Л.А. Коханова
Г.Ф. Вороненкова
Е.М. Гапонова
Ю.Е. Черешнева

ЖУРНАЛИСТИКА В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Учебно-методическое пособие

Москва
2024

Л.А. Коханова, Г.Ф. Вороненкова,
Е.М. Гапонова, Ю.Е. Черешнева

ЖУРНАЛИСТИКА
В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Учебно-методическое пособие

Москва
2024

УДК 07 (075.8)
ББК 76.01я73
К75

Авторы:

Коханова Людмила Александровна – д-р филол. наук, профессор кафедры цифровой журналистики факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

Вороненкова Галина Федоровна – д-р филол. наук, профессор кафедры зарубежной журналистики и литературы факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

Гапонова Елена Михайловна – канд. филол. наук, старший преподаватель кафедры телевидения и радиовещания факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

Черешнева Юлия Евгеньевна – канд. филол. наук, доцент кафедры цифровой журналистики факультета журналистики Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова

Рецензенты:

Дугин Евгений Яковлевич – д-р соц. наук, профессор, заведующий кафедрой телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Кравцов Владимир Владимирович – д-р филол. наук, профессор кафедры телевидения и радиовещания ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии».

Коханова, Л.А.

К75 Журналистика в контексте информационной войны: учеб.-метод. пособие / Л.А. Коханова, Г.Ф. Вороненкова, Е.М. Гапонова, Ю.Е. Черешнева. – М.: АО "Т 8 Издательские технологии", 2024. – 192 с.

ISBN 978-5-521-24348-8

В данном учебно-методическом пособии авторы предприняли попытку показать неограниченные возможности журналистики как «нелетального оружия» в контексте информационной войны, с которым необходимо быть предельно осторожными. Рассмотрена предыстория включения СМИ в информационное противостояние между враждующими сторонами, тематика, методы и приемы информационного освещения военных и этнополитических конфликтов в современных медиа. Для преподавателей, студентов и аспирантов профильных специальностей.

ISBN 978-5-521-24348-8

© АО "Т 8 Издательские технологии", 2024
© Коханова Л.А, Вороненкова Г.Ф,
Гапонова Е.М., Черешнева Ю.Е., 2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ 5
ВВЕДЕНИЕ 9
Глава 1
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КУРСА 15
Глава 2
ПРЕДЫСТОРИЯ ВКЛЮЧЕНИЯ СМИ В ПРОЦЕССЫ
ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ 23
Глава 3
ПРЕДМЕТНО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ
ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ 43
3.1. Главный тренд трансформации зарубежных медиасистем –
это русофобия 46
3.2. Русофобия в современном медиапространстве 52
3.3. Трансформация подхода к пониманию свободы слова 65
Глава 4
НОВОСТНАЯ ПОВЕСТКА КАК ТЕХНОЛОГИЯ 86
4.1. Информационная политика СМИ
после диверсии на «Северных потоках» 89
4.2. Информационная война между Россией и украиной за Крым 108
Глава 5
МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ ОСВЕЩЕНИЯ ВОЕННЫХ
И ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ В СМИ 118
5.1. Анализ медийных факторов
в освещении вооруженных конфликтов 122
5.2. Смена героев как прием долгосрочной
наступательной стратегии медиа в контексте
информационных войн (на примере анализа технологий
интернет-ресурсов по дегероизации образа
маршала Г.К. Жукова) 129
Глава 6
ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА 141
6.1. Отношение к информационным войнам в разных странах.
Первый опыт на примере Китая 144

6.2. Израильские и американские СМИ
при освещении обострений арабо-израильского конфликта
в 2006 и 2023 годах 154
6.3. Информационное противостояние в гражданской войне
на Шри-Ланке 1983–2009 годов 167
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 177
ПРИЛОЖЕНИЯ 179
Задания для самостоятельной работы 179
Тестовые задания 180
Словарь терминов 185
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК 190

ПРЕДИСЛОВИЕ

В данном издании учебно-методического пособия авторы предприняли попытку более глубокого осмысленного подхода к дискурсу участия журналистики в процессах информационного противостояния конкурентам, соперникам, партнерам, стремящимся показать свое превосходство в любой сфере человеческой деятельности: политике, экономике, культуре, образовании, спорте. Учебное пособие представляет собой своеобразное обобщение современного эмпирического материала как результат проектного обучения. Его появление стало возможно по итогам чтения специального курса «Журналистика в контексте информационной войны» как межфакультетского курса (МФК) на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Проектный метод – это возможность предоставления знаниевой информации, который имеет ряд неоспоримых преимуществ. Особенность его состоит в том, что он интегрировал учебно-образовательную и научно-исследовательскую цели деятельности. Если первая была ориентирована на помощь студентам в освоении определенных знаний, то вторая давала возможность вовлечь их в процесс изучения влияния обретенных знаний на структуру личности студента и его мотивацию на освоение профессии. При этом мы исходим из того, что «мотивация – весь комплекс факторов, направляющих и побуждающих поведение человека»[1].

Следует сказать, что тематика информационного противостояния – весьма специфическая сфера журналистской деятельности, требующая определенных навыков и умения. При этом надо понимать, что наше умение использовать то или иное явление может опережать понимание этого явления. Именно это представляют собой информационные войны – феномен, который сопровождает человечество на протяжении долгих лет и до сих не познан и не понят

[1] Психологические проблемы мотивации поведения человека / под ред. П.М. Якобсон М.: Просвещение, 1969. 317 с.

до конца. В условиях современных политических реалий, а также повсеместного распространения интернет-технологий ведение информационной борьбы является крайне актуальной технологией в общем контексте противостояния между враждующими сторонами, в то время как непосредственно сам процесс её реализации теперь более эффективен и оптимизирован.

Но, несмотря на то, что из-за развития социальных сетей, те, на кого раньше были направлены информационные атаки, теперь могут являться непосредственными участниками противостояния, ключевыми их акторами остаются средства массовой информации. Понять, как они организуют свою деятельность в изменяющемся медиатизированном мире, достаточно также не очень просто. Более того, они сами изменяются и сегодня воспринимаются как медиа, а значит, по мнению В.П. Коломийца, «это зависимая, трансформирующаяся переменная, вектор изменения которой определяет ее медиатизационный потенциал, реализующийся в индивидуальных практиках людей, коллективных действиях общества, власти и бизнеса»[2]. Так что современную журналистку, тенденции ее развития, расширение ее коммуникативных возможностей и влияния, появление новых для нее видов деятельности тоже надо изучать и познавать.

Именно это стремление познать непознанное в окружающем мире, конкретно в мире медиа, и тем самым расширить рамки собственного «я» привлекает студентов к работе в обучающих проектах, в том числе и в учебном курсе – одновременно проекте «Журналистика в контексте информационной войны». Тем самым реализуется основной принцип организации такого обучения, который сформирован психологом Е.В. Сидоренко. Она пишет: «Я считаю, что каждый человек стремится выйти за пределы своего существования, ограниченного пространством и временем. Это – главная движущая сила, принимающая бесконечное разнообразие форм и зачастую не представленная в сознании человека. Но она остается

[2] Коломиец В.П. Медиатизация медиа. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2020. С. 7.

главной движущей силой и в тех случаях, когда она осознана, и в тех случаях, когда она не осознается»[3].

К этому принципу следует добавить не менее значимые постулаты, которые реализуются в процессе работы в спецкурсе. Это:

- работа на конечный результат;
- овладение методологий исследования;
- овладение методами создания и усиления рабочей мотивации.

Теперь об особенностях работы с пособием. Сложность здесь только одна – материал пособия является иллюстрацией к содержимому курса, но никак не самим курсом. Поэтому самостоятельное овладение учебным предметом с помощью данного пособия возможно только в творческом единении студента с учебниками по журналистике и статьями по тематике информационных войн, представленными в списках литературы.

Первоначально авторы задумали сделать этот список тематическим, структурировав литературу, которая охватила бы все главы пособия. Но каждая из них оказалась достаточно специфичной, так как предлагается современный исследовательский материал по конкретным тематикам. Поэтому единственно правильным решением было разместить источники отдельно по каждой тематической части главы. Студент видит возможный подбор литературы и вправе добавлять свои источники, если эта тема будет выбрана им для дальнейшей исследовательской работы в силу его интересов, специализации, курса и факультета, на котором обучается.

Материалы для промежуточного контроля «Вопросы и задания», находящиеся в конце каждой главы, предполагают следование этой методике, т.е. активное знакомство с профильной научной и учебной литературой. Без этого правильное выполнение заданий представляется затруднительным.

Методический аппарат пособия включает несколько текстов по курсу, на основании которых сформулированы задания для выполнения самостоятельной работы, а также контрольные тесты и словарь терминов.

[3] Сидоренко Е.В. Мотивационный тренинг. СПб.: Речь, 2007. С. 11.

Указанный методический подход к освоению пособия предполагает быстрое нахождение единственно верных ответов на все вопросы тестов. Учитывая многополярные интересы читательской аудитории пособия, авторы предусмотрительно убрали все ссылки на правильные ответы.

В авторскую редакцию «Словаря терминов» вошли основные термины и понятия, составляющие лексическую базу профессии и активно употребляемые в современной речевой практике. Словарь поможет читателю не только лучше узнать терминологические тонкости профессии журналиста, освоения сложной тематики информационного противостояния, но и развивать свой лексический потенциал и специализироваться по освещению конфликтных ситуаций в прессе.

С уважением,
авторы

ВВЕДЕНИЕ

Начнем с общепринятого, но немного позабытого. Журналистика при технологических преобразованиях сохраняет основу своей социальной деятельности, имеющей свои цели, средства и результаты. Это означает, что сбор, создание, распространение и потребление массовых информационных продуктов, усвоение аудиторией передаваемой массовой информации было и есть ее сущность как профессиональной деятельности. В результате ее она создает «картину текущей действительности, которая отображает реальные события и факты и непрерывно меняется в соответствии с переменами в жизни общества»[4], причем документальную картину происходящего в мире, стране, городе, районе. Поэтому так или иначе, но как социальная система она включена в процессы противостояния и участвует в них в ряду других социальных институтов и информационно-коммуникативных каналов от СМИ до почты. Но в отличие от других каналов ее основное «нелетательное оружие» – слово.

Следует признать, что это мощное и эффективное оружие, которое нужно уметь применять. В устной, письменной или визуальной форме оно способно оказывать серьезнейшее воздействие на тот или иной информационный конфликт. Результат может оказаться как позитивным, так и негативным. В этой ситуации важно, какую позицию займет журналист по отношению к информационному противостоянию. От того, как он будет его освещать, в значительной мере зависит исход самого конфликта.

Сегодня при многовекторности российской журналистики это значимо. Важно, чтобы журналист сам четко решил, как он видит картину конфликта и что важно в его освещении. Сегодняшняя журналистская практика показывает, что можно выделить три основных позиции: непредвзятое и объективное информирование исключительно с гуманистических, общечеловеческих позиций; информирование о событиях,

[4] Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. М., 2020. С.17

сочетающееся с поддержкой государственных, экономических, военных усилий своей страны; информирование о событиях, сочетающееся с поддержкой таких же усилий противника.

Порой объективные обстоятельства, такие, как доступ к информации в условиях мирной жизни или жестких условиях аккредитации представителей прессы, установленных военным командованием в период вооруженного противостояния, делают затруднительным освещение конфликта именно с тех позиций, которые обусловлены профессиональной культурой и совестью журналиста.

В этом случае помогает опыт профессиональных журналистов и их компетентное мнение. Они считают, что корреспондентам, освещающим тот или иной информационный конфликт, или репортерам, работающим в районах вооруженных конфликтов, лучше всего придерживаться «правила голого факта». Это выигрышная ситуация, если журналист информирует о событиях без оценок и комментариев, если все же нужны комментарии, то он старается заполучить их у обеих конфликтующих сторон.

При работе журналиста по тематике информационных войн тщательность проверки фактов крайне важна. Но, если журналист точно знает, что сведения верны, он обязан думать о последствиях прежде, чем включать их в свои репортажи и публикации. Работать по принципу «слово – не воробей, вылетит – не поймаешь» он себе позволить не может.

Казалось бы, прописные истины, о которых говорят на лекциях первого курса. Но на поверку овладение методикой освещения информационных войн, идущих и в мирное время, и в периоды военного обострения, – для журналиста трудное дело. Работа представителей СМИ по освещению обостряющихся событий, как равно и в «горячих точках», может вызвать и вызывает стресс, как у авторов информации, так и у огромной аудитории средств массовой информации. Журналиста как человека, подготовленного к этой работе, в данном случае может выручить элементарное соблюдение некоторых профессиональных правил, чтобы не допускать срыва или эмоционального выгорания.

Последствия же для аудитории непредсказуемы и чаще носят негативный характер. В определенной степени журналист несет

за них ответственность. Основной принцип, которым он должен руководствоваться, освещая информационный конфликт и сопутствующие ему гуманитарные общечеловеческие образовавшиеся трудности бытия, – «не навреди».

В российской журналистике этот принцип работает буквально со дня ее основания в начале XVIII века в эпоху Петра Первого. При освещении информационных конфликтов он также незыблем. Поэтому именно с этой темы мы и начнем разговор в данном учебно-методическом пособии и попытаемся рассмотреть, как на протяжении долгого времени складывалось участие журналистики в информационном противостоянии России с коллективным Западом.

Несмотря на то, что теоретические материалы и эмпирический опыт в лекционных материалах значительно разнятся, мы тем не менее можем выявить общие тенденции, соответствующие исследуемому феномену; увидеть, что так или иначе они направлены на то, чтобы оказывать эмоциональное воздействие, манипулировать сознанием масс, зачастую опираясь отнюдь не на разумные аргументы и доводы. Такой подход, как известно, может быть разрушителен и для целого общества, и для отдельных его представителей.

При анализе материалов по тематике информационных войн при подготовке данного пособия стало очевидным, что их авторы в основном сосредоточены или на фиксации событий информационного противостояния, или на негативных последствиях, которые видны и невооруженным глазом. Все это правильно и ни в коем случае не оспаривается. Но возникает закономерный вопрос опять из разряда немного забытых прописных истин. В чем специфика средств массовой информации в системе социального взаимодействия, действующей в обществе? В чем характер их целостности как системного объекта?

В приложении к тематике информационных войн на него можно ответить следующим образом: в том, что они «обеспечивают взаимодействие не просто между индивидами, а между ними как *личностями, поднимая индивида до уровня личности.* СМИ обращаются к индивиду как действующему социальному субъекту, то есть как к участнику тех или иных видов социальной деятельности»[5].

[5] Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. М., 2020. С. 5.

В данном случае мы говорим об участниках, включенных в процессы информационной войны, т.е. об освещающих ее журналистах и аудитории, которой эта информация адресуется. Очевидно, что это не просто взаимодействие одного человека с другим. Это общение в масштабе общества, и более того, с появлением новых цифровых технологий в мировом масштабе. Сам процесс этой многосторонней коммуникации вбирает в себя совершенно различные большие и малые социальные группы, рассредоточенные на значительном пространстве, в разных странах и на различных континентах. В итоге информационное противостояние может видоизменяться в информационное взаимодействие между ними. Таким образом, когда мы говорим о значимости журналистики в освещении конфликтов любого порядка, по сути своей речь идет о возможном его переводе в массовое взаимодействие, массовое общение.

Роль СМИ в этом процессе существенно возрастает. Это сегодня собственно и происходит. До недавнего времени массовое взаимодействие в обществе создавалось печатью, телевидением, радиовещанием, появившимися интернет-СМИ, а теперь – социальными сетями, блогосферой, телефонией. Причем, по мнению исследователей, не только ради самого общения, но также и для того, чтобы в ходе этого массового общения осуществлялось: познание объективных условий жизни общества и усвоение результатов этого познания различными общественными группами; формирование социальных позиций, оценок по отношению к процессам, протекающим в природе и обществе; выработке единых целей, планов, программ согласованных совместных действий членов общества в тех или иных видах практической, духовно-практической и духовной деятельности, причем действиям, адекватным условиям общественной жизни[6].

Акцент на массовом общении сделан нами не случайно. Это попытка журналистов понять, как они могут противостоять информационным войнам при всей сложности нынешней ситуации. Только, способствуя созданию и поддержанию на оптимальном уровне

[6] Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. С. 6.

массового *информационного взаимодействия* в обществе, все информационно-коммуникативные каналы могут заставить самую широкую общественность противоборствующих сторон прежде всего услышать друг друга, потом искать компромиссы. Тем самым, налаживая диалог, они содействуют также оптимизации общественных отношений в соответствии с характером и динамикой развития социальной среды, терпимо или не терпимо воспринимающей информационные конфликтные ситуации.

Но, чтобы противодействовать и способствовать информационному взаимодействию, необходимо понять природу этого явления, что мы и делаем в данном учебно-методическом пособии. В нем предпринята попытка рассмотреть используемые методы, определить наиболее выраженных тенденций и проанализировать факторов, влияющих на освещение событий в том ключе, в котором это происходит на сегодняшний день.

В пособии предложено несколько тем для изучения и обсуждения, которые, на наш взгляд, актуальны в данное время. Они представлены в главах, которые начинаются с методического комментария, позволяющего определить суть предлагаемого материала и понять, как лучше с ним работать. В обобщенном виде это история включения журналистики в информационное противостояние, диапазон тематик, который охватывается понятием «информационные войны», методы и приемы, которые в процессе практики наработали журналисты, и обращение к зарубежному опыту, так как это явление не локального, а глобального масштаба.

Таким образом, данное учебно-методическое пособие показывает, что журналистика исторически включена в контекст информационной войны. В связи с этим остаётся только надеяться на то, что для тех профессионалов, которым это будет интересно, оно предоставит возможность увидеть явление информационных войн с позиций журналистики. При этом они смогут убедиться в том, что браться за эту тематику надо с пониманием всей ее сложности. Более того, журналисты, которые в большей степени несут ответственность за происходящее в информационном пространстве, должны более вдумчиво относиться к созданию и форме распространения своих медиапродуктов.

Однако, учитывая контекст современных реалий, когда даже, казалось бы, устоявшиеся границы норм в разных областях жизни становятся все более размытыми, полагаться на то, что в ближайшее время ситуация изменится, довольно сложно. Все же тогда, когда она достигнет критической точки, возникнет необходимость обратиться к сформулированным исследователями проблемам для того, чтобы отыскать пути их решения и трансформировать информационное противостояние в информационное взаимодействие усилиями реально мыслящих журналистов.

Это непростой путь, но при желании он осуществим.

Глава 1
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ КУРСА

Аннотация

Теоретическая часть курса «Журналистика в контексте информационной войны» рассчитана на знакомство студентов с медиапространством как информационно-коммуникативной системой, являющейся новой формой организации журналистики. Также анализируются возможности новых технологий, которые являются предпосылками возникновения изменений в системе СМИ, способствующие тому, что медиа стали одним из наиболее действенных компонентов информационных войн.

В связи с нарастающей опасностью информационных войн, которые могут вестись и в мирное время, медиа должны быть способны к ведению информационной борьбы, то есть к адекватному реагированию на информационные воздействия противника и решению других специфических задач инфоборьбы, направленных на достижение превосходства над противником в информационной войне. Это позволяет сохранить свои информационные ресурсы, а значит сохранить свое медиапространство как сферу влияния, как высокотехнологичный бизнес и свою репутацию перед своей аудиторией.

Задача курса – иметь представление об основных принципах работы с информацией как важнейшего стратегического ресурса человечества. Данный курс вырабатывает умение профессионально применять теоретические знания и приобретенные навыки, когда журналист встречается с ситуацией информационной борьбы. В ней, как и при любых конфликтных действиях, можно выделить оборонительную и наступательную составляющие, которые рассматриваются как стратегии отдельных медиа. В работе курса принят интеллектуальный подход к противодействию, заключающийся во всестороннем анализе сложившейся информации, выборе оптимального варианта реагирования и осуществляемый с использованием традиционных и новых информационных ресурсов.

Это позволяет говорить о выработке определенных правил ведения информационных войн, в которых используются медиа или которые ведутся самими медиа, т.е. о возможной их экологичности.

Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Журналистика в контексте информационной войны» являются: получение студентами представления о структуре и функциях традиционной журналистики в России и ее основного сегмента – онлайновых изданий в новых информационно-коммуникативных реалиях; освоение методики создания и применения новых перспективных технологий, основанных на активном и эффективном использовании главного стратегического ресурса человечества – информации; знакомство с проектами, когда информация переходит в разряд важнейших ресурсов – проблему борьбы за обладание этими ресурсами, и как следствие – появление принципиального нового средства нападения и защиты – информационного оружия.

Основная цель преподавания данного учебного курса достигается при условии формирования и развития мышления студента, интеллектуального подхода к противодействию, основанного на новой технологической парадигме, которая охватывает все формы журналистской информации. В последнее время это получило название дата-журналистика (*date-journalistic*). Как следствие, это позволяет студенту овладеть умениями работы с большими базами данных, систематизации знаний о том, как сочетать текст, графику, фото, звук и видеоизображение в создаваемом им продукте.

Знание современных информационных и коммуникативных теорий позволяет им овладеть умениями и навыками, способствующими эффективному применению информационного оружия. Они будут также иметь представление о разнообразии информационного оружия, формах и способах его воздействия, особенностях его появления и применения, которые породили сложнейшие задачи защиты от него. Более того, будут уметь самостоятельно разрабатывать методы интеллектуального противодействия, минимизирующие время бесконтрольного присутствия противника в своем информационном пространстве, и тем самым уменьшать его влияние на свою аудиторию.

Место дисциплины в структуре ООП

Курс «Журналистика в контексте информационной войны» относится к вариативной части ООП, общепрофессиональному разделу. Материал курса встраивается в систему знаний по теории журналистики и медиакоммуникациям.

Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на укрепление у обучающихся следующих базовых профессиональных компетенций по ОС МГУ:

– способность участвовать в соответствии с должностными обязанностями в подготовке медиапроекта, планировать и координировать редакционную работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами *(ПК-24, организационно-управленческая деятельность);*

– знание базовых принципов формирования медиасистемы и специфики различных видов СМИ, особенностей национальных моделей и реалий функционирования российских СМИ *(ПК-3).*

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

– что переход информации в разряд важнейших ресурсов человечества вызывает к жизни проблему борьбы за обладание этим ресурсом, и как следствие – появление принципиального нового средства нападения и защиты – информационного оружия;

– что технологически обновленные современные медиа являются эффективным компонентом информационного оружия;

– основные принципы формирования медиа как информационно-коммуникативной системы в условиях мультимедийности, а также иметь представление о трансформации типологических моделей традиционных СМИ в новых технологических реалиях;

– отличительные черты различных типов, видов и профилей средств массовой информации, их базовые типологические признаки и типоформирующие факторы в условиях цифровизации или дигитализации;

– место и роль журналистики как вида деятельности в современных информационно-коммуникативных системах, а также традиционных средств массовой информации и ее основного сегмента – онлайновой журналистики в российской медиасистеме;

– практику использования медиа как эффективного информационного оружия, способов их воздействия, так как особенности их появления и применения породили сложнейшие задачи противодействия и защиты от него.

Уметь:

– использовать интеллектуальный подход к противодействию, основанный на новой технологической парадигме, которая охватывает все формы журналистской информации;

– анализировать трансформацию типологических моделей традиционных СМИ в условиях мультимедийности;

– определять концепцию средства массовой информации в новых информационно-коммуникативных реалиях;

– профессионально разбираться в тематике издания и анализировать тексты СМИ в контексте типологической компонентной модели издания;

– работать с большими базами данных, способствующими систематизации знаний о ведении информационных войн, участии в них медиа, и ведущимися непосредственно самими медиа;

– делать практические выводы в своей профессиональной деятельности, участии в информационных войнах, учитывая интересы мультимедийной редакции и новые возможности как участия, так и противостояния в них.

Владеть:

– навыками практического конструирования типа СМИ (медиапроекта) как традиционного, так и онлайнового ресурса, оценки эффективности полученных результатов и их возможной коррекции;

– системным взглядом на информационно-коммуникативные процессы как базы для оптимизации своей деятельности в условиях мультимедийности, которые отвечают правилам ведения информационных войн, т.е. определенной экологичностью;

– навыками создания журналистского продукта, отвечающего новой технологической парадигмы, охватывающей все формы журналистской информации – текст, графику, фото, звук и видеоизображение;

– навыками определения видов информационного оружия, форм и способов его воздействия, особенностей его появления и применения, которые породили сложнейшие задачи защиты от него;

– навыками самостоятельно разрабатывать методы интеллектуального противодействия, минимизирующие время бесконтрольного присутствия противника в своем информационном пространстве, и тем самым уменьшать его влияние на свою аудиторию.

