заканчивается открытым издевательством. Толкователи Библии традиционно связывают

⁴⁹ <http://www.putin-itogi.ru/cp/wp-content/uploads/2013/05/ZimniayaOlimpiadaVSubtropikah-Nemtsov-Martyniuk.pdf>.

грех Хама, сына Ноя, именно с усмешкой по поводу наготы отца, который, выпив вина, спал обнажённый в своём шатре. «И увидел Хам, отец Ханаана, наготу отца своего, и выйдя рассказал двум братьям своим» (Быт. 9:22). В данном случае чувства Хама можно описать как презрение или неуважение к своему отцу: рассказывая братьям об увиденном, он нарушает табу, которым является сама увиденная им картина. Допуская мысль о том, что увиденное им можно кому-то пересказать, Хам осуществляет десакрализацию образа своего родного отца и открывает своё сердце для чувства, которое в итоге может превратиться в иронию, насмешку, неуважение и нелюбовь. Он переступил табу заповеди, которая позже будет высечена на Скрижалях Завета: «Почитай отца твоего и мать твою». Ирония над отцом нарушает весь нравственный строй человека и культуры, завещанный Богом после Всемирного потопа. За этот проступок Ной проклял потомство Хама.

Как культура сохраняется, пока сохраняется её система табу, так и в современных информационных процессах побеждает тот, кто способен оберегать от маргинализации и высмеивания свои ценности, ключевые идеи и понятия.

Таким образом, табуирование (маргинализация) и смех (десакрализация) являются действенными механизмами управления общественной дискуссией. Табу вешает запретительные ярлыки на явления, риторику, отдельные доводы, создавая вокруг них напряжение, страх осуждения и наказания. Смех снимает неприкосновенность с любой темы, какой бы маргинальной или запретной она ни была, раскрепощает и эмансипирует её изнутри. Поэтому говорят, что для смеха не существует ничего святого.

Глава 10

Практические методы изучения информационного пространства

Современное информационное пространство состоит из множества областей, которые характеризуются разным размером и уровнем. Некоторые из них более устойчивы и постоянны, например языковые и государственные: в аналитических докладах они могут обозначаться как «американская пресса», «русскоязычное медиапространство». Другие не обладают чётко выраженными границами, но являются масштабными, как, например, «неолиберальный дискурс». Небольшие информационные области возникают вокруг определённых повесток дня, политических процессов, локальных дискурсов, тем и конкретных событий. Эти многочисленные и разновеликие области наслаиваются друг на друга самыми различными образами. Разные информационные пространства, то есть набор этих информационных областей, существуют у дипломатов, партий, продавцов товаров, исследовательских центров и так далее вплоть до информационных пространств каждой отдельной семьи и человека. Информационное пространство будет принимать новую, особую форму и конфигурацию для каждого нового наблюдателя. По этой причине чем больше становится информации и сложнее информационный ландшафт, тем важнее наличие у наблюдателя чёткой идентичности, целей и задач.

Многочисленные информационные области пересекаются и вторгаются в пространства друг друга. Например,

во внутриполитической борьбе за пост президента США в 2016 году Д. Трамп и Х. Клинтон в своей риторике использовали оценочные высказывания в отношении политики России. Клинтон неоднократно делала такие заявления: «Нет сомнений, что наши отношения серьёзно изменились, когда Путин пришёл и сказал, что он снова будет президентом. Мы должны противостоять его демаршам, особенно в Сирии» или «Я считаю, что нам необходимо сконцентрировать все свои силы, чтобы Россия в общем, а Путин в частности реально заплатили за это (присоединение Крыма). Я думаю, мы ещё сделали недостаточно». В одном из своих выступлений В. Путин заявил, что до него доходят сигналы, что заявления участников президентской гонки в США не нужно воспринимать всерьёз, как реальную позицию американского истеблишмента. На это он категорически возразил, что «нельзя в качестве разменной монеты во внутриполитической борьбе использовать Россию и наносить ущерб межгосударственным отношениям»⁵⁰. В этой ситуации виден конфликт между внутренним информационным пространством США и внешним, которые пересеклись между собой в вопросах о России.

При анализе информационного пространства необходимо помнить об этих невидимых разделениях и границах — они помогают ориентироваться и находить в каждой информационной области субъект, то есть заинтересованное лицо, и объект, то есть аудиторию. Определение же информационных субъектов — главный фактор, который

⁵⁰ 8-й Ежегодный Инвестиционный Форум ВТБ Капитал «Россия зовёт!», Москва, 12-14 октября 2016 г.

позволяет воссоздать и описать ключевые тенденции по необходимой теме.

По этой же причине для эффективного анализа информационных процессов не нужно стараться сохранять в исследовательском поле зрения всё современное информационное пространство целиком со всеми его нюансами. С одной стороны, это практически невозможно, поскольку будет требовать огромного человеческого и финансового ресурса. С другой — 80 процентов полезной информации можно получить за 20 процентов времени и даже изучив только 20 процентов (а иногда и меньше) интересующей информационной области. Это замечание становится особенно актуальным, если у исследователя стоит задача «уловить» и предсказать некую тенденцию: например проанализировать общественную реакцию на конкретное событие. Полноценные социологические исследования, использующие тяжёлый методологический аппарат, способны показать множество мелких элементов, детали текстуры информационной поверхности с высокой чёткостью, но чаще всего не дают принципиально новой картины. Иногда даже случается, что за большим количеством данных теряется основная мысль и ключевая тенденция. Быстрое мониторинговое исследование с очень грубой детализацией и черновыми контурами уже даёт представление о том, что изображено на этом информационном рисунке.

В России распространены три основных типа информационно-аналитических документов: мониторинговый документ, информационно-аналитическая записка, научно-исследовательский документ.

Мониторинговый документ может носить названия информационной записки, дайджеста, информационной подборки, мониторинга. Это базовый формат, необходимый для первичного изучения актуальных информационных процессов. Он соответствует первому шагу в научной работе — обзору научных трудов, когда-либо написанных по изучаемой теме, то есть изучению степени разработанности проблемы. В прикладной информационной работе формат мониторингового документа также необходим для того, чтобы в общих чертах понять, что и сколько было сказано в СМИ по определённой теме. В мониторинговой записке не должен содержаться какой-либо анализ, кроме статистического. Это последовательное, безоценочное и неэмоциональное перечисление публикаций и публичных высказываний. Атрибутами такого формата должны быть чёткие рамки темы, времени и области исследования. Например: «Результаты мониторинга прессы США на предмет высказываний американских политиков по сирийскому вопросу в период сентября-октября 2017 года».

Мониторинговые документы существуют в разных формах. Это может быть библиографический список, содержащий только названия статей и их выходные данные. Далее к этому списку могут добавляться ключевые цитаты из публикаций для обозначения основных мыслей и оценок их авторов. Часто такую подборку ссылок и аннотаций к ним называют дайджестом. Далее в качестве приложения к результатам мониторинга могут быть добавлены полнотекстовые версии перечисленных выше статей, высказываний, комментариев и «скриншоты» интернет-страниц. Если предметом мониторинга являются теле- или радио-

передачи, то к нему могут прикладываться их текстовые расшифровки, а также сами аудиовизуальные файлы на цифровых носителях.

Информация в таких мониторинговых документах структурируется по хронологии или по важности.

Информационный документ, содержащий не только элементы мониторинга, но и анализа, называется **информационно-аналитическим** (записка, справка, доклад и т. п.). Суть информационно-аналитического документа, например записки, заключается в том, что он излагает некую информацию, полученную путём мониторинга, и делает её первичный и неглубокий анализ. Упрощая, можно сказать, что такая записка описывает некую новость, даёт ей оценку и делает на её основе предварительный прогноз. Она анализирует только верхний уровень информации и должна быть написана так, чтобы быть понятной для большинства неподготовленных людей. В связи с этим такой документ не может быть написан «научным» языком, в нём не должны присутствовать узкоспециальные термины, ссылки на теории, концепции. Из этого вытекает и структура информационно-аналитического документа.

Во введении обозначается тема документа и его основная проблематика. Далее нейтрально излагается информация или новость, являющаяся предметом документа, по необходимости упоминаются ключевые публикации или заявления со ссылками на СМИ. В отличие от мониторинговых документов этот формат предполагает не перечисление всего объёма публикаций, а только краткий пересказ их основного содержания. Для информационно-

аналитической записки не важны и не нужны конкретные интернет-ссылки, номера страниц, даты, перечисление авторов и точных заголовков публикаций. Указывается только ключевая информация и те сведения, которые делают текст более понятным, доступным для восприятия.

В основной части информационно-аналитического документа последовательно проводится анализ предмета (информационного события), оценивается его важность, достоверность, последствия. Каждая такая оценка делается со ссылкой на некий источник («по заявлению, мнению, оценке такого-то...»). В основной части записки автор документа всячески подчёркивает свою отстранённость от выносимых суждений, пересказывая лишь заявления и оценки действующих информационных игроков и субъектов.

Перед заключительной частью записки может быть указана краткая предыстория вопроса — «с чего всё началось», а также представлена справочная информация о ключевых организациях и людях, которые упоминались в документе.

В выводах в сжатой форме излагается основная мысль записки. Здесь присутствуют только ранее не указанные факты и сведения. Вместе с тем именно выводы являются наиболее творческой частью информационно-аналитического документа: это единственное место, где может отражаться авторский взгляд. Как правило, автор помещает сюда краткие предположения и прогнозы по анализируемой теме, например, обозначает, в каком направлении может развиваться тот или иной информационный процесс. Прогнозы предстают в неразвёрнутом, однозначном виде и должны вытекать из основного текста документа.

Объём информационно-аналитического документа бывает различным в зависимости от задач и требований – в среднем от двух до десяти страниц.

Если мониторинг «живёт», то есть остаётся востребованным, не более недели, а чаще — не более нескольких дней, то информационно-аналитический документ — от недели до месяца. Мониторинг можно сравнить с новостной заметкой, информационно-аналитическую записку — со статьёй в еженедельнике.

Эти два формата являются основными для прикладного анализа текущих информационных событий и тенденций.

Наряду с ними существует и третий тип информационно-аналитической продукции — **научно-исследовательский документ**. К нему можно отнести доклады, научно-исследовательские работы, объёмные аналитические записки, изучающие долгосрочные тенденции информационных процессов с указанием истории проблемы, методологии, теоретических выкладок, обильных ссылок на источники, в том числе научные. Фактически это разновидность научной продукции. Поэтому как в государственных, так и в частных организациях подобные доклады с анализом информационных процессов оформляются по правилам научных трудов. Крупные аналитические документы нередко издаются в виде книг. Недостаток такого формата заключается в его объёме: люди, принимающие решения, чаще всего не позволяют себе тратить время на ознакомление с такими большими документами.

Следует описать другие форматы информационно-аналитической продукции, которые распространены на

Западе, но постепенно приживаются и в России. Рассмотрим форматы, широко используемые в настоящее время в США.

Мониторинг. Так же, как и в России, это уровень первичной продукции. Представляет собой подборку или пересказ актуальных информационных сообщений по конкретной теме и не содержит анализа.

Policy brief (информационно-аналитическая записка). Представляет собой сжатую, тезисную и нарочито примитивизированную информационно-аналитическую записку объёмом шесть-семь страниц. Она может сопровождаться сносками и комментариями. Обладает чёткой структурой и состоит из введения в проблему (анализируемую ситуацию, конфликт, событие), краткого представления участников проблемы, изложения возможных тенденций или сценариев развития этой проблемы в будущем (до трёх пунктов) и вынесения рекомендаций потребителю записки (до пяти пунктов).

Это наиболее популярный и востребованный формат информационно-аналитической продукции для лиц, принимающих решения, поскольку он сочетает в себе краткость формы, широту изложения проблемы и конкретные рекомендации⁵¹. Одновременно с этим для подготовки такого небольшого документа необходимы значительные ресурсы, в первую очередь компетентные специалисты по рассматриваемому вопросу. Как правило, такие записки готовятся коллективом аналитиков.

⁵¹ Образец: http://russiancouncil.ru/common/upload/Transnistria_policybrief1.pdf.

Положительная особенность policy brief заключается в том, что этот документ можно обновлять через некоторое время, например каждые полгода. Формат документа позволяет без серьёзной переработки основного текста добавлять в него уточняющие сведения, новые обстоятельства, тенденции и прогнозы. Американцы называют это «апдейтом».

В качестве самостоятельного формата может выступать один из элементов policy brief — **сценарий**. Объём сценария тоже может достигать шести-семи страниц. Этот документ состоит из двух пунктов: введения в проблему и обозначения её основных тенденций. Зачастую указывается вероятность развития каждой тенденции в процентах. Сценарии не сопровождаются обширным и глубоким описанием рассматриваемой темы, поскольку он изначально рассчитан на людей, которые уже разбираются в вопросе. Сценарии, как и policy brief, можно обновлять через полгода или год, добавлять новые пункты и корректировать старые.

Основная цель сценария — показать потребителю, что проблема не застыла, она развивается, и у этого развития есть определённый горизонт.

Policy paper («программный документ», «доклад»). Небольшой доклад объёмом до 50 страниц, приближающийся по формату к научной продукции и содержащий многие элементы научного доклада: введение в проблему, определение ключевых терминов, обоснование важности темы, её анализ, выводы, прогнозы и рекомендации.

Доклад (например, «research paper»). «Толстый» аналитический документ объёмом 200-300 страниц, по-

строенный по принципам научного исследования. Люди, принимающие решения, не читают доклады, поэтому зачастую основная цель доклада — привлечь внимание СМИ и общества к некоей проблеме, к конкретному исследователю или аналитическому центру. Сами доклады читают единичные специалисты, занимающиеся аналогичной проблематикой. Однако именно доклады становятся хорошими информационными поводами для проведения презентаций, конференций, круглых столов и других форм публичных обсуждений. Доклады часто издаются в печатном виде.

Важно отметить, что наиболее важный и «сложный» среди перечисленных форматов — policy brief — начал распространяться в России совсем недавно. Пока что в российском аналитическом сообществе преобладают малые (мониторинги, аналитические записки) и крупные форматы (доклады, НИРы), в то время как промежуточные встречаются реже. Policy brief в переводе на русский обозначает аналитическую записку со сценариями и рекомендациями. Она обладает упрощённой структурой и является, по сути, выжимкой, квинтэссенцией многостраничного исследования. В отличие от простого мониторинга, такая записка рассматривает не одно конкретное событие, а отдельную проблему или процесс (например, Минские соглашения). Она позволяет потребителю «сделать рентген», получить срез целого проблемного комплекса, которого будет достаточно, чтобы составить объёмное представление об этой теме. Через полгода можно сделать обновление такой записки, добавить в неё новые наблюдения или скорректировать сценарии.

Как подготовить качественный мониторинг

Мониторинг интернет-пространства — основа информационно-аналитической работы. Он зачастую является главным источником фактов, из которых в дальнейшем конструируются аналитические документы. Для того чтобы подготовить качественный мониторинг, который может быть использован и как самостоятельный документ, и как основа для дальнейшего анализа, необходимо выполнить следующие условия.

1. Определить область информационного пространства, которое необходимо исследовать. Она будет состоять из нескольких частей-категорий: языки, государственные границы, идеологические дискурсы, государственные или негосударственные СМИ, политические или неполитические СМИ и т. д. Например, область мониторинга может быть определена как «иностранные средства массовой информации и информационные интернет-сайты на русском языке, освещающие вопросы политики».

2. Осуществить мониторинг информационного пространства. Наиболее качественный мониторинг — не автоматизированный, а тот, который осуществляется точно и вручную, по известным субъектам и игрокам (СМИ и лидеры общественного мнения). Такой мониторинг принесёт наиболее быстрые и важные результаты, однако потребует от исследователя большого опыта. Кроме того, важно не исключать полностью из исследовательского поля интернет-сайты, кажущиеся маргинальными и мелкими. В большинстве случаев информация, размещённая на них, действительно является неинтерес-

ной и непоказательной для понимания общих тенденций. Однако, во-первых, маргинальная информация помогает лучше понять «мейнстрим», а во-вторых, на подобных ресурсах могут звучать идеи, которые со временем станут частью «большой», федеральной повестки дня. Многие громкие общественно-политические дискуссии когда-то были маргинальными и неинтересными для широкой публики.

3. Зафиксировать результаты мониторинга, выписать наиболее значимые сообщения. Структурировать результаты мониторинга по хронологии или по важности сообщений.

4. В отличие от дайджеста, где можно ограничиться перечислением публикаций и указанием их краткого содержания, качественный мониторинг требует логического пересказа его результатов, переложения полученной информации в связный и последовательный текст, в полноценную историю. Такая история не содержит авторского взгляда, а основывается только на «чужих» идеях и цитатах. Однако мониторинг, как и любое информационное исследование, — это творческий процесс. Даже в таком документе может быть частично выражена позиция автора — через его личную интонацию и авторскую комбинацию найденных информационных материалов.

Несколько мониторингов, накопленных исследователем за определённый период времени по одной теме, позволяют посмотреть на предмет исследования отстранённо, на научном отдалении и могут стать основой для подготовки информационных документов уже с аналитической составляющей.

