



Научная статья

УДК 81:003:327.82

DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-593-601

## Семиотические доминанты презентации информации в цифровой дипломатии

М.В. Беляков

Московский государственный институт  
международных отношений (университет) МИД России  
*пр-т Вернадского, 76, Москва, Россия, 119454*

Дипломатическая коммуникация представляет собой сложно организованную систему, состоящую из разнообразных компонентов. В статье рассматриваются с позиции теории семиотических доминант примеры презентации элементов этой системы на сайте дипломатических служб России с учетом коммуникативных тактик, уровня поликодовости и мультимодальности в условиях информационных войн и разрушения системы международного права. Выделяются характерные семиотические особенности презентации информации на сайте МИД РФ.

**Ключевые слова:** доминанты, коммуникативные стратегии, цифровая дипломатия, СМИ, информационная война

*Если истина многогранна, то ложь многоголоса.*  
У. Черчилль

### Введение

Дипломатическая коммуникация представляет собой непрерывный мульти-семиотический процесс. Она происходит на самых разных уровнях восприятия — письменном, речевом, мультимодальном. В современном «рассыпающемся мире» наблюдается постоянный рост международной напряженности — непрерывно происходят «цветные революции», пограничные конфликты, террористические акты, внутригосударственные межэтнические конфликты и региональные войны, которым предшествуют и сопутствуют информационные или гибридные войны. Информационная война, по мнению И.Н. Панарина, стала основным средством современной мировой политики и экономики, доминирующим способом достижения политической, духовной, финансовой и экономической власти [6]. В данной ситуации дипломатическая коммуникация приобретает особые черты, поскольку, как и информационные войны, перенесена в цифровую среду.

### Информационная война как новая семиотическая реальность

Современных трактовок понятия «информационная война» существует немало. Сама же информационная война — далеко не современное изобретение. Номинации для этого явления появляются снова и снова — намеренная дезин-

© Беляков М.В., 2019.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

формация, навязывание чуждых целей, целенаправленное умалчивание и др., но однозначного определения для этого термина по-прежнему нет. Сам термин «информационная война» (С.Г. Кара-Мурза (2004), Г.Г. Почепцов (2000), И.Н. Панарин (2003) и др.) в связи с геополитической нестабильностью последних десятилетий используется весьма активно. Однако многие исследователи признают, что данный тип войны заметно отличается от войн иного, «традиционного» типа [3]. Одним из наиболее важных средств поддержки информационной войны стали так называемые ‘fake news’.

Современному человеку, который находится в условиях реальной возможности мгновенной передачи колоссальных объемов информации, крайне сложно отличить то, что соответствует действительности, от того, что является ‘fake news’. У. Черчилль в свое время говорил: «It is better to be making the news than taking it» (Лучше делать новости, чем рассказывать о них) [4]. Но теперь даже эту фразу можно трактовать двояко. До определенного момента «ньюсмейкерами» (news-maker) называли тех людей, о ком говорят, кто совершил нечто, заслуживающее внимания. Теперь вполне допустимо предположение, что так можно называть людей, кто в буквальном смысле «делает», «производит» ‘fake news’, т.е. то, что некоторое время назад называлось дезинформацией, причем главным местом размещения таких «новостей» стала цифровая среда.

На языке дипломатов и специальных служб «дезинформацией» называли сведения, которые должны были вводить в заблуждение ограниченное число реципиентов. Сейчас же в качестве реципиентов выступают все, кто обладает доступом к электронным средствам передачи информации — радио, телевидению и в первую очередь Интернету с его обилием соцсетей.

Сформировалась устойчивая точка зрения об управляемости политическими и дипломатическими процессами путем использования соответствующих информационных технологий. Активно обсуждается сегодня концепт «войн нового типа». Их технологическую основу, в отличие от войн традиционного общества и эпохи модерна, составляют современные информационные системы коммуникации. Информационная война, рассматриваемая, как правило, в классическом дискурсе модернистской эпохи, сведена к пропаганде соответствующих идеологий.

Между тем протестные ситуации осуществляются сегодня и без наличия четко фиксируемой идеологии. В связи с этим возникает парадоксальная ситуация: сегодня практически утратили свою актуальность понятия «пропаганда» и «контрпропаганда», поскольку их вытеснило явно более экспрессивное по своей стилистике понятие «информационные войны». Возможно, это связано с тем, что понятие «пропаганда» предполагает в ситуации идеологического противостояния действие информационно-идеологического характера одной стороны, направленное на население или армию другой стороны, что влечет за собой ответные действия («контрпропаганду»): «советская пропаганда» — «антисоветская пропаганда», «пропаганда расизма» — «антирасистская пропаганда» и т.д.