Рекомендуемые образовательные технологии

Базовая методика – лекции. Возможно проведение практических занятий по типологическому анализу средств массовой информации, формам и методам ведения информационных войн, в которые вовлечены медиа, или которые они ведут сами на базе специально разработанных карт фиксации данных. В качестве текущего и промежуточного контроля может быть использовано тестирование и подготовка рефератов.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. В соответствии с принципами ОС МГУ, в рамках курса предусмотрен значительный объем самостоятельной работы обучающихся. Теоретическая часть курса посвящена знакомству с медиа как информационно-коммуникативной системой, а также с типологическими моделями СМИ. Она способствует освоению метода типологического анализа и предполагает самостоятельное знакомство студентов с основными учебными пособиями и научными трудами. Данный материал позволяет увидеть возрастающую роль медиа в информационных войнах, рассматривать их как компонент информационного оружия. В рамках практических занятий предполагаются такие виды самостоятельной работы студентов: сбор, отбор эмпирического материала, обобщение его, формулирование основной

идеи, а также контент-анализ выбранных традиционных и онлайновых СМИ, разрабатывающих актуальную тематику, и подготовка индивидуальных и коллективных проектов. Сбор и анализ примеров участия СМИ в информационных войнах из отечественной и мировой практики.

Темы письменных работ:

1. Медиа как информационно-коммуникативная система, способствующая появлению новой формы организации журналистики.
2. Медиа – одно из видов информационного оружия.
3. Журналистика как компонент медийного пространства, ее вовлечение в информационные конфликты на разных уровнях.
4. Современные информационно-коммуникативные технологии как фактор трансформации традиционных медиа.
5. Появление сегмента СМИ – интернет-журналистики: ее специфические черты.
6. Новые технологии как фактор повышения значимости информации – главного стратегического ресурса человечества и обострение борьбы за обладание им.
7. Появление принципиального нового средства нападения и защиты – информационного оружия как следствие повышения значимости информации.
8. Новая технологическая парадигма – мультимедийный продукт, объединяющий все формы журналистской информации: текст, графику, фото, звук и видеоизображение.
9. Новые требования к профессии журналиста и качеству его труда.
10. Трансформации типологических моделей традиционных СМИ в новых технологических реалиях.
11. Информационные и коммуникативные функции СМИ: тенденция перераспределения ролей.
12. Теории информационного общества, постиндустриального общества, общества знаний и др.
13. Коммуникативные теории.
14. Межличностная коммуникация.
15. Групповая и публичная коммуникация.
16. Коммуникативная личность.

17. Массовая коммуникация.

18. Средства массовой коммуникации и культура.

19. Культурный контекст.

20. Общие подходы в теориях коммуникации.

21. Виды информационного оружия, формы и способы его воздействия, особенности появления и применения, породившие сложнейшие задачи защиты от него.

22. Оборонительная и наступательная стратегии медиа в рамках информационной войны.

23. Выработка правил ведения информационных войн, их экологичность.

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Литература:

Гриняев С.Н. Интеллектуальное противодействие информационному оружию. М.: СИНТЕГ, 1999.

Гриффин Э. Коммуникация: теории и практики: пер. с англ. Харьков: Гуманитарный Центр; Науменко А.А., 2015.

Делягин М.Г. Мировой кризис. Общая теория глобализации. Курс лекций. – Изд. третье, перераб. и доп. М.: ИНФРА-М., 2003.

Драгунский Д. Состояние кроссмодерна // Российская модернизация: размышления о самобытности. – М.: Три квадрата, 2008.

Дугин Е.Я. Методологический поворот исследований информационно-коммуникативных систем и журналистики // Журналист. Социальные коммуникации. 2015. № 3-4. С. 81–102.

Дугин Е.Я. Средства массовой информации как смысловое воссоздание образно-символического пространства социальной реальности // Гуманитарий Юга России. 2015. № 2. С. 130–139.

Дугин Е.Я. Телевидение в условиях мультимедийности. М., 2013.

Ерофеев С.В. Интернет-журналистика на рубеже XX–XXI вв. М., 2011.

Калмыков А.А., Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Теоретические основы. М.: Академия медиаиндустрии, 2018.

Коханова Л. А., Калмыков А. А. Основы теории журналистики. М.: Изд-во Юрайт, 2016.

Коханова Л.А., Калмыков А.А. Интернет-журналистика: теоретические основы. Схемокурс: учеб. пособие. М.: Академия медиаиндустрии, 2017.

Коханова Л.А. Дугин Е.Я., Мединый профессионал. Новые методы работы и обучения журналистов: учеб. пособие. М.: Академия медииндустрии, 2013.

Макаревич Э.Ф., Карпухин О.И. Последний бастион. Глобальная культура коммуникаций. М.: Дрофа, 2011;

Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007.

Медиа. Введение / под ред. А. Бриггза, П. Кобли. М., 2005.

Новая философская энциклопедия: в 4 т. / Ин-т философии РАН. М.: Мысль, 2010.

Мухин А.А. Информационная война в России: участники, цели, технологии. М.: Гном и Д, 2000.

Тощенко Ж.Т. Фантомы российского общества. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2015.

Цыганов В.В., Бухарин С.Н. Информационные войны в бизнесе и политике: теория и методология. М.: Академический Проект, 2007.

Материально-техническое обеспечение дисциплины

В зависимости от навыков чтения лекций может использоваться *Power Point* (мультимедийный проектор, ноутбук). Для самостоятельной работы студентов вполне достаточно размещенных в интернете материалов.

Глава 2
ПРЕДЫСТОРИЯ ВКЛЮЧЕНИЯ СМИ В ПРОЦЕССЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ

Методический комментарий

В данной главе рассмотрим предпосылки включения средств массовой информации в процессы информационного противостояния. Постараемся определить, каким образом это происходило. Какие периоды в развитии самих средств массовой информации: печать, радио, телевидение вплоть до медиа – социальных сетей, были для них наиболее насыщены событиями, которые приводили к конфликтным ситуациям и требовали их участия в освещении происходящего.

Такой подход обусловлен тем, что сегодня сложился круг исследователей, в числе которых А.В. Манойло, А.Д. Васильев, Ф.Е. Подсохин, И.Н. Панарин, М.Ю. Павлютенкова, О.Ф. Финогенко и другие авторы, разрабатывающие тему информационных войн. В своих работах они определяют истоки этого явления и даты появления данного термина в общественном дискурсе. Включение журналистики в эти процессы затрагивается ими незначительно как технология. В работах других авторов, в основном это статьи, рассматриваются также различные аспекты участия журналистики в политическом, экономическом, культурном противостоянии. Более обобщено с позиций журналистского подхода тема представлена в работе Г.В. Вирена, «Современные медиа: Приемы информационных войн», к которой мы обращаемся в числе других при изучении данной главы.

О давних временах говорить много труднее, чем о современном этапе. Но появление уникальных методов и приемов участия журналистики в информационном противостоянии в прошлом, сегодня привело к тому, что уже говорим о коррекции ее функций, так

как явно, что в медиатизированном обществе она, сохраняя свое предназначение, выполняет и другие задачи.

Мнение эксперта:

«*Если раньше главной из многочисленных функций СМИ было информирование общества, то сегодня СМИ все чаще начинают выполнять иные функции, обслуживая политические, финансовые, экономические интересы правящих или оппозиционных кругов. СМИ все больше становятся инструментом международной политики, межгосударственных институтов, борьбы внутренних политических сил или столкновения интересов финансовых структур. Нередко они сближаются по своим целям и задачам с дипломатическими службами и разведывательными структурами, задача которых — обеспечивать государственные интересы любой ценой. В других ситуациях СМИ превращаются в инструменты борьбы за влияние в обществе, за власть, за смену режима, за передел собственности*» (Г.В. Вирен)[7].

Это действительно так, но многие политические деятели разных эпох видели сначала в прессе, а потом в радио и телевидении своего верного помощника не только в борьбе за свою власть, но в и борьбе за мировое господство. Использовали при этом далеко не этические методы. Так, Г.В. Вирен приводит пример дезинформации, когда работает еще не печать в современном представлении, а слово. Это поддельное «Завещание Петра Великого».

Рассмотрим этот пример:

«В разные эпохи дезинформация широко использовалась для достижения политических, военных, экономических целей. Известный пример такой фальсификации — разработанное французами поддельное «Завещание Петра Великого» (Le Testament de Pierre le Grand). Эта политическая фальшивка появилась накануне нападения Наполеона на Россию в 1812 году, причем на французском языке. Понятно, что это был, говоря современным языком, прием информационной войны, готовившей реальную войну с Россией.

[7] Вирен Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2013. С. 5.

Часто составление «Завещания» приписывают императору Наполеону, при этом утверждается, что он капитально переработал первоначальный текст, составленный польским эмигрантом Михаилом Сокольницким в 1797 году. Как утверждали публикаторы, «Завещание» представляло собой план действий для преемников Петра Первого на многие века с целью установления Россией мирового господства. Какие же стратегические маневры предписывались Российской империи? Поддерживать русский народ в состоянии непрерывной войны, чтобы солдат был закален в бою, оставлять его в покое только для улучшения финансов государства, для переустройства армии и чтобы выждать удобное для нападения время. При всяком случае вмешиваться в дела и Европы, особенно Германии. Ослаблять и разделять Польшу, поддерживая там смуты и раздоры, сильных привлекать на свою сторону золотом, влиять на сейм, подкупать депутатов для того, чтобы влиять на выбор короля. Захватывать владения Швеции и провоцировать ее на нападения, чтобы был повод для таких захватов, для этого разорвать все связи Дании и Швеции, постоянно стравливая их. Продвигаться на север, к Балтийскому морю, и на юг, к Черному, как можно ближе подойти к Константинополю и Индии; возбуждать войны против Турции и Персии, основывать верфи на Черном море, постепенно овладевать как этим морем, так и Балтийским, ибо они нужны для осуществления главного плана — а он состоит в том, чтобы покорить Персию, дойти до Персидского залива и достигнуть Индии как мирового складочного пункта. Как мы уже упоминали, пересказ фрагментов этого текста впервые появился в печати накануне нашествия Наполеона на Россию. Однако полностью «Завещание» было опубликовано спустя почти четверть века, в 1836 году. По легенде публикаторов 1836 года, оно найдено в 1757 году неким французским авантюристом в архивах Елизаветы Петровны. Между пересказом 1812 года и текстом 1836 года есть ряд важных отличий. Особенно показательно, что после публикации текста 1836 года «Завещание» продолжало видоизменяться: редакция 1870-х годов приписывает России уже экспансионистские намерения по отношению к Японии, а в 1910-е годах «Завещание» появилось в Иране, на персидском

языке, и содержало строки об антииранских замыслах. Авторы «Завещания» стремились убедить европейскую политическую элиту в том, что Россия путем войн и дипломатических интриг стремится подчинить себе всю Европу, разделить Польшу, нейтрали зовать Турцию и завоевать Индию, добившись таким образом полной евразийской гегемонии. Определенную убедительность придавал документу тот факт, что некоторые из упомянутых в нем планов (например, утверждение на Черном море и раздел Польши) к тому времени уже осуществились. Ну а вывод был очевиден: необходимость войны против России, ее завоевания. Попытку сделать это и предпринял в 1812 году Наполеон. Более поздние публикации имели в виду уже иные политические реалии, поэтому, например, говорилось о Японии и Иране. Несмотря на то что историками было давно доказано, что данное «Завещание» — фальсификация, оно почти век влияло на оценку политики России, создавая в Европе в значительной мере ложное впечатление о ее целях и задачах» (Г.В. Вирен)[8].

Этот пример объясняет многое. Слово становится «нелетальным» орудием. Уже привычные в XVIII–XIX вв. газеты и журналы, а затем телефон, телеграф, радио начинают все более активно включаться прежде всего в освещение военных конфликтов, которые датируются этими и последующими веками.

За это время изменилось многое. Вкупе с возможностями, которые сейчас могут предоставить стремительно развивающиеся технологии и которые журналисты активно осваивают для того, чтобы упростить процессы производства и упаковки контента, вся эта совокупность факторов делает информационную войну одним из самых опасных явлений современной действительности. Как верно отмечено в лекционном материале «Крымская кампания 1853–1856 годов как первая информационная война в истории противостояния мировых держав», к которому мы обращаемся, за все это время не возникло тех ограничений, которые могли бы регламентировать ведение подобного рода противостояний с точки зрения законодательства и этических аспектов.

[8] Вирен Г.В. Современные медиа: приемы информационных войн. С. 16–18.

Поэтому изучаем и обсуждаем данную тему «Крымская кампания 1853–1856 годов как первая информационная война в истории противостояния мировых держав».

«Сегодня является аксиомой, что, как утверждает С.А. Михайлов, «журналистика не может существовать без общества, ибо она предназначена прежде всего для удовлетворения его нужд» [9. С. 11]. Но ситуация крайне осложняется в периоды военных конфликтов, как локальных, так и глобальных, в которые вовлекается ряд мировых держав. Тогда, продолжает исследователь, «средства массовой информации используются правящими кругами той или иной страны для достижения собственных геополитических целей. В итоге такие факторы, как права и свободы человека, порядок международного информационного обмена, внутриполитические процессы, касающиеся СМИ, и многие другие становятся предметом острой борьбы на международном уровне» [9. С. 12].

По сути, по мнению многих специалистов, средства массовой информации становятся нелетальным оружием в процессе ведения как реальной, так и информационной войн [3, 4, 10, 12]. В этом случае «общественные потребности в информации удовлетворяются СМИ в той степени и в том объеме, которые характерны для конкретной отдельной страны во вполне определенных исторических условиях» [9. С. 12].

Как показало изучение работ, исследующих роль СМИ в периоды разных военных конфликтов в истории человечества, авторы большинства из них склонны рассматривать их как серьезное информационное оружие. Причем применение его уже определилось как самостоятельное направление журналисткой деятельности.

Прежде всего, это направление в деятельности СМИ получило название «военная журналистика». В современном прочтении это подразумевает освещение военных конфликтов, террористических актов, контртеррористических операций, а также этнических и религиозных конфликтов. Осуществляет эту деятельность военный корреспондент. Это журналист, который сопровождает армию, авиацию и флот во время военных действий и освещает ход их проведения.

Что касается истории военной журналистики, то многие авторы склонны считать, что она возникла с той поры, как только человечество осознало важность информации. Исследователь этого направления T. Dominikowski считает, что одним из первых, кто воспользовался этой отраслью, был Александр Македонский, который в своих войсках имел специально обученных людей. В их задачи входило запечатлеть значимость военных побед под предводительством великого военачальника. Благодаря их стараниям и умениям эта информация дошла и до настоящего времени [18].

Следует отметить, что и сами военные конфликты способствовали появлению не только военной журналистики как направления профессиональной деятельности, но и самих средств массовой информации. На первых этапах их развития это была пресса. В своей работе T. Dominikowski говорит о том, что одной из первых газет стала британская газета «Weekly», которая своим появлением обязана Тринадцатилетней войне (1618–1648).

Особый интерес представляет составленная T. Dominikowski таблица, дающая представление об основных этапах становления военной журналистики. Они напрямую связаны с теми глобальными войнами, которые пережило человечество за всю свою историю. Но в рамках настоящего исследования больший интерес вызывает второй этап, обозначенный автором как «Начало XIX века». Он его характеризует как период возникновения глобальной прессы, доступной широкой читательской аудитории, и масштабных конфликтов. В этот же период, по его мнению, появился военный корреспондент как представитель определенного информационного агентства или издания на театре военных действий.

Заслуживают внимания и последующие характеристики T. Dominikowski, которые он дает данному периоду. Он утверждает, что именно военные репортажи с мест сражений способствовали не только появлению новых СМИ, но и росту их тиражей. Таким событием этого периода, способствующим качественному становлению военной журналистики, стала Крымская кампания 1853–1856 годов, которая, по мнению автора, может считаться первой информационной войной.

В этот же период (в 1855 году) создан и первый цензурный прецедент, что означает целенаправленную подачу информации, выгодную той или иной противоборствующей стороне. Так, например, английские газеты в своих отчетах после Синопского сражения писали о том, что русские добивали раненых турок, которые оказались в воде. Совершенно другую информацию давала российская печать, которая рассказывала о не менее жестоком отношении к русским морякам. Тем самым из задокументированной в газете информации того периода следует, что мы имеем, пожалуй, первые доказательства ведения информационной войны, которая шла параллельно реальным военным действиям.

На сегодняшний день это уже вполне сложившееся явление, исследованием которого занимаются Г.В. Грачев, С.Н. Гриняев, В.Ф. Прокофьев и многие другие [3, 4, 10]. Но в рамках данного исследования за основу возьмем определение С.П. Расторгуева, который считает, что «информационная война между двумя информационными системами – это открытые и скрытые целенаправленные информационные воздействия систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере» [12. С. 111].

Именно примером такого противостояния можно считать Крымскую войну 1853–1856 годов, которая, по мнению ряда исследователей, и породила военную журналистику в современном понимании этого слова. Именно она явно показывает, что две информационные системы России и объединившихся западных стран отражали разные политические, экономические, культурологические, религиозные и другие подходы в организации своего мироустройства. Таким образом, целью нашего исследования является представление Крымской войны 1853–1856 годов как первой информационной войны. Предметом данного исследования является информационные войны, объектом же – приемы работы с информации в ходе Крымской войны 1853–1856 годов.

Уже в объяснении причин Крымской войны лежат различные мнения. Так, российские историки считают, что с 1853 года Николай I сам шел на некоторое обострение отношений с Турцией. Он считал необходимым овладеть черноморскими проливами, а то и присоединить

европейскую часть Турции. Ряд авторов прямо указывает на то, что точкой отсчета конфликта стало предложение Николая I английскому послу Сеймуру от 9 января 1853 года о разделе Турции. Западные историки несколько иначе обозначают причины, по которым началась Крымская война. Они считают, что Британия и Франция рассчитывали ослабить влияние России на Европу. Именно поэтому 28 марта 1854 года Франция вслед за Англией объявила войну России.

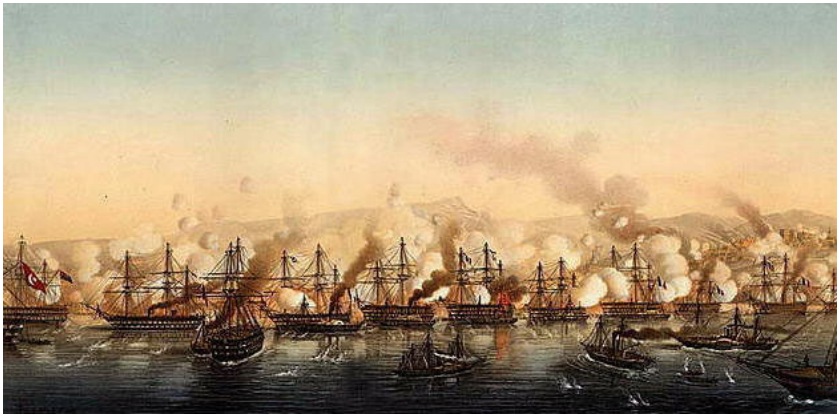

Рис. 1

Но как бы это не объяснялось, по своим грандиозным масштабам, ширине театра военных действий и количеству мобилизованных войск Крымскую войну можно вполне сопоставить с мировой войной. Россия оборонялась на нескольких фронтах одновременно – в Крыму, на Кавказе, Свеаборге, Кронштадте, на Соловках и Камчатке. Фактически Россия воевала в одиночку, не считая незначительных болгарских сил (3000 солдат) и греческого легиона (800 человек).

Что касается информационной составляющей, то Крымская война отличалась от любой другой войны тем, что изменились методы подачи информации. Этому во многом способствовало изобретение телеграфа в XIX веке. Это ускорило процесс доставки информации и, вместе с тем, увеличило расстояния, на которые она распространялась. Как следствие, жители не только одной страны,

но всех других государств, участвующих в военном конфликте, были в состоянии следить за ходом боевых действий с опозданием всего в несколько дней.

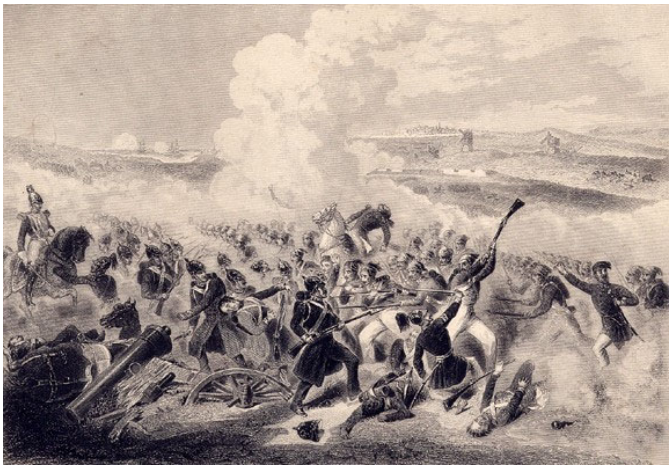

Рис. 2

Рис. 3

Оружием той информационной войны стали телеграф и фотография. Английский журналист Роджер Фентон прибыл в британские войска с передвижной фотолабораторией.

Тем самым новые технологии начала XIX века пополнили арсенал нелетального оружия. Как утверждает С.П. Расторгуев, «информационное воздействие осуществляется с применением информационного оружия, т.е. таких средств, которые позволяют осуществлять с передаваемой, обрабатываемой, создаваемой, уничтожающей и воспринимаемой информацией задуманные действия» [12. С. 111].

Рис. 4

На тот момент таким оружием стали телеграф и фотография, последняя уже появилась к тому времени. Впервые ее в зоне боевых действий применил английский журналист Роджер Фентон. Он прибыл в британские войска с передвижной фотолабораторией с целью, по мнению исследователей, «показывать скорректированную картину войны» [18].

Этот пример свидетельствует о том, что на театре военных действий начинали формироваться и приемы ведения информационной войны. Это отчетливо видно при изучении как российской, так и зарубежной, в основном английской и французской, публицистики и литературы. Одними из первых русских военных корреспондентов были Николай Сокальский, Николай Берг (рис. 5) и Аркадий Столыпин, которые ежедневно присылали с поля боя свои сообщения. С английской стороны это был корреспондент Б. Рассел (William Howard Russell), который писал о военных действиях на подступах к Севастополю.

Рис. 5. Фото Н.Б. Берга

Информационное противостояние можно отметить даже в определении военных действий. У русских журналистов – это оборона города, а у западных – осада Севастополя. Тем самым уже на уровне понятий осуществлялось воздействие на массовое сознание всего противостоящего сообщества, отдельных его слоев – в данном случае непосредственных участников военных действий. Также не остаётся забытым индивидуальное воздействие на лиц, от решения которых зависит дальнейший исход противостояний.

Это было крайне важно именно в период Крымской баталии, когда с русской стороны ставка была сделана на русский дух, или,

в дефинициях современной теории информационных войн, на модификацию ментальных моделей. По этому поводу С.П. Расторгуев пишет: «Для более сложной информационной системы, например, такой, как человек, информационное воздействие, способное вывести из строя систему, это прежде всего активизация таких желаний, мыслей и провоцирование поступков, направленных на саморазрушение» [12. С. 112].

Но именно ожидаемого саморазрушения у защитников города и не произошло. Наоборот, оборона города сформировала целую плеяду героев, доблестно защищающих город на протяжении долгого периода, состоящую как из военачальников, так и из рядовых бойцов, а также из числа жителей города.

Что важно, именно об этом рассказывали первые военные корреспонденты. Так, в этом качестве – военного корреспондента – Николай Васильевич Берг в 1853 году отправился в Севастополь, где состоял при штабе главнокомандующего в должности переводчика. Как военный корреспондент он участвовал в сражении при Чёрной речке.

Другим не менее известным военным корреспондентом стал Аркадий Петрович Столыпин, сын премьер-министра России П.А. Столыпина, который был адъютантом начальника артиллерии. Он участвовал во многих боевых операциях, за что получил «Золотое оружие» за оборону Севастополя. Но это непосредственное участие позволило ему достаточно точно рассказать о тех или иных событиях. Одним из таких его материалов стал очерк «Ночная вылазка в Севастополе», который был отправлен в редакцию журнала «Современник» Львом Толстым с личной просьбой к редактору поместить очерк без цензурных правок и с просьбой извинить автора за «дикую орфографию» рукописи («Ночная вылазка» – 11/23 марта 1855 года).