Глава 11

Роль фабрик мысли в современных информационных процессах

Исход информационных войн и кампаний в современном мире зависит не только от соотношения мощности пропагандистских комплексов противоборствующих сторон, но и от качества продвигаемых ими тезисов. С развитием информационных коммуникаций ещё в первой половине XX века возникла потребность в институтах, которые могли бы помочь вырабатывать эффективные решения в новых условиях. В связи с этим возникли специализированные экспертно-аналитические структуры — «мозговые тресты» (от *англ.* «brains trust»). Выражение «мозговой трест» стало широко распространённым после 1932 года, когда закрепилось за группой советников, работавших на предвыборную кампанию Ф. Рузвельта. После этого «мозговым трестом» стали называть любое сообщество экспертов, совместно разрабатывающих новые проекты и предлагающих новые идеи и способы решения поставленных задач в политической сфере. Впрочем, один из старейших и влиятельнейших американских исследовательских центров — Фонд Карнеги за международный мир (*англ.* Carnegie Endowment for International Peace) — был основан ещё в 1910 году.

С середины XX века, когда разворачивалось идеологическое противостояние на фронтах холодной войны, экспертно-аналитические сообщества, особенно на Западе, стали массово институализироваться. Тогда же во-

шло в обиход словосочетание «тинк-тэнк» (от *англ.* «think tank» — фабрика мысли), ставшее во всём мире общепринятым для обозначения такого рода организаций. Наибольшее распространение тинк-тэнки получили в англоязычном мире — США и Великобритании.

Фабрики мысли — это научно-исследовательские организации, деятельность которых сосредоточена на политических, экономических, социологических и других исследованиях, результаты которых систематизируются и предоставляются лицам и структурам, ответственным за принятие политических решений⁵². Естественно, что любая экспертная оценка ситуации или рекомендация представляют собой каналы влияния на процесс принятия решений⁵³.

Фабрики мысли могут иметь принадлежность к государственным органам, финансовым организациям или не иметь таковой, декларируя свою независимость. Например, в ФРГ все наиболее крупные исследовательские центры существуют при политических партиях и получают от них своё финансирование: фонд Фридриха Наумана (*нем.* Friedrich Naumann Stiftung für die Freiheit)

⁵² Горный М. Б. Фабрики мысли и центры публичной политики в конце XX — начале XXI веков [Электронный ресурс] // Гражданское общество в России: научная электронная библиотека. Режим доступа: http://www.civisbook.ru/files/File/Gornyi_fabriki.pdf (дата обращения 13.02.17).

⁵³ Костылёв Е. В. Зарубежные и отечественные мозговые центры // Гуманитарная наука и идеология. Гуманитарные науки как фабрики мысли: Материалы научного семинара. Научный эксперт, 2007. Вып. 2. С. 235.

связан со Свободной демократической партией (СвДП), фонд Фридриха Эберта (нем. Friedrich Ebert Stiftung) — с Социал-демократической (СДПГ), Фонд Розы Люксембург — с партией «Левые», фонд Конрада Аденауэра (нем. Konrad-Adenauer-Stiftung e.V.) — с Христианско-демократическим союзом, Фонд Ханнса Зейделя (Hanns-Seidel-Stiftung) — с Христианско-социальным союзом. Несмотря на партийную ориентацию всех перечисленных фабрик мысли, их конкуренция чаще всего ограничивается внутриполитическими вопросами, тогда как их международная деятельность продиктована единой общегерманской повесткой.

Информация, предоставляемая фабриками мысли, активно используется как во внутриполитической, так и во внешнеполитической борьбе между государствами и другими политическими субъектами. Нередко фабрики мысли помимо исследовательской функции берут на себя роль PR-структуры или коммуникационного агентства, которое от имени формально независимой организации проводит направленную публичную политику в интересах своих заказчиков⁵⁴. Если же основные заказчики и источники финансирования тинк-тэнка находятся за рубежом, то организация фактически превращается в легальную разведывательную структуру и по совместительству — в агента иностранного влияния. Завершение холодной войны не снизило интенсивность войны информационной, что содействовало росту числа мозговых центров по всему миру.

⁵⁴ Костылёв Е. В. Зарубежные и отечественные мозговые центры.

Первым полноценным российским мозговым центром принято считать созданный в СССР в 1956 году Институт мировой экономики и международных отношений РАН (ИМЭМО РАН)⁵⁵. ИМЭМО РАН зарекомендовал себя в качестве аналитического центра мирового уровня и до настоящего времени не только сохраняет лидирующие позиции среди российских экспертных центров, но и входит во Всемирный индекс-рейтинг аналитических центров (Global Go To Think Tank Index Report), ежегодно публикуемый Университетом Пенсильвании⁵⁶. К влиятельным российским фабрикам мысли относятся институты РАН (Институт США и Канады РАН) и крупнейшие учебные заведения страны, которые имеют собственные исследовательские подразделения (МГУ, МГИМО). В России также существуют исследовательские и экспертные структуры, которые с самого начала создавались по западным образцам фабрик мысли: например, Российский совет по международным делам, Совет по внешней и оборонной политике, Центр стратегических разработок, Центр политических технологий, Институт социально-экономических и политических исследований, Российский институт стратегических исследований и другие. Со списком наиболее известных фабрик мысли, не входящих в государственные научно-исследовательские организации, можно ознакомиться

⁵⁵ Черкасов П. П. ИМЭМО. Портрет на фоне эпохи. М.: Весь мир, 2004.

⁵⁶ Think Tanks and Civil Societies Program. University of Pennsylvania. Режим доступа: <http://gotothinktank.com/> (дата обращения: 13.02.2017).

в материалах Института современных медиа (MOMRI, Россия), который регулярно публикует список и рейтинг российских аналитических и политологических центров.

Фабрики мысли могут брать на себя функции СМИ, социологических служб, дискуссионных площадок, политологических центров и, соответственно, по-разному называться: советами, фондами, институтами, центрами. Однако важнейшей отличительной особенностью фабрик мысли является то, что их продукция стремится к высокому аналитическому уровню и имеет побудительный и всегда актуальный политический характер: она даёт советы, рассказывает об угрозах, готовит сценарии развития событий. Кроме того, деятельность большинства крупных фабрик мысли, как правило, делится на две сферы: публичной огласке предаётся лишь часть проделываемой ими работы, тогда как другая часть носит закрытый характер и предназначается для конкретного заказчика, который оплачивает исследование и не всегда заинтересован в том, чтобы полученные результаты стали достоянием широкой общественности. Фабрики мысли готовят основные идеи в форме тезисов, докладов, аналитических справок. Эти материалы в дальнейшем используются заказчиком в своих интересах: на их основе могут готовиться выступления, статьи, заявления, аналитическая продукция более высокого, обобщающего уровня.

К настоящему времени количество подобных аналитических структур стало одним из критериев оценки мощи и эффективности внешней и внутренней информацион-

ной политики современного государства⁵⁷. Так, по некоторым оценкам, в США насчитывается более 1800 центров, в Китае — 430, в Великобритании — 280, в Индии — 280, в ФРГ — 190, во Франции — 180, в России — 120⁵⁸.

Для описания устройства современной фабрики мысли целесообразно рассмотреть американскую модель, так как именно в США появились первые организации такого типа и имеют наиболее широкое распространение.

Особенность американских фабрик мысли состоит в том, что в их деятельности зачастую не видно присутствия государства. Значительное число фабрик мысли ведёт деятельность в интересах преимущественно одной партии — демократов или республиканцев — или тяготеют к ним. Кроме того, существуют влиятельные центры, стоящие на общегосударственной, надпартийной (*bipartisan*) позиции и занимающиеся в основном вопросами мировой политики.

В качестве примера американского надпартийного аналитического центра можно привести Центр стратегических и международных исследований (CSIS), созданный по инициативе директора ЦРУ и тесно связанный с деятельностью крупнейших в США аналитиков и идеологов —

⁵⁷ Костылёв Е. В. Зарубежные и отечественные мозговые центры // Гуманитарная наука и идеология. Гуманитарные науки как фабрики мысли: Материалы научного семинара. Научный эксперт, 2007. Вып. 2. С. 235.

⁵⁸ По данным «Global go to think tank index report 2015». Режим доступа: Global go to think tank index report 2015 (дата обращения: 13.02.2017).

Генри Киссинджера (Henry Kissinger) и Збигнева Бжезинского (Zbignev Brzezinski)⁵⁹. К центрам, обслуживающим интересы Республиканской партии США, относится фонд «Наследие» (Heritage Foundation), являющийся фактически главным рупором этой партии среди аналитических структур. Он открыто работает по партийному принципу, но при этом формально остаётся независимой организацией. Партийность в данном случае означает не прямое подчинение фонда партии, как это имеет место в ФРГ, а мировоззренческий ориентир фонда. Приверженность республиканским взглядам является не менее важным фактором для трудоустройства в этот фонд, чем профессиональная компетентность будущего сотрудника. В годы президентства Б. Обамы, которого «Наследие» характеризовал как «социалиста», фонд практически не работал на правительство США, и, как следствие, имел определённые проблемы с финансированием.

К числу структур, ориентированных на Демократическую партию, относится Центр за американский прогресс (CAP). Президент центра — Н. Танден — работала на администрацию Б. Обамы, Б. Клинтона, на предвыборную кампанию Х. Клинтон. Исполнительный директор и основатель центра — Дж. Подеста, возглавлявший предвыборные штабы «демократов». Несмотря на это, CAP имеет каналы для взаимодействия с республиканским политическим истеблишментом. Известно, что в годы прези-

⁵⁹ Центр стратегических и международных исследований, пересечение нефтяных интересов [Электронный ресурс] // [Voltairenet.org](http://www.voltairenet.org). Режим доступа: <http://www.voltairenet.org/article129237.html> (дата обращения 13.02.17).

дентства Б. Обамы CAP по запросу правительства активно проводил исследования на различные темы, связанные с общегосударственными интересами США, в том числе по вопросам обороноспособности и внешней политики (например, по Украине).

Помимо Центра за американский прогресс Дж. Подеста создал ещё одну фабрику мысли, работающую в интересах Демократической партии, — «Подеста Групп»; в сравнении с CAP она является более независимой в своей деятельности, имеет более свободную исследовательскую повестку.

Среди американских фабрик мысли есть организации, занимающиеся исключительно внешнеполитическими вопросами. Одна из них — Атлантический совет (Atlantic Council). Для Атлантического совета нет принципиальной разницы в том, кто сейчас занимает Белый дом; эта организация в равной степени работает и с республиканцами, и с демократами. Главная цель Атлантического совета — укрепление гегемонии США во всех регионах мира.

Встречаются среди американских фабрик мысли и структуры, которые смогли проделать путь от узкоспециализированной исследовательской организации, не имеющей отношения к «большой политике», до аналитического центра международного уровня. Например, корпорация РЭНД (RAND-Corporation). Эта организация была создана в качестве отраслевого лоббиста авиационно-космической промышленности и первоначально занималась исследованиями исключительно в этой сфере. В настоящее время в сферу интересов RAND входит широкий спектр общественно-политических и международных вопросов.

Благодаря своему «аполитичному» прошлому RAND может позволить себе определённый уровень независимости даваемых оценок и суждений.

Таким образом, американские фабрики мысли могут быть классифицированы по трём категориям: партийные, надпартийные и лоббистские. Особенности работы исследовательских организаций США связаны с тем, что чрезвычайным влиянием в общественно-политической жизни страны обладают крупные финансово-промышленные корпорации, собственниками которых являются частные лица. Это существенным образом отличает американские реалии от российских, где в роли одного из крупнейших корпоративных собственников выступает государство.

Крупные фабрики мысли — это чаще всего организации, имеющие развитую структуру, которая может включать ряд подразделений и филиалов, обладающих определённым уровнем автономии в своей работе. В такой организации всегда существуют общие правила работы, базовые ценности (например, фонд «Наследие» фактически не может работать на демократов), однако руководитель фабрики мысли не регламентирует жёстко работу каждого подразделения организации. В вопросах выбора исследовательских приоритетов и распределения финансирования между ними у подразделений существует определённая свобода, если дело не касается вопросов принципиальной политической важности (например, аналитического сопровождения выборов). Поиски финансирования под определённый проект (fundraising — фандрайзинг) чаще всего происходят децентрализованно: представители подразделения могут предлагать свои

услуги непосредственному заказчику, минуя центральное руководство. И только после того, как заказ получен, исследователи готовят его обоснование и согласовывают выполнение заказа со своим руководством. Результатом проделанной работы становится проведение конференции, публикация доклада или написание policy brief. Зачастую совмещение фандрайзинга с исследовательской работой оказывается проблематичным для рядового сотрудника, поэтому исследовательский центр может привлечь внешних специалистов, которые будут специализироваться исключительно на этой работе.

Зарплаты сотрудников фабрик мысли в США лишь в небольшой степени зависят от общего бюджета организации и обусловлены финансированием конкретных проектов, над которыми они работают. Поскольку именно подразделения организации обычно занимаются решением этого вопроса, то и в централизованный бюджет организации поступает лишь часть зарабатываемых подразделением средств. Для сравнения, в европейских фабриках мысли чаще всего встречается иная финансовая модель, при которой распределение финансов происходит централизованно. Одним из исключений из этой практики является ведущий исследовательский центр Британии — «Чатам хаус» (Chatham House), в котором руководителю подразделения назначается небольшая заработная плата в расчёте на то, что основные заказы и материальные средства он сможет найти самостоятельно.

Работа над аналитическим проектом в американских тинк-тэнках, как правило, представляет собой достаточно регламентированный в административном плане

процесс. Для работы над проектом руководство подразделения формирует коллектив из сотрудников филиала. Определяются сроки реализации проекта, назначается руководитель проекта, который будет контролировать качество работы и соблюдение установленных сроков. Одним из наиболее эффективных методов контроля за развитием проекта является проведение руководителем этого проекта регулярных рабочих совещаний с исполнителями. Это позволяет сотрудникам более точно представлять себе конечную цель исследования, над которым они работают: для аналитика важно знать общую концепцию и работать в контакте со своими коллегами, чтобы текст итогового документа получился целостным, логичным и завершённым. За несколько дней до окончания проекта и сдачи его заказчику обычно проводится заключительное совещание участников проекта, на котором подводятся итоги проделанной работе и при необходимости согласуются оставшиеся детали.

В работе фабрики мысли часто возникает ситуация, когда не оказывается сотрудников, обладающих требуемыми компетенциями для успешной реализации проекта. В подобных случаях проект, как правило, не отдаётся другой организации или субподрядчику; для работы над ним формируется коллектив, основу которого составляют собственные сотрудники и в который для расширения исследовательских возможностей приглашаются специалисты со стороны. При этом приглашённый сотрудник не может выступать в роли руководителя проекта: руководит проектом всегда штатный сотрудник самого исследовательского центра, поскольку именно он осуществляет контроль за

ходом проекта, его финансированием и несёт ответственность за результат. Таким образом, приглашённые специалисты попадают в уже сформированный коллектив, а их работа оказывается под непосредственным контролем руководителя проекта. Такая схема организации проектной работы практикуется, например, в американском CSIS.

Подразделения фабрик мысли регулярно отчитываются о своей деятельности (о реализованных и реализуемых проектах) перед центральным руководством отчётными показателями: ссылками, рецензиями, публикациями. После этого уже центральный офис занимается систематизацией и анализом полученной от филиалов информации.

Распространённой практикой в США является предоставляемая сотрудникам фабрик мысли возможность свободных выступлений или публикации собственных статей в СМИ. Однако одним из условий такой свободы является обязательное указание места работы, что должно положительно влиять на престиж исследовательского центра и капитализировать его бренд. Обычно это условие прописывается в трудовом договоре сотрудника.

График посещения рабочего офиса сотрудники фабрики мысли определяют по договорённости. Но нередким является и фриланс — работа на дому. Главным критерием оценки работы аналитиков является не прилежное посещение ими офиса в установленное время, а количество и качество генерируемых ими текстов. Тем не менее участие в общих собраниях, обсуждениях, мозговых штурмах, которые обычно проводятся в офисе, является обязательным.

Более других ограничены в распоряжении своим рабочим временем стажёры, работающие в аналитических

центрах. Для них устанавливается ежедневный график посещения офиса. Число стажёров в аналитических центрах, как правило, довольно велико. Стажёр может занимать должность помощника исследователя (research assistant) и выполнять для него вспомогательную работу (чаще всего — мониторинг и частичный отбор информации). Уже на основе собранной стажёрами информации аналитики готовят тексты исследований. Стажёрами на фабриках мысли обычно становятся студенты последних курсов или выпускники, которые ещё не успели приобрести опыт работы. Трудоустройство в крупный исследовательский центр даже на должность стажёра считается весьма престижным, и соответствующая запись в резюме может стать для молодого человека хорошей стартовой площадкой и открыть широкие возможности для дальнейшего карьерного роста.