Пропаганда — это своего рода идеолого-семиотический вектор, который должен вызвать определенную психологическую реакцию в сознании другой стороны. Слово «пропаганда», в отличие от слова «война», стилистически

нейтрально. Например, в словосочетании «пропаганда здорового образа жизни» нельзя говорить о негативной окрашенности рассматриваемого слова. Слово «война» ассоциативно связано с понятиями «насилие», «жертва», «смерть», «потери», «поражение одной из сторон» и т.д. Понятие «информационная война» предполагает взаимонаправленные активные массового характера информационные действия всех вовлеченных сторон с целью нанесения максимально возможного урона другой стороне, максимально полная ее дискредитация в глазах мировой общественности.

Для раскрытия понятия «информационная война» необходимо ответить на вопрос, чем данный тип войны отличается от войн иного типа. В профильной литературе выделяется три исторических типа войн, соответствующих трем различным моделям развития общества: 1) традиционное общество; 2) общество эпохи модерна; и 3) современное общество постмодерна. Войны, представляющие современную эпоху, отличаются по ряду критериев:

— по критерию средств поражения: использование в качестве нового вида оружия средств передачи информации;

— по критерию характера воздействия на противника: поражение сознания (отсюда уточняющая характеристика — не просто информационные, а информационно-психологические войны);

— по критерию управленческих технологий: сетевая модель управления (ведение войны через формирование контекста, программирующего противника на принятие заданного решения);

— по критерию масштаба распространения: глобальные, не ограниченные границами государств параметры (война ведется настолько широко, насколько широко доступна сеть Интернет) [2].

Ален Даллес, директор ЦРУ в 1953—1961 гг., сформулировал основные стратегические цели ведения информационно-идеологической войны против СССР, которые теперь реализуются в отношении России. В любой войне, в том числе и информационной, учитываются стратегические и тактические аспекты. Если рассматривать модели произошедших за последние годы внешнеполитических конфликтов, легко увидеть сходные информационные сценарии, реализованные вербально: лозунги об отсутствии демократии, свободы слова, наличии тирании, имперских амбиций со стороны соседних государств и пр. Существенная роль для распространения подобных лозунгов отводится цифровым СМИ, в наши дни реализующимся, прежде всего, в Интернете. Такой материал готовится в той форме, которая быстрее и проще дойдет до адресата, а именно в виде поликодовых, мультимодальных текстов, нередко представляющих фейковую (недостоверную) информацию.

Можно привести одно из определений понятия *информация*: «Информация — это совокупность сведений о внутреннем и внешнем состоянии управляемой системы, используемых для оценки ситуации и выработки управленческих решений» [Электронный ресурс]. В международных отношениях и дипломатии информация, ее полнота, достоверность, современность и точность абсолютно необходимы для адекватной оценки силы и влияния государства, его возможностей и международного потенциала.

## **Fake news как семиотическая доминанта цифровой информационной войны**

Основу теории и практики информационно-психологических войн на Западе составляют методологические разработки школы К. Юнга, в основе которой лежит концепт об архетипах, матрице коллективного бессознательного. Имея представление об архетипической структуре социума, можно при наличии соответствующих информационных ресурсов манипулировать им в соответствии с поставленной целью. В качестве инструментария воздействия используется кодовый набор слов, сублимирующих соответствующие ассоциации. На первый план здесь, таким образом, выступает лингвистический анализ [3]. Технология состоит не в номинировании каких-либо смыслов, а в усиленном повторении ключевых слов. Этот повтор может осуществляться в любом направлении, и с использованием 'fake news' в том числе. Основная задача состоит в увеличении частотности соответствующего словоупотребления. Ориентиром в данном случае является не рассудок реципиентов, а уровень «подсознания».

В соответствии с постмодернистской рецептурой используется прием стирания границ «реального» и «семиотического». Реальностью в конечном итоге оказывается то, что существует вербально, т.е. 'fake news'. Процесс информационной глобализации привел не только к росту обмена идеями и достижениями, но и к расширению масштабов конфликтов. Локализация конфликтов при наличии глобального информационного поля теперь фактически невозможна. Эта новая реальность сегодня еще в должной мере не осмыслена. Благодаря повсеместной доступности Интернета возникает эффект всеобщей сопричастности. Однако сопричастность с конфликтом ведет к глобальной экстраполяции самой конфликтной парадигмы.