Как утверждают теоретики информационных войн, информационное воздействие может осуществляться как на фоне информационного шума, так и в условиях информационного вакуума. К чести первых военных корреспондентов, которые как журналисты формировались на бастионах осажденного города, им удалось избежать информационной изоляции. Более того, делая достоянием гласности те или

иные события обороны города, они формировали не только образ города, который сопротивляется из последних сил, но и отдельных его героев. Способствовали тому, чтобы их подвиги были по достоинству оценен. Так, благодаря очеркам Аркадия Столыпина генерал Хрулев был удостоен ордена Св. Георгия III степени, а также были награждены военными знаками отличия и орденами Св. Георгия 46 солдат и офицеров, которые проявили особый героизм и мужество при защите Севастополя.

Когда мы говорим о характерных чертах информационных войн, которые закладывались в исследуемый нами период Крымской войны, то следует также обратить внимание на стремление западных государств, начавших эту войну, сознательно и преднамеренно искажать факты. При этом они одновременно навязывали русским защитникам города свое, выгодное им, восприятие происходящего в ходе войны. Поэтому заслуживает внимания деятельность таких русских военных корреспондентов, как Николай Петрович Сокальский (1831–1871). Он работал сотрудником газеты «Одесский вестник». Как журналист, он собирал материалы, записывая рассказы раненых солдат в одесских госпиталях. Ценность этих публикаций как раз и состоит в том, что Николай Сокальский, сохранив колорит солдатской полуграмотной речи, собрал достоверные факты и впечатления очевидцев войны. Исказить их уже не так просто хотя бы потому, что сохранены имена реальных участников событий. Хотя при нынешних технологиях и это становится возможным, так как в информационной войне даже на ее начальных стадиях уже использовался самый широкий диапазон форм и методов от грубой лжи до утонченных приемов подачи информации. Истинное содержание видоизменялось до неузнаваемости, когда использовались такие приемы, как нарушение последовательности событий, повторение, чередование фактов в хаотичном порядке и др.

Сюда же следует отнести блокировку распространения нежелательной информации, ее интерпретацию, особенно спорной информации, например, когда речь идет об исходе того или иного сражения и определении победителя. Тогда в массовом порядке проводится односторонняя информация той или иной из враждующих

сторон, при этом полностью отсекается или очерняется противоборствующий лагерь. Безусловно, в период Крымской кампании это могло быть не столь очевидно, и о манипулировании сознанием вряд ли знали защитники Севастополя и те, кто его осаждал. «Понятно, – считает С.П. Расторгуев, – что для информационных систем из разных классов информационное воздействие также играет различную роль. Так, для систем класса А более опасно прямое физическое воздействие, чем какая бы то ни была информация. Не случайно, до тех пор, пока люди были оснащены оружием, не содержащим микропроцессоров, говорить об информационной войне не имело смысла. Ее и не могло быть на том уровне развития и в том понимании, которым мы обладали тогда» [12. С. 112].

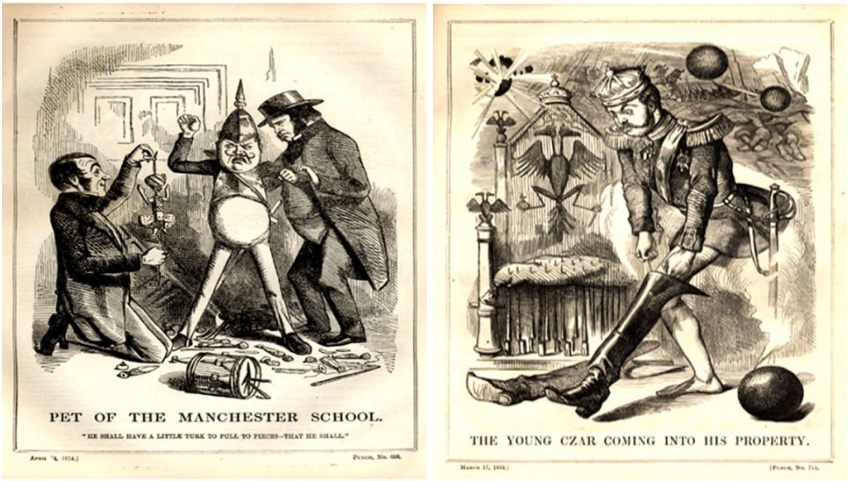

Рис. 6

Таким образом, все вышеперечисленные элементы ведения информационной войны уже присутствовали. Очевидно, благодаря этому в русской историографии тема Крымской войны освещена достаточно подробно. Почти любой, кто писал об этой войне, писал и о том, как в массовом сознании русского народа отразились поражение в этом противостоянии и тяжелый договор по его окончании. Так, историк М.И. Богданович в своем труде «Восточная война 1853–

56 гг.» указывает о недовольстве в высших слоях дворянства, купечества и прочих [2].

Среди других историков, изучавших эту тему, были Е.В. Тарле, Н.А. Троицкий, Н.Ф. Дубровин и многие другие [14]. В своих работах в той или иной степени они рассматривали противоборство в информационном пространстве, которое сопровождает его на протяжении всего военного конфликта. Но при этом, по их мнению, он захватывает все сферы человеческой жизни: политическую, экономическую, культурологическую, социальную, да собственно – саму жизнь. В ходе Крымской кампании с обеих сторон были огромные человеческие потери.

Безусловно, писать об этом было достаточно трудно. Но именно с этой целью Б. Рассел, корреспондент лондонской газеты «The Times», был специально командирован редакцией, чтобы информировать британское общество о реальном положении дел. После этого при штаб-квартире союзных войск были аккредитованы другие корреспонденты и фотографы, но в основном благодаря Расселу каждая образованная британская семья читала за завтраком ежедневный отчет о ходе боевых действий. В первую очередь именно от него общественность узнала о бедствиях, переживаемых армией в зимнем Крыму. Достаточно сказать, что только от дизентерии скончалось 16 тысяч британских военнослужащих, а вязаная шапка, закрывающая лицо, в английском языке называется «балаклава».

Анализ проведённых работ британских и французских военных журналистов, которые также заявили о себе как о профессионалах в данной сфере журналистской деятельности, представляется отдельной темой. Но в данном случае важно обратить внимание на тот факт, на который указывал профессор Е.П. Прохоров. Он писал: «Для журналиста простор для подлинной свободной деятельности (не жестко запрограммированная необходимостью, но и не произвольной, отметающей необходимость) открывается в творческом использовании знания законов действительности для понимания и оценки ее явлений, выработки способов действия для достижения идеалов “истины, добра и справедливости”» [11. С. 267]. К сожалению, в условиях военного конфликта и по законам военного времени информация с мест

боевых действий подвергалась жесткой цензуре. Первый такой цензурный прецедент был также создан во время Крымской войны в 1855 году. Именно поэтому так ценен анализ этого периода, причем с точки зрения журналистского творчества. Например, в ходе его изучения выяснилось, что Николай Берг предпринимал интересные ходы, позволяющие ему обойти цензуру. Он давал регулярные сообщения в «Москвитянин» в форме «частных писем», поступающих редактору Михаилу Погодину.

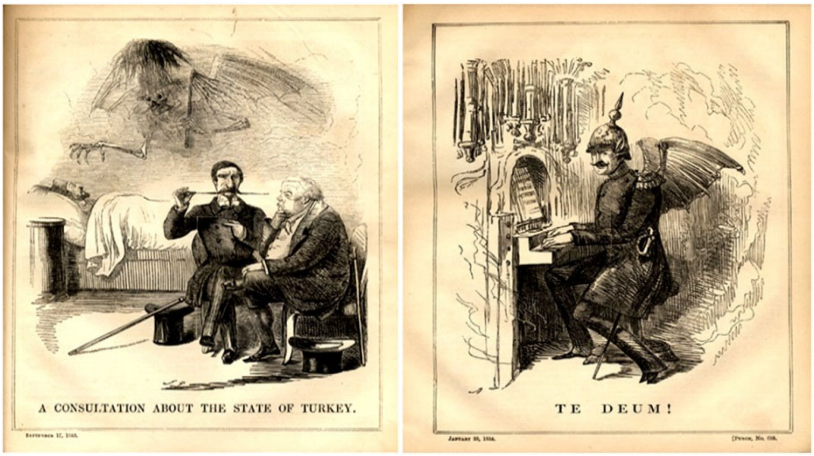

Рис. 7

На первый взгляд письма с войны напоминали переписку двух приятелей, но на самом деле это был умелый журналистский прием, который давал возможность военному журналисту сообщать о Крымской кампании ценные сведения, снабженные датами, деталями, значимыми фамилиями.

Такой журналистский прием позволял получать ощущение сиюминутности происходящего, создавал у читателя «эффект присутствия». Тем самым читатель видел войну в динамике событий, боев, перемирий, знакомился с реальными людьми – генералами, адмиралами, рядовыми солдатами, героически сражающимися на полях Крымской войны.

Но этот и другие подобные приемы могли существовать только на стадии формирования военной журналистики, так как только определялись правила ведения информационных войн, идущих параллельно реальным баталиям на полях сражений. Это Альминское сражение, оборона Малахова кургана и др. Это они диктовали условия цензурирования военной информации, которые также в этот период находились на начальной стадии.

В форме законов, предписаний, положений они оформились несколько позже. Так, первое «Временное положение о военной цензуре» в России было подписано сразу же после начала Первой мировой войны, 20 июля 1914 года. В нем был обнародован «Перечень сведений», которые запрещалось помещать в печати по военным соображениям. Позже его неоднократно дополняли новыми статьями, постепенно вводились также новые законы, шло дальнейшее регламентирование деятельности прессы. Но суть оставалась той же – военный журналист работал в предлагаемых обстоятельствах. Он должен был с ними считаться. Как было тогда, в период Крымской кампании, когда эти законы только создавались, так осталось и по сей день.

Безусловно, специальность «военная журналистика» как самостоятельное направление русской журналистики оформилась несколько позже, в период русско-турецкой войны 1877–1878 годов. Во время этого военного конфликта издатель газеты «Новое время» Алексей Суворин сумел обеспечить бесперебойную телеграфную связь со своими корреспондентами, так как уже более совершенной была инфраструктура, которой обладала российская сторона.

К сожалению, в период Крымской войны русские журналисты не имели в своем пользовании современных технических средств. Они больше пользовались обычной почтой. Что касается английских и французских корреспондентов, то они обладали большими технологическими возможностями, в том числе и фотосъемкой. Что касается телеграфа, то именно для освещения Крымской кампании было создано информационное агентство Рейтер.

Но как бы то ни было, именно Крымская война способствовала появлению военной журналистики. Она определила ее место не только в системе СМИ, но и как мощное средство информационной

войны – процесса противоборства человеческих общностей, направленного на достижение своих целей того или иного государства с помощью профессионально создаваемой информации.

О том, что целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путем нанесения ущерба информации, информационным процессам, информационным системам противника, свидетельствует дальнейшее развитие военной журналистики вплоть до сегодняшнего дня. При этом военная журналистика стоит на страже своих интересов, защищает свою информацию, свои информационные процессы, свои информационные системы.

Тем самым она предлагает свое видение военного конфликта, создает свою картину мира как в военное, так и в мирное время. Так, по данным разных исследователей, уже во время Русско-турецкой войны 1878 года при русской армии уже было более двух десятков русских и иностранных корреспондентов. Во время Русско-японской войны в 1905 году в манчьжурских армиях побывало 102 русских корреспондента и 38 иностранных.

Подводя итоги, следует отметить, что по прошествии времени информационная война оказалась самым жестоким видом противоборства враждующих сторон. Как бы ни регламентировалась эта деятельность на протяжении всего периода ее существования, до сих пор не создано общепризнанных юридических, моральных норм и ограничений на способы и средства ее ведения. Они ограничены только соображениями эффективности той или иной стороны.

Очевидно, что именно поэтому английский исследователь военной журналистики Ф. Найтли период между Крымской войной и Первой мировой войной назвал «золотым веком» военной журналистики, когда все-таки в чести были правила ее ведения, заложенные Крымской кампанией. Может быть, есть настоятельная необходимость вспомнить о них сегодня, когда информационные войны разгораются все с большей силой и их события развиваются с огромными скоростями»[9].

[9] Коханова Л.А., Мельников В.А. Крымская кампания 1853-1856 годов как первая информационная вона в истории противостояния мировых держав // Идеи и новации, 2023. Т. 11, № 4. С. 31–38.

Вопросы и задания

1. Определите специфику освещения военных конфликтов.
2. Назовите факторы влияния при освещении журналистами военных конфликтов.
3. Какое «нелетальное оружие» применяется при информационном противостоянии?
4. Какова историческая роль телеграфа в ходе информационного противостояния?
5. Какие элементы информационной войны вы можете назвать в применении к Крымской войне?
6. Когда родилась военная журналистика в России?
7. Назовите первых русских военных корреспондентов XIX века.
8. Какова роль иллюстраций к репортажам?
9. Сделайте подборку иллюстраций к репортажам военных корреспондентов XIX века.

Литература

1. Архив В.А. Бильбасова. К.-9, В. 59. (Т.Н. Грановский) // Государственная публичная библиотека им. М.Е. Салтыкова-Щедрина (далее – ГПБ). Рукописное отделение. Ф. 73.
2. Васильев А.Д., Ф. Е. Подсохин. Информационная война: лингвистический аспект // Политическая лингвистика. 2016. № 2(56). С. 10–16.
3. Волкова И.В. Антирусская агитация в западноевропейской прессе во время Крымской войны 1853–1856 гг. // Вестник научного общества студентов, аспирантов и молодых ученых. 2014. № 1. С. 51–53.
4. Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты / под общ. ред. С.А. Анисимова, А.А. Деркача; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ. М.: Изд-во РАГС, 1998. 120 с.
5. Гриняев С.Н. Интеллектуальное противодействие информационному оружию. М.: СИНТЕГ, 1999. 232 с.
6. Из переписки Николая I с кн. М.С. Воронцовым. «Из письма кн. Воронцова государю от 18(30) января 1854 г.» // ГПБ. Рукописн. отд. Архив Н.К. Шильдера, К.-16, № 9.
7. Корнилова Ф.П. №3. Черновик. 1849. Точной даты нет. Вероятно, самые последние дни марта или начало апреля 1849 г. Закревский – Николаю // ГПБ. Рукописн. отд. Ф. 379.

8. Кошелев А.И. Записки. Берлин, 1884. 232 с.

9. Ливен Д. Российская империя и ее враги с XVI века до наших дней / [пер. с англ. А. Козлика, А. Платонова]. М.: Европа, 2007. 678 с.

10. Манойло А.В. Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта // Информационные технологии и безопасность. 2005. № 8. С. 73–80.

11. Михайлов С.А. Современная зарубежная журналистика: правила и парадоксы. СПб.: Михайлов, 2002. 446 с.

12. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. Информационная война: реальная угроза или современный миф? "Власть", 19.12.2001, Москва, n12, стр.19-23

13. Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны. М.: СИНТЕГ, 1999. 152 с.

14. Прохоров Е.П. Журналистика и демократия. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Аспект Пресс, 2004. 350 с.

15. Расторгуев С.П. Философия информационной войны. М.: Вузов. кн., 2001. 468 с.

16. Соловьев С.М. Записки. [Пг.], б.г.

17. Тарле Е.В. Крымская война: в 2 т. М.: АСТ, 2004. Т. 1. 606 с.

18. Трубецкая Г. Россия и вселенская патриархия после Крымской войны. 1856–1860 гг. // Вестникъ Европы. 1902. № 4, апр. С. 573.

19. Трубецкой А. Крымская война. М.: Ломоносов, 2010. 314 с.

20. Финогенко О.В. О философии информационно-психологической войны (основные понятия и проблематика) // Экология языка и коммуникативная практика. 2016. № 1. С. 165–189

21. Чернышевский Н.Г. Рассказ о Крымской войне. М., 1953. 352 с.

22. Dominikowski T. Massenmedien und Massenkrieg. In: Krieg als Medienereignis II. VS Verlag für Sozialwissenschaften. VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2004. DOI: 10.1007/978-3-322-90833-9_2.

Глава 3
ПРЕДМЕТНО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ

Методический комментарий

К 2020 году Россия действительно стала жить в перманентном информационном противостоянии с Западом. «Информационно-психологическое воздействие представляет собой целенаправленное производство и распространение специальной информации, оказывающей непосредственное влияние (положительное или отрицательное) на функционирование информационно-психологической среды общества», – пишет политолог И.Н. Панарин[10].

Доцент РУДН В.И. Озюменко указывает на роль СМИ в информационных противостояниях и показывает, что средства массовой информации могут усугублять политические конфликты между народами, создавая негативные стереотипы противников и даже демонизируя их. О.Г. Филатова и Р.В. Болгов анализируют коммуникации Европейского Союза и НАТО в контексте современного информационного противостояния и массового распространения цифровой дезинформации.

Историк, ведущий научный сотрудник центра Международной безопасности ИМЭМО РАН Н.И. Бубнова исходит из того, всплеск информационной войны был детерминирован цепью ошибок, допущенных Россией. Одна из них названа в книге немецкого политолога А. Рара: «Россия не умеет правильно действовать в области информационной политики. То, чего ей не хватает, – это правильных

[10] Панарин И.Н.. Информационная война, PR и мировая политика. Курс лекций. 3-е изд. М.: Горячая линия-Телеком, 2021. С. 187.

представлений о том, как пользоваться soft power[11]. Западные государства знают, как можно хорошо себя подать. Но русская soft power – это старые причуды: казачьи хоры, церковные песнопения, балет, балалайка и матрешка. Однако это уже не вписывается в немецкий культурный ландшафт, тем не менее, российское государство тратит чрезмерно много денег на такую рекламу России за рубежом, не способствуя устойчивому укреплению имиджа России»[12]. Несомненно, что и в российской информационной политике были ошибки и стереотипы.

Информационные противостояния между Россией и Западом рассматривалось в статьях Ф.Ф, Хизбуллина, Г. Ахмединой, А.И. Ростовой, С.А. Шилиной. Авторы отталкивались от того, что противостояние обусловлено неравномерностью распределения углеводородных ресурсов по земному шару. Но проблема, конечно же, не только в борьбе за ресурсы. В политике США постоянно проявляются попытки диктовать другим странам свое видение экономических и политических решений. Количество военных конфликтов, инициированных США, тому доказательство.

Один из особо болезненных для России – бомбардировки Югославии и последующее преследование президента Слободана Милошевича. Россия пережила тяжелое информационное противостояние в период операции принуждения к миру после вторжения грузинских войск в Осетию. Но прошло уже 10 лет с того момента. А сегодня мы находимся в состоянии острой фазы гибридной войны блока НАТО против России. Уже никто не вспоминает про битву за нефть как ключевой источник противостояния. Ситуация усугубилась настолько, что Россию пытаются уничтожить и отменить. И при условии полной монополизации американскими концернами потока информации мы можем констатировать острейшую фазу информационной войны против России.

---

[11] Soft power (англ.) – буквально – мягкая сила. Форма внешнеполитической стратегии, при которой желаемые результаты достигаются на основе добровольности, симпатии и привлекательности, в отличие от «жесткой силы», которая подразумевает принуждение.

[12] Рар А. Ослепление. Как Европа теряет Россию. М.: Просвещение, 2022. С. 38.

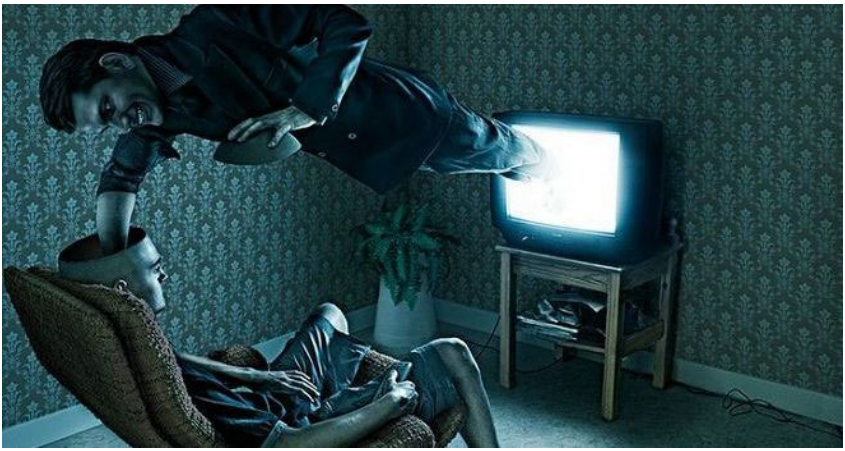

Рис. 8

Десятилетие мы наблюдали как притесняется свобода слова с подачи администрации США и главным репрессированным мучеником стал Джулиан Ассандж. В августе 2024 года был внезапно арестован основатель российской социальной сети ВКонтакте и мессенджера Telegram Павел Дуров. Данный арест осудили миллионы людей во всем мире, прямо назвав это постыдным посягательством на свободу слова. Что характерно, владельцы сети Фейсбук, признанной в России экстремисткой, открыто согласились сотрудничать со спецслужбами и не гарантируют уже тайну личной переписки, и тем более свободу слова и мнений. Вот что пишет социальная сеть о сообщении РИА-новости об аресте Павла Дурова в Париже (дата обращения 25.08.2024): «Фейсбук считает те средства массовой информации, которые находятся под частичным или полным редакционным контролем властей. Чтобы выявлять такие СМИ, компания проводит исследования и применяет специально разработанную систему оценивания. Поскольку страницы подконтрольных государству средств массовой информации при поддержке властей влияют на мнения людей, компания применяет к ним особо высокие стандарты прозрачности». РИА Новости – информационное агентство и сообщило сухую свежую реальную новость об аресте Павла Дурова в Париже. Но социальная сеть в ответ на публикации российских СМИ разразилась такой тирадой как русофобия.

3.1. Главный тренд трансформации зарубежных медиасистем – это русофобия

«Информационная война, или, как ее еще называют, гибридная, в информационном пространстве мира – в разгаре. Доктор филологических наук, профессор Г. Вирен пишет, что «информационная война – это комплекс мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов, а также защита от подобных воздействий» [1. С. 5]. Доктор политических наук, профессор А.В. Манойло определяет информационную войну как процесс, в котором противоборство человеческих общностей направлено на достижение политических, экономических, военных или иных целей стратегического уровня, по средствам воздействия – на гражданское население, власти и (или) вооружённые силы противоположной стороны путем распространения намеренно отобранной и подготовленной информации, информационных материалов и противодействия таким воздействиям на своей стороне [5. С. 73–80]. Именно второе определение мы и будем брать в качестве основного в данной работе.

Как считают опытные медиаисследователи[13], интенсивное развитие высоких технологий и цифровизация медиа не только открывают новые информационно-коммуникационные возможности, но и создают опасность всепоглощающей дезинформации. Если в начале века еще говорили о перспективах развития благополучного и многообещающего «информационного общества» и даже «общества знаний», то сейчас речь уже о грядущей «эре дезинформации и лжи». Эта угроза и ее возможные последствия вызывают достаточно широкий отклик в научных и журналистских, политических и общественных кругах. Анализ публикаций массмедиа так называемой объединенной Европы, да и всего коллективного Запада, показывает, что главное направление трансформации зарубежных медиасистем – это русофобия, мощный идеологический тренд глобальных масштабов и значения [3. С. 23]. Российские исследователи

[13] В частности, доктор филологических наук Н.В. Урина.

Л.А. Зеленов, М.Г. Большаков, А.А. Владимиров отмечают, что русофобия многолика и является «оживлением, проявлением и усилением негативного отношения к русскому народу в предшествующую тысячелетнюю историю русского этноса, создавшего и сплотившего российскую нацию, включающую в себя более 150 этнических общностей» [2. С. 4].

В рамках этой доктрины манипулирование общественным мнением стало основополагающим во многих средствах массовой информации. Содержательно манипулирование осуществляется на основе методологий большой лжи и тотальной русофобии. Основной метод – подмена понятий: правда и объективность стали постправдой и фейком.

Рис. 9

Сегодня «объединенный запад» не отказался от этих своих постулатов, например, восславления мнимых «героев», и, более того, ужесточил их откровенными призывами «убивать русских» и демонизировать не только президента и правительство РФ, но и весь российский народ. Облик нынешней информационной войны определяют такие факторы, как увеличение объема информации с включением разных каналов, возросшая роль информации в глобальных процессах, информатизация общества, высокое развитие технологий и, как следствие, цифровизация. При этом выделяется несколько уже давно известных приёмов, которые применяются западными СМИ. Их определение является целью исследования.