Подбор сотрудников на вакансию в американской фабрике мысли обычно проводится в форме конкурса эссе на заданную тему. Цель такого сочинения — оценить профессиональные знания соискателя, его общий кругозор, умение излагать свои мысли. Без такой проверки компетенции трудоустройство в аналитический центр невозможно. В некоторых случаях соискателю могут предложить написать сочинение прямо во время собеседования, предоставив ему час или полтора на выполнение этого задания. Для того чтобы проверить способности потенциального работника к творческому мышлению, его могут попросить сформулировать рекомендации по конкретной политической проблеме. Устоявшимся правилом стало то, что вся информация, изложенная соискателем в его эссе, в дальнейшем может быть использована в работе аналити-

ческого центра, даже если этот человек не был принят на работу.

Для руководителей фабрики мысли очень важно иметь чёткое представление о том, какой идеологии придерживается их организация, какие ограничения она накладывает на свою деятельность. Понимание всеми сотрудниками миссии организации, её кредо (и внутреннее согласие с ним) позволяет исследовательскому центру формировать цельный и логичный имидж, что существенно упрощает работу с заказчиками в части выстраивания собственной линии поведения.

Контроль деятельности американских фабрик мысли со стороны государства часто осуществляется с помощью политики длинного поводка. С одной стороны, исследователям предоставляется формальная независимость и высокий уровень творческой свободы, с другой — тематика и политическая направленность самой фабрики мысли и желания заказчиков аналитической продукции вынуждают исследователя придерживаться определённой мировоззренческой линии.

Использование американской модели в работе российских фабрик мысли в настоящее время не представляется перспективным, поскольку в России, как и в Европе, исторически именно государство играло наибольшую роль в развитии подобных аналитических структур, а не крупный частный капитал.

Глава 12

Олимпиада в Сочи.

Технология дискредитации Игр

Успешное проведение и окончание Олимпиады в Сочи в 2014 году поставило точку в многолетней информационной кампании, направленной на дискредитацию России рядом зарубежных и российских информационных субъектов. Агрессивность и масштаб этой информационной атаки стали беспрецедентными и были сравнимы только с бойкотом Олимпиады в СССР в 1980 году, когда под давлением США в Играх не участвовали более 50 государств. В этот раз информационная кампания против Олимпиады в России не привела к подобным последствиям, однако ситуация была крайне напряжённой.

Причины этого процесса лежат главным образом в политической плоскости. Олимпиада — крупнейшее международное событие, привлекающее внимание населения земного шара к одной стране, которая принимает Игры. Хорошо организованная Олимпиада позволяет стране пережить «пять минут славы», консолидирует её население, мобилизует экономику и укрепляет внешнеполитические позиции. Олимпиада является желанной целью государства и общества, выражающейся в конкретном мероприятии, которое состоится в определённых временных, географических и содержательных рамках.

Наличие у человека или государства конкретной известной цели всегда делает их более уязвимыми, поскольку открывает слабое место. Старая мудрость гласит, что, зная

желание (цель) человека, можно на него влиять и оказывать давление. Именно поэтому участники дипломатического процесса традиционно стараются скрыть свои конечные, истинные цели. Появление в российской повестке дня такого конкретного, а следовательно, уязвимого пункта, как проведение Олимпиады, не заставило долго ждать ответной реакции. Началась кампания против Сочи-2014, организаторы и участники которой преследовали разные политические цели: одни были заинтересованы только в лишении России имиджевых бонусов от Олимпиады, другие использовали свою критику как объект торга, а отмену своей критики ставили в зависимость от неких политических уступок со стороны России, третьи были заинтересованы в дестабилизации общественно-политической обстановки на юге России, четвёртые не упустили удобный шанс присоединиться к мощному «антиолимпийскому» информационному потоку, чтобы громко заявить о своём существовании.

Кампания по дискредитации Олимпиады началась сразу после объявления результатов конкурса в 2007 году и провозглашения Сочи городом, принимающим Игры, а наиболее интенсивной стала за три года до открытия соревнований.

В этот период были использованы шесть основных направлений для дискредитации. По каждому из них разрабатывались отдельные тезисы и проводились информационные акции. При этом если СМИ и социальные сети служили транслятором идей, то сама аргументация в большинстве случаев разрабатывалась в различных фабриках мысли (Jamestown foundation, Human rights watch, Crude

accountability, Circassian cultural institute, «Экологическая вахта по Северному Кавказу» и др.).

Первым направлением, использованным для критики Игр, стала «коррупция» и «нецелевая трата средств» в ходе строительства олимпийских объектов в Сочи. Одной из самых известных в России публикаций, посвящённых этой теме, является сообщение А. Навального, размещённое им в своём блоге под заголовком «Олимпиада. Так сколько она стоила и кто за неё заплатил?». В нём был представлен и описан доклад «Энциклопедия трат Сочи-2014»⁶⁰, подготовленный Фондом борьбы с коррупцией А. Навального при опосредованной поддержке Института современной России (находится в штате Нью-Джерси, ассоциирован с движением «Открытая Россия», президент — П. Ходорковский⁶¹). Тема завышенных трат на олимпиаду в Сочи и якобы использование строительства для незаконного обогащения российской элиты долгое время оставалась лидирующей как в западной прессе, так и в российских оппозиционных изданиях. Это направление, помимо «коррупции», сопровождалось комплексом других тем: «самые дорогие в истории олимпийские игры», «невостребованность олимпийских объектов после завершения Олимпиады», «риск не успеть построить все объекты к открытию из-за неэффективной траты средств». Кроме того, это направление спровоцировало целый вал публикаций в России и за рубежом, критикующих готовившие-

⁶⁰ Энциклопедия трат Сочи-2014: отчёт Фонда борьбы с коррупцией о расходах на Олимпиаду [Электронный ресурс] // Фонд борьбы с коррупцией. Режим доступа: http://sochi.fbk.info/md/file/sochi_fbk_report_1.pdf (дата обращения 13.02.17).

⁶¹ www.imrussia.org/ru/o-нас.

ся соревнования с экономической точки зрения. Например, активист Е. Бычков разместил в своём блоге ставшее широко известным сообщение «Вместо Олимпиады в Сочи», в котором попытался доказать, что выделенные на Игры деньги следовало бы вложить не в Олимпиаду, а в строительство множества небольших спортивных объектов в российских городах. Свою главную мысль автор выразил в словах: «...мы будем свидетелями дорогого фейерверка, не имеющего ничего общего с развитием спорта в стране».

Примерно в это же время на русском и английском языках вышел доклад Б. Немцова «Зимняя Олимпиада в субтропиках»⁶², в котором отмечалось, что место для Игр было выбрано в России неудачно — в «субтропическом болоте». Доклад крайне негативно характеризовал процесс подготовки к соревнованиям и содержал следующие главы, названия которых свидетельствуют о его эмоциональной стилистике: «Олимпиада произвола и коррупции 2014», «Короли олимпийских заказов», «Самый дорогой объект самой дорогой Олимпиады», «Зимняя Олимпиада в субтропиках — что после?», «Риски сочинской Олимпиады». Выводы доклада содержали тезисы: «масштабы расходов на Олимпиаду беспрецедентны», «строительство олимпийских стадионов на субтропическом болоте без тщательной проработки проекта крайне опасно», «ущерб экологии единственной в России субтропической зоны ещё предстоит оценить», «после Игр большая часть олимпийских объектов использована не бу-

⁶² Зимняя олимпиада в субтропиках : доклад [Электронный ресурс] // Путин. Итоги. Режим доступа: <http://www.putin-itogi.ru/wp-content/uploads/2013/05/ZimniayaOlimpiadaVSubtropikah-Nemtsov-Martyniuk.pdf> (дата обращения: 13.02.17).

дет», «отсутствие честной конкуренции, клановость, жесточайшая цензура по поводу всего, что связано с Олимпиадой, привели к резкому увеличению стоимости и низкому качеству работ при подготовке к Играм». Все эти тезисы и выражения активно использовались в большинстве публикаций, посвящённых Сочи-2014, в крупнейших западных изданиях⁶³. Кроме того, упомянутый доклад содержал ряд фотографий, демонстрирующих «затопление рабочей техники», «отсутствие снега на горнолыжных спусках», «митинги местных жителей против строительства», неблагоустроенный вид Сочи. Их целью было создать у читателя негативное впечатление от всей темы, связанной с подготовкой к Играм.

Следующим направлением, дополняющим тему «коррупции», стало распространение сообщений об экологических проблемах в регионе олимпийского строительства. Одним из поставщиков такой информации стала российская НКО «Экологическая вахта по Северному Кавказу», известная в Краснодарском крае своими протестными акциями. «Экологическая вахта» поддерживала информационные и партнёрские контакты с зарубежными организациями экологической направленности; эта организация является «ключевым»⁶⁴ российским партнёром «Crude Accountability» — американской правозащитной организации, занимающейся борьбой за ограничение нефтедобычи в Каспийском море, защищая интересы жителей прибрежных районов (России, Казахстана, Туркменистана, Ирана и Азербайджана) от действий нефтедобывающих ком-

⁶³ См., например: <https://www.theguardian.com/artanddesign/photography-blog/2013/dec/12/russia-sochi-winter-olympics-photos>.

⁶⁴ <http://crudeaccountability.org/russia/>.

паний⁶⁵. Помимо точечных акций, «Экологическая вахта» в преддверии Олимпиады выпустила доклад «Сочи-2014: десять лет без права на закон. Как строили “лучший мир”»⁶⁶, который содержал крайне критические оценки деятельности российской власти и региональных чиновников по подготовке Олимпиады и охарактеризовал её как «рукотворную катастрофу». Благодаря сотрудничеству с международными правозащитными и экологическими организациями заявления сотрудников «Эковахты» и тезисы доклада нашли широкое отражение в СМИ.

Третьим направлением информационной кампании против проведения Олимпиады в Сочи стал так называемый «черкесский вопрос».

В настоящее время этнические черкесы (самоназвание — адыги⁶⁷) проживают более чем в 45 странах мира. Их численность точно неизвестна и по разным оценкам составляет от 1,5 до 4 миллионов человек. Исторической родиной черкесов являются районы Северного Кавказа и Краснодарского края. Согласно переписи населения 2010 года число российских черкесов составляет 718 тыс. Одно из важней-

⁶⁵ <http://crudeaccountability.org/mission/>.

⁶⁶ Сочи-2014: десять лет без права на закон. Как строили «лучший мир»: аналитический доклад [Электронный ресурс] // Экологическая вахта по Северному Кавказу. Режим доступа: http://ewnc.org/files/sochi/Doklad-Sochi-2014_EWNC.pdf (дата обращения: 13.02.2017).

⁶⁷ Адыги — группа народов, говорящих на адыгских языках (адыгейцы, кабардинцы, черкесы, шапсуги и др.). Однако название «черкесы» в публицистике часто употребляется как синоним этнониму «адыги», хотя с формальной точки зрения это является не совсем корректным.

ших событий в истории этого народа связано с последними годами Кавказской войны (1864). После окончания войны царское правительство, не желая возвращения горцев в труднодоступные и неконтролируемые места гор, поставило черкесов перед выбором: переселяться либо на равнинные земли Кубани, либо в Османскую империю (на территорию нынешней Турции). Горцы зачастую выбирали именно последний вариант, поскольку были крайне деморализованы, а кроме того, находились под влиянием проповедников из Османской империи, агитировавших к мухаджирству, то есть к переселению в мусульманскую страну, к братьям по вере. Профессор МГИМО В. В. Дегоев так описал сложившуюся ситуацию, опираясь на исторические документы:

В оставшиеся — шестидесятые — годы султанское правительство спровоцировало с поощрения Англии массовое переселение горцев в Турцию. Вдохновители грандиозной кампании переселения опирались прежде всего на настроения черкесской знати, которую волновали не столько военные или политические проблемы, сколько личные социально-экономические перспективы при русской власти. Известие об отмене крепостного права в России, породившее подозрения, что зависимые сословия будут освобождены и в черкесских обществах, стало для колеблющейся части горских верхов решающим стимулом к эмиграции. Русская администрация, очевидно, не считала нужным затрудняться тем, чтобы рассеивать эти подозрения. <...>Верхушка тфокотлей [свободных крестьян, входивших в адыгскую сельскую общину] в союзе с частью родовитой аристократии спрово-

цировала переселенческое движение. При этом имелось в виду не просто переехать в единоверную державу, но и переместить туда сложившуюся в горах социальную структуру, воспроизвести на новом месте прежний порядок жизни. <...> Энергичную агитацию развернуло и горское мусульманское духовенство, преподносившее выезд в Турцию как исход в землю обетованную. Против такого давления и таких соблазнов мало кому удавалось устоять. Тем более в обстановке уныния, растерянности и отчаяния. <...> Эмиграционная лавина оказалась настолько мощной, что понесла за собой даже тех, кто был настроен к России благожелательно⁶⁸.

Трагические события в истории адыгских народов связаны с самим переселением, в ходе которого было много жертв: переполненные турецкие суда шли ко дну, люди гибли от возникших в ходе переезда антисанитарных условий, новые места жительства в Турции зачастую были не устроены, люди испытывали голод и бытовые лишения. Ежегодно эти трагические события отмечаются российскими адыгами 21 мая. Этот день является нерабочим в Адыгее, Карачаево-Черкесии и Кабардино-Балкарии.

Тем не менее отношение к этим событиям отличается у адыгских народов в России и черкесских сообществ, живущих с момента переселения за рубежом. Если большинство российских черкесов заявило о поддержке Олимпиады, то зарубежные диаспоры начали проводить митинги с требованиями не проводить олимпиаду «на земле геноцида» их на-

⁶⁸ Дегоев В. В. Кавказ и великие державы 1829-1864 гг. Политика, война, дипломатия. М.: Рубежи XXI, 2009. С. 442-444.

рода. В большинстве случаев зарубежные черкесы не говорят на родном языке и не имеют культурных связей с исторической родиной. Черкесские диаспоры существуют в странах Ближнего Востока, Северной Африке, США и ЕС. Самая большая черкесская диаспора находится в Турции, где составляет около 2,7 процентов населения. Наиболее активно в критике Олимпиады в Сочи участвовали Черкесские культурные институты в США и странах Европы, Федерация кавказских обществ в Турции, руководство Грузии при президентстве Саакашвили. За несколько лет до открытия Игр ежегодно в двадцатых числах мая у посольства России в Анкаре (Турция) проводились крупные митинги черкесов с призывами отменить проведение Олимпиады на их исторической родине. Аналогичные акции проводили Черкесские культурные институты, наиболее активный из которых находится в американском штате Нью-Джерси. Одним из символов этих движений стало изображение олимпийских колец в виде горящих или окровавленных обручей. В Тбилиси при поддержке влиятельной американской фабрики мысли — Джеймстаунского фонда (The Jamestown Foundation) — прошёл ряд международных конференций и мероприятий, посвящённых «черкесскому» вопросу, а в 2011 году парламент Грузии принял акт о признании «геноцида черкесов» — попытка Саакашвили завоевать симпатии черкесских радикалов по всему миру и спровоцировать нагнетание международной критики в адрес России по черкесской теме⁶⁹. Грузинскую сторону активно поддерживали черкесские радикалы и ряд западных

⁶⁹ «Черкесский» вопрос и внешний фактор : Аналит. обзоры РИСИ. М.: РИСИ, 2012. № 4 (34). 66 с.

правозащитных организаций и экспертов, например, известный в России блогер и эксперт А. Шмулевич (Н. Дёмин), израильский раввин российского происхождения. В это же время были созданы специальные информационные ресурсы и интернет-сайты, популяризовавшие идею «геноцида», распространяющие информацию о готовящихся митингах и агитационные материалы. Наиболее известный из них — ресурс «No Sochi 2014», размещённый на одноимённом сайте, а также в популярных социальных сетях (Facebook, Twitter и др.). Со стороны Грузии «черкесский вопрос» продвигался через спутниковый телеканал «ПИК», вещавший на русском языке на территории Северного Кавказа (просуществовал всего два года — с 2010-го по 2012-й).

В результате на все предолимпийские годы «черкесский вопрос» стал частью российского и зарубежного информационного пространства. Простой поиск в интернете способен продемонстрировать огромный объём публикаций, конференций, визуальной и видеопродукции, посвящённых этой теме.

Следующим, четвёртым направлением информационной кампании стало распространение тезиса о том, что в России сохраняется «высокая угроза терактов», особенно в южных регионах, расположенных вблизи Северного Кавказа. Описывая место проведения Игр, зарубежные СМИ часто упоминали грузинскую агрессию в Южной Осетии (500 км от Сочи) в 2008 году, а также говорили о существовании террористического бандподполья на Северном Кавказе. Озвучивался тезис, что российские органы правопорядка не смогут обеспечить безопасность иностранным спортсменам и болельщикам. Особенно остро этот вопрос

стал обсуждаться в конце 2013 года, после того, как в Волгограде произошла серия террористических актов (подрывы автобуса, троллейбуса и железнодорожного вокзала, в результате которых погибло более 40 человек). Эти теракты преследовали цель посеять страх в регионе накануне Олимпиады, заставить зрителей отказаться от поездок на Игры, а главное — на деле оспорить возможность России обеспечить безопасность крупнейшего спортивного мероприятия. Статьи и репортажи именно с таким содержанием вышли во всех крупных мировых СМИ⁷⁰. В этом смысле серия терактов в Волгограде стала наиболее циничным и преступным элементом информационной кампании, направленной на дискредитацию усилий России по подготовке и проведению Олимпиады в Сочи.