В наше время дипломатическая работа, благодаря официальным источникам, в том числе сайтам Министерств иностранных дел разных государств, информации, размещенной в Интернете и мессенджерах, превратилась в цифровую дипломатию, одной из форм которой стала даже твиттер-дипломатия, и обрела более открытый характер, однако сказать, что это способствует верному пониманию происходящего на международной арене, нельзя. Активное использование всей палитры семиотических кодов, нередко ориентированных не на прояснение ситуации, а, напротив, на ее запутывание, создание фейковых новостей и симулякров, изменило в том числе речевое поведение первых дипломатических лиц государств и представление информации на официальных сайтах дипломатических служб.

Стала продуктивной методология исследования, определяющая фиксируемую инверсию в системе информационного воздействия. За основу берется анализ частотности употребления конфликтогенных слов в глобальном информационном пространстве. Возрастающая динамика частотности означает не только рост темы конфликта в общественном сознании, но и симптоматику конфликтогенеза. Напротив, снижение частоты употребления конфликтогенных слов выступает основанием для прогнозирования снижения конфликтной напряженности.

В нашей статье [1] подробно описывались возможности исследования цифровых информационных дипломатических источников методом контент-анализа,

однако за последнее время произошли заметные изменения на сайтах международных ведомств, и доминанты представления информации сместились от вербальных в сторону иконических.

По всей видимости, на уровне глубинной семантики не существует принципиальной разницы между значением вербальных и иконических знаков, тем не менее, специальные исследования показывают, что вербально и невербально передаваемая информация воспринимается по-разному, при этом вербально представленная информация влияет на сознание рациональным путем, а использование различных паралингвистических средств автоматически переводит восприятие на подсознательный уровень. Изображение, в отличие от слова, всегда представляющего чью-то позицию, принимается, как правило, в качестве некоей объективной картинки и не соотносится в сознании адресата с той или иной установкой адресанта, оно кажется более демократичным. Поэтому поликодовый текст, каковым является любой современный сайт Интернета, создается с учетом специальных методик, служащих для повышения эффективности сайта, то есть по правилам юзабилити сайта.

Не исключением являются и сайты МИД России и Госдепартамента США, служащие примером реализации цифровой дипломатии. Считается, что едва ли не самыми главными элементами, отвечающими за юзабилити сайта, являются удобная навигация, гармоничная структура веб-страницы, аттрактивные цветовые решения и дизайн. Так, Я. Нильсен выделяет 5 основных качественных составляющих юзабилити: обучаемость (быстрая ориентация на незнакомом сайте), эффективность, запоминаемость, анализ ошибок пользователя при работе с сайтом и удовлетворенность [5]. Однако для таких сайтов, как официальные сайты государственных организаций, принципиально важным фактором является подача информации.

До определенного времени сайты государственных организаций представляли собой экранную версию «бумажного» текста с вертикальным меню, по которому можно было осуществлять поиск. Сейчас же критерии Я. Нильсена реализованы в полной мере. Официальный сайт МИД России [11] подвергся за последнее время существенным доработкам и изменениям. Из строгого, с минимальным использованием цветового кода, иконических составляющих, гиперссылок и пр. сайт был преобразован в хорошо структурированный, организованный, информационно насыщенный интерактивный цифровой инструмент. В отличие от сайта Госдепартамента США [12], который представлен исключительно на английском языке, сайт МИД РФ дает возможность получения информации на английском, немецком, французском, испанском, китайском, арабском языках и ряде других языков. Хотя информация на этих языках представлена в более редуцированном виде, следует отметить, что все основные информационные доминанты присутствуют.

Учитывая современные требования по расширению возможностей для людей с ограниченными способностями, МИД России предусмотрел также версию для слабовидящих. Гипертекстовая система сайта в настоящее время является хорошо продуманной — есть выход на сайты Президента и правительства РФ, выходы в основные, даже не самые распространенные, социальные сети. Новостная лента

как в текстовом, так и видеоформате обновляется в режиме реального времени с использованием всех технически возможных в Интернете семиотических кодов — вербального, иконического, параграфемного, видеокодов.

Особой доминантой сайта можно считать блок, связанный с актуальной информационной проблемой, существующей, как правило, в СМИ, — проблемой фейковых новостей, представляющих собой активный компонент цифровых информационных войн. На сайтах дипломатических представительств других стран такой блок отсутствует. Можно предположить, что именно против Российской Федерации направлена значительная часть тиражируемой западными СМИ недостоверной информации, а это вызывает необходимость ее выявления и опровержения сайтом МИД РФ.