Приемы информационной войны в контексте русофобии. Во-первых, это восславление мнимых «героев», – например, президента Украины В. Зеленского: дело дошло до того, что немецкие СМИ (да и остальные западные) заглавную букву его фамилии Z поменяли на букву S. И все потому, чтобы отдалиться от буквы Z, которую используют на своем обмундировании участники СВО.

Во-вторых, демонизация врага, в данном случае – России и её президента. 20 лет назад, когда был создан Петербургский диалог, ставивший своей целью укрепление и развитие отношений между Россией и Германией, врага, как и демонизации, не было и в помине. Началось это в 2014 году, то есть после государственного переворота на Украине. Усилила этот процесс и дальнейшая монополизация масс-медиа ведущими информационными конгломератами. В нее включен и Интернет: по оценкам, в 2019 году в Facebook* (включая Instagram*), Twitter и YouTube (Google) были сконцентрированы 85% пользователей социальных медиа в мире[14]. Следствием стали кросс-медийность и трансграничность медиапространств.

Благодаря трансграничности к 2021 году жестко обозначилось русофобское идеологическое противостояние не только в европейском, но и в мировом медиапространстве. Наиболее остро оно проявило себя в блокировке российской сети информационных телеканалов Russia Today, а также англосаксонских и немецких YouTube-каналов (RT DE, Der Fehlende и т.д.).

В-третьих, – игра с масштабом: это когда изменяется реальный масштаб событий для приуменьшения или преувеличения их важности. Здесь, конечно, используется всё, и если раньше в первых рядах была внутренняя ситуация в России, замечались наши проблемы (а у нас их много, мы это знаем), то сегодня, конечно, вбрасывается в информационное поле абсолютно всё.

---

* Признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ.

* Instagram принадлежит Meta Platforms Inc., признана экстремистской организацией и запрещена на территории РФ.

[14] Для получения более подробной информации можно ознакомиться со следующей статьей: The Most Popular Social Media Platforms of 2019 [Электронный ресурс] // Digital infirmation world. 01/01/2019. URL: https://www.digitalinformationworld.com/2019/01/most-popular-global-social-networks-apps-infographic.html (дата обращения: 12.12.2023)

Освещение межгосударственных и международных отношений в зарубежных массмедиа в настоящее время сильно политизируется самими журналистами, то есть помещается в контекст всеобщей актуальной политической повестки. При таком освещении в основном используются давно известные приёмы манипуляции: дезинформация, манипулирование, пропаганда и шантаж. И ни слова правды: свобода слова ушла в небытие, несмотря на широко декларированные ранее постулаты, подкрепленные национальными и международными законами.

При этом оценка реализации двусторонних отношений отражает немотивированный критический настрой западных СМИ в адрес России. Не вызывает сомнения, что это является негативной тенденцией по своей сути. Организационно манипулирование международной повесткой дня СМИ происходит за счет противостояния в технической, юридической, финансовой сферах: демарши против российских СМИ, демонетизация неугодных пользователей на YouTube, дерэнкинг (Google).

Информационная политика правительств не всегда идентична государственной, так как она формируется самими медиа, владельцами которых не является государство. В современной информационной политике многие мировые СМИ, особенно из недружественных стран, руководствуются принципами информационно- психологической войны против России. Однако в реальной жизни граждане (и россияне) выступают против обострения взаимного конфликта. Они осознают, что в международном поле разумнее и выгоднее взаимное сотрудничество, а не очередное немотивированное противостояние.

В-четвертых, ещё один прием, который необходимо учитывать, – это когнитивный диссонанс. Это связано с психикой и влечёт за собой стремление личности изменить собственные установки. Поэтому и произошло переформатирование сознания почти 41 млн украинцев, родившихся, выросших и живших в Украинской Советской Социалистической Республике и не признававших нацизм, но вдруг резко развернувшихся к неонацизму.

В-пятых, отмена культуры России. К счастью, пока это никак не соотносят с «культурной апроприацией». В середине XX века –

это словосочетание в западном дискурсе обозначало позитивное явление – использование элементов восточной культуры западными художниками и писателями. Сегодня термин культурная апроприация является негативным и относится в первую очередь к эксплуатации элементов культуры-донора другой доминирующей культурой с целью обогащения.

В настоящее время управление информацией является куда более серьезным оружием, чем в прошлом веке. Интернет не только расширил кругозор отдельного индивида, утолив его информационный голод, но и сделал его сознание доступней для профессиональных манипуляций, подключив к коллективной «глобальной деревне» [7. С. 75–80]. Поскольку аудитория от года к году в силу масштабного роста коммуникационных процессов становится все мобильней, требовательней и образованней, методы информационного воздействия становятся все виртуозней и изощрённей. Грубая подмена фактов и постправда уже стали недостаточным трюком.

Технологическому манипулированию способствует широкое применение искусственного интеллекта, технологий симулирования реальности и алгоритмизации работы с Big Data (супертаргетирование и кастомизация медиамесседжа). По прогнозам, к 2026 году 90% контента в Интернете будет сгенерировано искусственным интеллектом[15].

Турбулентность современных международных отношений появилась на современном этапе не в последнюю очередь из-за деятельности массмедиа, их освещения современных событий в искривленном виде. Медиа в международном ракурсе играют двойную роль: они не только освещают под определенным углом наиболее острые проблемы взаимоотношений двух и более государств, но и декларируют тем самым собственную политическую и социокультурную принадлежность, и порой поляризация трактовок

[15] Более подробно с прогнозами ученых можно ознакомиться в следующей статье: Исследование: к 2026 году 90% контента в интернете будет генерировать ИИ [Электронный ресурс] // Хайтек. 2022. 30 окт. URL: https://hightech.fm/2022/10/30/generated-content (дата обращения: 12.12.2023).

и точек зрения на эти злободневные общеевропейские и мировые проблемы доходит до радикального антагонизма.

Согласно стратегии национальной безопасности РФ (2021) «… информационное пространство активно осваивается как новая сфера ведения военных действий». Это определяет направление методов исследования: отбор новостных материалов популярных онлайн-СМИ России и других стран (особенно – недружественных) за определенный промежуток времени с использованием статистики подсчетов; контент-анализ с применением тематического кодирования на категории ключевых тематик, категории информационных приемов и категории действующих акторов публикаций; сравнительный анализ полученных результатов контент-анализа и выделение особенностей освещения важного события в онлайн-СМИ. В настоящее время дезинформация рассматривается медиаэкспертами как предмет исследований и как медиапрактика.

Из-за так называемой российской угрозы наблюдается не просто ограничение распространения мнений в западных странах, а полный запрет на вещание и распространение информации и позиций, не соответствующих их информационной политике»[16].

Литература

1. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2013. 126 с.

2. Зеленов Л.А., Большаков М.Г., Владимиров А.А. Русофобия. Н. Новгород, 2018. 137 с.

3. Ильин А.Н. Русофобия как идеологический тренд в информационном пространстве Запада // Свободная мысль. 2020. № 1. С. 23–34.

4. Исследование: к 2026 году 90% контента в интернете будет генерировать ИИ [Электронный ресурс] // Хайтек. 2022. 30 окт. URL: https://hightech.fm/2022/10/30/generated-content (дата обращения: 12.12.2023).

5. Манойло А.В. Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта // Информационные технологии и безопасность: материалы V Междунар. науч.-практ. конф. Киев, 2005. Вып. 8, 2005. С. 73–80.

[16] Вороненкова Г.Ф. Главный тренд трансформации зарубежных медиасистем – это русофобия // Идеи и новации, 2023. Т.11, № 4. С. 9–13.

6. О стратегии национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента РФ от 02.07.2021 г. № 400 // Собрание законодательства РФ. 2021. № 27 (ч. II), 5 июля. Ст. 5351.

7. Сулейманова Ш.С., Назарова Е.А. Информационные войны: история и современность: учеб. пособие. М., 2017. 90 с.

8. The Most Popular Social Media Platforms of 2019. Available at: https://www.digitalinformationworld.com/2019/01/most-popular-global-social-networks-apps-infographic.html (Access Date: 2023, Dec. 12).

3.2. Русофобия в современном медиапространстве

«В связи с современной политической ситуацией мир условно делится на Россию и государства Азии (так называемый Восток); Америку и страны Европы, так называемый Запад. Огромная пропасть, которая существует между традиционалистским и консервативным Востоком и технократическим и либеральным Западом, обосновывает их постоянную борьбу друг с другом. Сейчас это противостояние ведется в форме гибридной войны, которая включает себя множество стран и заставляет их использовать абсолютно разные методы борьбы. С развитием информационных технологий, а также понимания важности психологической подготовки к войне, проводимой посредством «мягкой силы», работы с человеческими умами, боевые действия становятся все более зависимыми от эмоционального фундамента граждан воюющих и невоюющих стран. В настоящее время фактически на постоянной основе ведутся информационные войны – соперничество за владение сознанием людей. Этот факт делает их крайне важными для изучения современными исследователями.

В стремительно меняющемся мире информационная сфера создает чрезвычайно благоприятные условия для развития разных идей, мыслей и трендов. Действующим веществом информационных войн непосредственно является информация, а ее трансляторами выступают различные СМИ. Множество данных передается через них обществу, перед этим грамотно фильтруется, обрабатывается и вообще формируется. Одним из большого количества сюжетов, развертываемых в рамках информационной войны, является русофобия.

До 1990-х – 2000-х годов тема русофобии была резко табуирована [8]. В 2012 году о данной теме как об аспекте информационной войны нас заставляет задуматься речь, озвученная во время избирательной кампании американского политика Митта Ромни, который претендовал на должность президента США. Он сказал: «Россия – наш геополитический враг № 1. Наша задача – заставить Россию пожирать себя изнутри, внеся смуту и раздор в общество этой страны. То, что не получилось сделать сегодня у мистера Навального, завтра получится у многих тысяч таких же, как он. Мы заставим русских взяться за оружие! Мы настроим чеченцев, татар, башкир, дагестанцев против русских… И когда мы введём свои войска в эту страну, защищать её будет некому, потому что мы давно истребили дух патриотизма в русских, превратив их в нацию злобных, мелочных, завистливых нелюдей. Мы заставим ненавидеть их свою страну, ненавидеть друг друга, ненавидеть собственную нацию. Русских больше нет. Мы их уничтожили. Мы разрушили СССР, мы разрушим и Россию» [7]. Политик обращает внимание на то, что сами действия будут вестись в информационном поле, медиапространстве. Он открыто говорит о разжигании русофобии и о том, в чем заключается ее конкретная цель. Особый толчок для развития данная тема получила в 2014 году, когда полуостров Крым был воссоединен с Россией. Следующим значимым событием по данному сюжету было объявление властями Российской Федерации СВО на Украине в 2022 году. Это вызвало брожение мнений в обществе, что непосредственно отразилось во всем медиапространстве. События, начавшиеся 24 февраля 2022 году, стали хорошими инфоповодами для использования русофобии различными СМИ как сюжета для ведения и планомерного разжигания информационной войны.

В научном сообществе тема русофобии в журналистике затронута крайне слабо. Лишь некоторые исследователи, например, А.Н. Ильин [4] занялись вопросом русофобии в информационном пространстве. Тем не менее автор не затрагивает, каким образом русофобия транслируется обществу и какие при этом применяются методы. Автор пытается разобраться, в чем заключается феномен

русофобии в целом, в чем ее суть в современной мире. Данный труд, как и подавляющее число работ других исследователей, таких как И.Р. Шафаревич, О.Б. Неменский, рассматривают историческое и даже философское понятие русофобии. В данной же статье предлагается рассмотреть русофобию в современном медиапространстве как один из сюжетов ведения информационной войны и ее трансляции в СМИ. Таким образом, объектом научной статьи являются информационные войны, предметом – русофобия. Целью же данного исследования было раскрытие содержательного аспекта русофобии в журналистике в контексте современной информационной войны.

Для достижения поставленной цели будут поставлены следующие задачи:

- изучить литературу по данному вопросу;
- провести эмпирическое исследование;
- сделать выводы.

В ходе исследования были поставлены вопросы, которые раскрывали бы конкретно содержательную часть русофобии: где создается, в каких формах чаще подается, каких сюжетов она касается, какие методы используются в журналистике для ее подачи обществу. Также на основе данных сведений понять, с какими целями СМИ используют русофобию. В контексте идущей информационной войны и СВО, а также отсутствия работ, которые бы полноценно раскрывали данную тематику, она представляется востребованной и является новой для научного мира журналистики. Хронологические рамки исследования определяются началом специальной военной операции до настоящего времени.

С помощью случайной выборки в данном исследовании был сформирован список из ста примеров публикаций, содержащих проявления русофобии, впоследствии они был изучены при помощи системного подхода и структурного анализа.

Важно заметить, что сама идея информационной войны не была заложена недавно. Отнюдь, уже в Китае в VI веке до н.э. полководец и государственный деятель Сунь-цзы создал труд «Искусство

войны». Именно в нем содержится одно из первых обобщений информационной войны: «Одержать сотню побед в сражениях – это не предел искусства. Покорить противника без сражения – вот венец искусства» [14]. В данном исследовании для определения современной информационной войны мы возьмем термин, предложенный В.Г. Вирен ом, современным исследователем и журналистом: информационная война – это комплекс мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов, а также защита от подобных воздействий [1]. Исследователь И.Н. Панарин писал, что именно «информационная война есть основное средство современной мировой политики, доминирующий способ достижения духовной, политической и экономической власти» [9].

С появлением Интернета эффективность информационных войн усилилась: например, исчезли барьеры между разными государствами, что дало им возможность беспрепятственно вторгаться на территории других государств и в их социальное пространство [2]. Внутри страны с появлением Интернета увеличился объем коммуникаций между гражданами, возникли новые, более продвинутые возможности для информирования населения. Таким образом, местом для трансляции информационной войны является медиапространство – структурная организация медиасистемы, ее строение, способ связи ее компонентов. Оно обеспечивает информационное взаимодействие в обществе, охватывает разные социальные пространства совокупностью информационных отношений [6]. Оно включает в себя различные средства массовой информации: газеты, журналы, телеканалы, радиоканалы, личные и групповые каналы в социальных сетях и т.д. Таким образом, под медиапространством можно иметь в виду Интернет, теле- и радиовещание, газеты и журналы, картинки и мемы в контексте их социальной функции. Через них происходит информирование граждан, влияние на общественное мнение.

Далее следует разобраться, в чем заключается тренд русофобии. В последнее время он встречается всё чаще и чаще. Стоит отметить, что само явление зародилось давно: например, еще во время первых

путешествий иностранцев в Россию, они изначально ехали с каким-то предубеждением об этой стране [3]. Тем не менее сам термин сформировался полноценно лишь к концу XIX века. Впервые его использовал Ф.И. Тютчев в письме к своей дочери. Любопытно, что сам поэт впервые заговорил о русофобии подданных страны, а не иностранцев. Он писал: «Можно было бы дать анализ современного явления, приобретающего все более патологический характер. Это русофобия некоторых русских людей – кстати, весьма почитаемых. Раньше они говорили нам, и они действительно так считали, что в России им ненавистно бесправие, отсутствие свободы печати и т.д., и т.п., что потому именно они так нежно любят Европу, что она, бесспорно, обладает всем тем, чего нет в России. А что мы видим ныне? По мере того, как Россия, добиваясь большей свободы, всё более самоутверждается, нелюбовь к ней этих господ только усиливается. И напротив, мы видим, что никакие нарушения в области правосудия, нравственности и даже цивилизации, которые допускаются в Европе, нисколько не уменьшили пристрастия к ней. Словом, в явлении, которое я имею в виду, о принципах как таковых не может быть и речи, здесь действуют только инстинкты, и именно в природе этих инстинктов и следовало бы разобраться» [10]. Таким образом, Тютчев впервые ввел в научный оборот термин «русофобия», вкратце его охарактеризовав, однако лишь с одной стороны – со стороны самих русских.

В современном же мире существует огромное множество определений этого понятия. Например, «русофобия – это предвзятое, подозрительное, неприязненное, враждебное отношение к русскому народу» [11], «русофобия – это неприязнь (вплоть до ненависти) к русским как к таковым, к русскости как историческому типу и опыту, к его носителям – их идентичности, истории, ценностям, психотипу, образу мысли, жизнебыту» [13], «русофобия – это мощный идеологический тренд глобальных масштабов и значения. Это основанное на исторических фальсификациях и политических инсинуациях принципиально отрицательное отношение к истории, политике, культуре и цивилизации России, к русским как этносу, к русскости как таковой» [8], «русофобия – это неприязнь, ненависть, враждебность или иные негативные чувства по отношению

к России, русским или их языку, культуре, истории» [12], «… русофобия Запада – широкий спектр отрицательных чувств и установок по отношению к русским, от страха до ненависти» [5]. В данной статье будет использовано гибридное определение, которое, по мнению автора, является наиболее лаконичным и понятным: русофобия – это мощный идеологический всемирный тренд, основанный на предвзятом, необоснованном принципиально отрицательном отношении к русскому народу, истории, культуре, языку, России как к государству в целом. Таким образом, это заведомо ложные сведения, стереотипы, которые развиваются и преобразуются в качественно новые данные.

Стоит обязательно оговориться о сфере изучения русофобии в данной статье. В контексте журналистики и ее методов влияния на общество, действия политиков, людей и их причины для нас малоактуальны. Мы говорим об использовании русофобии современными СМИ и о том, каким образом происходит работа с сознаниями, то есть о методах и средствах, которые применяются медиа, а также о формах и сюжетах, целях.

Для исследования на всем актуальном зарубежном и отечественном виртуальном медиапространстве мы провели случайную выборку и сформировали базу данных из ста примеров публикаций различных форм, которые транслируют обществу русофобию. Работы отбирались по следующим критериям:

- тематика: русофобия;
- русофобские реакции, мнения в СМИ (но не освещение русофобских действий политиков, например);
- подходящие по датировке: 24 февраля 2022 года – 22 июля 2023 года;
- зарубежные и отечественные СМИ.

Пятьдесят примеров было отобрано в отечественном медиапространстве, другие пятьдесят – в зарубежном. Таким образом, русофобия будет рассмотрена наиболее конкретно: где она создается, а также что и каким образом пытается донести до читателя автор публикации в Интернете, электронном журнале, блоге, канале в социальной сети и т.д.

На основе полученных сведений можно абсолютно точно сказать, что русофобия состоит из большого числа аспектов. Анализируя найденные публикации, мы пришли к выводу, что русофобию можно поделить по месту ее появления: внутренняя и внешняя. Первая является продуктом самих граждан России, в то время как вторая – тренд на данное деление публикаций.

Поскольку массмедиа является важным элементом глобализирующегося мира, они влияют на общество напрямую. Способность не просто донести свою точку зрения, но и навязывать, объяснять свое видение проблемы, свои принципы и свою позицию, заставлять людей думать, является сегодня необходимым условием успеха политической акции в рамках информационной войны, а также, соответственно, и успеха публикации в медиапространстве. Продолжая анализировать отобранный материал, применяя структурный анализ, а также системный подход, мы выявили еще несколько критериев для обработки полученной информации, которые так или иначе касаются содержательного аспекта публикаций, содержащих русофобский контекст.

Во-первых, русофобия, выступая мощным идеологическим трендом, особой концепцией, имеющей свою структуру, свою систему понятий [8], может делиться на большое число сюжетов, которые она затрагивает. Узкие темы отобранных публикаций на основе полученной базы данных логично разделяются на сферы жизни человека: идейная русофобия, основанная на духовной и социальной сферах жизни человека, политическая русофобия – на политической, соответственно, экономическая – на экономической. Помимо данного деления, публикации можно поделить и на другие сюжеты, которые были выявлены в нашей подборке данных. Дополнительно берутся историческая русофобия, основанная на прошлом России, ЛГБТ, как один из наиболее острых вопросов современного общества, интервью с антироссийским примером, как общее представление о том, как можно действовать русофобу в сложившейся ситуации. Тем не менее обязательно стоит отметить, что возможно выделить еще множество сюжетных делений публикаций. Например, военная русофобия. В данном исследовании она отнесена к политической, поскольку представляет ее часть.

В силу современной геополитической ситуации, практически все новости так или иначе касаются СВО, либо же подпитываются ею. Таким образом, было бы нелогично разрывать политическое и военное течения русофобии. Дополнительные деления обосновываются их невозможностью отнести к другим течениям русофобии, а также в принципе наличием их сравнительно небольшом количестве в нашей случайной выборке.

Данный критерий деления публикаций был рассмотрен на примерах зарубежных и отечественных СМИ. Результаты сравнения сюжетов публикаций представлены на рис. 10.

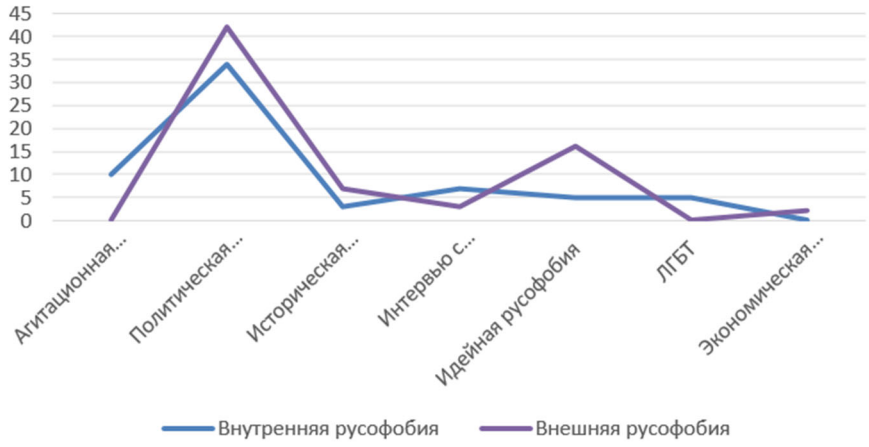

Рис. 10. Сравнение сюжетов публикаций

Большинство зарубежных СМИ чаще всего в контексте русофобии затрагивают ее политический аспект, говоря о политике России, ее президенте, правительстве, а также об СВО. Та же тенденция наблюдается и в отечественном медиапространстве. Стоит заметить, что большинство отечественных СМИ, которые публикуют русофобский контент, являются оппозиционными. Следующим сюжетом по количеству публикаций с проявлениями внешней русофобии выступает идейная русофобия, которая состоит в неприязни к русскому менталитету, русской культуре в принципе, а также к русскому социуму. Среди отечественных СМИ второй по популярности

тематикой является интервью с антироссийски настроенной личностью, в которой транслируется пример русофобского поведения. Третьей по числу тематикой в иностранном медиапространстве является историческая русофобия, в русских – агитационная. Таким образом, русофобская сюжетная линия, подаваемая отечественными медиа, носит непосредственно агитационных характер и приводит конкретные примеры русофобского поведения. Тематика иностранных медиа скорее представляет общий идеологический характер, формирование общей историко-политической картинки.

Во-вторых, критерием для анализа нашей базы данных может является также форма, в которой подаются публикации с русофобским контентом. Результаты сравнения форм публикаций, используемых отечественными и иностранными СМИ, представлены на рис. 11.

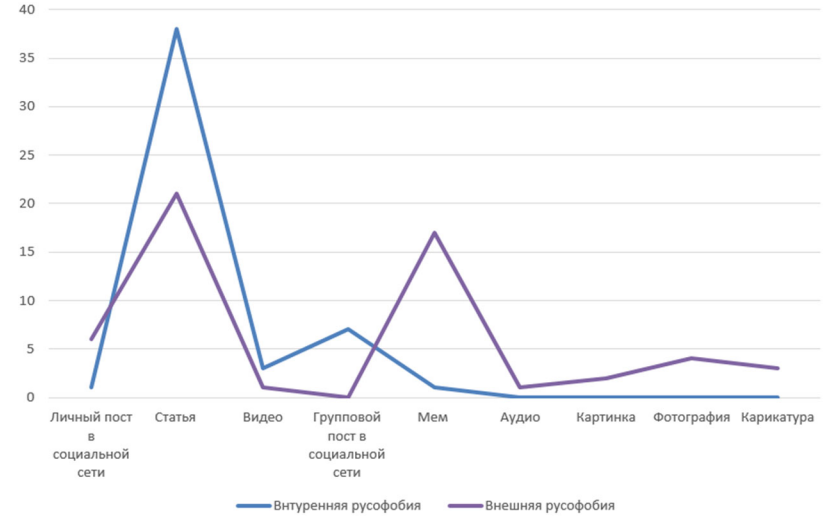

Рис. 11. Сравнение форм публикаций

Среди зарубежных СМИ наиболее популярной формой публикации является статья. В отечественных наблюдается та же тенденция. Стоит обратить внимание, что в количественном соотношении статья в русском медиапространстве используется почти в два раза меньше, чем в иностранном. Зарубежные СМИ также достаточно часто используют практику подачи информации через мемы (которые

являются второй по популярности формой публикации), что отечественные СМИ в контексте русофобии используют в разы меньше.