Пятым направлением этой кампании стала объёмная тема «нарушения в России прав человека». Её первая волна была связана с докладом «Олимпийские антирекорды. Эксплуатация трудовых мигрантов в ходе подготовки к зимним Олимпийским играм 2014 года в Сочи», подготовленным в 2013 году американской правозащитной организацией «Хьюман Райтс Вотч» (Human rights watch). В докладе описываются «факты эксплуатации» трудовых мигрантов на олимпийской стройке, включая «факты невыплаты заработной платы», «незаключение договоров», «удержания документов» рабочих, «избыточную продолжительность рабочего дня», «неудовлетворительные условия питания и

⁷⁰ См., например, оценку ситуации американской информационной компании «ABC» — «2014 Sochi Olympics: Russia in Terrorists' Crosshairs». URL: <http://abcnews.go.com/Blotter/volgograd-bombings-2014-sochi-olympics-russia-terrorists-crosshairs/story?id=21364933>.

проживания». Как в других аналогичных случаях, доклад «Хьюман Райтс Вотч» стал заметным информационным поводом, на него ссылались зарубежные журналисты в публикациях и телевизионных репортажах, посвящённых Играм.

За полгода до Игр главным направлением антиолимпийской информационной кампании стала тема «ущемления в России сообщества ЛГБТ», вокруг которой возникло, наверное, наибольшее количество громких высказываний и критических посланий в адрес России. Формально старт этой информационной линии произошёл после принятия в 2013 году в России закона о запрете пропаганды гомосексуализма среди несовершеннолетних. Основной посыл высказываний зарубежной прессы заключался в том, что в России люди нетрадиционной ориентации подвергаются жесточайшим преследованиям. Взяв на вооружение этот тезис, многие зарубежные правозащитные организации, корпорации, видные политики и актёры призвали к бойкоту сочинской олимпиады и защите прав ЛГБТ. Среди них, например, были Генсек ООН Пан Ги Мун, руководство Google, президент ФРГ Йоахим Гаук, актёр Стивен Фрай, еврокомиссар Вивиан Реддинг, певица Леди Гага, актёр Иэн Маккеллен и другие известные люди⁷¹.

Наконец, последним направлением антиолимпийской кампании стала критика в адрес лично В. Путина. Апофеозом развития этого тезиса стал выход документального фильма «Путинские игры» (совместное производство ФРГ, Израиля и Австрии), который был показан на разных телеканалах ЕС и США и был удостоен немецкой

⁷¹ Подробнее см.: ruxpert.ru/Кампания_против_Олимпиады_в_Сочи.

телевизионной премии «Deutschen Fernsehpreis» (аналог американской «Эмми»)⁷². Основной пафос фильма и в целом этого направления критики был посвящён мысли, что Олимпиада якобы проводится не в интересах российского общества, а для укрепления «авторитарного режима Путина». Наиболее радикальные журналисты, карикатуристы и блогеры прямо сравнили Олимпиаду в Сочи с Олимпиадой в нацистской Германии в 1936 году, а Путина с Гитлером. Российский журналист В. Шендерович уже во время самих соревнований написал сообщение на сайте «Эхо Москвы», в котором сравнил молодую российскую фигуристку Ю. Липницкую, завоевавшую командное «золото» в Сочи, с толкателем ядра на Играх в нацистском Берлине Х. Вельке: «Что-то, однако, мешает нам сегодня радоваться его победе. Не иначе, мы в курсе итоговой цены этого спортивного подвига — цены, в которую вошли и Дахау, и Ковентри, и Хатынь, и Ленинград... Не по вине Ханса, разумеется, но так получилось, что он поспособствовал»⁷³. Шендерович, используя уже хорошо сформированный и неоднократно звучавший к этому времени тезис, не учёл, что Липницкая выступала в своей программе под музыку из фильма «Список Шиндлера», посвящённого трагедии Холокоста. Кроме того, даже костюм Липницкой красного цвета был создан по мотивам одежды, которую носила маленькая девочка, показанная в фильме как символ жизни и надежды в окружении надвигающейся смерти и отчаяния. После возникшего скандала тезис, сравнивающий современную Россию

⁷² http://newsru.co.il/rest/05oct2014/put_604.html.

⁷³ <http://echo.msk.ru/blog/shenderovich/1255508-echo>.

с гитлеровской Германией, по крайней мере на некоторое время перестал использоваться радикальными спикерами и ресурсами.

Цель всей информационной кампании, направленной против усилий России по подготовке и проведению Олимпиады в Сочи, сформулировал в 2013 году известный американский советолог, бывший аналитик ЦРУ и госдепартамента, специалист по сепаратизму П. Гобл, принимавший в ней непосредственное участие:

Стало совершенно очевидным, что сочинская Олимпиада, которую Владимир Путин планировал как символ и высочайшее достижение своего президентства, скорее всего, обернётся его крупнейшим провалом.<...> Мы узнали о рабском положении гастарбайтеров в Сочи. Мы узнали о массивной коррупции — хотя многое ещё даже не построено, эти игры уже стали самыми дорогими в истории — свидетельство того, что большая часть этих денег уходит на офшорные счета российских чиновников. Мы увидели варварский захват снежного леопарда в Сибири — только ради того, чтобы Путин мог позировать перед камерами. Мы увидим гораздо более подробные репортажи о том, что 150 лет назад Сочи стал местом величайшего геноцида XIX столетия, приведшего к гибели сотен тысяч людей и изгнанию черкесов из родной земли в Османскую империю. Как бы пропагандистская машина Владимира Путина ни пыталась, она бессильна противостоять этому.<...> В конце концов, для западной публики, которая почти ничего не знает о Кавказе и никогда не слышала о чер-

кесах, это странное слово «Сочи» получит лицо. Благодаря истории региона, благодаря поведению там московских чиновников и персонально Владимира Путина, это лицо будет уродливым. Это станет чёрной меткой для Владимира Путина, возможно, даже тем самым толчком, который заставит всё больше россиян сомневаться в легитимности его президентства⁷⁴.

Один из долгосрочных информационных проектов, которым руководит П. Гобл, называется «Окно в Евразию 2» (Window on Eurasia 2)⁷⁵. Это информационный ресурс (блог), сотрудники которого занимаются мониторингом СМИ и социальных сетей на русском языке и кратко пересказывают на английский язык те сообщения, которые могут вызвать интерес у западного журналистского и экспертного сообществ. В большинстве случаев «Окно в Евразию 2» выбирает статьи, которые негативно характеризуют внутреннюю и внешнюю политику России или которые можно трактовать таким образом.

Сравнение информационной кампании в Сочи с критикой летней Олимпиады в Пекине в 2008 году

Кампания, развёрнутая вокруг Сочи, не была уникальной. Сравнив её с информационными процессами, которые проходили накануне летней Олимпиады в Пеки-

не (Китай) в 2008 году, можно обнаружить значительное сходство. Многие тезисы, использованные для критики пекинских Игр и руководства КНР, были в точности воспроизведены накануне Олимпиады в Сочи. Повторились и многие информационные «приёмы»: критические публикации, доклады-расследования, открытые письма, публичные заявления известных лиц, политические требования, призывы к бойкоту.

За год до открытия Олимпиады в Пекине международная организация «Репортёры без границ» (головной офис располагается в Париже) объявила о старте широкой информационной кампании, призывающей демократические государства бойкотировать Олимпиаду в Китае в связи с проблемой прав человека в этой стране⁷⁶. Основными тезисами стали обвинение руководства КНР в ущемлении свободы прессы, преследовании оппозиционных активистов, цензурировании СМИ и интернет-ресурсов. Для продвижения этих идей «Репортёры без границ» применили агитационные механизмы. В Париже на одном из мостов над Сеной был вывешен большой флаг, демонстрирующий олимпийскую эмблему в виде сплетённых наручников и подпись «Пекин 2008» («Beijing 2008»). Это изображение было нанесено также на рекламный автомобиль и мотоциклы, которые циркулировали по городу. Туристам и парижанам раздавались открытки с этим же изображением. Всего в городах Франции было размещено 30 тысяч аналогичных постеров. Подобные акции, но меньшего

⁷⁴ <http://www.golos-ameriki.ru/a/paul-goble/1658470.html>.

⁷⁵ <http://windowoneurasia2.blogspot.ru>.

⁷⁶ По материалам: <https://rsf.org/en/news/protests-paris-new-york-beijing-and-montreal-one-year-start-2008-olympics>.

масштаба, были проведены в Нью-Йорке (США). На своём сайте правозащитная организация разместила исходные изображения, которые могли быть свободно использованы для подготовки плакатов и прочей агитационной продукции «антиолимпийского» содержания всеми заинтересованными лицами.

В это же время «Репортёры без границ» провели пресс-конференцию в Пекине (КНР), а также в Монреале (Канада) — совместно с правозащитной организацией «Amnesty International» (штаб-квартира в Лондоне). Кроме того, сотрудники «Репортёров без границ» подготовили серию публикаций о нарушении китайскими властями прав человек, которые были размещены в ведущих изданиях Австрии («Der Standard»), Бельгии («Le Soir»), Бразилии («O Globo»), Канады («National post», «Toronto Star», «Vancouver Sun»), Франции («Libération»), Великобритании («The Independent»), Испании («El Mundo»).

Эта информационная кампания привлекла внимание мировой прессы к теме «нарушения прав человека в Китае», спровоцировала серию публикаций соответствующего содержания и подтолкнула к новым информационным акциям.

Специально к пекинским Играм в Праге (Чехия) была создана организация «Olympic Watch», единственной задачей которой была популяризация темы о нарушении прав человека в Китае. Она присоединилась к кампании «Репортёров без границ» и подготовила открытое письмо Международному олимпийскому комитету и участникам Игр, которое подписал бывший чешский президент Вацлав Гавел вместе с известными чешскими

и зарубежными общественными деятелями. Подписанты заявили: «Мы озабочены тем, что Олимпиада в Пекине может просто стать гигантским спектаклем⁷⁷, отвлекающим внимание международного сообщества от темы нарушения прав человека и гражданских прав в Китае и других странах, которые находятся под существенным влиянием китайского правительства. Таким образом, мы видим торжество Олимпийских идеалов не только в спортивных соревнованиях, но также в возможности выразить свою гражданскую позицию. Мы призываем всех участников летних Олимпийских игр в Китае воспользоваться этой свободой, чтобы поддержать тех, чьи свободы даже во время Олимпиады ущемляются китайским правительством... Необходимо, чтобы все олимпийцы имели возможность узнать о реальной ситуации в Китае и свободно говорить о нарушениях прав человека, когда и где бы то ни было и в соответствии со своей совестью. Мы призываем Международный олимпийский комитет сделать это возможным»⁷⁸.

Эти и другие аналогичные акции особенно усилились после того, как МОК согласился на требования китайских властей ограничить доступ иностранных журналистов к ряду интернет-сайтов во время проведения Игр. Как заявил пресс-секретарь МОК К. Госпер, речь идёт о сайтах, не связанных непосредственно с Олимпийскими играми, и о тех, чья деятельность вызывает у властей КНР подо-

⁷⁷ Ср. с приведёнными выше словами Е. Бычкова: «...мы будем свидетелями дорогого фейерверка...».

⁷⁸ <http://www.olympicwatch.org/news.php?id=124>.

зрения. С критикой китайских ограничений доступа к интернету выступили объединения журналистов Гонконга и Германии, Всемирная газетная ассоциация (18 тысяч газет из 102 стран мира), Международная федерация газет (600 тысяч журналистов из 120 стран)⁷⁹.

Помимо обвинения правительства КНР в ущемлении гражданских свобод иностранная пресса предъявляла ему претензии в насильственном подавлении сепаратистского движения в Тибете и поддержке ряда «авторитарных режимов».

В этот период с призывами бойкотировать Игры выступило «Международное движение за независимость Тибета», основанное в США. Эта организация провела многочисленные акции протеста в американских городах. К этой кампании подключились около 19 других организаций по всему миру, представляющих интересы «тибетцев в изгнании». Например, движение «Студенты за свободный Тибет», находящееся в Нью-Йорке, в ходе акций протеста активно выступало против проведения олимпийской эстафеты на территории Тибета.

Когда призывы правозащитных организаций к бойкоту Игр в Пекине достигли апогея, в палату представителей Конгресса США были внесены сразу две резолюции о бойкоте Олимпиады, одна от республиканцев, вторая — от демократов⁸⁰. Активно эту идею поддерживали кандидаты в президенты США Х. Клинтон и Б. Обама, а также ряд лидеров американского общественного мнения, в том числе

⁷⁹ http://www1.rfi.fr/acturu/articles/103/article_929.asp.

⁸⁰ <http://www.vz.ru/society/2007/8/7/99345.html>.

актёры и режиссёры, например, Стивен Спилберг, Ричард Гир, Миа Фэрроу.

В адрес КНР со страниц крупных мировых СМИ также звучала громкая критика, которая касалась плохой экологической ситуации в регионе проведения соревнований, возможных терактов в ходе спортивных мероприятий, использования «рабского» труда нелегальных рабочих на олимпийской стройке. Последней теме был посвящён специальный доклад «Хьюман Райтс Вотч» с названием «Один год моей крови. Эксплуатация рабочих-мигрантов в Пекине», в котором описывались тяжёлые условия труда и быта строителей, их бесправное положение, факты низкой заработной платы или полной невыплаты денег, отсутствие трудовых договоров, случаи гибели рабочих из-за несоблюдения на стройках требований безопасности.

Приведённые примеры демонстрируют, что многие направления критики пекинской Олимпиады-2008 и зимних Игр в Сочи совпадают: экологическая ситуация, «ущемление» гражданских прав, «преследование» народа, стремящегося к самоопределению (тибетцы, черкесы). В преддверии обоих мероприятий распространялась схожая карикатурная символика, изображающая олимпийские кольца в виде наручников, колючей проволоки, кровавых обручей и других символов «авторитарных режимов». Кроме того, использовались одни и те же форматы продвижения критических идей и тезисов. В некоторых

случаях даже создаваемые специально «под» олимпиады одноразовые правозащитные движения носили похожие названия: «Olympic Watch» в 2008 году и «Sochi Watch» в 2014-м.

Таким образом, изучение масштабных информационных кампаний, направленных на дискредитацию крупных общественных и спортивных мероприятий, позволяет увидеть в действии информационные механизмы и технологии современной политико-информационной борьбы.

Глава 13

Критический анализ концепции Джозефа Ная «мягкая сила»

Со второй половины 2000-х годов в политический лексикон прочно вошло и стало общеупотребимым понятие «мягкой силы» (*англ.* soft power). Автор этого понятия — Джозеф Най, крупный американский политолог, профессор, один из ведущих теоретиков неолиберализма, имеющий опыт работы в силовых ведомствах США. Термин «мягкая сила» впервые был сформулирован им ещё в 1990 году в книге «Призванный возглавлять: меняющаяся сущность американской силы» (*англ.* «Bound to Lead: The Changing Nature of American Power»). Однако широко употребляться термин «мягкая сила» стал после 2004 года, когда вышла новая книга с заголовком «Мягкая сила: пути к успеху в международной политике» (*англ.* «Soft Power: The Means to Success in World Politics»).

В соответствии с теорией, которую обосновывает Дж. Най, все методы воздействия одного государства на другое можно отнести к большим категориям: методам «мягкой силы» и «жёсткой силы». Под «жёсткой силой» (*англ.* «hard power») Най понимает любые силовые методы воздействия, такие как военные операции или экономическая блокада, тогда как «мягкая сила» подразумевает оказание необходимого «мягкого», невидимого воздействия на ключевые сферы страны-оппонента: экономическую, социальную, культурную, ценностную, мировоззренческую. Например, через действие иностранных НКО,

влияние на экспертное сообщество и образование, через экспорт культуры — литературы, музыки, кинематографа, моды, через туризм и музейно-выставочную деятельность. Самый распространённый пример «мягкой силы» — использование и расширение механизмов публичной дипломатии. «Мягкая сила» — это сложный и трудоёмкий механизм, который не может гарантировать скорого результата. Успешное применение «мягкой силы» возможно лишь при приложении значительных усилий со стороны политического руководства⁸¹. Обращает на себя внимание тот факт, что Най не даёт полноценного научного определения «мягкой силе». Он исходит от обратного: включает в механизм «мягкой силы» все методы воздействия, которые не связаны с применением военных и экономических (санкционных) возможностей США. По словам Ная, ресурсы, которые использует «мягкая сила», не находятся под прямым контролем государства. Кроме того, она оказывает влияние не на конкретные действия политического истеблишмента государства-оппонента, а на саму политическую среду государства и на общество в целом. Естественно, что такого рода стратегия рассчитана на долгосрочную перспективу. В качестве главного примера использования «мягкой силы» Най приводит американскую пропаганду времён холодной войны, когда повсеместное распространение в советском обществе моды «на всё западное», от предметов быта и продуктов питания до массовой культуры и морально-нравственных ценностей, предопределило

⁸¹ *Joseph S. Nye, Jr. Chapter four: Wielding Soft Power // Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004. P. 99-127.*

приход к власти людей, видевших свою задачу в демонтаже советского государства как такового.