Ответ-опровержение дипломатических служб на статьи, приведенные на сайте mid.ru, можно считать одной из доминант цифровой дипломатии. Лингвистическими средствами доказать недостоверность информации пока невозможно, поэтому единственным способом остается приведение фактических доказательств, опровергающих приводимые в статьях «фейковые» новости. В отличие от эмоционального текста статей с фейковыми новостями опровержения пишутся с соблюдением норм, принятых в дипломатическом дискурсе, и использованием митигативных прескрипций (некатегоричность, сдержанность, уклончивость, корректность) и тактик неопределенной референции, литотного смягчения, эвфемистических замен вместо конкретной номинации, тактик модусного ограничения и подчеркивания субъективности оценок. Могут использоваться и конструкции, характерные для политики «мягкой силы», когда в пределах одного высказывания используются и митигативные конструкции, и резкие высказывания, например: «*Надеемся, что немецкое издание Der Spiegel будет внимательнее отслеживать попытки публикации своими сотрудниками откровенных вымыслов и усилит проверку достоверности излагаемых на страницах журнала фактов*» (mid.ru/nedosotovernie-publikacii).

Как отмечалось выше, перманентная ситуация информационных и гибридных войн, по всей видимости, привела к необходимости создания такого блока, в котором представлены цифровые копии статей, опубликованных в СМИ разных стран мира — Дании, Великобритании, Албании и мн. др. За 2018 г. таких статей набралось около 80-ти. Проблема в том, что пока нет объективных инструментов лингвистической экспертизы, позволяющих на языковом уровне доказать ложность информации. Однако многие тексты статей, маркированные знаком, напоминающим печать яркого красного цвета со словами «Fake. It contains false information!», построены по уже известным моделям: похожесть текстов, повышение агрессивности от текста к тексту и пр.

По своей силе сообщения могут быть не равны друг другу. Но их значимость повышается неоднократным повторением. Нередко если новостей нет, их придумывают, что является еще одной стратегией информационной войны в СМИ.

В цифровых СМИ существуют типовые коммуникативные шаблоны как в рамках дипломатической коммуникации, так и в статьях и высказываниях на международные темы политиков, журналистов и политологов.

К таким типовым шаблонам, используемым в подобных статьях, можно отнести: формулирование желаемого результата; придание результату товарного вида; определение путем тестирования и опросов населения наиболее популярных субъектов, т.е. лиц, обладающих максимальной информационной энергией; определение множества СМИ, в том числе интернет-ресурсов, совокупное воздействие которых позволяет «покрыть» достаточное для принятия положительного решения множество лиц, ответственных за данное решение; подготовка и распространение соответствующих информационных материалов [7, 8].

Как правило, наблюдается функция автоматизации нагнетания отрицательной информации, массированное информационное давление. Таковы доминанты подготовки информационных операций, реализующиеся в цифровых СМИ. В информационную эпоху создавать подобные тексты стало проще, используя соответствующее программное обеспечение, созданное с использованием нейронных сетей, а распространять — еще проще благодаря Интернету, куда и переместился основной центр изготовления и распространения негативной и фейковой информации, причем подтверждение истинности и объективности этой информации выводится за рамки обязательного. Цифровые информационные войны с использованием всех возможных семиотических средств в значительной мере способствуют осложнению и так непростой дипломатической коммуникации.

### **Заключение**

Президент США Р. Никсон еще в середине XX века сказал в Совете национальной безопасности США: «Государству гораздо выгоднее вложить один доллар в пропаганду, чем десять в оружие, ибо оружие вряд ли будет пущено в ход, а пропаганда работает ежедневно и ежечасно» [цит. по: 9]. Дипломатия, в том числе и цифровая, вынуждена определять новые доминанты, чтобы преодолевать порождаемые информационными войнами противоречия, опираясь как на универсальные коммуникативные стратегии, так и на стратегии, присущие именно ей. В завершение можно привести слова У. Черчилля: “In wartime, truth is so precious that she should always be attended by a bodyguard of lies” (В военное время правда столь драгоценна, что ее должны охранять караулы лжи) [4]. Можно констатировать, что это высказывание выдающегося политика и дипломата отражает суть современных информационных и гибридных войн, неотъемлемой частью которых являются ‘fake news’, реализуемых в использовании всех доступных семиотических кодов.

#### **История статьи:**

Дата поступления: 1.06.2019

Дата приема в печать: 10.06.2019

#### **Article history:**

Received: 1.06.2019

Accepted: 10.06.2019

### **Библиографический список**

1. *Беляков М.В.* Анализ новостных сообщений сайта МИД РФ методом контент-анализа // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2016. No 3. С. 58—68.
2. *Дугин А.Г.* Геополитика постмодерна. Времена новых империй. Очерки геополитики XXI века. СПб., 2007.