– публикация в удачный момент подразумевает подбор удачного момента для публикации материала;

– специально подобранный сюжет подразумевает одну публикацию из целой рубрики, специально подобранной СМИ в одном остросюжетном направлении[17];

– грамматические ошибки подразумевают не только сами ошибки, но и замены русских букв схожими английскими;

– сомнительные утверждения подразумевают недостоверные и ничем не подкрепленный утверждения;

– фальсификация подразумевает изменение фактов, понятий, а также преднамеренно ложные сведения;

– оскорбления подразумевают отрытые непристойные высказывания в сторону той или иной личности;

– смешение отраслей подразумевает перемещение фактов из одной отрасли жизни человека в другую без весомых на то оснований и ссылок на разницу терминологии разных сфер;

– давление на эмоции подразумевает прямое воздействие на чувства и эмоции людей;

– обобщение подразумевает подведение всех негативных черт России и «русскости» в одно лоно без определенных на то оснований и разности терминологий сфер жизни общества;

– визуал подразумевает использование зрения и воображения человека как средства восприятия русофобии;

– смещение фокуса подразумевает смещение с наиболее остросюжетного русофобского направления на менее остросюжетное, но не менее русофобское с целью показать как можно больше негативных сфер в жизни России и русского человека;

– неуместные сравнения подразумевают ничем не обоснованные сравнения абсолютно разных элементов с целью привести как можно больше русофобских высказываний, мнений, выводов и т.д.;

[17] Зачастую медиа публикуют целую рубрику, посвященную одному сюжету, но публикации рассматривают его с разных сторон.

– стиль подразумевает определенные формы речи, стилистику теста авторов публикаций;

– образ подразумевает использование чьего-либо негативного образа для создания русофобского контента либо же целенаправленное создание негативного образа той или иной личности, представляющей Россию и русского человека в медийном пространстве, например, президента Российской Федерации В.В. Путина;

– зацепка за любой факт подразумевает использование всех и даже самых мелких фактов с целью опорочить Россию и русского человека;

– резкие высказывания подразумевают ничем не подкрепленные высказывания, для использования которых нужны весомые объяснения и обоснования.

Результаты сравнения методов, используемых отечественными и иностранными СМИ, представлены на рис. 12.

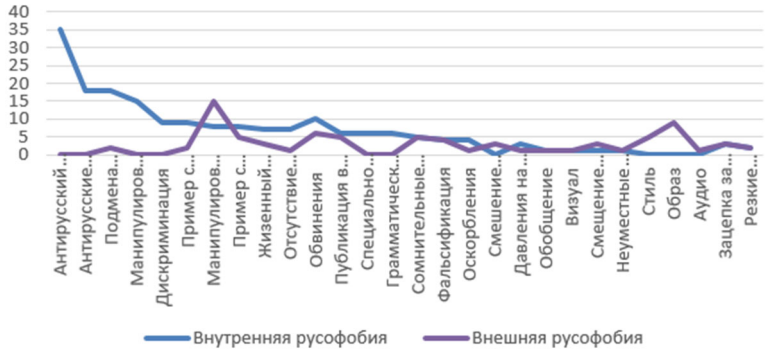

Рис. 12. Сравнение методов, применяемых в публикациях с русофобским контентом

В ходе исследования методов СМИ можно четко выявить, что в России наиболее частыми являются публикации, содержащие антирусский пример поведения, а также антирусские агитации. Это показывает цель отечественных СМИ: призвать как можно большее число людей следовать антирусскому примеру и продемонстрировать, каким образом ему следовать. Зарубежные же СМИ наиболее

часто прибегают к манипулированию фактами, а также образному методу. Цель иностранных СМИ – сформировать как можно более негативный образ России и «русскости». Стоит обратить внимание и на другие методы, применяемые авторами. В общем и целом российские СМИ применяют большее число различных методов, чем иностранные. Например, иностранные СМИ не публикуют материал с грамматическими ошибками, чего не могут избежать в отечественном медиапространстве.

На основе вышеперечисленных результатов можно сделать множество выводов и более конкретно проанализировать содержательный аспект русофобии в современном медиапространстве. Русофобия, являясь не только универсальным методом борьбы в ходе информационной войны, но и определенной идеологической тенденцией, по-разному раскрывается внутри России и за ее пределами. Зарубежные СМИ подают русофобию с точки зрения ее политико-исторического аспекта. На основе полученных результатов мы получаем следующую картинку: самой популярной является политическая русофобия, она подается в форме статьи и мема путем манипулирования фактами. Отечественные СМИ подают русофобию с точки зрения ее агитационного аспекта, примера для подражания. Самым популярным направлением является политическая русофобия, она подается также в форме статьи и видео путем приведения антирусского примера поведения. Выходит, что перед иностранными СМИ стоит цель скорее сформировать русофобию как комплекс понятий и внедрить ее в умы всех людей, в том числе и русских. Перед отечественными СМИ цель все-таки другая. На основе подборки видно, что приводятся примеры негативных образцов людского поведения, а также агитации к антироссийскому действию, что говорит о необходимости привлечения к нему граждан Российской Федерации. Таким образом, саму философию русофобии формируют в иностранном медиапространстве, в то время как в отечественном граждан необходимо приобщать к ней.

Таким образом, исследование показало следующие результаты. Русофобию можно разделить на внешнюю и внутреннюю. Цели СМИ, публикующих русофобский контент, разные. Зарубежные СМИ

наиболее часто публикуют материалы, которые напрямую затрагивают политику России. То же самое наблюдается и в отечественных. На наш взгляд, это может обосновываться ситуацией в мире. Далее в иностранных СМИ часто проявляется идейная и историческая русофобии. Формы, к которым они прибегают, также весьма разнообразны: статья, мемы, аудио и т.д. Методы также довольно разносторонние: манипулирование фактами, негативный образ и т.д. Отечественные СМИ же довольно часто публикуют интервью с антироссийски настроенной личностью, облекая полученный материал в агитационную русофобию. Формы, используемые ими, вариативны: статья, видео, групповой пост в социальной сети и т.д. Самыми популярными методами являются антирусский пример поведения и агитация.

При изучении данной тематики были получены ответы на все поставленные вопросы. Тем не менее в дальнейшем данная тема является открытой для исследователей и должна продолжать разрабатываться»[18].

Литература

1. Вирен В.Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М., 2013. 126 с.

2. Воронова О.Е. Современные информационные войны: типология и технологии. Рязань, 2018. 188 с.

3. Дженкинсон А. Путешествие в Среднюю Азию 1558–1560 гг. // Английские путешественники в Московском государстве в XVI веке / пер. Ю. Готье, предисл. Г. Новицкого. М., 1937. 307 с.

4. Ильин А.Н. Русофобия / предисл. Н. Старикова. СПб., 2018. 319 с.

5. Кара-Мурза С.Г. Русофобия Запада // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2015. № 1. С. 6–14.

6. Куштанова Л.Г. К вопросу о трактовке понятий «медиапространство» и «медиасфера» // Вестник магистратуры. 2019. № 4-2(91). С. 135–137.

7. Мы разрушили СССР, мы разрушим и Россию [Электронный ресурс] // Newsland: сайт. URL: https://newsland.com/user/4297837939/content/my-razrushili-sssr-my-razrushim-i-rossiiu/5815213 (дата обращения: 28.07.2023) .

[18] Лисовская Е.С. Русофобия в современном медиапространстве// Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 101–110.

8. Неменский О.Б. Руософбия как идеология // Вопросы национализма. 2013. № 1. С. 26–65.

9. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. М., 2006. 553 с.

10. Письмо к дочери Анне от 20 сентября 1867 г. // Литературное наследство. Т. 97. Ф.И. Тютчев. Кн. 1. М., 1988. С. 306.

11. Русофобия [Электронный ресурс] // Wikipedia: сайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%83%D1%81%D0%BE%D1%84%-D0%BE%D0%B1%D0%B8%D1%8F (дата обращения: 28.07.2023).

12. Русофобия в России 2006–2007 гг. Аналитический доклад [Электронный ресурс]. URL: http://xn--80aacechhbtccberudvdye5sra7e.xn--p1ai/wp-content/uploads/2021/11/Rusofobia_v_Rossii_2006-2007.pdf (дата обращения: 28.07.2023).

13. Русофобия и информационная война против России [Электронный ресурс] // Андрей Фурсов: сайт. URL: http://andreyfursov.ru/news/rusofobija_i_informacionnaja_vojna_protiv_rossii/2015-10-31-496 (дата обращения: 28.07.2023).

14. Сунь-цзы У-цзы. Трактаты о военном искусстве / пер. с кит., предисл. и коммент. Н.И. Конрада. М., 2011. 606 с.

3.3. Трансформация подхода к пониманию свободы слова

«Термин информационной войны можно понимать по-разному. Российский политолог доктор политических наук А.В. Манойло полагает, что «информационная война – это вооруженный конфликт, в котором столкновение сторон происходит в форме информационных операций с применением информационного оружия» [9. С. 307]. Советский и российский военный деятель, ученый В.С. Пирумов трактует информационную войну как новую форму борьбы двух и более сторон, состоящую в целенаправленном использовании специальных средств и методов влияния на информационные ресурсы противника, а также – защиты собственного информационного ресурса для достижения назначенных целей [10. С. 44–47]. Тем не менее, несмотря на наличие разных вариаций формулировки смысла информационной войны, большинство исследователей выделяют следующие ее типы: психологическая, экономическая, дипломатическая и т.д. [1. С. 6–7]. Однако ученые не всегда обращают внимание на то,

что сам концепт строится не только на внешних действиях, направленных на противника, но и на внутренних, целью которых является работа с населением своего государства. Доктор филологических наук, профессор Г. Вирен пишет, что «информационная война – это комплекс мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов, а также защита от подобных воздействий» [1. С. 5]. В данном исследовании мы будем опираться на последнее определение. Нас будет интересовать непосредственно работа с сознанием населения своей страны, а именно то, каким образом создается основа для развертывания противоборства.

В начале 1990-х годов, когда была воссоздана наша страна – Россия, эксперты из США и Европы нам рассказывали, как работать и жить при основополагающем праве на «свободу слова» и мнений. Мы внимательно слушали, анализировали, строили новую страну РФ.

Рис. 13

У нас был принят «Закон о средствах массовой информации», автором которого стал профессор М.А. Федотов. Закон обновлен в июне 2023 года. Добавлен тезис о том, что мы защищаем страну от прокси-войны. При анализе современной ситуации появляется ощущение, что не просто опаздываем, а на самом деле – страну предали. Страну – Россию. Экс-канцлер Германии Ангела Меркель

озвучила мерзкие откровения о своей лжи и манипуляциях. А разговаривать и работать с кем на арене мировой политики? Вопрос острый и открытый, также болезненный…

С начала СВО наблюдаются новые принципы – принцип отмены России и русофобия. О гражданском праве на свободу слова и мнений резко забыли. Не задаваясь вопросом – кто, ответ лежит на поверхности: в первую очередь апологеты этого принципа – США. Но этим не ограничилось. Итоги Второй мировой проявились снова – в полной несвободе ФРГ от США. Вот это главный маркер момента. Два года назад все воспринимали ФРГ как самостоятельное, суверенное государство, ныне наблюдается безвольная марионетка США. Можно ли было предсказать такое развитие событий? Германисты ожидали что-то подобное, но не были столь пессимистичны. Сейчас же и германисты, и все граждане, отнюдь не лишенные памяти о подвигах дедов во время Великой Отечественной и Второй мировой войн против фашистской Германии, вынуждены наблюдать за безвольными решениями канцлера Олафа Шольца о поставке немецких танков в зону СВО, ждать решения о дальнобойных ракетах, достигающих, если не столицы России, то крупных городов страны. Итог ужасает: наши враги на поле боя опять – нацисты и … «немцы». Немецкая журналистика, как и российская, еще жива. Но журналисты в Германии, не принимающие русофобию и ненависть к русским, подвергаются репрессиям – за мнение, позицию, иную точку зрения. И что тогда ныне «свобода слова и мнений»? Есть ли она? По факту – нет. А как быть с этим основополагающим гражданским правом и правом СМИ в момент столь острого противостояния? Кто ответит на данный вопрос?

Таким образом, цель данного исследования – проанализировать в историческом контексте подходы к соблюдению основного гражданского права – свободы слова и мнений в ФРГ и США. Выявить общие тенденции и отличия этих подходов в ФРГ и Российской Федерации. Обозначить основные направления, требующие защиты гражданского права.

На первом этапе исследования были собраны и проанализированы в историческом контексте материалы правовых источников

и законодательных актов ФРГ, гарантирующих свободу слова, а также законодательная практика и знаковые прецеденты. Теоретическую базу исследования составили труды известных отечественных и зарубежных ученых в сфере медиа, журналистики, германистики, права СМИ. Для достижения целей исследования применен комплекс общенаучных методов: аналитический, синтетический и сравнительный методы; историко-сравнительный метод, позволивший сравнить развитие подходов к свободе слова и мнений; историко-системный, необходимый для обобщения полученной в ходе исследования информации.

Методологическую основу определило обращение к сравнительно-сопоставительному (компаративистскому) методу, с помощью которого производится сравнение подходов к журналистской деятельности.

В Германии и России большую роль играет «писаное» право. В каждой из земель ФРГ есть законодательные акты, регулирующие правовое поле. Уголовное право также является «писаным» правом. В вопросах регулирования деятельности СМИ в Германии важную роль играет Конституция страны. Но в современности в государстве так и не была принята Конституция (Verfassung), там есть только «Основной закон» (Grundgesetz). Это главный закон страны, декларирующий свободу слова и свободу выражения мнений [12. С. 25–93].

В Германии, в отличие от Российской Федерации, отсутствует специальный закон о СМИ. Основной закон Германии имеет ключевое влияние на право СМК – «как ни на одну область немецкого права» [14]. Соответственно пятая статья Основного закона ФРГ (1949) может рассматриваться как гарантированная основа свободы слова, печати и информации.

«Каждый имеет право свободно выражать и распространять свое мнение устно, письменно и посредством изображения, а также беспрепятственно получать информацию из общедоступных источников может каждый. Гарантируется свобода печати и свобода передачи информации посредством радио и кино. Цензуры не существует», – обозначено в параграфе 1 статьи 5 Основного закона

[5. С. 135; 12]. В течение нескольких десятилетий прошла апробацию судебная практика Федерального Конституционного суда ФРГ при толковании этой статьи.

Анализ истории возникновения и развития цензуры в Германии позволяет отнести ее к одной из наиболее консервативных стран Европы по отношению к свободе слова и печати. С момента возникновения первых газет в XVII веке и практически до середины XIX столетия в Германии не было конституционных гарантий прав и свобод. Кроме того, этот период многие исследователи называют периодом «благоприятствования развитию цензуры», а законодательные нормы данного периода превратились в источник и кладезь для тоталитарных законов о печати.

В настоящее время основу фундаментальных ценностей по Основному закону ФРГ «составляет человеческая личность и её достоинство, свободно развивающиеся в пределах социального сообщества» (решение Федерального Конституционного суда ФРГ – 7, 198/2005) [15. S. 33], что в соответствии со Основным законом ФРГ стоит во главе конституционного и правового порядка государства. Уже в первое десятилетие своей работы в 1958 году Федеральный Конституционный суд ФРГ принял решение, ставшее прецедентом, на который суд ссылается по сей день: «Основное право на свободу выражения своего мнения как непосредственное проявление человеческой индивидуальности есть одно из важнейших прав человека». О том же самом сказано во Всеобщей декларации прав человека от 10 декабря 1948 года и международном пакте о гражданских и политических правах от 19 декабря 1966 года.

Для ФРГ ключевым стало решение Федерального Конституционного суда 1956 года, в котором суд привязал определение «свободной демократии», противопоставив её диктатурам любого вида, в том числе и к «диктатуре пролетариата». Профессор М.А. Федотов, известный исследователь истории права, трактует данное решение как «базирующееся на независимости личности, на присущем человеку суверенитете, существование которых должно быть гарантировано государством» [14].

Из этого следует, что СМИ сами определяют, что и как предъявить аудитории. При этом гражданин имеет право на свободное получение информации и распространение своего мнения.

Помимо Основного закона, правовой статус германских средств массовой информации регулируют законы о прессе федеральных земель, решения Федерального Конституционного суда и конституционных судов земель, государственные договоры (соглашения между правительствами федеральных земель по правовому режиму ТВ и радио).

Тем не менее в Германии есть ограничения свободы мнений, информации и печати. Согласно параграфу 2 статьи 5, свобода мнений, информации и печати «может быть ограничена только общими законами» [12]. Решение о том, выходят СМИ за рамки закона или нет, находится в компетенции независимого Конституционного суда. В принципе положения о злоупотреблении свободой массовой информации или использовании ее в целях совершения уголовно наказуемых деяний адекватны таковым в российском законодательстве [7]. Это разглашение сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, призыв к насильственному захвату власти, свержению государственного строя, разжигание нетерпимости или национальной розни, пропаганда войны. В случаях доказательства вины журналистам и органам СМИ грозит уголовная, административная или иная гражданская ответственность.

Особенно сложны в определении и приводят к конфликтам ограничения, касающиеся выражения собственного мнения, так как законом гарантируются защита личного достоинства граждан, личности, предприятия, государства.

Отдельно Федеральный Конституционный суд ФРГ акцентировал внимание на институциональной свободе телевидения, радио и кино. Параграф 2 статьи 5 Основного закона гарантирует «свободу передачи информации посредством телерадиовещания и кино» [12. С. 26]. Суд установил для этих медиа, исходя из их фактического значения, гарантию свободы информации и принцип независимости о государства [14]. В тот период в ФРГ работали только общественно-

правовые телекомпании. Но данное решение, по мнению исследователя права профессора, доктора юридических наук М.А. Федотова, было дальновидным и смелым. Впоследствии Конституционный суд последовательно принимал решения, защищающие многообразие мнений против концентрации капитала и давления на мнение вещателей. При этом Конституционный суд в своем решении однажды заявил, что многообразие средств массовой информации не является «измеримой, точно определяемой величиной».

Так как любой рынок и любая конкурентная борьба приводят к концентрации, что препятствует многообразию СМИ, Конституционный суд уделил этому процессу особое внимание. Он определил, какие «общие законы» ФРГ могут ограничивать права, гарантированные статьей 5. Это ряд законодательных актов [6. С. 9], куда входят Гражданский кодекс ФРГ, Уголовный кодекс, закон «О борьбе с недобросовестной конкуренцией», закон «Об авторском праве», закон «Против ограничений в конкурентной борьбе на рынке сбыта», «О защите молодежи и ограничении насилия» и «Об ограничении рекламы и защите целостности произведений искусства», «Государственный договор о радио и телевидении в объединённой Германии» (далее – Государственный договор), земельные законы о прессе. Правовую основу составляют также регламентации по связи, положения об издательском деле и правах издателей, о предприятиях, тарифные договоры, а также «Директивы Германского совета прессы» [19. P. 576].

В контексте взаимодействия со зрителем и передачи информации очень важно, как законодательно определяется наказание за клевету (диффамацию) и как защищается честь гражданина. Здесь важно напомнить правовой опыт США, где был пройден долгий путь по определению понятия «клевета». Федеральная Конституция США, так же как и немецкая, защищает гражданское право на репутацию в обществе [18. P. 266]. В течение нескольких веков в практике англосаксонского права законы о диффамации в первую очередь были призваны защищать репутацию граждан. Латинский корень «diffamare» означает обесславить, лишить доброго имени,

опорочить. Но юридически диффамацию разделили на «гражданскую» и «уголовно наказуемую». В итоге закон об «уголовной диффамации» долго использовался в качестве расправы с политическими оппонентами сначала в Великобритании, затем в США и Германии, для поддержания «здоровой атмосферы в обществе» [3. С. 64–65].

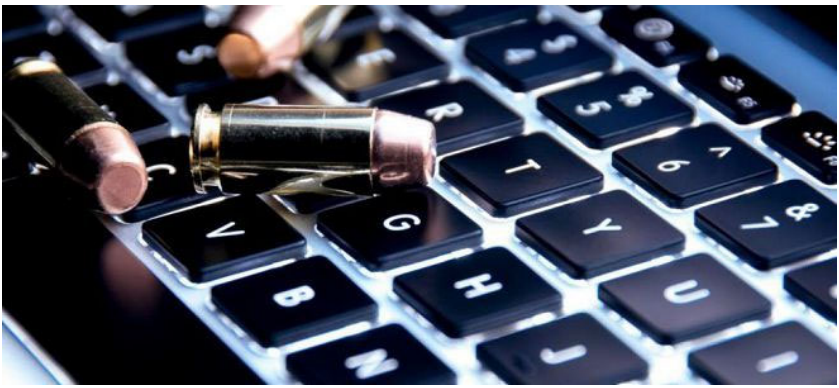

Рис. 14

Примечателен тот факт, что закон об «уголовной диффамации» до сих пор существует в американском законодательстве, но в современной юридической практике он не используется, так как по итогам судебных решений по Первой поправке к Конституции утвердилась позиция, что уголовное наказание за клевету несовместимо с конституционными гарантиями прав и свобод граждан.

В Германии и России за злонамеренное распространение лживой информации, порочащей репутацию человека в обществе, может наказать Уголовный и Гражданский кодекс. Если же обратиться к опыту США, то становится ясно, что за последние 40 лет там закон о гражданской диффамации превратился из простого закона в сложнейший запутанный свод юридических положений, значительно усложнивший работу журналистов. Положение закона о гражданской диффамации, регулирующее конфликты между гражданами и средствами массовой информации, называется законом

«О клевете» (Lible Law), а разбор споров по диффамации в СМИ – «lible suits». Интересно определение «лайбл», данное в словаре «Языка средств массовой информации США» Р.Т. Элмора [13. С. 668]: «Лайбл – это форма диффамации, обычно содержащаяся в написанном материале, но также и форма вещательной диффамации, вне зависимости от наличия сценария». Именно воздействие видеоматериала на зрителя может быть названо «лайблом».

Соответственно в английской юридической терминологии у понятия «диффамация» более широкое значение. Поэтому, несмотря на терминологию российских исследователей американской журналистики – в первую очередь Ю.М. Власова в книге «Средства массовой информации и современное буржуазное государство» [3. С. 58], – специалисты по праву в СМИ разделяют эти два понятия. При анализе ситуации суды определяют, был ли «злой умысел» при транслировании информации. В качестве доказательства что «лайбл» был передан в эфире, истец должен представить американскому суду свидетеля – третье лицо, который подтвердит факт появления в эфире оспариваемого заявления. Прецедентное право настолько развило трактовку, что высказывания в эфире и заголовки разделяются на две категории: «лайбл по своей сути» (lible per se) – изначально лживое заявление и вынужденная ложь – «lible per quod» – заявление, которое благодаря подбору фактов, монтажу и контексту описываемого поступка превращается в диффамацию. В контексте обострившейся информационной войны интересно подробнее расшифровать эти правила, которым обязаны придерживаться американские журналисты.

«Lible per se» – заявления, обвиняющие человека в уголовно наказуемом преступлении: грабитель, террорист, вор, убийца. Кроме того – педофил, антихрист. В период холодной войны между СССР и Западом диффамацией считались определения «коммунист», «социалист». Лживыми по своей сути признавались заявления о низком качестве товара. Показателен судебный процесс, начатый 25 марта 1994 года корпорацией «Филип Морис» против Си-Эн-Эн «Philip Morris v. SNN», из-за утверждения в телерепортаже журналиста о том, что фильтры сигарет производителя короче, чем

требует технология. Простейший пример «lible per quod» – сообщение о том, что женщина родила здорового ребенка в сопоставлении с фактом, что она не замужем и отец неизвестен. Поскольку все слушания по делу о диффамации в США проводятся на основе общего права и прецеденты дополняются, а в ФРГ и России такого источника права исторически нет, объяснимо, почему немецкие и российские журналисты менее осторожны американских и английских.