Исходя из тех положений, которые Най излагает в книге «Мягкая сила: пути к успеху в международной политике», и обобщая их, можно так сформулировать определение этого понятия. «Мягкая сила» — это такой способ ведения внешней политики, при котором решающую роль играет пропаганда, используемая для создания среди населения страны-объекта благоприятного образа страны-субъекта (той страны, которая эту политику проводит). Положительный образ страны-субъекта (её законодательства, искусства, массовой культуры, социальных институтов) в глазах даже части общества или политической элиты страны-объекта позволяет существенным образом повысить эффективность несилового, пропагандистского воздействия на эту страну. Поэтому введение прямых санкций в отношении государства или его юридических и физических лиц (запрет въезда, депортация, отказ в выдаче виз, наложение штрафов, разрыв торговых или дипломатических отношений и т. п.) не может быть в полной мере отнесено к примерам применения «мягкой силы», поскольку подразумевает прямое воздействие. Можно сказать, что «мягкая сила» относится к терминам информационно-психологической войны, которая ведётся за умы и сердца людей.

Однако приводимые Наем примеры наглядно демонстрируют, что практика применения «мягкой силы» далеко не нова, и роль самого Ная как её первооткрывателя не стоит переоценивать.

«Мягкая сила» имеет долгую историю; своё теоретическое обоснование эта концепция получила намного

раньше 1990-х годов. Ещё в 1941 году президент США Ф. Рузвельт обратился к Конгрессу США с ежегодным посланием «О положении в стране», которое в дальнейшем получило известность как речь «О четырёх свободах». В своей речи Рузвельт следует традиционному подходу американской внешней политики, изложенному ещё в XIX веке в «Доктрине Монро», из которого следует, что США должны давать прямой и жёсткий ответ на все возможные внешнеполитические угрозы. Но Рузвельт идёт дальше, он развивает идеи Монро, одновременно расширяя границы допустимого вмешательства США в процессы международной политики по всему миру. Особое внимание он уделяет культурной экспансии и продвижению американских ценностей: «В будущем, которое мы стремимся сделать безопасным, мы надеемся создать мир, основанный на четырёх основополагающих человеческих свободах».⁸² Рузвельт называет эти ценности: свобода слова, свобода вероисповедания, свобода от нужды и свобода от страха. При этом, обозначая каждую из них, Рузвельт объявлял и то, где эти ценности должны быть восприняты «повсюду в мире» (*англ.* «everywhere in the world»). Иными словами, идея о мировом доминировании США, которая должна быть реализована через совокупность силовых и гуманитарных средств («жёсткой» и «мягкой» силы) была сформулирована главой Соединённых Штатов ещё в 1941 году. В своей речи президент США также предупредил конгресс и нацию о серьёзной и непосредственной опасности, исходящей от недемократических агрессивных государств

⁸² Из выступления Ф. Д. Рузвельта перед 77-м Конгрессом США 6 января 1941 года.

Европы (имея в виду Германию и СССР). В дальнейшем подобная риторика стала неизменным спутником всей политики, проводимой США в XX и XXI веке: множество примеров может быть найдено в выступлениях американских официальных лиц, затрагивающих взаимоотношения с СССР, войну во Вьетнаме, гуманитарные бомбардировки Югославии, оказание давления на Иран, наконец, «анти-террористические» интервенции в Ирак, Афганистан, интервенция в Ливию.

Наиболее важные периоды в истории международной политики США, когда «мягкая сила» сыграла решающую роль, перечисляет сам автор термина.

1. Вторая мировая война (на протяжении значительной части войны США сохраняли нейтралитет, т. е. действовали «мягко»).
2. План Маршалла (западноевропейские страны были «мягко», без насилия поставлены в экономическую и политическую зависимость от США).
3. Процесс Европейской интеграции (государства Европы были объединены при опосредованном, «мягком» участии США в этом процессе и так же «мягко» встроены в НАТО — стали местом постоянного размещения американских вооружённых сил).
4. Политическое противостояние с социалистическим блоком (холодная война стала «мягкой» войной, в которой, как уже было сказано выше, особое место занимала пропагандистская деятельность).

Когда Най говорит о политике США в XX–XXI веках, то опускает факты грубого военного вмешательства в дела суверенных государств и превозносит примеры непрямого воздействия на политику других стран посредством «мягкой силы». Так, с его точки зрения, вторжения американских войск в Ирак и Афганистан были ошибочны и стали следствием непонимания республиканской администрацией Дж. Буша-младшего тех перспектив, которые сулило применение ненасильственных методов во внешней политике. С уходом Дж. Буша-младшего и избранием Б. Обамы, кандидата от демократической партии, вскоре ставшего лауреатом Нобелевской премии мира, Най стал говорить о скором наступлении эпохи «мягкого» могущества, когда весь мир будет добровольно согласовывать свою политику с интересами Соединённых Штатов. Для этого, по его мнению, политикам США нужно следовать известному психологическому совету, который знаком любому менеджеру по продажам: «побудить других возжелать того же, чего хочешь сам».⁸³ Обратим внимание на то, какую идею автор книги о «мягкой силе» пытается донести до читателя: США больше не будут использовать грубые силовые методы — они доказали свою полнейшую неэффективность, теперь США станут действовать по-новому, с оглядкой на мнение других стран, не прибегая к угрозе войны, добрым словом наставляя своих партнёров, предлагая им не «кнут», а «пряник». Дж. Най стал активно популяризировать свою концепцию «мягкой силы» с 2004 года. Своими взглядами

⁸³ Най Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения // «Свободная мысль-XXI». 2004. № 10.

он делился на страницах одного из наиболее влиятельных изданий, защищающих интересы демократической партии США, — газеты «The Huffington Post». На сайте этой газеты вели свои блоги Б. Обама и Х. Клинтон, которых сам Най во время их президентских кампаний активно поддерживал. Внешняя политика Обамы должна была стать воплощением в жизнь проекта «мягкой силы» и даже «умной силы» (англ. «smart power»), органично сочетающего «мягкие» и «жёсткие» дипломатические методы. В этом контексте Най называл приоритетные задачи президентства Обамы: инвестировать в общественные блага во всём мире, развивать международные институты, развивать диалог между гражданскими обществами всех стран, обеспечивать открытость мировой экономики, серьёзно подойти к рассмотрению проблемы глобальных климатических изменений и т. д. «Умную» политику Обамы Най нарочито противопоставлял политике Буша-младшего, «чьи призывы к демократии выглядели как имперское навязывание институтов американского общества»⁸⁴.

Однако разница между «классическим» подходом американских политиков и новым, «умным» подходом, который предложил Най, находится скорее в области риторики и терминологии, нежели реальных фактов. Так, Рузвельт в 1941 году говорил о необходимости «экспорта американских ценностей», Буш-младший — об «экспорте американской демократии», а Обама, по словам Ная, встав во главе Соединённых Штатов, должен был заняться «экспортом надежды» («Америка снова начинает заниматься

⁸⁴ Най Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения.

экспортом надежды» — *англ.* «America is back in the business of exporting hope»).⁸⁵ В этой фразе Ная примечательна его оговорка о том, что Америка «снова в деле» (*англ.* back in the business), т. е. новая, «умная» политика США оказывается вовсе не так нова, как он пытался это представить.

Реальное значение тезисов, которые продвигал Най, двояко. С одной стороны, налицо внутривнутриполитическая цель продвижения демократической партии США, попытка извлечь для неё политические дивиденды, критикуя дискредитировавшую себя в глазах большинства избирателей «республиканскую» администрацию Буша-младшего. С другой стороны, можно констатировать стремление оказать воздействие на мировое сообщество новой концепцией, которая, как мы видим, получила широчайшее распространение. Най настойчиво доносит до аудитории мысль о том, что с приходом к власти в США администрации «демократов» внешняя политика страны кардинально поменяется: силовые методы воздействия отойдут на второй план, а самая сильная армия мира уже не будет играть той роли, что раньше: США не станут никого ни запугивать, ни тем более применять насилие, США будут договариваться. После того как эта мысль будет услышана, правительства других стран мира должны сделать встречные шаги, ведь США (пусть пока только на словах), но уже недвусмысленно продемонстрировали своё дружелюбие и добрую волю к разрешению существующих между странами противоречий.

Внешняя политика США в годы президентства Обамы наглядно продемонстрировала сугубую декларатив-

ность намерений США и Демократической партии перейти от применения «жёсткой» силы к использованию «мягкой». Массовые протесты и попытки государственных переворотов, произошедшие во множестве стран арабского мира (Тунис, Египет, Йемен, Ливия, Сирия и др.), России, Украине, Турции, произошедшие после 2010 года, были во многом инспирированы и поддержаны политическим влиянием США. Эти события, несомненно, должны рассматриваться в качестве примеров воздействия «мягкой силы» со стороны США. Однако в каждом из этих случаев США одной лишь «мягкой силой» не ограничивались: в зависимости от ситуации в дело часто шли такие «спутники демократии», как введение или угроза введения санкций, поставки оружия «борцам за свободу», прямая военная интервенция. Фактически политика США во время президентского срока Обамы, вопреки предсказаниям Най, не претерпела существенных изменений со времён Буша-младшего. Последний не менее успешно использовал «умную» силу для проведения череды «цветных революций» на постсоветском пространстве, более того, именно при нём «цветная революция» стала синонимом «мягкой», бескровной революции, тогда как революции, переходящие в затяжные гражданские конфликты, отметились сроком Обамы. Этот факт заставляет нас сделать важный вывод: намерения, декларируемые американским политическим истеблишментом в публичной дипломатии, призваны не столько обозначить его истинные цели и предполагаемые методы их достижения, сколько скрыть их.

Само по себе явление, которое сегодня называется «мягкой», или «умной», силой, существовало во все

⁸⁵ Най Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения.

исторические эпохи, так как всегда существовали механизмы информационно-психологического воздействия на противника или недружественные сообщества людей. Даже сегодня можно подобрать множество синонимов, заменяющих понятие Ная: психологическое воздействие, борьба за умы, пропаганда, информационная операция. Но почему именно в 1990-е понадобилось вводить в политический лексикон новое выражение? Это было необходимо для того, чтобы убрать негативную коннотацию предыдущих понятий, означающих то же самое явление. «Мягкая сила» стала эвфемизмом «пропаганды» и «информационной войны».

Глава 14

«Критический дискурсивный» подход к изучению информационного пространства

Неолиберальный дискурс стал быстро утверждаться в европейских странах начиная с 1960-х годов, с началом культурной революции. Именно на это время приходится изменение представлений о нормах морали, вторая волна феминизма, зарождение того направления, которое сегодня принято называть «современным искусством». К этому же времени относится бурное распространение идей постмодернизма в философии и гуманитарных науках. Тогда же в западном мире начался курс на поощрение индивидуальности и легализацию, а затем защиту разного рода меньшинств — малых народов, негров, субкультур, новых религиозных движений («New Age»), ЛГБТ-сообщества. А значимость таких тем, как права человека и противодействие разного рода дискриминациям, была поднята в политической риторике на небывалый уровень. Некоторые из этих тенденций существовали и в социалистическом лагере стран, например, СССР поддерживал сохранение культур представителей нетитульных народов. Кроме того, одним из ключевых идеологических понятий в Советском Союзе была «дружба народов», чем-то отдалённо напоминающая идею мультикультурализма. Понятия «левый» и «социализм» в западном политическом языке долгое время ассоциировались именно с борьбой за равные гражданские права. Хотя, конечно, неолиберальные идеи проникали в СССР

крошечными порциями и не имели такого же влияния на общество, как в капиталистических странах.

Сформировавшийся в 1960-е годы неолиберальный дискурс постепенно стал нормативным в западном обществе и в этом качестве просуществовал до недавнего времени. Его возникновение обозначило закат очень короткой, но значимой послевоенной эпохи, которую искусствоведы и культурологи нередко называют «золотым периодом европейской культуры в XX веке», временем христианского модерна в культуре. С самого начала неолиберализм был «заряжен» протестным потенциалом и строился на отрицании традиции и борьбе с различного рода дискриминациями. Борьба с проявлениями дискриминации, расизма, несвободы, контроля над личностью стала такой же неотъемлемой частью этой культуры, как и сами неолиберальные ценности. Борьба с ущемлениями прав стала механизмом воспроизводства неолиберальных культурных ценностей: феминизм не мог развиваться без идеи сексизма, а толерантность — без идеи расизма.

Однако с постепенной либерализацией западного общества находить проявления разного вида дискриминаций стало сложнее: колонии получили независимость, негры получили равные права с белыми, женщины — с мужчинами, меньшинства стали защищаться законом, произошла либерализация морали, была максимально поддержана свобода индивидуальности, провозглашён курс на мультикультурализм. Неолиберальная идеология не могла существовать без борьбы и по-прежнему требовала новых фактов, ущемления свобод личности. В связи с этим в конце XX века получило развитие научное направ-

ление, которое называется «критические дискурсивные исследования» (или «критический дискурс-анализ»).

История развития дискурс-анализа также уходит корнями в 1960-е, хотя предпосылки появления этого направления связывают с ещё более ранним периодом — временем возникновения структурной лингвистики и работами Ф. де Соссюра (умер в 1913 году). Большой импульс к широкому изучению различных дискурсивных практик был дан М. Фуко, который предложил гибкую трактовку «дискурса» и стал активно поднимать проблему взаимосвязи дискурса и власти, а также изучал механизмы языка, с помощью которых государство и другие властные структуры управляют обществом.

Подход Фуко к вопросу о дискурсе и его социальных практиках можно описать следующим образом. По его мнению, воспроизводство дискурсов находится под общественным контролем, который осуществляется тремя методами: запретом (табуирование дискурса или его составных частей), разделением и отбрасыванием (отделение дискурса приемлемого от неприемлемого) и использованием оппозиции истинного и ложного (объявление какого-либо дискурса истинным или ложным). Дискурс не свободен, он не возникает естественно и спонтанно — это практика, которая навязывается вещам. Эта его особенность делает дискурс системным, упорядоченным явлением. Дискурсы являются элементами, блоками, которые используются источниками силы (власти) в их интересах, в целях реализации их стратегий. При этом в рамках одной стратегии могут использоваться несколько дискурсов, или один дискурс может быть использован

двумя стратегиями в различных целях. Таким образом, дискурсы являются теми силами, теми прикладными элементами, которые обеспечивают эффекты власти и знания. Но при этом сами власть и знания также являются производными дискурсивных стратегий и тактик: любая политическая власть представляет собой эффект, порождённый столкновением дискурсивных стратегий. «Дискурс — <...> это то, ради чего сражаются, то, чем сражаются, власть, которой стремятся завладеть»⁸⁶. Проще говоря, взаимодействие дискурса и власти можно описать как процесс непрерывного порождения одного другим, в котором каждое составляющее выступает одновременно и в роли порождающего, и в роли порождаемого.

Надо сказать, что разоблачительный подход (борьба с доминированием над человеком разного рода власти через механизмы дискурса, например, власти государства, школы, тюрьмы, больницы, научных теорий), заложенный Фуко в исследование проблемы дискурса, сохранился и был перенесён на исследования последующих авторов.

В 1979 году вышла книга «Язык и контроль» авторов Р. Фаулера, Р. Ходжа, Г. Кресса и Т. Трю, представляющих так называемую «критическую лингвистику». Это направление также называют «социальной семиотикой» — наукой, которая изучает влияние социальных факторов на процесс говорения, образования языковых знаков и их интерпретации как отдельными людьми, так и обществом и властными структурами.

⁸⁶ Фуко М. Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1996. С. 52.

Позже, в 1988 году Р. Ходж и Г. Кресс выпустили книгу под названием «Социальная семиотика», где наиболее полно рассмотрели основные положения этого исследовательского направления в лингвистике, которое изучает использование языка как важнейшей социальной практики. Авторы попытались доказать, что для объяснения влияния языка или отдельных слов на общество необходимо изучать и объяснять процесс формирования интерпретаций языковых сообщений. Содержание (означаемое) и форма (означающее) высказываний, по их мнению, соотносятся не произвольно, а всегда мотивированы речевой ситуацией. Выбор содержанием формы зависит от личности говорящего, а также от норм, исторических и социокультурных обстоятельств. Ходж и Кресс заявили, что изучение процесса интерпретации знака («семиозиса») способно опрокинуть «гегемонистские дискурсы», то есть изменить общественные нормы. Авторы в качестве примера привели акции сторонников феминистского движения, которые повреждали рекламные щиты с признаками «сексизма» и наносили на них новые сообщения феминистского характера⁸⁷. Фактически главным стимулом «критических лингвистов» является борьба с сильными идеологиями и метанарративами, что полностью вписывается в логику постмодернистской философии второй половины XX — начала XXI века.

В 1990 году начал издаваться журнал «Discourse and Society» («Дискурс и общество»), объединивший исследователей социолингвистики из разных стран. Глав-

⁸⁷ Hodge R., Kress G. Social Semiotics. Cambridge: Polity, 1988.