3. Максименко О.И., Хроменков П.Н. «Карнавальные маски» информационных войн // Карнавал в языке и коммуникации: коллективная монография. М.: РГГУ, 2016. С. 226—238.
4. Медведев Д.Л. Эффективный Черчилль: Методы, которые использовал самый известный премьер в мировой истории. М.: РИПОЛ классик, 2011.
5. Нильсен Я. Веб-дизайн. СПб.: Символ-Плюс, 2003.
6. Панарин И.Н. Информационные войны и Россия // Информация. Дипломатия. Психология / отв. редактор Ю.Б. Кашлев. М.: Известия, 2002.
7. Расторгуев С.П. Информационная война. Проблемы и модели. М.: Гелиос АРВ, 2006.
8. Расторгуев С.П. Планирование и моделирование информационной операции, 2014 [Электронный ресурс] <http://pstmprint.ru/wp-content/uploads/2016/11/INFW-1-2014-1.pdf> (дата обращения 30.05.2019).
9. Самойленко В.В. Дипломатическая служба. М.: Норма Инфра-М, 2011.
10. [http://evartist.narod.ru/text10/79.htm#з\\_07](http://evartist.narod.ru/text10/79.htm#з_07).
11. <http://mid.ru>.
12. <http://state.gov>.

Research article

УДК 81:003:327.82

DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-593-601

## Semiotic Dominants of the Information Presentation in Digital Diplomacy

Mikhail V. Belyakov

Moscow State Institute of International Relations (University)  
76, Vernadskogo av., Moscow, Russia, 119454

**Abstract.** The diplomatic communications represents complex system consisting of various components. The article deals with the examples of elements presentation in this system on a site of diplomatic services of Russia subject to communicative tactics, a level of polycode and multimodality in information wars. Characteristic semiotics features of the information presentation are highlighted.

**Key words:** dominants, communicative strategy, digital diplomacy, mass-media, information war

### References

1. Belyakov, M.V. (2016). News analysis site of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation by a method of the content — analysis. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 7(3), 58—68. (In Russ.)
2. Dugin, A.G. (2007). Postmodern geopolitics. Times of new empires. Sketches of geopolitics of XXI century. St. Petersburg. (In Russ.).
3. Maksimenko, O.I. & Khromenkov, P.N. (2016). “Carnaval masks” of the information wars. In *The Carnival in language and communications*. Moscow: RGGU. (In Russ.).
4. Medvedev, D.L. (2011) Effective Churchill: Methods which were used by the most known world prime-minister. Moscow: RIPOL Classic (In Russ.).
5. Nilsen, J. (2003). Web-design. St. Petersburg: Symbol-plus (In Russ.).
6. Panarin, I.N. (2002). Information of war and Russia. Moscow: News. (In Russ.).
7. Rastorguev, S.P. (2006). Information war. Problems and models. Moscow: Gelios ARV. (In Russ.).

8. Rastorguev, S.P. (2014). Planning and modeling of information operation [Electronic resource] URL: <http://pstmprint.ru/wp-content/uploads/2016/11/INFW-1-2014-1.pdf> (accessed: 30.05.2019). (In Russ.).
9. Samojlenko, V.V. (2011). Diplomatic service. Moscow: Norma Infra-M. (In Russ.).
10. [http://evartist.narod.ru/text10/79.htm#z\\_07](http://evartist.narod.ru/text10/79.htm#z_07).
11. <http://mid.ru>.
12. <http://state.gov>.

**Для цитирования:**

*Беляков М.В.* Семиотические доминанты презентации информации в цифровой дипломатии // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. № 3. С. 593—601. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-593-601.

**For citation:**

Belyakov, M.V. (2019). Semiotic Dominants of the Information Presentation in Digital Diplomacy, *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10 (3), 593—601. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-3-593-601.

**Информация об авторе:**

*Беляков Михаил Васильевич*, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры русского языка Московского государственного института международных отношений (университета) МИД России; *научные интересы*: лингвосемиотика, дипломатический дискурс, лингвоконфликтология; *e-mail*: belmax007@hotmail.com.

**Information about the author:**

*Mikhail V. Belyakov*, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Russian Department Moscow State Institute of International Relations; *research interests*: linguosemantics, diplomatic discourse, linguoconflictology; *e-mail*: belmax007@hotmail.com.