Следует подчеркнуть, как показывают исследования, что по системе права РФ полностью пошла по пути ФРГ. И этот путь был заложен исторически. Для РФ и ФРГ важны трактовка Основного закона и утвержденные нормы УПК и ГПК о клевете обеих стран. В России, в отличие от Германии, есть закон «О средствах массовой информации», автор этого закона – профессор М.А. Федотов, предварительно подробно изучивший систему правового регулирования СМИ, в том числе и в ФРГ.

В законе Российской Федерации «О средствах массовой информации» защите «чести, достоинства и деловой репутации посвящены статьи 43, 44, 45, 46, в которых говорится о внесудебном порядке опровержения и ответа на публикацию, статья 57 – привилегированный статус (освобождение от ответственности) и статья 62, которая посвящена моральному вреду, но в настоящее время практически не действует в связи с тем, что вступила в противоречие с нормами Гражданского кодекса Российской Федерации» [11. С. 43].

Привлекает внимание статистика российской правоприменительной, приведенная адвокатом Алексеем Воиновым: к началу 1990-х годов в России было возбуждено меньше гражданских дел, чем уголовных, за клевету и оскорбление. Но с 1992 года произошло резкое сокращение уголовных разбирательств по данному сюжету – их было всего от 2 до 5 дел в год. При этом резко возросло число гражданских разбирательств, и к 1996 году их число стабилизировалось на отметке 3,5 – 4 тысячи дел в год [11. С. 204]. Для наглядного сравнения в США в тот же период любой иск о гражданской клевете мог разорить как издание, так и журналиста. Минимальные судебные издержки СМИ, в адрес которых были выдвинуты иски

по диффамации, в США стоили обвиняемому 150 тысяч долларов в 2003 году. Расходы значительно возрастали, если истец обращался в апелляционные инстанции, и росли прямо пропорционально длительности тяжбы. В США многие годы не применялись меры по отношению к необоснованным искам о клевете, и по закону выигравшая сторона не имела право требовать от истца возмещения понесенных издержек.

Несколько десятилетий американские журналисты были вынуждены предъявлять контриски о нарушении положений Первой поправки к Конституции страны. Пример успешного процесса – компания «McClatchy newspapers» «Макклатчи ньюспейперс» (штат Техас), которая подала контриск против сенатора Lechalt (Лэксхолта) за нарушение Первой поправки Конституции и в качестве возмещения убытков получила 6 миллионов долларов [17. P. 204]. Однако предугадать итог процесса по диффамации очень сложно. Ключевыми в США становятся финансовая состоятельность сторон, личные позиции судей и общественное мнение, как в России с процессом в отношении актера Михаила Ефремова. В ФРГ данные процессы редко превращались в настолько резонансные, как в США. Но необходимо акцентировать внимание на знаковом процессе в ФРГ. В 1962 году начался судебный процесс из-за публикации в журнале Der Spiegel о взяточничестве министерства обороны страны в пользу строительной компании FIBAG, которая, по версии немецкого политического журнала, получила за дачу взятки контракт на строительство военных объектов. Было проведено парламентское расследование, которое не обнаружило вины федерального министра обороны Франца Йозефа Штрауса (Franz Josef Strauss). Тем не менее журнал не прекращал расследования, и 10 октября 1962 года была опубликована статья Конрада Алерса (Conrad Ahlers) «Bedingt abwehrbereit» («Условно готов к обороне») об учениях НАТО под названием «Fallex 62», в которой был сделан вывод, что западногерманские силы лишь частично готовы к защите страны.

Министр обороны Штраус обвинил журнал в государственной измене «Landesverrat» за публикацию деталей, являющихся государственной тайной. Офисы журнала в Гамбурге подверглись рейду

полицейских, где были конфискованытысячи документов. Владелец и главный редактор журнала Рудольф Аугштейн (Rudolf Augstein), два редактора и автор статьи Conrad Ahlers (Конрад Алерс) были арестованы. Аугштейн находился под стражей 103 дня. Офисы журнала оставались закрытыми несколько недель.

Новость об арестах вызвала бунты и протесты по всей Западной Германии. Федеральный канцлер Konrad Adenauer (Конрад Аденауэр) был проинформирован о действиях Штрауса против журналистов. Но Штраус на запрос парламента отрицал свою причастность. Ложь министра повергла опасности самого Аденауэра, пять министров в знак протеста подали в отставку. В декабре 1962 года канцлер оформил новую коалицию со Свободной демократической партией Германии (СвДП), и министр Штраус лишился своего поста. Поведение Штрауса назвали поведением авторитарного политика периода Веймарской республики. 13 мая 1965 года высший апелляционный суд ФРГ отказал в открытии дела против Аугштейна и Алерса, постановив, что министр Штраус превысил свои полномочия. Далее дело было передано в Федеральный Конституционный суд Германии, который в августе 1966 года вынес новаторское постановление, где заложены основы свободы прессы в ФРГ на много десятилетий вперед [16. S. 433]. Экс-министр Штраус после этого скандала больше никогда не занимал правительственных должностей, проиграл на выборах на пост федерального канцлера, жестко критиковал Вилли Брандта за его «восточную политику» и был постоянным оппонентом и соперником Хельмута Коля.

Данный прецедент стал ключевым в защите свободы слова в ФРГ. По закону Германии «злонамеренная клевета» – это процесс, когда «лицо, утверждает или распространяет какой-либо факт, заранее зная, что он является ложным (УК ФРГ, §186). Здесь узнаваем принцип «злого умысла», принятый в США. В ФРГ важным условием для наказания является то, что ложный факт способен подвергнуть или уже подверг опасности кредит доверия потерпевшего в обществе и угрожает его кредитоспособности (УК ФРГ, §186). Если сообщаются или распространяются оскорбительные факты о другом лице, то предусмотрена уголовная ответственность в связи с разделом

«Оскорбление» (УК ФРГ, составы преступления по категориям «Злословие» и «Клевета»).

В немецком праве СМИ хорошо развито значение понятия «диффамация», но немцы используют терминологию из своего языка. Beledigungdelikte – так в ФРГ обозначаются процессы о клевете и злословии. В законе о «Западногерманском телевидении и радиовещании Кёльн» от 26 мая 1954 года в § 6 отдельно прописано, что телепередачи «являются недопустимыми» если они: а) служат разжиганию расовой и национальной ненависти или изображают жестокость и акты насилия над человеком в такой форме, что это изображение преуменьшает опасность таких актов или восхваляет их, либо так, что изображение ужасов и бесчеловечности происходящего оскорбляет человеческое достоинство (УК ФРГ, §131); б) имеют милитаристскую направленность; в) являются порнографическими (УК ФРГ, §84) [4].

В 2020 году мы наблюдали за сложной предвыборной кампанией Дональда Трампа, когда СМИ всей страны ополчились на него. Исторический знаковый американский прецедент-процесс «Goldwater v. Ginzburg» (Голдуотер против Гинзбурга) был ещё в 1969 году. Барри Голдуотер убедил Федеральный суд, что издатель Ральф Гинзбург осознанно опубликовал в период предвыборной кампании 1964 года Голдуотера лживую психобиографию кандидата в журнале «Факт» («Fact»). Голдуотер доказал, что Гинзбург опубликовал только выгодные для него отрывки из интервью психиатров, забыв о обратных выводах о психическом здоровье кандидата. Как свидетельствует выдержка из решения суда, «Гинзбург преднамеренно опубликовал диффамационный материал, предварительно зная о его лживости». Данное судебное решение все юристы трактовали однозначно – доказательство «злого умысла» базируется исключительно на доказательстве того факта, что обвиняемый лгал. Если у истца недостаточно доказательств лжи, он может ограничиться доказательством беспечности относительно сообщения фактов. Но предвыборная кампания Дональда Трампа в 2020 году явно опрокинула все принципы предвыборной борьбы в США. И уже

сложно поверить, что честь кандидата в президенты так ранее оберегалась в этой стране. Складывается впечатление, что немцы более сдержаны в этом вопросе.

Интересна судебная практика, применяемая в разборе споров с участием общественных фигур, известных людей. В этом случае истцу достаточно доказать, что вещатель или издатель транслировал информацию при серьезных сомнениях относительно ее правдивости. При анализе такой ситуации суд выясняет, во-первых, насколько оперативно журналистский материал должен был выйти в эфир. Во-вторых, насколько использованный журналистом источник информации заслуживал доверия и был надежен. И, в-третьих, насколько правдоподобна новость. Если материал или репортаж выпустил начинающий журналист и сообщение правдоподобно, суд не назовет «беспечностью относительно правдивости фактов», а констатирует «беспечность относительно фактов». Одно слово – «правдивость», и как много она решает в размере наказания и штрафа. Если бы начинающие журналисты подробно анализировали такую многослойную англосаксонскую практику, они бы всерьез задумались над одной из главных обязанностей журналиста – проверке правдивости транслируемой информации.

В 2020 году российское общество наглядно столкнулось с небрежностью освещения СМИ судебного процесса в отношении актера Михаила Ефремова. Видимо, мы действительно молодое общество и, перейдя в другую формацию, не успеваем адаптировать вековой опыт наших западных оппонентов. В связи в этим хотелось бы напомнить, что у наших западных коллег развита правовая норма – «вопрос, представляющий общественный интерес». И обоснованность информирования общества именно и восходит к данному постулату. Дело актера Михаила Ефремова определенно имело общественно значимый интерес. Но российские журналисты не успевали проверить правдивость информации, блогеры нагнетали. Итог ужаснул всех. Отсутствие прецедентного права – соответственно единоличное решение судьи первой инстанции, далее решение Мосгорсуда, отправившие артиста в колонию на длительный срок. Никто не отрицает необходимости наказания, но информационная подача российских телеканалов явно повлияла на позицию суда.

Очень важный принцип, который сегодня в РФ называется – «информированное согласие». Эта норма служит также защитой от обвинений в диффамации. Обвиняемый должен доказать, что он получил разрешение на оглашение информации, суд решит спор в пользу обвиняемого. Журналист может себя обезопасить, предварительно проинформировав о готовящейся публикации и попросить прокомментировать обвинения в свой адрес. И впоследствии, если журналист докажет, что истец отказался ознакомиться с материалом и отказался его комментировать, он может избежать обвинения в «злом умысле» или небрежном отношении к информации. В юридической практике любой страны важен срок давности. Иск, предъявленный после установленного срока, будет отклонен. Начало срока определяет дата выхода телепрограммы в эфир.

Отметим, что в ФРГ действует нормы, ограничивающие свободу слова в том случае, если в текстах (публичных выступлениях) усматривается оскорбление действующей власти (политика, государственного деятеля, занимающего важное положение в общественной жизни), клевета в адрес власти, а также призывы к нарушению целостности страны. Если данные факты доказаны, нарушитель получает наказание: от штрафа до лишения свободы от трёх месяцев до пяти лет). Правовая охрана личной чести обеспечивается прежде всего Уголовным кодексом ФРГ, где сформулированы принципы наказания за оскорбление, клевету и оскорбление памяти умерших. В случае противоправного и виновного нарушения этих норм уголовного права в соответствии с абзацем 2 параграфа 823 Гражданского кодекса ФРГ могут быть применены и гражданско-правовые санкции. В соответствии с обстоятельствами конкретного дела могут быть предъявлены требования прекращения или недопущения совершения действия, требования внесения исправлений, опровержений, возмещения материального ущерба, а в случае особо тяжкого оскорбления требуется возмещение материального ущерба из-за причиненной «душевной боли» (ГК ФРГ, § 823).

Защите личной чести, общественного статуса и неприкосновенности личности служат также положения «о праве на собственный

портрет». Право на собственное имя охраняется статьей 12 Гражданского кодекса ФРГ. Закон охраняет и частные высказывания. Статья 1 Основного закона ФРГ гласит: «достоинство человека неприкосновенно». Далее Основной закон заявляет: «уважать и защищать достоинство – обязанность всей государственной власти [12].

Федеральный Конституционный суд ФРГ своим решением разъяснил: «Свобода массовой информации сопряжена с определенными обязанностями, которые должны восприниматься тем серьезнее, чем выше оценивается конституционное право свободы прессы. В случае если пресса пользуется своим правом на информирование общественности, она обязана предоставлять правдивую информацию. Постоянная судебная практика требует от прессы давать правдивую информацию. Одновременно с этим эта обязанность вытекает из важности формирования общественного мнения в целостном организме свободной демократии. Общественное мнение может формироваться только при условии, что читатель в рамках возможного был правильно информирован. Во исполнение функции способности формирования общественного мнения пресса обязана проверять достоверность всех сообщений и утверждений. Даже при том, что к обязанности предоставить правдивую информацию и проверить ее достоверность невозможно предъявить завышенные требования, тем не менее распространение ложной информации по неосторожности недопустимо. Тем более недопустимо сознательное искажение достоверной информации, что происходит и в тех случаях, когда от общества скрывается известное положение вещей» [14].

В подобном случае СМИ Германии не могут сослаться на свои законные интересы, при осуществлении которых в соответствии с параграфом 193 Уголовного кодекса ФРГ они освобождаются от уголовной ответственности за оскорбительные действия. Юристы признают, что часто нелегко однозначно отличить факты от выражения мнений (УК ФРГ, §193). Так как Федеральный Конституционный суд признал, что понятие «выражение мнения» можно понимать широко. В 1995 году канцлер ФРГ Хельмут Коль написал открытое письмо председателю совета АРД, в котором он заявил, что

руководящие работники телевидения «утратили всякое чувство порядочности и уважение к достоинству человека». Письмо канцлера было реакцией на сатиру артиста кабаре Томаса Фрайтага в программе ВДР «Монитор», где артист в сатирическом ключе изобразил фиктивный телефонный разговор между Колем и Ельциным, высмеивая робкую позицию канцлера по поводу войны в Чечне [8. С. 138, 236]. Одновременно в своем обращении канцлер отказал в повышении размера сборов с населения за пользование радио- и телеприемниками в пользу АРД и ЦДФ и нарушил существовавший до этого принцип, провозглашенный Федеральным Конституционным судом: установление размера сборов не связано с возможностью правительства влиять на содержание программ.

Третий абзац статьи 5 Основного закона ФРГ коротко и ясно сформулировал: «Цензуры не существует» [12. С. 25]. По общему выводу исследователей-юристов на практике здесь имеется в виду только осуществляемая государственными ведомствами предварительная цензура. Запрещается правовое регулирование, которое поставило бы в зависимость выход средств массовой информации в свет от предварительного разрешения государственных органов. По правовой практике запрет цензуры не распространяется на процессы, происходящие внутри средств массовой информации, в частности, на принятие редакционного решения – какой материал в каком виде передавать. Это правило одинаково действует как для общественно-правовых, так и для частных телеканалов ФРГ. Если главный редактор или интендант отклоняет какой-либо материал и направляет его на доработку, то он не занимается цензурой, а выполняет свои функции в пределах свободы средств массовой информации. Правовое положение внутренних органов контроля за работой общественно-правовых телерадиокомпаний (Советов по телерадиовещанию) разрешает им осуществлять не предварительный, а *последующий* контроль, анализируя уже вышедшие в эфир телепрограммы, чтобы сохранять необходимый для контроля нейтралитет.

Рис. 15

По поводу соблюдения права граждан Германии на получение многообразия мнений, гарантированного основным законом, уже в 2000 году специалист в области экономики и коммуникации Берндт-Петер Ланге заявил: «В большинстве федеральных земель ведомствам по делам СМИ не удалось при выдаче лицензий ни обеспечить многообразие мнений и публицистическое многообразие в действительно транслировавшихся программах, ни предотвратить процессы концентрации» [8. С. 158, 236], хотя согласно решениям Федерального конституционного суда от 1987 года именно это приоритет и задача.

Про границы свободы слова немецкий журналист Х. Майн писал: «Реакция некоторых на неудобные факты напоминает логику ребенка, бьющего стул, о который он ударился коленкой. В телерадиокомпании порой приходят письма следующего содержания: “Являясь государственным учреждением, получающим дотации из кармана налогоплательщиков, вы должны быть более объективны в своих передачах. Просто возмутительно, сколько разлагающей

полемики вы, очевидно, беспрепятственно можете распространять в своей телепрограмме"» [8. С. 134, 236]. Х. Майн акцентирует внимание: мнение опирается на факты и нельзя подбирать факты так, чтобы они подходили уже под готовое мнение. В этом принципе и заключается свобода слова и мнений.

Все приведенные примеры демонстрируют, что работа журналистов в ФРГ далека от идеальных условий свободы. И информационная политика государства напрямую влияет на содержание и темы их репортажей, подкастов и проблематику документальных фильмов. Все это формирует реальность, в которой развертываются информационные войны современности»[19].

Литература

1. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2013. 126 с.

2. Власов Ю.М. История закона об уголовной диффамации. М., 1997.

3. Власов Ю.М. Средства массовой информации и современное буржуазное государство. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1985. 224 с.

4. Гапонова Е.М. Информационная политика аудиовизуальных СМИ ФРГ в контексте российско-германских отношений. Диссертация, к.ф.н., 2023 г., 184 с.

5. Германия: материалы к конф. «Закон, власть и средства массовой информации». Немецкий культурный центр имени Гете / Фонд защиты гласности. М.: Медиум, 1993. 323 с.

6. Ерофеев И.М. Становление международно-политической акторности германских СМИ // Южно-российский журнал социальных наук. 2018. № 3(19). С. 126−138.

7. Законы о прессе // Pressegesetze: материалы по вопросам политики и общества в Федеративной Республике Германия. Bonn, 1993. 62 с.

8. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 г. № 2124-1 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс: сайт. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511.

[19] Гапонова Е.М. Трансформация подхода к пониманию свободы слова // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 20–30.

9. Майн Х. Средства массовой информации в Германии. Берлин, 2000.

10. Манойло А.В. Технологии современных информационных войн // Политическая наука. 2017. Спецвыпуск. С. 306−325.

11. Пирумов В.С., Родионов М.А. Некоторые аспекты информационной борьбы военных конфликтах // Военная мысль. 1997. № 5. С. 44−47.

12. Томазова О.Е. Проблемы ответственности журналистов за ущемление чести и достоинства в СМИ // Юридический вестник Ростовского Государственного экономического университета. 2005. № 4(36). С. 42−45.

13. Федеративная Республика Германия. Конституция и законодательные акты. М.: Прогресс, 1991. 468 с.

14. Элмор Р.Т. Словарь средств массовой информации США. М.: Рус. яз., 1992. 668 с.

15. Medienrecht im Vergleich Deutschland – Russland = Право СМИ в Германии и России Инициатива «Петербургского диалога» (сравнительно-правовой обзор) [Электронный ресурс]. URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://petersburger-dialog.ru/files/lib/-2004_1.pdf?ysclid=lw529595n0852141172.

16. Löffler M., Ricker R. Handbuch des Presserechts. München, C.H. Beck'sche Verlagsbuchhandlung, 1986, 538 S.

17. Paschke M. Medienrecht. Springer, 2001, 452 S.

18. Pember D., Calvert C. Mass Media Law. 19th ed. McGraw-Hill Education, 2014, 720 p.

19. Press law and Practice. The International Center against censorship, United Kingdom, 1983.

20. Puerer H., Raabe J. Medien in Deutschland. (Bd.1: Presse). Muenchen, 1994.

Вопросы и задания

1. Как государственная информационная политика связана со стратегией и тактикой информационной войны?
2. Приведите примеры ведения информационного противоборства в мировой политике на стратегическом уровне.
3. Что такое «русофобия»? В каких социальных и информационных процессах ее истоки?
4. Приведите примеры «информационной травмы».
5. Что означает «эмоциональный аспект», восприятия информации?

6. Как гражданское право на свободу слова и мнений защищает от информационных манипуляций?

7. Почему свобода слова и мнений мешает акторам информационных войн?

8. Что такое клевета?

9. Какое наказание за клевету получает журналист?

10. Как глобализация повлияла на доступ к информации?

11. Возможно ли государству регулировать контент социальных сетей?

12. Какая информация является государственной тайной?

13. Приведите современные примеры нарушения свободы слова и мнений в Европе и США.

Глава 4
НОВОСТНАЯ ПОВЕСТКА КАК ТЕХНОЛОГИЯ

Методический комментарий

В этой главе постараемся рассмотреть, какую роль в информационной войне играет новостная повестка как технология. На сегодняшний день уже сложился круг исследователей, в числе которых С.А. Киселев, Е.С. Лисовская, Н.А. Зеленов и др., которыми предпринята попытка изучения специфики ведения информационных войн с точки зрения журналистского дискурса, а именно определения наиболее выраженных тенденций и анализа факторов, влияющих на освещение событий в том ключе, в котором это сегодня происходит. «Основа информационной войны – манипулятивное воздействие на аудиторию. Технологии подобного воздействия многообразны, но главное средство универсально – это информационное сообщение, переданное по различным каналам коммуникации»[20].

Следовательно, в рамках информационно войны информация рассматривается как отдельный объект или потенциальное оружие и как выгодная цель. Это означает, что средствами ведения информационной войны являются любые средства передачи информации – от СМИ до почты. Чтобы не стать жертвой информационной войны в век информации, почти полностью изолировать себя от СМИ и других источников в сети становится невозможным. Информация является важным ресурсом деятельности человека и необходима для принятия любых решений. Современный человек нуждается в информации, особенно когда она имеет новостную ценность.

Впервые новость была отправлена с использованием телеграфа 26 августа 1858 года. Факт о том, что информация из любой точки мира моментально становится достоянием общественности,

[20] Кучумов Д.О. Семантический анализ информационной войны (на примере осетино-ингушского конфликта): автореф. дис. … канд. полит. наук. Ростов-н/Д., 2007. С. 16.

и послужил началом глобальной журналистики новостей. На сегодняшний день новость является самым востребованным жанром в медиасреде, позволяющим читателю быстро потреблять информацию из различных источников в результате беглого прочтения и иметь представление о картине дня. Многоканальное медиапотребление стало реальным и чаще всего происходит в многозадачном режиме.

«Новой классикой» медиа сегодня становятся каналы в Telegram, тематические сообщества в социальных сетях, видеоблоги. В медиасфере традиционные СМИ, онлайн-медиа перестали доминировать в повестке дня как источники информации, на которую аудитория опирается при принятии решений, в результате чего наблюдается разрушение прежнего информационного поля. Многие эксперты сходятся во мнении, что СМИ теряют монополию на информацию и ее распространение в обществе. Социальные сети, мессенджеры все больше отбирают аудиторию у традиционных СМИ, которым сегодня приходится конкурировать не столько между собой, сколько с «информационным шумом», окружающим их читателей. На этом фоне осуществляется информационное воздействие.

Сообщества в социальных сетях стали самостоятельными медиаплатформами. С помощью Telegram, других социальных сетей и мессенджеров информация доходит до получателей быстрее по сравнению с ведущими новостными агентствами и газетами, несмотря на то, что в сегодняшних реалиях ведущие информационные ресурсы присутствуют во всех медийных средах: от социальных сетей до мессенджеров и до агрегаторов новостей. Строятся горизонтальные, а не вертикальные коммуникации. Это вынуждает СМИ перестраивать схемы работы. В редакциях активно внедряется концепция Digital first, когда новости сначала публикуются на сайте издания, потом – в печати. Редакционные материалы рассчитаны на мультиканальную дистрибуцию, создается различный контент для разных платформ.

Однако не все события, происходящие в мире, представляют интерес для СМИ. Они формируют собственную повестку, отбирая главную, приоритетную и необходимую, по их мнению, часть

информации. При этом в блогосфере могут обсуждаться совершенно другие вопросы, которые могут влиять на общественные дискуссии. Чаще всего определяющую роль в новостной повестке играют социальные медиа.

Следовательно, формируется дополнительная, параллельная или альтернативная повестки дня. На первый план выдвигаются абсолютно другие новости, темы и проблемы[21]. Концепция создания информационной повестки дня (agenda setting theory) была еще предложена в 1972 году исследователями McCombs and Shaw. Новостные события становятся поводом и точкой отсчета для начала ведения информационной войны, оказывая воздействие на новостные повестки традиционных СМИ.

Таким образом, информационную картину дня формируют не только СМИ, но и все существующие каналы распространения информации. В современных информационных войнах они играют особую роль. СМИ и различные каналы распространения информации выступают непосредственными участниками конфликтного взаимодействия и являются каналами доведения информационного воздействия до конкретной аудитории. Через каналы осуществляются «вбросы» информации (часто называемые исследователями «агрессивным информационным воздействием»). Новостная повестка как технология ведения информационной войны используется как средство пропаганды и дезинформации, как инструмент манипулирования общественным мнением и давления на оппонентов. Алгоритм следующий: новость – интерпретация – развитие событий – интерпретация – выводы разнятся. В результате это приводит к обострению информационного противостояния.