ным редактором журнала стал голландский социолингвист Т. ван Дейк. Через несколько лет, в 1994 году под его началом была создана международная организация «CRITICS: Centers for research into texts, information and communication in society» («Центры изучения текстов, информации и коммуникации в обществе»). В уставе объединения были подчеркнуты следующие задачи.

1. Способствовать «критическим» исследованиям, под которыми понимается научно обоснованная критика и противодействие социальному, политическому и культурному доминированию и неравенству, например, путём разработки наиболее адекватных и эффективных теорий и методов академического исследования и их применения для формулирования «гуманных» альтернатив.

2. Стимулировать и поддерживать более точно критические исследования и учебные курсы в областях лингвистики, дискурс-анализа, исследований в области коммуникации и смежных дисциплин.

3. Объединять учёных и аспирантов в этих научных областях, например, путём продвижения международных сетей, конференций или симпозиумов.

4. Предоставлять консультации и поддержку учёным в этих областях, которые сталкиваются с проблемами из-за своих критических исследований и др.

Изучив деятельность этого научного объединения и труды его инициатора Т. ван Дейка, отечественный исследователь М. В. Гаврилова пришла к выводу, что «критический дискурс-анализ — это тип аналитических исследований дискурса, который изучает способы, с помощью которых социальная власть осуществляет своё господство в обществе.

Критический дискурс-анализ призван объяснить, как посредством текста и речи социальное неравенство предписывается, воспроизводится и как оказывается сопротивление неравенству в социальном и политическом контексте. Учёные, которые проводят такие исследования, занимают активную общественную позицию и хотят понять, разоблачить и, в конце концов, противостоять социальному неравенству в обществе. В то же время такие исследователи, учитывая жизненный опыт угнетённых групп, прислушиваются к их мнению и изучают наиболее эффективные способы сопротивления дискурсивному неравенству»⁸⁸.

В своей книге «Дискурс и власть» Т. ван Дейк отмечает, что «критические» исследования общественного дискурса воодушевляют его осознанием того, что «многие формы социального неравенства, основанного, например, на гендерных, классовых и расовых различиях, конструируются, закрепляются и легитимируются с помощью устных и письменных текстов и в особенности с помощью различных видов публичного дискурса, контролируемого символическими элитами — политиками, журналистами, учёными, писателями и чиновниками». Также он добавляет, что фокусирует внимание «не столько на общих вопросах власти в обществе, сколько на проблеме злоупотребления властью и доминирования и, в частности, на незаконном применении групповой и элитарной власти, что приводит к социальному неравенству и несправедливости». А к основной цели критического дискурс-анализа он относит

⁸⁸ Гаврилова М. В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2002.

«изучение способов воспроизводства злоупотребления властью с помощью дискурса».

Ван Дейк сосредотачивает свои исследования преимущественно на одной области — выявлении и разоблачении распространения скрытых идей «белого расизма» в современном информационном пространстве. Расизм он определяет как «одну из наиболее серьёзных форм социального доминирования и неравенства в “западных” обществах», одну «из немногих социальных проблем европейских и европеизированных обществ, которая постоянно игнорируется, замалчивается и отрицается»:

В наших социальных науках существует сегодня огромный интерес к иммигрантам и меньшинствам — часто с акцентом на проблемах, которые Они имеют или создают, но при этом сравнительно небольшой интерес и анализ проблем, которые Мы создаём своим расизмом. <...> В нашей работе мы рассмотрим новости в прессе, парламентские дебаты, учебники, а также инспирированные элитарными дискурсами повседневные разговоры, для того чтобы определить, как расизм дискурсивно истолковывается, подтверждается и пропагандируется в западных обществах. <...> Мы обнаружили, что пока «белые» элиты контролируют публичный дискурс и его производство, этнические меньшинства и иммигранты не имеют к нему доступа, а значит, их взгляды и мнения редко достигают прессы и публичного мнения⁸⁹.

⁸⁹ Дейк ван Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013. 344 с.

Используя подходы критических дискурсивных исследований (КДИ), ван Дейк обнаружил, что «белые» элиты в западных странах почти полностью контролируют производство публичного дискурса, медиасреды, отсекая от доступа к его управлению этнические меньшинства и иммигрантов, взгляды которых намного хуже представлены в прессе.

В качестве способов проведения КДИ, то есть выявления признаков «расизма» и «злоупотреблений», он выделяет следующие: грамматический (фонологический, синтаксический, лексический и семантический) анализ; прагматический анализ речевых и коммуникативных актов; риторический анализ; стилистический анализ; анализ специфики (например, жанровой) структур (историй, новостей, парламентских дебатов, лекций, рекламных текстов и т. д.); конверсационный анализ разговора (детальный анализ содержания, структуры и эмоционального фона беседы с глубоким погружением в её контекст); семиотический анализ звукового, визуального материала. Кроме того, ван Дейк говорит, что в КДИ могут использоваться и многие другие способы, добавляя, что они все вторичны по отношению к главной цели КДИ — вскрыть факты злоупотреблений СМИ своей властью. Под властью он понимает главным образом контроль над дискурсом и его контекстом, что включает контроль над сознанием и поведением людей. Этот контроль может осуществляться как властью административной, так и символической (то есть с помощью авторитетов общественного мнения, норм и традиций). Именно символическая власть, по мнению ван Дейка, даёт эффективный контроль публичного информа-

ционного пространства. К «властным группам», имеющим доступ к публичному дискурсу, он причисляет политиков, журналистов, владельцев СМИ, учителей, адвокатов, публичных чиновников, которые управляют социальными представлениями своей аудитории. По сути, КДИ предлагает свой, социолингвистический подход к теме медиаманипулирования: он заряжен такой же разоблачительной интенцией, как и другие подходы к разоблачению манипуляций. Об этом говорит и сам учёный: «Доминирование включает в себя различные виды злоупотребления коммуникативной властью, что является предметом особого интереса для критических дискурс-аналитиков; эти виды включают в себя, например, манипуляцию, внушение, дезинформацию».

Ван Дейк анализирует несколько «расистских сообщений», связанных с темой эмиграции и поведения приезжих. Например, он изучал статьи в западной прессе, описывавшие бунты чернокожей молодёжи, которые прокатились по Великобритании в середине 1980-х годов. В ходе работы он обнаружил, что большинство сообщений были «расистскими», поскольку описывали беспорядки, исходя из существующих стереотипов о национальности зачинщиков. Итогом этой работы стало формулирование принципов, по которым можно отнести сообщение к «расистским» в этом конкретном случае:

1) если представлены негативные действия только чернокожих молодых людей, а не другой молодёжи или же полиции;

2) если негативные действия чернокожих молодых людей акцентированы (с помощью гипербол, метафор), а

действия полиции деакцентированы (например, с помощью эвфемизмов);

3) если действия выражены в специфических «этнических» и «расовых» терминах, а не в таких, как, например, «молодёжь», «малоимущие», «мужчины» и прочих более релевантных терминах;

4) если бунты, мародёрство и насилие представлены как самостоятельные события вне социальных причин, например, как следствие частых преследований со стороны полиции или в более широком контексте бедности и дискриминации;

5) если газета систематически публикует расистские материалы, а значит, вероятно, следует политике негативных сообщений о меньшинствах;

6) если используются только или преимущественно «белые» источники информации, которые обвиняют чернокожую молодёжь и оправдывают действия полиции.

Концепция критического дискурсивного исследования и дискурс-анализа — это апофеоз неолиберального дискурса. Такая оценка объясняется следующим. Чем более политкорректной становится пресса, тем более скрытыми становятся проявления других мировоззренческих подходов, которые «заколачиваются» глубоко в контекст общественного дискурса. То же самое происходит при светской беседе, в высшей степени приличной, когда многие неуместные или неоднозначные идеи можно обозначать лишь намёками или аккуратно обходить их, заполняя беседу словами в переносном значении, недоговорками, показательным дистанцированием от таких тем. Метод (а точнее подход) дискурс-анализа как раз и был создан

как тонкий инструмент для вскрытия и тщательного разложения на составные части публичных сообщений в толерантном, цивилизованном обществе. Дискурс-анализ превращает внешне благовидный, светский текст в набор голых, не прикрытых эвфемизмами идеологических штампов и мировоззренческих интенций автора. Подсчёт этих штампов с позиций дискурс-анализа позволяет показать, сколько содержится «толерантности» и «расизма» в голове автора или руководителя издания, а также поставить им оценку, вынести положительный или отрицательный вердикт. В этом смысле «критические» социолингвистические исследования выполняют функцию контроля за степенью чистоты общественного дискурса и функцию своего рода последующей цензуры в постиндустриальном обществе. Поэтому можно сказать, что появление «критической» социолингвистики — это показатель доминирования в обществе неолиберальных идей, угрозы которым стали настолько тонкими и трудноразличимыми, что для их обнаружения необходимо глубинное изучение публичных текстов, чем и пытается заниматься критический анализ общественного дискурса.

Усиление экономического кризиса, рост вооружённых конфликтов, увеличение количества нерешаемых культурных и социальных проблем, связанных с неконтролируемой миграцией и кризисом традиционных ценностей, ведут к быстрому изменению мирового «общественного дискурса» и в целом мироощущения современных людей. Это, в свою очередь, не может не привести к переоценке вчерашних неолиберальных идеалов. В начале XXI века идёт движение к кардинальной смене языка культу-

ры, на котором будет говорить общество в будущем. Язык постмодернизма и неолиберализма остаётся в прошлом. Об этом свидетельствует, например, быстрый рост популярности правых партий в Европе, выход Великобритании из ЕС, победа на выборах в США Д. Трампа как политика с имиджем защитника традиционного большинства. Кроме того, пересмотр ценностной парадигмы неминуем, поскольку в неё не вписываются всё большее количество стран, разделённых уже не по блоковому принципу, а по степени лояльности неолиберальной идеологии.

Парадоксальным образом те методы, которые ван Дейк и другие «критические» исследователи дискурса разработали для борьбы со «злоупотреблением власти», «белым расизмом» и защиты разнообразных меньшинств, сегодня становятся востребованными для противоположных целей: для изучения «расизма» меньшинств над большинством, защиты базовой культуры и традиционных ценностей.

Глава 15

Идеологический фактор в современных информационных процессах⁹⁰

Для того чтобы понимать логику современных информационных процессов, важно учитывать, в каких условиях они протекают. Одним из важнейших таких условий со времён эпохи Просвещения является идеология. Идеологии влияют на участников информационных процессов, на «правила игры», а также на процесс и контекст коммуникаций, что можно также назвать дискурсом. При этом главенствующей в современной мире идеологией, метаидеологией является либерализм.

⁹⁰ Глава подготовлена с опорой на источники: Кроче Б. Либеральная концепция как концепция жизни // О свободе: антология мировой либеральной мысли (I половина XX века). М., 2000. С. 324; Магид М. Постимпериализм // Lib.ru : Журнал «Самиздат». URL: http://samlib.ru/m/magid_m_n/imperia.shtml (дата обращения: 03.12.2016); Примаков Е. М. Пределы либерализма для России // Вестн. моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2012. № 6; Примаков Е. М. Вызовы и альтернативы многополярного мира: роль России. М.: Издательство Московского университета, 2014. 320 с.; Тетради по консерватизму: Альманах Фонда ИСЭПИ: № 2 (1). М.: Некоммерческий фонд — Институт социально-экономических и политических исследований (Фонд ИСЭПИ), 2014. 142 с.; Хардт М., Негри А. 20 Империя / пер. с англ., под ред. Г. В. Каменской, М. С. Фетисова. М.: Праксис, 2004. С 123; Щипков А. В. Либерализм и социал-консерватизм в современном идеологическом дискурсе: диссертация ... доктора политических наук: 23.00.03. Москва, 2016. 418 с.

Либерализм и неолиберализм

Один из авторитетнейших российских учёных-международников и политиков Е. М. Примаков неоднократно высказывался на тему современной либеральной идеологии. По словам академика, в 1990-е годы к власти в России пришёл слой людей, которые называли себя «либералами», однако не являлись таковыми по сути: реформаторы были в лучшем случае «неолибералами», а зачастую — «псевдолибералами». По его словам, их рыночные реформы не соответствовали положениям классического либерализма:

Многие из тех, кто во время горбачёвской перестройки пропагандировал «социализм с человеческим лицом», иными словами, возможность демократизировать социализм, теперь во главу угла поставили ликвидацию всего того, что было при СССР. Отвергалось буквально всё — не только то, что подлежало отторжению, но и целый ряд механизмов для научно-технических и экономических достижений, позволивших мобилизовать ресурсы для решения многих задач модернизации. В начале 1990-х годов псевдолибералы сделали всё от них зависящее для создания появившейся «ниоткуда» группы крупных предпринимателей, претендовавших на власть в России. Они вели дело к обогащению «олигархов», получивших в результате антинародной приватизации природные богатства страны, её экономический потенциал. По мнению псевдолибералов, это было необходимо для внедрения рыночного хозяйства в России⁹¹.

⁹¹ Примаков Е. М. Пределы либерализма для России // Вестн. моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2012. № 6.

Несмотря на то, что Примаков как-то сказал, что «неолибералы отличаются от псевдолибералов», он неоднократно использовал эти термины как заменяющие друг друга синонимы, особенно по отношению к ситуации в России. В лекции «Пределы либерализма для России», прочитанной студентам-политологам в МГУ, он прямо озвучил мысль, что «неолибералы в современной России за редким исключением не только не выступают с критикой псевдолибералов 1990-х, но, напротив, превозносят их»⁹². Примаков обосновывал своё право называть реформаторов 1990-х годов уничижительно «псевдолибералами», ссылаясь главным образом на два исторических события, которые обозначили провал их политики: расстрел парламента в 1993 году и дефолт 1998 года, переросший в экономический кризис и чуть не обрушивший государственную систему России.

После 1998 года, по словам Примакова, в России был взят курс на «левоцентристский либерализм», то есть на частичное усиление роли государства в экономике. При нём была сохранена либеральная рыночная модель: отвергнута тотальная национализация, сохранена цель сделать рубль конвертируемым, заблокировано предложение вернуться к государственной монополии внешней торговли. Но к такому чистому либеральному подходу были добавлены интересы самого государства: прекращена неконтролируемая приватизация, расширены полномочия государства как регулятора экономики, усилена борьба с экономическими преступлениями. Эта

⁹² Примаков Е. М. Пределы либерализма для России.

принятая модель сохранилась в России до сегодняшнего дня без существенных структурных изменений и может быть названа моделью государственно-частного партнёрства⁹³.

Либерализм и неолиберализм являются двумя состояниями одной экономической модели (рыночной). Они обозначают главным образом разную степень вмешательства государства в экономические отношения. «Классический» экономический либерализм в XX веке связан с именем английского автора Дж. Кейнса, который обосновал идею о том, что государство является таким же регулятором капиталистической экономики, как рынок, законодательство и рыночные институты. Однако в 1970-е годы по миру прокатился масштабный экономический кризис, связанный с нефтяной и валютно-финансовой сферами, а также инфляцией. Этот кризис привёл к снижению темпов роста производства, кейнсианские идеи были подвергнуты критике, а на первый план вышли неолиберальная, монетаристская и более радикальная неоконсервативная концепции. Эти новые подходы были объединены общей целью: создать такую экономическую модель, которая могла бы обеспечить неограниченную свободную конкуренцию, а роль государства свести к созданию необходимых для этого условий. Как отмечал Примаков, «жизнь потребовала изменения идей Кейнса, но главное направление кейнсианства — необходимость вмешательства государства в экономику — оставалось непреложным для всей че-

⁹³ Примаков Е. М. Пределы либерализма для России.

реды экономических теорий. Жизнь снова и снова возвращала к роли государства в рыночной экономике». К этому он добавлял, что «мировой экономический кризис 2008-2009 годов заставил многих на Западе вернуться к кейнсианским идеям государственного вмешательства в экономику», «тенденция отхода от чистого неолиберализма чётко проявилась и в США»⁹⁴.

Примаков стоит на позиции, что в России все последние годы шла конкуренция не между либералами и консерваторами, а между либералами и неолибералами. Последние, по его словам, принимают в качестве универсальных западные неолиберальные экономические теории и игнорируют существующую полемику вокруг них, а также состояние рыночных отношений в России и на Западе. Более того, по его убеждению, неолибералы, как и их предшественники в новой России — «псевдолибералы», зачастую отрицают, что принципы гражданской свободы и демократии совместимы с определёнными самоограничениями в пользу общественных интересов, выступают за существенное снижение роли государства в экономике. Одна из задач российских неолибералов — провести в стране новую масштабную приватизацию государственной собственности, включая важнейшие стратегические предприятия. Другую ставку они делают на распространение частнособственнической инициативы вширь, внедрение бизнес-модели в систему функционирования здравоохранения, образования и науки — с тем, чтобы они сами себя обеспечивали. Например, под влия-

⁹⁴ *Примаков Е. М. Пределы либерализма для России*

нием неолиберальных идей в российском законодательстве, касающемся образования, укрепилось коммерческое словосочетание «оказание образовательных услуг». Для сравнения, в законе об образовании в СССР термин «услуги» отсутствует.

Либерализм — современная метаидеология

Сравнение частных либеральных экономических моделей не позволяет, однако, понять, почему либеральные идеи стали исходными и нормативными для современной международной экономической и финансовой системы, а также легли в основу формирования универсальных демократических прав и свобод.

Классический либерализм, идеи которого зародились ещё в XVII веке, — это мировоззрение и учение, которое продвигает идеи естественных прав, гражданских прав, равенства всех перед законом и идею рыночной экономики. На становление современных идей либерализма оказали влияние многие просветители и экономисты того времени, среди наиболее известных — Дж. Локк, Т. Мальтус, Д. Рикардо, А. Смит, Ж.-Ж. Руссо, Вольтер. Однако по своему историческому влиянию либерализм выходит за рамки конкретной политической идеологии и набора экономических взглядов. В начале XX века итальянский философ Б. Кроче писал, что либерализм представляет собой нечто гораздо большее, чем политическая концепция: «Либеральная концепция является метаполитической, она выходит за рамки формальной теории политики и в определённом смысле также формальной теории этики и совпадает с все-

общей концепцией мира и реальности»⁹⁵. Современный либерализм получил ещё больше черт метаидеологии, метаполитики и метаэтики. На экономику либерализм смотрит через капитализм и рынок, на закон — через естественное право и рационализм, на природу человека — через гуманизм и трансгуманизм, на развитие общества — через идею прогресса, на мировое развитие — через глобализм, на этику — через утилитаризм. Чтобы понять либерализм сегодня, недостаточно изучить политические концепции и партийные программы либеральных партий. Либерализм порождает особый тип идентичности («современный человек»), является главенствующим направлением в общественных и гуманитарных науках в целом; он стал стилем эпохи, духом времени (гуманизм), набором ценностей (права человека, толерантность, политкорректность, мультикультурализм) и культурным языком современности.

Критические исследователи современного либерализма иногда называют это явление «либеральным порядком», подразумевая, что он распространён не на часть мира, а на мир в целом и является основой современного капиталистического (либерального) миропорядка.

Либерализм стал социокультурной нормой современного общества. Эта идеология легла в культурные основания западного мира в эпоху Нового времени и определяет его культурные, экономические и глобализационные процессы вплоть до сегодняшнего дня. Либерализм определяет не только взгляды правящих («западных») мировых элит,

⁹⁵ Кроче Б. Либеральная концепция как концепция жизни // О свободе: антология мировой либеральной мысли (1-я половина XX века). М., 2000. С. 324.

но и сознание масс в странах «центра» и «мировой периферии». Эти нормы глубокого укоренены в культуре, поэтому могут воспроизводиться неосознанно, становиться привычками и рефлексам, бытовым и политическим языком. Порой носитель либеральных ценностей может искренне считать себя убеждённым, идейным антилибералом.

Рассматривая либерализм как единственную современную метаидеологию, можно выделить в ней ряд элементов и характерных черт, которые сформировались за последние пять столетий.

Колониализм — важная историческая составляющая идей либерализма

Основа либеральной (капиталистической) системы экономики исторически зиждется на колониализме. Идейный базис колониализма был сформулирован во время Великих географических открытий и устоялся в последовавшую эпоху Просвещения. Центральным понятием, обосновавшим колониальную экспансию, является «terra nullius» — «незанятая земля». Понятие «terra nullius» было перенесено в концепцию международного права из римского права для обозначения статуса территории, которая не находится «под суверенитетом» какого-либо государства. В рамках концепции «terra nullius» были оформлены, например, права Британии на Австралийский континент, а все жители Австралии были объявлены подданными Британской короны. Из понятия «незанятая земля» вытекала и так называемая «доктрина открытия», введённая в юридическую практику Верховным судом США в XIX веке.

«Доктрина открытия» де-юре передавала права на землю от аборигенов колониальным и постколониальным правительствам. Моральным же оправданием колониализма так или иначе на всём протяжении Нового времени служил тезис о «бремени белого человека».

Французский философ В. де Мирабо (XVIII век), которому принадлежит введение в научный оборот термина «цивилизация», часто использовал в своих трудах смысловую триаду «архаика — варварство — цивилизация». Именно эта градация стала характерной для мировоззрения всего Нового времени и легла в основу идейного каркаса колониализма: достаточно распределить разные народы и общества по историческим стадиям, подчинив их жизненный мир единым законам общественного развития. В результате этого происходит разделение на народы цивилизованные и нецивилизованные, то есть колониальные, у которых меньше прав на суверенитет перед лицом завоевателей с Запада. Концепция цивилизации в тот период оправдывала построение глобальной экономики, основывающейся на перемещении ресурсов из неразвитой «периферии» в более развитый «центр». Так родилась либеральная теория социальной модернизации, просуществовавшая до настоящего времени. Социальная модернизация означает совокупность экономических, демографических, психологических и политических изменений, претерпеваемых обществом традиционного типа в процессе его трансформации в общество современного типа. Эта концепция фактически делит общества на «современные», то есть развитые, и «традиционные», то есть несовременные и отсталые.

Либерализм, таким образом, распространил взгляд на историю как на последовательную и стадийную смену универсальных для всех народов социально-экономических формаций. Либеральный исторический подход основывается на идее о наличии универсальной «столбовой дороги цивилизации» — прогресса, по пути которого идут все без исключения государства. Соответственно, страны делятся на развитые и догоняющие. Прогресс оправдывает капитализм (либерализм в экономике), который стремится к развитию ради большего развития, к накоплению ради большего накопления.

В XX веке европейская история столкнулась с явлением, которое Х. Арндт назвала «колониальным бумерангом» (1951 год): привычные для европейского сознания колониальные практики управления были перенесены Гитлером в саму Европу, особенно на восточную её часть. Фашистские методы сегрегации европейского населения, появление лагерей смерти в центре мировой «цивилизации» произвели на Европу шоковый эффект. Европейское сознание пережило глубокий экзистенциальный кризис, когда вдруг обнаружило себя на месте «другого», «нецивилизации», колонии. В этом смысле феномен и политические методы германского фашизма, в сущности, были для европейской истории шокирующими, но далеко не новыми.

Отдельно следует отметить, что зауживание термина «фашизм» до значения государственного устройства в Италии при Муссолини, равно как и чрезмерное размывание данного понятия (превращение его в общераспространённое ругательство) представляются опасными тенденциями, поскольку ведут к частичному обелению этого тер-

мина или приуменьшению его негативного и конкретно-исторического звучания. По словам Б. Кагарлицкого, это также приводит к тому, что некоторые люди сегодня снова с гордостью называют себя фашистами, что было немыслимо долгие годы после Второй мировой войны. Кагарлицкий отмечает, что политика и государственные устройства Италии и Германии накануне войны по своему внутреннему содержанию (корпоративное государство, защищающее свои интересы политикой нацизма) были в одинаковой степени фашистскими. Именно поэтому в 1945 году произошла победа не над отдельными государствами, а над грозной возвышающейся идеологией — фашизмом.

Культурным и мировоззренческим истокам европейского фашизма в европейском классическом, колониальном либерализме посвящён ряд современных исследований (среди авторов — М. Хардт, А. Негри, М. Магид, М. Саркисянц, С. Амин и др.).

Фашизм и либеральный колониализм

Классическую либеральную теорию и её побочный вариант, который можно назвать фашизмом или более мягко — «идейным колониализмом», «корпоративным капитализмом», объединяют две идеи. Первая — закон тотальной конкуренции, или принцип естественного отбора, перенесённый из животного мира в человеческое общество. В эпоху социализма эту доктрину принято было называть «социал-дарвинистской».

Второй общий признак, объединяющий классический колониальный либерализм с фашизмом гитлеровско-

го образца, — это модель расколотого, разделённого мира. Один из современных левых авторов М. Магид пишет: «Колониальная идентичность действовала посредством логики исключения... Белое, цивилизованное, организованное, продуктивное, разумное здесь противопоставлялось цветному, природному, хаотичному, неэффективному, чувственному, дикому». Колонизированные исключены из европейского пространства не только территориально, не только на уровне прав и свобод, но и на основе мышления, ценностей, жизненных целей. Они представлены в мышлении колонизатора в образе “других”, отброшены за границы цивилизации. Конструирование идентичности строится по принципу “мы — они” и основано на существовании жёсткой границы⁹⁶.

С трансформацией либеральных идей в неолиберализм в XX веке произошло переосмысление классического колониализма и наступила эпоха нео- и постколониализма, при которых формы контроля над новыми колониями сместились в сторону культурной гегемонии и финансовой зависимости.

Как отмечает М. Магид, исторический путь развития Европы создал ситуацию, при которой европейская идентичность, чтобы воспроизводиться, нуждается в «насилии и противостоянии с другими»⁹⁷. Это означает, что одним из важнейших драйверов развития Запада по либеральной

⁹⁶ Хардт М., Негри А. Империя / пер. с англ., под ред. Г. В. Каменской, М. С. Фетисова. М.: Праксис, 2004. С 123.

⁹⁷ Магид М. Постимпериализм // Lib.ru: Журнал «Самиздат». URL: http://samlib.ru/m/magid_m_n/imperia.shtml (дата обращения: 12.05.2016).

модели являются экспансия и новые формы колониализма. Колониализм — не только и не столько механическая основа либеральной мир-экономики (если пользоваться терминологией И. Валлерстайна), но и основа идентичности западного мира в последние пять веков.

Запад не может допустить превращения Востока в часть Запада, но и не может предоставить ему возможность оставаться не затронутым «вестернизацией». И то и другое означало бы крах или по крайней мере переосмысление ключевых основ западной цивилизации. Это и хотел сказать Р. Киплинг, когда писал: «Восток есть Восток, Запад есть Запад, и вместе им никогда не сойтись»⁹⁸. И хотя часто можно услышать, что Киплинг попытался, наоборот, примирить и соединить Восток и Запад в лице главных героев своей «Баллады о Востоке и Западе», сюжет этого произведения свидетельствует об ином. Кульминация баллады — выяснение отношений двух противоборствующих сторон — молодого белого англичанина-военного и опытного, взрослого аборигена-конокрада (действие, очевидно, происходит где-то в Индии). «Двое сильных людей» в итоге проникаются уважением друг к другу и в знак дружбы производят символический обмен. Белый человек дарит аборигену пистолет; абориген в свою очередь возвращает украденную у англичан лошадь, из-за которой возник сюжетный конфликт, и вдобавок отдаёт для службы белому человеку своего родного сына, напутствуя его, чтобы тот ценой жизни защищал своего нового хозяина и верно служил английской короне. Этот неравноценный обмен и

⁹⁸ В оригинале: «Oh, East is East, and West is West, and never the twain shall meet...».

символизирует глубочайшую пропасть между «цивилизацией» и «нецивилизацией». Кроме того, сюжет знаменитого произведения однозначно отстаивает идею о том, что колониальные народы понимают только язык силы.

Изучению признаков колониального мышления в культуре и языке современного западного («глобального») мира посвящены исследования так называемого колониального дискурса.

Естественное право и утилитарная этика — ценностная основа либерализма

По определению БСЭ понятие «естественное право» (*лат. jus naturale*) обозначает свод принципов, правил, прав, ценностей, продиктованных естественной природой человека и тем самым независимых от конкретных социальных условий и государства.

Представление о естественном праве возникает ещё в Античности (у софистов свобода сообразна природе), а в Средние века получает теологическое осмысление. Фома Аквинский говорит о «естественном законе», зависящем от вечного «Божественного закона». В Новое время, с началом секулярных процессов это понятие приобретает новое значение: естественное право теряет прежнее религиозно-метафизическое основание («Божественный закон»), но не получает нового и как бы «повисает в воздухе». Постепенно естественное право превращается, по сути, в квазирелигиозное ядро новой секулярной идеологии, ища трансцендентальные основания в себе самом. Среди авторов концепции естественного права — Дж.

Локк, Т. Гоббс, В. Лейбниц, И. Кант, которые отстаивают идею о том, что права на свободу мысли, совести, неприкосновенность собственности — это «естественные», то есть врождённые человеческие права. Именно «врождённость» (нерукотворность, «натуральность», априорность) приписывается понятию естественного права в качестве его основополагающего признака. «*Jus naturale*» приобретает таким образом «объективный» и внеисторический характер, независимый от социокультурных обстоятельств и от государства. Понятие «естественное право» приобретает абсолютный, метафизический статус — вначале в дискурсе философии, а затем и в дискурсе политики.

Так в области философии права складывались основания либерализма как политической идеологии. Внутренняя логика этого процесса заключается в том, что само понятие права онтологизируется. Право начинает восприниматься не как статья закона, моральная допустимость, начальственная санкция или религиозная заповедь, но как предельно общее понятие. Роль юридической нормы вырастает до роли философской категории, определяющей картину мира нашей эпохи «современности», в которой различные человеческие права ценны сами по себе, без привязки к каким-либо причинам и целям. Со временем новый секулярный юрицизм (вера в универсальность естественных прав) стал основой либеральной метаидеологии и регулятором политической жизни. С появлением универсального юрицизма право стало не только регулировать, но и объяснять мир.

Происхождение либеральной идеологии сопровождалось последовательным разделением права и морали,

которые представляли собой единое целое в традиционных обществах. Если естественное право объявлялось универсальным и неизменным явлением, присущим человеку по его рождению, то развитие либеральной этики происходило в противоположном направлении. Этические нормы стали приобретать утилитарное значение и становиться всё более относительными.

С наступлением Нового времени произошло отделение этики от большинства главных общественных институтов и превращение её в сугубо частное дело. Н. Макиавелли разделил мораль и политику. Д. Юм отделил мораль от философии, провозгласив принцип автономности этики — невыводимость морально-этических категорий из какого бы то ни было вида опыта. И. Бентам и Дж. Остин уделили немало внимания отделению морали от права. Это переосмысление морали и лишение её религиозных оснований определило развитие западной культуры по пути секуляризма: отделения церкви от государства, а затем переноса на этическую область утилитарного подхода.

Концепция естественного права структурировала всё идейное пространство философии Просвещения. В рамках этого процесса строилась либеральная идеология, ставшая проекцией этой философии в политическую сферу. Рождение либерализма означало появление новой морали (утилитарной, не связанной с традиционным правом) и «нового человека». Главное, что изменилось: граница между просто философией и правовыми общественными установлениями стала достаточно условной. Концепция естественного права вышла далеко за пределы «юридического» и превратилась в философию, а затем де-факто

получила статус идеологии. Это определяет модель западного общества, сообщая ей такие черты, как секулярный юридизм, рационализм, институционализм.

Идеология — подсистема либерализма

Именно в этот период — Новое время и начало формирования принципов либерализма — убеждения и верования превращаются в **идеологию** в том смысле, в каком мы её понимаем и сегодня — как подсистемы политического. Сам термин «идеология» появляется в XVIII веке в трудах А. Дестюта, опиравшегося на работы Дж. Локка, Э. де Кондильяка и других авторов эпохи Просвещения.

Идеология в широком смысле — это подсистема либерализма как метаидеологии, сформировавшей не только капиталистический мировой порядок, но и в целом «современность». К таким подсистемам (идеологиям) можно отнести упоминавшийся выше неолиберализм, а также, например, консерватизм, неоконсерватизм, фашизм, национализм, анархизм и другие. Например, консерватизм оформился в XVIII–XIX веках как реакция на слишком быстрое, радикальное преобразование социокультурной и политической реальности либеральными идеями и с тех пор является не самостоятельной, а реакционной идеологией, реагирующей на текущие политические процессы. Поэтому в разные исторические периоды консерватизм «консервирует» разные ценности и идеи: если в России в XIX веке консерваторы выступали против социалистических идей, «нового человека» и за укрепление принципов самодержавия,

то после 1991 года партия КПРФ — наследница революционеров и большевиков — сама стала ассоциироваться с консервативной политической силой, идеализирующей былые советские достижения.

Аналогичную вторичность по отношению к либеральному мировоззрению можно обнаружить и в других известных идеологических учениях.

В традиционном обществе до Нового времени не было ни категории «идеология», ни потребности в ней. Она могла появиться только вследствие секуляризации философской мысли и распространения новых априорных истин (естественное право, польза, долг), не связанных с религиозной метафизикой и создающих новую, нерелигиозную точку опоры для мышления. По этой причине анализ идеологий прошлого или конструирование современных идеологий всё ещё априорно происходит в сравнении или в споре с базовым и доминирующим либеральным мировоззрением, что необходимо учитывать при анализе современных информационных процессов в гуманитарной сфере.

Список литературы

Книги и научные работы

Барт Р. Мифологии. М.: Академический проект, 2014.

Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. Тула: Тульский полиграфист, 2013.

Гаврилова М. В. Критический дискурс-анализ в современной зарубежной лингвистике. СПб.: Изд-во С.-Петербур. Унта, 2002.

Гуревич А. Я. Категории средневековой культуры. М.: Искусство, 1972.

Дегоев В. В. Кавказ и великие державы 1829-1864 гг. Политика, война, дипломатия. М.: Рубежи XXI. 2009.

Дейк ван Т. А. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. Пер. с англ. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.

Замятин Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов. М.: Знак, 2006.

Кроче Б. Либеральная концепция как концепция жизни // О свободе : антология мировой либеральной мысли (I половина XX века). М., 2000.