Мнение эксперта:

«*Основные технологии воздействия на общественное сознание через органы СМИ: манипулирование истинной информацией; тенденциозный подбор тем и материалов; фрагментарность*

[21] Вартанова Е.Л. Основы журналистики. URL: journ.msu.ru›downloads/2020/OZH_4_2020.pptx

представления информации; распределение эфирного времени непропорционально истинному значению информационных фрагментов; намеренно выравненное представление малосравнимых факторов – технология «media amplification», отвлечение внимания аудитории от действительно значимого, но политически невыгодного для освещения события некачественным представлением информационного материала; выбор выгодного момента для информирования населения (например, для выброса компроментирующих материалов); эмоциональное комментирование, представление происходящего» и др.»[22]

Отметим тот факт, что объем информации, который сегодня получает пользователь, огромен, и срок жизни новости становится короче. Это приводит к тому, что размывается важность и значимость самой новости, исчезает такое понятие как фактчекинг. Реальность такова, что новость живет примерно 30 минут, и никто из пользователей не озадачивается на ее проверку. Беглое прочтение, получение информации и «идем дальше». Непроверенная информация выдается за достоверную. Через несколько минут на смену этой новости приходят сотни других, в которых она и потонет без проверки. Это дает участникам информационной войны дополнительные возможности для манипулирования общественным сознанием.

4.1. Информационная политика СМИ после диверсии на «Северных потоках»

«В 2022 году между Россией и странами Европы с новой силой разгорелся газовый конфликт. Он связан с началом российскими властями СВО на Украине и введением западными государствами множества санкций. В действительности на начало века Европа была зависима от российского газа, который по большей части

[22] Операции информационно-психологической войны: краткий энциклопедический словарь-справочник / В.Б. Вепринцев, А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов: под ред. А.И. Петренко. 2-е изд., стереотип. М.: Горячая линия – телеком, 2019. С. 404–405.

попадал на Запад по газопроводу «Северный поток – 1». Тем не менее уже в самые первые недели появления российских войск на территории Украины руководство Евросоюза решило резко уменьшить свою зависимость от газа РФ. Стоит отметить, что им это обходилось очень дорого и сложно. Российские власти не могли не оставить в стороне такое волеизъявление Европы, в связи с чем президент Владимир Путин в апреле разрешил покупку русского сырья только за российские рубли, а также прекратил поставки природного газа в Польшу по трубопроводу Ямал–Европа и в Болгарию, поскольку обе страны не произвели необходимые платежи в рублях. Газовый конфликт стал все активнее набирать обороты. С этого момента начались масштабные перебои с поставками российского газа странам Европы. Цены на газ росли, надбавка к стоимости к концу лета составила почти 30% к прошлой стоимости [12]. Таким образом, Европа, 40% газа которой поступает из России [3], была вынуждена искать выход из ситуации.

«Северные потоки» являются одной из наиболее масштабных разработок конца XX – начала XXI веков. Это два магистральных газопровода из России в Германию через Балтийское море. Северная и Западная Европа, таким образом, снабжались русским газом быстро, беспрерывно. Тем не менее были те страны, кто выступал активно против строительства и запуска газопроводов. Среди таких стран – США, Украина и Польша. «Северный поток – 1» начали строить в 1997 году, когда стали производиться подготовительные работы по строительству морского участка. В 2011 году газопровод официально заработал. В 2012 году в строй была введена его вторая нитка. В описании данного проекта говорится: «До “Северного потока” никто в мире не строил газопроводов, по которым в бескомпрессорном режиме можно было бы транспортировать газ на расстояние 1224 км» [5]. В 2015 году было подписано решение о расширении мощностей «Северного потока», что предусматривало строительство еще двух веток – «Северный поток – 2». Тем не менее второй газопровод так и не вошел в действие. 26 сентября 2022 году в результате взрывов на обоих «потоках» был полностью выведен из строя «Северный поток – 1», а также повреждена одна нить «Северного потока – 2».

Диверсия была новым событием не только для газовой войны, но и для параллельно безостановочно идущей информационной. Под информационной войной в данной статье будет подразумеваться термин, который использует в своей статье российский политолог доктор политических наук А.В. Манойло: «Информационная война – это вооруженный конфликт, в котором столкновение сторон происходит в форме информационных операций с применением информационного оружия» [8]. Таким образом, информация, являясь основным орудием этого вида войны, размещается СМИ в медиапространстве. Исследователи в целом сходятся во мнении, что понятие информационного, или медиа, пространства (в данном исследовании термины будут восприниматься как синонимичные) является междисциплинарным и может рассматриваться с разных точек зрения [9]. В данном исследовании мы будем использовать композитное определение, данное профессором, доктором филологических наук и кандидатом исторических наук М.В. Шкондиным в соавторстве с И.Н. Деминой. Они так определяют это понятие: «Медиапространство – это структурная организация медиасистемы, ее строение, способ связи компонентов медиасистемы. Оно обеспечивает информационное взаимодействие в обществе, охватывает разные социальные пространства совокупностью информационных отношений» [6]. Таким образом, информационная война ведется на безграничном медиапространстве.

Методы, которые применяются в информационной войне, представляются довольно обширными. Одним из них является информационная операция. Данной темой довольно подробно занимался А.В. Манойло, поэтому мы возьмем определение, данное им в совместной с В.Б. Вепринцевым, А.И. Петренко, Д.Б. Фроловым работе: «Информационная операция — комплекс согласованных и взаимосвязанных мероприятий по манипулированию информацией, осуществляемых по общему плану с целью достижения и удержания превосходства через воздействия на информационные процессы в системах противника» [4]. Таким образом, информационные операции можно рассматривать как один из элементов информационной войны, которая раскрывается в медиапространстве.

В рамках темы «Северных потоков», а также информационной войны стоит обратить внимание на сюжет информационной операции после диверсии на двух линиях газопровода. Он представляется важным. Стоит добавить, что в научном пространстве в контексте журналистики данная информационная операция вообще не рассматривается. Таким образом, тема представляет особый исследовательский интерес.

Объектом данной статьи является информационная война, предметом – информационная операция после взрывов на «Северных потоках». Целью исследования является анализ того, каким образом проходит информационная операция как следствие диверсионной деятельности на линиях газопровода. Какой информационной ценностью обладают публикации, посвященные данному сюжету? Как меняется их посыл с течением времени? Можно ли его выстроить в единую логическую цепочку? Поскольку СМИ, являясь массовым коммуникатором, организует массовый информационный процесс, а также именно по средствам СМИ в медиапространстве в довольно гибкой системе информационных отношений создается общественное мнение [10. С. 12], то нужно понять, какие методы используются при оформлении и публикации материалов. Как меняются эти методы с течением времени? Обосновываются ли эти методы информационным посылом публикаций, коррелируют ли? Стоит обязательно отметить, что данная тема является крайне широкой, а также междисциплинарной. Ее можно рассматривать в контексте политики, в контексте экономики, однако в данной статье будет затронут исключительно аспект журналистики, поскольку является наиболее плохо изученным.

Для достижения поставленной цели были определены следующие задачи:

1) изучить литературу по данной тематике;
2) отобрать необходимый материал для исследования;
3) решить цель и задачи, ответив на поставленные задачи;
4) сделать выводы.

С помощью случайной выборки был сформирован список из 54 публикаций, который условно мы поделили на три части. Каждая из

них соответствует очередности проведения этапов операции. Для удобства мы представили ход событий в виде схемы и рассматривали медиатексты по двум критериям: информационная ценность и методы информационной войны.Для удобства анализа мы разделили отобранный пласт публикаций на три части. Первая часть посвящена условно нами названному первому этапу информационной операции (ИО), который длится первый ее месяц. Он был составлен на основе разработок А.В. Манойло [8. С. 307] и представлен на рис. 16. Более подробный анализ представлен на рис. 17. Для него из составленного нами списка были отобраны 8 публикаций, которые были выстроены в логическую событийную цепочку. Схемы, отражающие первый этап, выполнены на момент середины апреля 2024 года, поэтому мы берем информацию, представленную в них, в качестве опорной и ограничивающей один из этаповоперации. Разделение на этапы также является условным и представляется исключительно авторской разработкой на основе анализа положения данной темы в новостной ленте медиапространств. Важно отметить, что в данной информационной операции огромную роль играют заявления политиков. Их публикуют в СМИ, далее они разлетаются по медиапространству. В данной ситуации нас интересует оригинал публикации, то есть непосредственная первая публикация, поскольку политики в некоем роде являются создателями общественного мнения в том числе. Им нужно соответствующим образом подобрать слова, использовать общественное мнение и повлиять на него, а также повилять на нападающую сторону, чтобы успешно провести информационную операцию. Более того, журналистам, публикующим их заявления, также нужно грамотно его преподнести. Таким образом, мы можем анализировать публикации, в которых цитируются слова политиков как полноценные продукты в медиапространстве, подходящие для нашего исследования.

Подготовительный этап информационной операции, а именно накопление данных по данной теме и повышение интереса общества к диверсии, начался 26 сентября 2022 года, а закончился 8 февраля 2023 года, когда американский журналист Сеймур Херш опубликовал свое первое расследование [13].

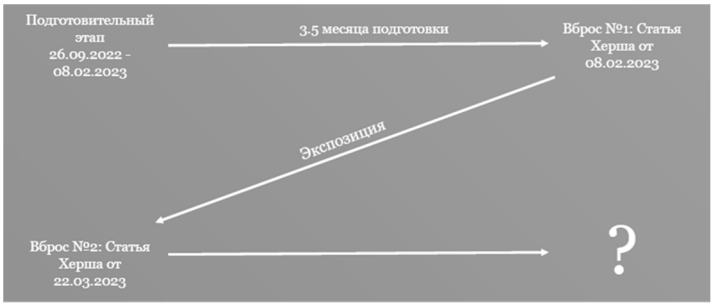

Рис. 16. Базовая схема информационной операции

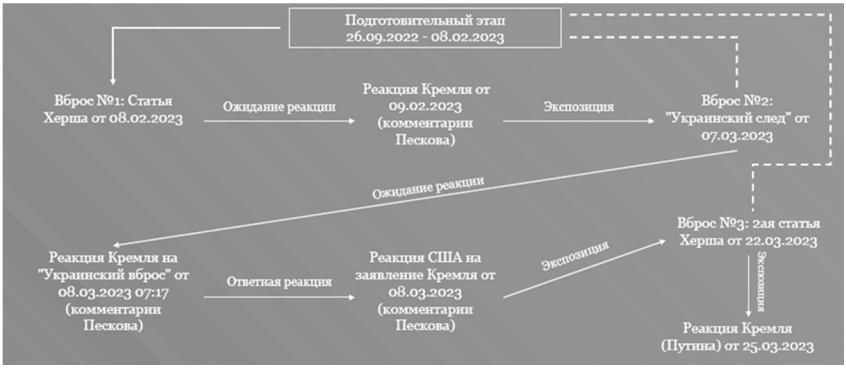

Рис. 17. Подробная схема информационной операции

Первый этап продолжался до 22 марта 2023 года, когда были опубликованы второе расследование [14] журналиста и ответная реакция на него.

Каждый этап представляет собой смесь итерационных процессов, циклов: вброс – период «информационной тишины» (экспозиция) – коррекция – формирование содержания нового вброса. Таким образом, во время периода экспозиции и ответа на информационный вброс атакующая сторона успевает выяснить «индивидуальные особенности реагирования объекта атаки на внешние информационные раздражители» [8. С. 315], выделяются «болевые точки», темы, поводы, далее вброс корректируется по уже выявленным параметрам (этим самым «болевым точкам») для нужного информационного воздействия, чтобы окончательно поразить

свою мишень. Так может продолжаться бесконечно, пока одна из сторон не достигнет желаемого результата.

После первого этапа актуальность темы и острота реакции по данному сюжету стали угасать, что говорит о падении интереса к ней и конце информационной операции. Однако заявления политиков, работа их с СМИ продолжались. Этот (второй) этап информационной операции также будет анализироваться в данном исследовании. К нему относятся вторая часть отобранной информации из 24 публикаций с заявлениями, реакциями политиков. Этот этап длится с начала апреля 2023 года до начала мая 2023 года.

Далее тема в новостной ленте стала уходить все ниже. Тем не менее новость окончательно не ушла, что может говорить о длительной экспозиции, отсутствии новых событий и крупных публикаций, открытий, связанных с диверсией, а также о потери актуальности происшествия для данного периода времени. Однако говорить о том, что тема абсолютно перестала всплывать в медиа, еще рано, именно поэтому информационную операцию еще рано считать закрытой. С начала мая в медиапространстве было выпущено большое число аналитический статей, публикаций, содержащих оценку произошедшим событиям, которые непосредственное влияют на формирование общественного сознания и являются стимулятором поддержки интереса к теме диверсии. Именно поэтому третья часть отобранной информации представляет собой еще 20 публикаций. Их не имеет смысла представлять в виде отдельной схемы, поскольку они носят единичный характер. Они представляют собой третий этап информационной операции, который продолжается до сих пор.

Таким образом, данная работа состоит из трех частей. Сначала мы проанализируем первый этап информационной операции на предмет ее информационной ценности, а также методов, которые применяются в публикациях. Аналогичным образом мы поступим с публикациями, которые были выпущены с конца марта 2023 года и относятся ко второму этапу информационной операции, и с публикациями, выпущенными с начала мая 2023 года.

Как уже было выше сказано, подготовительный этап начался с новости о самой диверсии. СМИ были крайне заинтересованы в том, что произошло на самом деле в Балтийском море.

Первый же этап информационной операции, состоящий условно из трех итерационных циклов, начинается с статьи Сеймура Херша. Американский журналист, проведя собственное расследование, опубликовал статью под названием «Как Америка уничтожала газопровод “Северный поток”» [13]. В своей статье Херш, применяя огромное число методов, например, приведение исторической справки[23], основательная аргументация[24] и логично выстроенная цепочка[25], вместе с тем и спорные обвинения[26], подведение фактов[27], пишет, что за диверсией стоят США. Реакция Кремля последовала 9 февраля 2023 года [1]. Российские власти и СМИ выступили «за» расследование американского журналиста, пояснив, что необходимо распространять ее не только в России, но и за рубежом. Они применили эмоциональное давление[28] на их читателя, вызвав интерес к ознакомлению со статьей Херша. Далее следует период экспозиции. Что могла атакующая сторона, со стороны которой делался вброс, для себя выяснить, чтобы скорректировать свои действия? Во-первых, российская сторона не преувеличивала значение статьи, подчеркивая, что она получила довольно узкое распространение. Во-вторых, российские СМИ стали обвинять Америку в диверсии. Таким образом закончился первый итерационный цикл этого этапа информационной операции.

Второй цикл начался с публикации в New York Times [11]. Редакция ознакомилась с новыми разведывательными данными. Точных информационных источников вброс не имеет, однако в нем гово-

[23] Данный метод заключается в использовании в публикации исторических сведений, либо же краткой исторической справке о сюжете.

[24] Данный метод заключается в основательной проработке фактов для аргументации своей позиции.

[25] Данный метод заключается в убедительности и наглядной достоверности, возможно, только с первого взгляда, информации, предоставляемой автором.

[26] Данный метод заключается в использовании утверждений, которые либо недостаточно хорошо обоснованы, либо могут быть оспорены с другой точки зрения.

[27] Данный метод заключается в использовании фактов и планомерном их подведении и подбору, чтобы привести информацию к какому-либо конкретному выводу.

[28] Данный метод заключается в давлении на эмоции читателя.

рится о причастности Украины к взрыву. Тем не менее подчеркивается, что президент Владимир Зеленский и власти Украины не причастны. В конце делается вывод: никакой четкой информации пока нет. Таким образом, в статье применяются следующие методы: общие фразы[29], отсутствие точных источников данных[30], общая аргументация[31], сумбурность[32], отсутствие четких выводов[33]. Российские власти посчитали, что данные расследования являются очевидным вбросом и попыткой отвлечь внимание от настоящих виновных в диверсии [7]. Более того, отмечается, что американские СМИ не имеют права публиковать информацию о расследовании, поскольку США его не ведут. Таким образом, в ответной реакции были применены следующие методы: смещение мишени атаки[34], открытое обвинение[35], отсылки на недостатки вброса[36]. Далее следует экспозиция. Что могла выяснить атакующая сторона? Если в первый цикл были вопросы, кто является источником вброса, поскольку Сеймур Херш является американцем с пророссийской позицией, то тут все стало более очевидно. Если действительно данные вброса являются либо фабрикацией, либо средством отвлечения внимания, то Америка должна отказаться от них либо же как-то показать в СМИ, что они выдвинули исключительно предположения. По сути, российские власти в СМИ показали, что они знают, кто виноват, кто стоит за всем этим. Таким образом, в российских медиа была создана в некотором роде провокационная публикация с целью посмотреть на реакцию изначально атакующей стороны

[29] Данный метод заключается в отсутствии в публикации точной информации.

[30] Данный метод заключается в отсутствии ссылок на точные источники информации.

[31] Данный метод заключается в отсутствии четкой аргументации с конкретными данными и примерами.

[32] Данный метод заключается в отсутствии логичной линии повествования и смешивания разной информации.

[33] Данный метод заключается в применении общих выводов, в которых нет точных логичных заключений по теме публикации.

[34] Данный метод заключается в ответном обвинении соперника и в отказе принимать свою вину.

[35] Данный метод заключается в обвинении соперника, которое не несет в себе цели скрыть претензии.

[36] Данный метод заключается в отсылках к проблемам другой публикации.

и уйти с позиций жертвы на позиции нападения. Таким образом закончился второй итерационный цикл.

Третий итерационный цикл начался не со вброса США. Данный этап цикла начался с ответной реакции на ответную реакцию Кремля [2]. В данной публикации США отказывается от развития линии по перекладыванию ответственности на Украину. Совет национальной безопасности США подтверждает, что заявление, выдвинутое New York Times, является ложным. Таким образом, США отходит от позиций атакующей стороны, никак не отрицая сфабрикованность ранее представленной информации. Методы, которые применены в данной публикации, крайне малы: отход от прежней позиции[37], перекладывание вины[38], самооправдание анонимной информацией[39]. Далее следует период экспозиции.

Следующим вбросом является вторая публикация Сеймура Херша [14]. Она идет как начало нового итерационного цикла, а также ответвление от подготовительного этапа. Публикации Сеймура Херша представляются как независимые расследования, однако по времени совпадают с продолжением третьего итерационного цикла. Журналист продолжает утверждать виновность США, а также обвиняет руководство Америки в отказе взять на себя ответственность за диверсию. В его публикации можно увидеть огромное число методов, из которых можно выделить: подведение фактов, твердая уверенность в своей точке зрения[40], ссылки на анонимные источники[41], резкие утверждения[42]. Российские власти солидарны с мнением Херша, что говорит нам о необходимости США менять свою стратегию ведения информационной войны. Таким

[37] Данный метод заключается в отрицании своей же информации.

[38] Данный метод заключается в планомерном перекладывании вины с одного объекта на другой.

[39] Данный метод заключается в самооправдании через третьих лиц.

[40] Данный метод заключается в твердом отстаивании своей точки зрения.

[41] Данный метод заключается в использовании ссылок на источники без указания их принадлежности.

[42] Данный метод заключается в использовании высказываний, который являются резкими и для употребления которых нужны весомые обстоятельства.

образом, можно сделать вывод, стратегия публикаций в СМИ в ходе информационной операции, которую себе разработали американцы, провалилась и требует корректировок. Информационная ценность публикуемого материала представляется неубедительной. Методы, которыми они пользуются, для данного кейса являются нерелевантными. Со стороны России, наоборот, удалось развернуть ситуацию и выиграть первый этап информационной операции.

Таким образом, был рассмотрен условно названный нами первый этап информационной операции, состоящий из 3 итерационных циклов. Еще раз необходимо обратить внимание на то, что он не представляет собой конец информационной операции. Отнюдь, она продолжается, однако основные его вехи, по которым операция должна будет далее развиваться, заданы в первых циклах операции. Одними из них являются расследование и определение виновного в произошедшей диверсии. Второй этап информационной операции представляют последующие заявления политиков, выпущенные в медиапространство, которые касаются диверсии на «Северных потоках».

Применяя структурный подход, а также системный анализ, публикации, выпущенные после 25 марта 2024 года, были проработаны по двум критериям: информационная ценность, а именно тот посыл, который хотят донести публикаторы до читателя, и методы, которые они используют для этого. Ниже представлены результаты в виде схемы, отражающие результаты исследования. На первой диаграмме (рис. 18) отображены сведения о информационной ценности, на второй (рис. 19) – о методах.

Анализируя полученные результаты, представленные на рис. 18, важно отметить довольно большое разнообразие тем. Однако обобщающими для них являются общие сюжеты, где авторы определяют, кто действительно виноват в диверсии, а также говорят о расследовании. Наиболее часто в медиапространствах во время второго этапа информационной операции отражается тема сокрытия информации, соответственно посыл заключается в том, что какая-то из сторон скрывает реальные сведения. Следующим по частоте является призыв к независимому расследованию, что представляется логичной связкой

с сокрытием информации. И далее идет информация о расследовании. Таким образом, можно сделать вывод, что в заданный период времени наиболее остро стоял вопрос расследования, а не обвинения кого-то конкретного. Однако четыре публикации все-таки были посвящены обвинениям разных стран. Выходит, что в этот период информационные деятели также занимались перекладыванием вины, однако в сравнительно небольшом объеме.

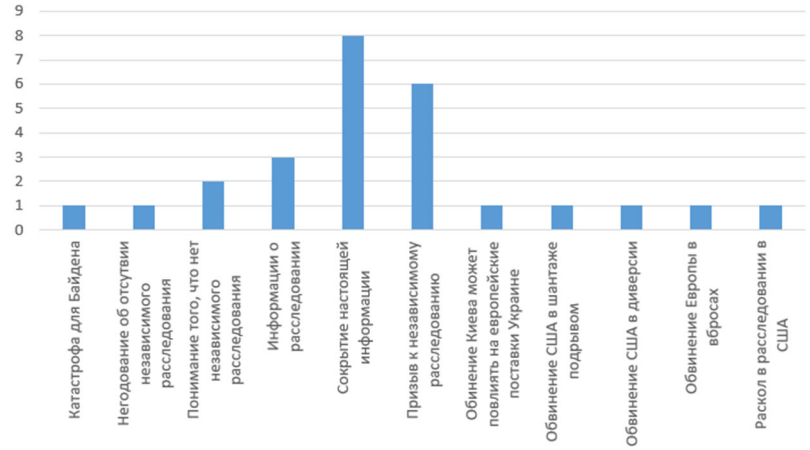

Рис. 18. Информационная ценность

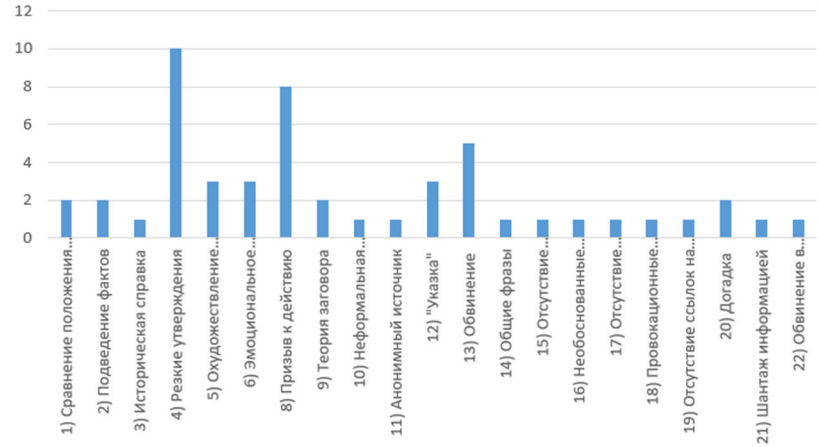

Рис. 19. Информационные методы

Для того, чтобы перейти к анализу методов, используемых в медиапространствах, нужно дать им определения. Они будут представлены в том порядке, что идут на диаграмме (см. рис. 19):

1) Сравнение положения в мире: метод заключается в сравнении двух стран, блоков с формулировкой: если бы то же самое произошло в другом месте, то ситуация развивалась бы иначе, что намекает на несправедливость.

2) Подведение фактов: метод заключается в использовании фактов, планомерном их подведении и подборе, чтобы привести информацию к какому-либо конкретному выводу.

3) Историческая справка: метод заключается в использовании в публикации исторических сведений либо же краткой исторической справки о сюжете.