Лакофф Д., Джонсон М. Метафоры, которыми мы живем. М.: ЛКИ, 2008.

Левин-Брюль Л. Сверхъестественное в первобытном мышлении. М.: Педагогика-Пресс, 1994.

Левин-Стросс К. Первобытное мышление. М.: Республика, 1999.

Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна. М.: Алетейя, 2013.

Лосев А. Ф. Диалектика мифа. М.: Азбука, 2014.

Мелетинский Е. М. Поэтика мифа. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1976.

Паршин П. Б. Глобальное информационное общество и мировая политика. М.: МГИМО-Университет, 2009.

Примаков Е. М. Вызовы и альтернативы многополярного мира: роль России. М.: Издательство Московского университета, 2014.

Ритцер Дж. Современные социологические теории. СПб.: Питер, 2002.

Тетради по консерватизму : Альманах Фонда ИСЭПИ: № 2 (1). М.: Некоммерческий фонд — Институт социально-экономических и политических исследований (Фонд ИСЭПИ), 2014.

Топоров В.Н. Первобытные представления о мире // Очерки истории естественно-научных знаний в древности: научный сборник. М., 1982.

Фуко М. Археология знания. Киев: Ника-Центр, 1996.

Фуко М. Другие пространства // Интеллектуалы и власть: избранные политические статьи, выступления и интервью М. Фуко: В 3 ч. М.: Праксис, 2006. Ч. 3.

Фуко М. Порядок дискурса // Фуко М. Воля к истине. По ту сторону знания, власти и сексуальности. М., 1996.

Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. М.: Весь Мир, 2003.

Хардт М., Негри А. Империя / пер. с англ., под ред. Г. В. Каменской, М. С. Фетисова. М.: Праксис, 2004.

Черкасов П. П. ИМЭМО. Портрет на фоне эпохи. М.: Весь мир, 2004.

Щипков А. В. Либерализм и социал-консерватизм в современном идеологическом дискурсе: диссертация ... доктора политических наук: 23.00.03. Москва, 2016.

Щипков В. А. Регионализм как идеология глобализма. М.: МГИМО-Университет, 2017.

Элиаде М. Священное и мирское. М.: Изд-во МГУ, 1994.

Периодические издания

«Черкесский» вопрос и внешний фактор : Аналит. обзоры РИСИ. М.: РИСИ, 2012. № 4 (34). 66 с.

Исаков Е. А. Миф как феномен социального бытия в философии мифологии XX века // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2010. № 120.

Костина А. В. Тенденции развития культуры информационного общества: анализ современных информационных и постиндустриальных концепций // Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение». 2009. № 4.

Костылёв Е. В. Зарубежные и отечественные мозговые центры // Гуманитарная наука и идеология. Гуманитарные науки как фабрики мысли: Материалы научного семинара. М.: Научный эксперт, 2007. Вып. 2. С. 235.

Най Дж. «Мягкая» сила и американо-европейские отношения // Свободная мысль-XXI. 2004. № 10 .

Некlessа А. И. Конец эпохи Большого Модерна // Знамя. 2000. № 1.

Примаков Е. М. Пределы либерализма для России // Вестн. моск. ун-та. Сер. 12. Политические науки. 2012. № 6.

Шестопал А. В. Русская философия: современность и классика (размышления над трудами Н. В. Мотрошиловой) // Вопросы философии. 2014. № 3.

Щербинина Ю. В. Эксперткратия: ремесло и промысел // Нева. СПб.: Журнал «Новая Нева». 2011. № 12.

Щипков В. А. Трансформация дискурса пространства: от традиционного общества к эпохе постмодерна // Вестник МГИМО-Университета. 2015. № 3 (42).

Электронные ресурсы

В Лондоне заявили, что вторжение в Ирак было ошибкой [Электронный ресурс] // РИА Новости. Режим доступа: <https://ria.ru/world/20160706/1459698119.html> (дата обращения: 13.02.2017).

Гобл П. Русская национальная идентичность — самая слабая в Евразии [Электронный ресурс] // Голос Америки. Режим доступа: <http://www.golos-ameriki.ru/a/paul-goble/1658470.html> (дата обращения: 13.02.2017).

Горный М. Б. Фабрики мысли и центры публичной политики в конце XX — начале XXI веков [Электронный ресурс] // Гражданское общество в России: научная электронная библиотека. Режим доступа: http://www.civisbook.ru/files/File/Gornyi_fabriki.pdf (дата обращения 13.02.17).

Зимняя олимпиада в субтропиках : доклад [Электронный ресурс] // Путин. Итоги. Режим доступа: <http://www.putin-itogi.ru/cp/wp-content/uploads/2013/05/ZimniayaOlimpiadaVSubtropikah-Nemtsov-Martyniuk.pdf> (дата обращения 13.02.17).

Институт современной России [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.imrussia.org/ru/o-nas (дата обращения 13.02.17).

Кадиров Т. Насколько теория «Окна Овертона» научна и действительно ли можно, двигая «окно», влиять на общественное мнение? [Электронный ресурс] // The Question. Режим доступа: <https://thequestion.ru/questions/17479/naskolko-teoriya-okna-overtona-nauchna-i-deistvitelno-li-mozhno-dvigaya-okno-vliyat-na-obshestvennoe-mnenie> (дата обращения: 13.02.2017).

Магид М. Постимпериализм [Электронный ресурс] // Lib.ru : Журнал «Самиздат». Режим доступа: http://samlib.ru/m/magid_m_n/imperia.shtml (дата обращения: 12.02.2017).

Соколов М. Ю. Вероучительный Овертон [Электронный ресурс] // УМ+. Режим доступа: <https://um.plus/2016/10/08/verouchitelnyj-overton> (дата обращения: 13.02.2017).

Сочи-2014: десять лет без права на закон. Как строили «лучший мир»: аналитический доклад [Электронный ресурс] // Экологическая вахта по Северному Кавказу. Режим доступа: http://ewnc.org/files/sochi/Doklad-Sochi-2014_EWNC.pdf (дата обращения: 13.02.2017).

США хотят бойкотировать Олимпиаду [Электронный ресурс] // Взгляд: деловая газета. Режим доступа: <http://www.vz.ru/society/2007/8/7/99345.html> (дата обращения: 13.02.2017).

www.vz.ru/society/2007/8/7/99345.html (дата обращения: 13.02.2017).

Фильм «Путинские игры» израильтянина А. Гентелева удостоен немецкой телепремии [Электронный ресурс] // Newsru.co.il. Режим доступа: http://newsru.co.il/rest/05oct2014/put_604.html (дата обращения: 13.02.2017).

Центр стратегических и международных исследований, пересечение нефтяных интересов [Электронный ресурс] // Voltairenet.org. Режим доступа: <http://www.voltairenet.org/article129237.html> (дата обращения 13.02.17).

Шендерович В. А. Путин и девочка на коньках [Электронный ресурс] // «Эхо Москвы». Блоги. Режим доступа: <http://echo.msk.ru/blog/shenderovich/1255508-echo/> (дата обращения: 13.02.2017).

Энциклопедия трат Сочи-2014: отчёт Фонда борьбы с коррупцией о расходах на Олимпиаду [Электронный ресурс] // Фонд борьбы с коррупцией. Режим доступа: http://sochi.fbk.info/md/file/sochi_fbk_report_1.pdf (дата обращения 13.02.17).

Источники на иностранных языках

A report into the credibility of certain evidence with regard to torture and execution of persons incarcerated by the current Syrian regime [Электронный ресурс] // The Guardian. Режим доступа: <http://static.guim.co.uk/ni/1390226674736/syria-report-execution-tort.pdf> (дата обращения: 13.02.2017).

Carter J. How to destroy a culture in 5 easy steps [Электронный ресурс] // First Things. Режим доступа: <https://www.firstthings.com/web-exclusives/2011/06/how-to-destroy-a-culture-in-easy-steps> (дата обращения: 13.02.2017).

Crude Accountability [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://crudeaccountability.org/> (дата обращения 13.02.17).

Hodge R., Kress G. Social Semiotics. Cambridge: Polity, 1988.

Joseph S. Nye, Jr. Chapter four: Wielding Soft Power // Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004. P. 99-127.

Protests in Paris, New York, Beijing and Montreal one year before start of 2008 Olympics [Электронный ресурс] // Reporters Without Borders. Режим доступа: <https://rsf.org/en/news/protests-paris-new-york-beijing-and-montreal-one-year-start-2008-olympics> (дата обращения: 13.02.2017).

Russel N. An Introduction to the Overton Window of Political Possibilities [Электронный ресурс] // Mackinac center for public policy. Режим доступа: www.mackinac.org/7504 (дата обращения: 13.02.2017).

Think Tanks and Civil Societies Program. University of Pennsylvania. Режим доступа: <http://gotothinktank.com/> (дата обращения: 13.02.2017).

Václav Havel, Desmond Tutu, MEPs call for human rights at Beijing Olympics [Электронный ресурс] // Olympic Watch. Режим доступа: <http://www.olympicwatch.org/news.php?id=124> (дата обращения: 13.02.2017).

Van Dijk T. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998.

Window on Eurasia — New Series [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://windowoneurasia2.blogspot.ru/> (дата обращения: 13.02.2017).

Указатель имён

А

Аденауэр К. 154

Алексиевич С. А. 60

Альтюссер Л. 42

Амин С. 220

Арендт Х. 219

Асад Б. 88, 93, 94

Б

Барт Р. 42, 43, 66, 98-106,
228

Баттлер А. 21

Бентам И. 225

Бергсон А. 96

Бердяев Н. А. 46

Бетман-Гольвег Т., фон 20

Бжезинский З. 158

Бисмарк О. 60

Боас Ф. 97

Бодрийяр Ж. 23, 31, 32, 228

Брикмон Ж. 33

Буш Дж. 192-195

Бычков Е. 169, 183

В

Валлерстайн И. 21, 222

Вебер М., 18

Вельке Х. 178

Вико Дж. 96

Вольтер 215

Выготский Л. 42

Г

Гавел В. 182

Гаврилова М. В. 202,203,228

Гагерн Г., фон 20

Гаук Й. 177

Гваттари Ф. 35

Гельман М. 138

Герцен А. И. 96

Гир Р. 185

Гоббс Т. 223

Гобл П. 138, 179-180, 231

Горный М. Б. 153, 231

Госпер К. 183

Гоффман Э. 123

Гуссерль Э. 96

Д

Данилевский Н. Я. 20

Дегоев В. В. 172, 173, 228

Дейк Т. А., ван 67, 123, 202-
206, 209, 228

Делёз Ж. 32, 35
 Дёмин Н. 175
 Деррида Ж. 66
 Дестют А. 226
 Джеймсон Ф. 23
 Джонсон М. 47, 228
 Достоевский Ф. М. 37
 Дюркгейм Э. 96
З
 Замятин Д. Н. 10, 16, 37, 228
 Зейдель Х. 154
И
 Иларион,
 митрополит Киевский
 и всея Руси 49
 Иригарей Л. 32
 Исаков Е. А. 96, 230
К
 Кагарлицкий Б. Ю. 220
 Каменская Г. В. 210, 221, 230
 Кант И. 224
 Картер Дж. 121, 122
 Кассирер Э. 97, 107
 Кейнс Дж. 213
 Кишлинг Р. 222
 Киссинджер Г. 158

Клинтон Х. 72, 73, 141, 158,
 184, 193
 Кондильяк Э., де 226
 Костина А. В. 25, 230
 Костылёв Е. В. 153, 157, 230
 Коэн С. 21
 Крейн Д. 90
 Кресс Г. 200, 201
 Кристева Ю. 31
 Кроче Б. 210, 215, 216, 228
Л
 Лакан Ж. 31, 32, 42
 Лакофф Дж. 46, 47
 Леви-Брюль Л. 97, 107-109,
 228
 Леви-Стросс К. 42, 97, 98,
 107, 109, 228
 Леди Гага 177
 Лейбниц В. 224
 Леонтьев К. Н. 20
 Лиотар Ж.-Ф. 23, 229
 Липницкая Ю. 178
 Лист Ф. 20
 Локк Дж. 215, 223, 226
 Лосев А. Ф. 97, 229
 Лэнг Э. 96

Люксембург Р. 154
М
 Магид М. 210, 220, 221, 232
 Макиавелли Н. 225
 Маккеллен И. 177
 Маккиндер Х. 20
 Малиновский Б. 97
 Мальтус Т. 215
 Мелетинский Е. М. 19, 95, 96,
 105-107, 229
 Милошевич С. 90
 Мирабо В., де 218
 Муссолини Б. 219
Н
 Навальный А. А. 79, 168
 Най Дж. 187-189, 192-194, 230
 Найс Дж. 90
 Науман Ф. 20, 153
 Нахман бар Ицхак 126
 Негри А. 210, 220, 221, 230
 Неклесса А. И. 23, 231
 Немцов Б. 169
 Ницше Ф. 96
О
 Овертон Дж. 116-121, 123-127,
 129-132, 232

Остин Дж. 225
П
 Пан Г. М. 177
 Паршин П. Б. 61, 229
 Подеста Дж. 158, 159
 Примаков Е. М. 210, 211-214,
 229, 231
 Проханов А. А. 78-80
 Путин В. В. 69, 141, 169,
 177-180, 232, 233
Р
 Ратенау В. 20
 Ратцель Ф. 20
 Рединг В. 177
 Рикардо Д. 215
 Ритцер Дж. 229, 23
 Рузвельт Ф. 152, 190, 193
 Руссо Ж.-Ж. 215, 220
С
 Саркисянц М. 220
 Сартр Ж.-П. 98
 Сильва Д., де 90
 Сириг Е. 126
 Смит А. 215
 Сокал А. 32, 33
 Соколов М. 125-127, 232

- Соссюр Ф., де 41, 98, 199
Спикмен Н. 21
Спенсер Г. 96
Спилберг С. 185
- Т**
- Танден Н. 158
Тейлор Ч. 90
Тайлор Э. 96
Тойнби А. 21
Топоров В. Н. 12, 229
Трамп Д. 72, 73, 141, 209
Тревиньо Дж. 120
Трю Т. 200
- Ф**
- Фаулер Р. 200
Фетисов М. С. 210, 221, 230
Фома Аквинский 223
Фрай С. 177
Франц К. 20
Фрейд З. 96, 98
Фуко М. 16, 42, 66, 199, 220,
229
Фэрроу М. 185
- Х**
- Хабермас Ю. 17, 229
Хантингтон С. 21
- Хаусхофер К. 20
Ходж Р. 200, 201
Ходорковский П. 168
Хомский Н. 42
- Ч**
- Черкасов П. П. 155, 230
Чехов А. П. 70
- Ш**
- Шендерович В. А. 178, 233
Шмулевич А. 175
- Щ**
- Щербинина Ю. В. 115, 231
Щипков А. В. 210, 230
Щипков В. А. 2, 10, 35, 230,
231
- Э**
- Эберт Ф. 154
Элиаде М. 13, 14, 97, 230
- Ю**
- Юм Д. 225
Юнг К. Г. 96

Учебное издание

Щипков Василий Александрович

**СМЕХ, ТАБУ И ДРУГИЕ
ГУМАНИТАРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ

Согласно Федеральному закону РФ от 29.12.2010 г. № 436-ФЗ
данная продукция не подлежит маркировке

Редакторы *А. Климова, Е. Мамаев*
Верстка и художественное оформление *К. Струков*

Подписано в печать 23.06.2017.

Формат 84×108 / 32.

Усл. печ. л. 12,6.

Тираж 500 экз.

Издательство «МГИМО-Университет»
119454, Москва, пр. Вернадского, 76

Отпечатано в ООО «ПРОБЕЛ-2000»
109544, Москва, ул. Рабочая, д. 91



ВАСИЛИЙ ЩИПКОВ

Публицист, преподаватель
МГИМО МИД России,
директор Русской
экспертной школы,
кандидат философских наук

В настоящей книге рассказывается о гуманитарной, нетехнической стороне современных информационных войн, о том, как происходит борьба в мире идей и смыслов.

Еще недавно тему информационных войн можно было назвать модной. Было интересно и захватывающе смотреть на СМИ, на интернет как на поле «военных действий» между государствами и другими информационными игроками, искать и разоблачать приемы «тайной борьбы», пропаганды и скрытого «манипулирования сознанием». Теперь, в наступившую эпоху прямого высказывания, тема информационных войн лишилась прежнего конспирологического имиджа, перестала быть сенсацией. Информационная война стала обыденной данностью не только для профессионалов, но и для широкой аудитории.

Закончилось время «разоблачать». Настало время изучать и систематизировать внутренние процессы, происходящие в мире идей. Изучать то, что сегодня все чаще называют гуманитарными технологиями.

- На какой философии основывается идея «информационного общества»
 - Чем метафора войны отличается от метафоры конкуренции
- Как социальные сети «легализуют» информацию и «работают» на СМИ
 - Как цензурировать информацию и журналистов через мировоззрение
- Почему без «фабрик мысли» нельзя выиграть информационную войну
 - Как управлять общественным мнением через смех и табу
- Что такое гуманитарные технологии и как ими пользоваться