4) Резкие утверждения: метод заключается в использовании высказываний, которые являются резкими и для употребления которых нужны весомые обстоятельства.

5) Охудожествление информации: метод заключается в художественном оформлении публикуемой информации.

6) Эмоциональное давление: метод заключается в давлении на эмоции читателя.

7) Призыв к действию: метод заключается в подстрекательстве и убеждении к совершению чего-либо.

8) Теория заговора: метод заключается в создании теории произошедшего, в которую тяжело поверить.

9) Неформальная лексика: метод заключается в использовании лексики, не соответствующей официальному стилю.

10) Анонимный источник: метод заключается в использовании ссылок на источники без указания их принадлежности.

11) «Указка»: метод заключается в конкретной претензии и указании на недостатки противнику.

12) Обвинение: метод заключается в обвинении соперника, которое не несет в себе цели скрыть претензии.

13) Общие фразы: метод заключается в отсутствии в публикации точной информации.

14) Отсутствие доказательств: метод заключается в отсутствии обоснований к высказываниям.

15) Необоснованные догадки: метод заключается в высказывании предположений, ничем не подкрепленных.

16) Отсутствие аргументации: метод заключается в отсутствии четкой аргументации с конкретными данными и примерами.

17) Провокационные утверждения: метод заключается в утверждениях, которые должны вызвать какую-либо реакцию у принимающей стороны.

18) Отсутствие ссылок на источники: метод заключается в отсутствии в публикации ссылок на источники, на которые автор опирается.

19) Догадка: метод заключается в собственной догадке автора, которая может оказаться неверной или верной.

20) Шантаж информацией: метод заключается в использовании информации с целью добиться каких-то действий от принимающей стороны.

21) Обвинение в бездействии: метод заключается в открытом обвинении противника в бездействии и, соответственно, попытке уличить его в чем-то, связанном с этим.

На основе анализируемых сведений, представленных на рис. 19, наиболее частыми методами являются резкие утверждения и призыв к действию. Они создают логичную пару, которая коррелирует с информационной ценностью публикаций (сокрытие информации, призыв к независимому расследованию). Также довольно часто встречается метод «обвинение», что говорит о том, что создатели информационной повестки считали необходимым публикацию материалов обвинительного характера, в которых данный метод будет активно применяться. Это также коррелирует с информационной ценностью, поскольку четыре публикации посвящены перекладыванию вины с одной страны на другую.

Таким образом, был рассмотрен второй этап информационной операции, связанной с публикациями о диверсии на «Северных потоках». Третий этап представляет в большинстве своем аналитические статьи, публикуемые в медиа. Поскольку информационных толчков не было из-за отсутствия полноценных новых сведений, то работы являются единичными. Проанализированы они будут по тем же критериям, что и публикации второго этапа: информационная ценность и методы. Результаты выборки по критерию «информационная

ценность» представлены на рис. 20, а результаты по критерию «методы» – на рис. 21.

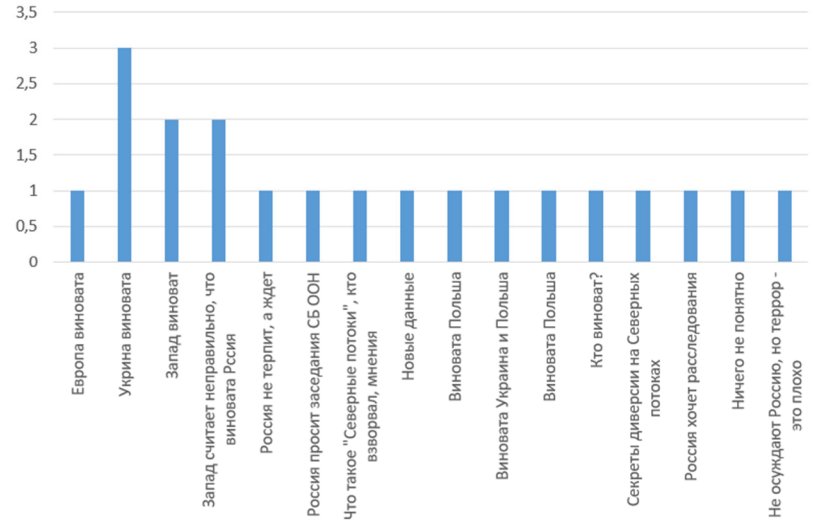

Рис. 20. Информационная ценность

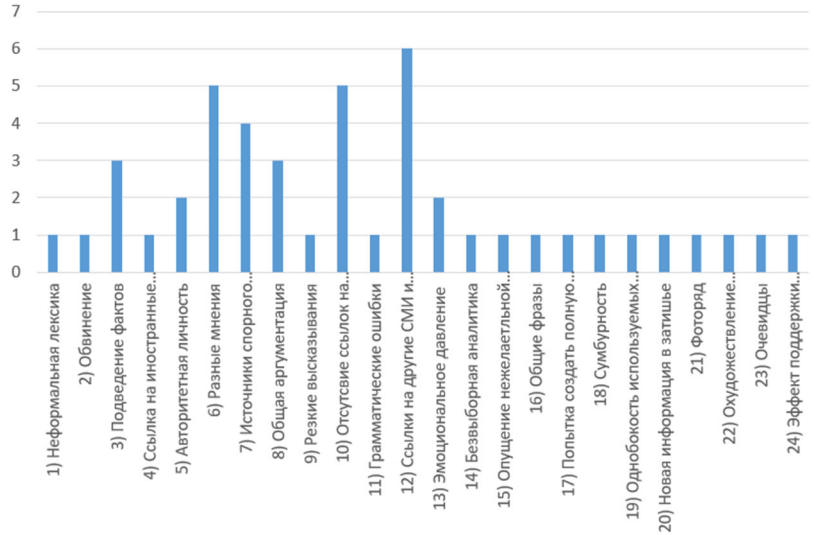

Рис. 21. Информационные методы

Самым популярным информационным посылом является обвинение Украины (см. рис. 20). 3 публикации из 20 посвящены этому. Стоит отметить, что это не подавляющее большинство. По 2 публикации посвящены обвинению Запада и тому, что мнение Запада о виновности России является неправильным. Однако публикаций, содержащих обвинительный посыл, в нашей выборке можно выделить 6. Всего лишь одна публикация посвящена рассуждению о том, кто же виноват. Ни одной статьи не посвящено призыву к разбирательству. Таким образом, можно увидеть, что перекладывание вины с друг на друга в течение данного периода выступает главным информационным посылом, в чем и заключается информационная ценность отобранных публикаций. Определение виновного, размышления по этому вопросу, вообще призыв к независимому расследованию уступают свое большинство конкретным взаимным обвинениям друг друга.

Переходя к методам, нужно обратить внимание на их определения и смысл. Они будут представлены в том порядке, в котором идут на диаграмме (см. рис. 21):

1) Неформальная лексика: метод заключается в использовании лексики, не соответствующей официальному стилю.

2) Обвинение: метод заключается в обвинении соперника, которое не несет в себе цели скрыть претензии.

3) Подведение фактов: метод заключается в использовании фактов и планомерном их подведении и подбору, чтобы привести информацию к какому-либо конкретному выводу.

4) Ссылка на иностранные источники: метод заключается в использовании информации из иностранных источников иногда сомнительного характера.

5) Авторитетная личность: метод заключается в приведении мнения авторитетной личности для подкрепления своей позиции.

6) Разные мнения: метод заключается в освещении в публикации разных точек зрения по рассматриваемому вопросу.

7) Источники спорного содержания: метод заключается в использовании источников сомнительного содержания и их сомнительной релевантности по рассматриваемому вопросу.

8) Общая аргументация: метод заключается в отсутствии четкой аргументации с конкретными данными и примерами.

9) Резкие высказывания: метод заключается в использовании высказываний, который являются резкими и для употребления которых нужны весомые обстоятельства.

10) Отсутствие ссылок на источники: метод заключается в отсутствии в публикации ссылок на источники, на которые автор опирается.

11) Грамматические ошибки: метод заключается в написании статьи с разными ошибками.

12) Ссылки на другие СМИ и повтор информации: метод заключается в переписывании информации из одного источника в другой, иногда без добавления собственного анализа.

13) Эмоциональное давление: метод заключается в давлении на эмоции читателя.

14) Безвыборная аналитика: метод заключается в анализе, который приводит к двум взаимоисключающим вариантам, один из которых оформляется автором публикации как единственный верный.

15) Опущение нежелательной информации: метод заключается в неиспользовании информации, которая, по мнению автора публикации, является нежелательной для читателя.

16) Общие фразы: метод заключается в отсутствии в публикации точной информации.

17) Попытка создать полную картину происходящего: метод заключается в использовании всех сведений, которые известны на момент публикации, и их представлении.

18) Сумбурность: метод заключается в отсутствии логичной линии повествования и смешивания разной информации.

19) Однобокость используемых источников: метод заключается в целенаправленном подборе источников с целью подтвердить либо опровергнуть какую-то точку зрения, опуская другие источники, которые могут помешать этому.

20) Новая информация в затишье: метод заключается в фабрикации информации, когда ее нет, либо в новом представлении старой информации.

21) Фоторяд: метод заключается в использовании в статье картинок и фотографий.

22) Охудожествление информации: метод заключается в художественном оформлении публикуемой информации.

23) Очевидцы: метод заключается в использовании мнения очевидцев как бесспорно верного.

24) Эффект поддержки большинства: метод заключается в убеждении читателя в том, что все так считают и поэтому данное мнение является верным.

Анализируя представленную на рис. 6 информацию, можно увидеть, что самыми популярными методами являются ссылки на другие СМИ и повтор информации. Далее идут отсутствие ссылок на источники и приведение разных мнений. Также популярным среди методов является использование спорных источников.

Таким образом, можно заметить, что в период информационной стагнации в медиа распространяется бесконечный повтор информации, переписывание информации друг у друга. Следующие три метода также вполне точно коррелируют с информационной ценностью. Более того, можно сделать вывод, что при взаимных обвинениях в медиа стараются прибегнуть к разным источникам информации, экспертным оценкам, чтобы сделать свою точку зрения как можно надежнее и достовернее в глазах общественного мнения.

С течением времени информационная ценность публикаций, а также методы, применяемые СМИ, меняются. На условно названном нами первом этапе можно заметить, что в нем нельзя выбрать конкретные методы для каждой публикации. В публикациях используется совокупность методов, а авторы проверяют, что эффективно, а что нет. Цель этого этапа – атаковать информацией и защищаться от нее. Таким образом, многообразие методов коррелирует с целью. Можно видеть, что атакующей стороне не удалось выдержать силу напора ответной реакции, а также выстроить грамотную стратегию и отсечь недействующие методы для последующего успешного нападения на мишень – Россию. Однако принимающей стороне удалось перевернуть «игру» в свою сторону, разработав стратегию и применив грамотно следующие методы: смещение мишени атаки, открытое обвинение,

отсылки на недостатки вброса. На втором этапе дискуссия о «потоках» пока держится в новостном топе, но потихоньку начинает гаснуть, возможно, в силу отсутствия стоящей новой информации. На данном этапе мы заметили, что в первую очередь в статьях пытаются призвать к расследованию и объяснить, что большинство информации нам недоступно. В ходе третьего же этапа можно увидеть, что картина полностью сменилась. Большинство публикаций посвящены взаимным обвинениям. Аналогично произошло и с методами. Если на втором этапе мы видим, что резкие утверждения и призыв к действию занимают лидирующие позиции, то на третьем – повтор информации, переписывание информации из других СМИ и отсутствие ссылок на источники. Можно сделать вывод, что призывы о независимом расследовании по многим причинам не были услышаны, поэтому общественность перешла к обсуждению данного вопроса на основе пустых новостных статей, чужих мнений и т.д. Таким образом, мы отметили, что с течением времени информационный посыл публикаций меняется, в том числе методы информационной войны»[43].

Литература

1. В Кремле прокомментировали расследование Херша по "Северным потокам" [Электронный ресурс] // РИА Новости: сайт. URL: https://ria.ru/20230209/diversiya185080-1897.html?ysclid=lfk3luzp9e265383311 (дата обращения: 16.09.2023).

2. В США не подтвердили данные об «украинском следе» во взрывах Nord Stream [Электронный ресурс] // РБК: сайт. URL: https://www.rbc.ru/politics/08/03/2023/6408b7809a794749f612c6af (дата обращения: 16.09.2023).

3. Вакуленко С. Назад в 1970-е. Какой будет газовая война России и Европы [Электронный ресурс]. URL: https://carnegieendowment.org/politika/87498 (дата обращения: 16.09.2023).

4. Вепринцев В.Б., Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Операции информационно-психологической войны: краткий энциклопедический словарь-справочник [Электронный ресурс]. URL: https://psyfactor.org/psyops/psyops4.htm#Top (дата обращения: 16.09.2023).

[43] Киселев С.А. Лисовская Е.С .Информационная политики СМИ после диверсии на «Северных потоках» // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 46–58.

5. Газопровод «Северный поток» [Электронный ресурс]. URL: https://www.gazprom.ru/projects/nord-stream/ (дата обращения: 16.09.2023).

6. Демина И.Н., Шкондин М.В. Медиасистема России: методологические аспекты оптимизации // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5. № 2. С. 187–199.

7. Кремль назвал статьи о «Северных потоках» скоординированным вбросом [Электронный ресурс] // РБК: сайт. URL: https://www.rbc.ru/. politics/08/03/2023/640809759a794723f608c54a (дата обращения: 16.09.2023).

8. Манойло А.В. Технологии современных информационных войн // Политическая наука. 2017. Спецвыпуск. С. 306–325.

9. Монастырева О.В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию // Вестник Амурского государственного университета. Сер. Гуманитарные науки. 2010. № 50. С. 56–62.

10. Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. М., 2002. 42 с.

11. Entous A., Barnes J.E., Goldman A. Intelligence Suggests Pro-Ukrainian Group Sabotaged Pipelines, U.S. Officials Say. *The New York Times*, 2023, March 7. Available by: https:// www.nytimes.com/2023/03/07/us/politics/ nord-stream-pipeline-sabotage-ukraine.html?searchResultPosition=1 (Access Date: 2023, Sept. 16).

12. Global natural gas prices vary considerably. Available by: https://www.eia.gov/todayinenergy/detail.php?id=3310 (Access Date: 2023, Sept. 16).

13. Hersh S. How America Took Out The Nord Stream PipelineКак Америка вывела из строя трубопровод Nord Stream. Available by: https://seymourhersh.substack.com/p/how-america-took-out-the-nord-stream (Access Date: 2023, Sept. 16).

14. Hersh S. The Cover-Up. Available by: https://seymourhersh.substack.com/p/the-cover-up (Access Date: 2023, Sept. 16).

4.2. Информационная война между Россией и Украиной за Крым

«Информационную войну можно назвать трендом современности. Она становится все более популярной и ведется фактически перманентно. Русский учёный, один из основоположников отечественной научной школы информационного противоборства, профессор С.П. Расторгуев определяет понятие информационной войны как

«открытых и скрытых целенаправленных информационных воздействий информационных систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере» [14. С. 35–37]. Российский политолог, доктор политических наук А.В. Манойло полагает, что «информационная война – это вооруженный конфликт, в котором столкновение сторон происходит в форме информационных операций с применением информационного оружия» [9, 10]. Для данного исследования будет использовано определение, данное советским и российским военным деятелем, ученым В.С. Пирумовым, который определяет информационную войну как новую форму борьбы двух и более сторон, которая состоит в целенаправленном использовании специальных средств и методов влияния на информационные ресурсы противника, а также – защиты собственного информационного ресурса для достижения назначенных целей [13. С. 4–47]. Одним из средств информационной войны является пропаганда.

Понятие пропаганды зародилось довольно давно. Вплоть до XVI века слово пропаганда (включая его производные) являлось латинским термином, используемым только в биологии в связи с размножением животных и растений. В XVI веке папа Григорий XIII уполномочил трех кардиналов de propaganda fide распространят католическую веру в нехристианских землях, а в 1627 году папа Урбан VIII учредил collegium de propaganda с целью обучения миссионерской деятельности [16. С. 155]. В современности термин пропаганда можем трактоваться по-разному. Профессор И.Б. Орлов отмечает три базовых подхода:

1) первое определение базируется на выводах или обобщениях, которые строятся на сомнительных и предвзятых аргументах, в то время как некоторые аргументы могут быть умышленно умалчиваемыми или явно дискредитируемыми;

2) второе определение рассматривает "пропаганду" как метод распространения намеренно ложных идей;

3) третье определение включает широкий диапазон общественных отношений, таких как политика, журналистика, искусство, образование и развлечения, в сферу пропаганды [12. С. 57–66].

Мы обратимся к термину из словаря русского языка, в котором одно из определений гласит, что пропаганда – это политическое или идеологическое воздействие на широкие массы, а также органы и средства, с помощью которых осуществляется это воздействие. Это воздействие может применяться в ходе информационной войны, и российско-украинский конфликт не является исключением. Российско-украинский конфликт идет довольно давно. На общедоступном информационном портале свободной энциклопедии «Википедия» отмечается, что началом столкновения между двумя странами является 2014 год, когда Россия по результатам общекрымского референдума присоединила к своим территориям Крым[44]. В своих выступлениях власти России сделали акцент на том, что русскоязычное население в этих регионах было заинтересовано в присоединении к России и что украинские националисты пытаются насильно уничтожить русский язык и культуру на территории Украины. Украина же стала акцентировать внимание на нарушении российской стороной международного права и целостности территории Украины. Именно таким образом началась информационная война.

В России, по мнению авторов статьи, этот конфликт вызвал сильный патриотический подъем. Многие россияне начали проявлять больше интереса к событиям на Украине и начали высказывать свое мнение в социальных сетях. Однако Ю.А. Лисовский и А.Н. Самарин указывают, что в России не было должной возможности высказывать свое мнение, которое могло бы отличаться от того, что было предложено российскими СМИ.

В Украине же информационная война привела к сильному антироссийскому настроению. Украинцы начали больше доверять украинским СМИ и выражать свой протест против российской политики. Однако Лисовский и Самарин отмечают, что на Украине также

[44] Для более подробного ознакомления данных сюжетов можно перейти последующим ссылкам: Договор между Российской Федерацией и Республикой Крым о принятии в Российскую Федерацию Республики Крым (URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Договор между Российской Федерацией и Республикой Крым о принятии в Российскую Федерацию Республики Крым); Российско-украинская война (URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Российско-украинская война).

была проблема с дезинформацией, которую распространяли украинские СМИ [7].

Таким образом, информационная война между Россией и Украиной имела серьезные последствия. Она привела к ухудшению отношений между этими странами, а также вызвала серьезное размежевание общественного мнения в обеих странах [7].

Некоторые эксперты указывают, что информационная война может иметь еще более серьезные последствия в будущем, поэтому, возможно, лучшим выходом из данной ситуации были бы усиление международного диалога и пропаганда истинной информации. Только при таком раскладе возможно избежать серьезных последствий информационной войны в будущем. По этим причинам данная проблема является актуальной и требует глубокой научной разработки.

Цель исследования заключается в выявлении методов пропаганды, применяемых в ходе информационной войны, возникшей по причине российско-украинского конфликта, в украинских и российских СМИ. Объектом исследования является информационные войны, предметом – российско-украинский конфликт.

Для достижения поставленной цели будут выполнены следующие задачи:

– изучить литературу по данной тематике;

– изучить статьи, публикуемые российскими и украинскими СМИ касаемо друг друга и касаемо российско-украинского конфликта;

– отобрать приемы, которые используются в отобранных статьях для пропаганды своих идей касаемо друг друга и касаемо российско-украинского конфликта;

– сделать выводы к исследованию и ответить на поставленные вопросы.

Основные цели информационной политики Украины – укрепление национальной безопасности страны и осуществление эффективной информационной пропаганды национальных интересов. В конфликте с Россией Украина вынуждена отвечать на информационные вызовы, демонстрировать свою позицию и противодействовать

агрессору в информационной сфере. Пропагандистский опус Украины направлен в основном на дестабилизацию внутрироссийской среды, демонстрацию злокачественности режима в России, демонстрацию сепаратизма на Донбассе и конфликта между Россией и Украиной в целом. Также он направлен на разжигание ненависти к России в целом.

Основные цели информационной политики России – сохранение Крыма, поддержка донбасских сепаратистов и отказ от участия России в налаживании отношений с Западом. Пропагандистский опус России направлен на отстаивание своей правоты в конфликте. Россия использует все возможные способы воздействия на общественное мнение: информационные нападки против Украины, формирование культуры исторической обиды, демонстрация своего мощного вооружения и экономических ресурсов.

Российские публицисты Лисовский и Самарин в своей статье отмечают, что обе стороны используют информационный посыл, который подходит к национальным интересам. Для России это миф об уничтожении русской культуры является информационные войны, предметом – российско-украинский конфликт.

Для достижения поставленной цели будут выполнены следующие задачи:

- изучить литературу по данной тематике;
- изучить статьи, публикуемые российскими и украинскими СМИ касаемо друг друга и касаемо российско-украинского конфликта;
- отобрать приемы, которые используются в отобранных статьях для пропаганды своих идей касаемо друг друга и касаемо российско-украинского конфликта;
- сделать выводы к исследованию и ответить на поставленные вопросы.

Основные цели информационной политики Украины – укрепление национальной безопасности страны и осуществление эффективной информационной пропаганды национальных интересов. В конфликте с Россией Украина вынуждена отвечать на информационные вызовы, демонстрировать свою позицию и противодействовать

агрессору в информационной сфере. Пропагандистский опус Украины направлен в основном на дестабилизацию внутрироссийской среды, демонстрацию злокачественности режима в России, демонстрацию сепаратизма на Донбассе и конфликта между Россией и Украиной в целом. Также он направлен на разжигание ненависти к России в целом.

Основные цели информационной политики России – сохранение Крыма, поддержка донбасских сепаратистов и отказ от участия России в налаживании отношений с Западом. Пропагандистский опус России направлен на отстаивание своей правоты в конфликте. Россия использует все возможные способы воздействия на общественное мнение: информационные нападки против Украины, формирование культуры исторической обиды, демонстрация своего мощного вооружения и экономических ресурсов. Российские публицисты Лисовский и Самарин в своей статье отмечают, что обе стороны используют информационный посыл, который подходит к национальным интересам. Для России это миф об уничтожении русской культуры в Украине, а для Украины – миф о защите своей территориальной целостности. При этом обе стороны используют дезинформацию и ложную информацию для достижения своих целей [7].

Стоит отметить, что по мере развития информационной войны в средствах массовой информации все более распространялись идеи политических и общественных лидеров. Так, российские СМИ начали активно отстаивать национальные интересы России в связи с присоединением Крыма, а также проводить атаки на украинскую власть и националистов. Украинские СМИ, в свою очередь, стали активно критиковать российскую политику и подчеркивать, что национальная идентичность Украины несовместима с российской, и «даже великие русские писатели, поэты и композиторы провозглашаются украинскими, хотя они сами всегда считали себя русскими в понимании великой общности наших народов» [8].

Такая информация доносилась с помощью разных методов пропаганды, то есть специальных методов воздействия на массовое сознание социума с целью достижения определенного результата [4]. Эти методы используются для формирования определенных

мнения, позиции или поведения у общества. Один из таких методов пропаганды – провокации. Ярким примером является провокация в Буче, когда после ухода с этих территорий ВС РФ украинцы убивали всех, кто мог бы быть заподозрен в помощи русским или даже в симпатиях к ним, а далее убитых людей назвали жертвами русской агрессии, выкладывая различные видео- и фотоматериалы [9, 10].

Еще один метод пропаганды – использование зловещих заголовков и терминов. К примеру, российские СМИ использовали термин «ядерный полуостров» для Крыма после референдума в 2014 году[45]. Такой термин вводит в голову людей страх и извращенное представление о регионе как о зловещем месте, где происходят неприятности.

Также метод пропаганды – использование ярких образов и символов. Например, постройка «Крымского моста» из России на Крымскую территорию после присоединения в 2014 году. СМИ формировали образ сильного моста, связывающего Крым с материковой частью России. Создавалось впечатление непоколебимости мощи Российской Федерации и Крыма как его части. Одним из каналов передачи этого образа стали фильмы. В 2018 году была снята картина «Крымский мост. Сделано с любовью!», один из главных героев которой является строителем этого моста. Сами пейзажи, которые демонстрируют великолепие сооружения, завораживают зрителя[46].

Таким образом, методы пропаганды используются для формирования мнения и поведения у людей через разные приемы и механизмы. Их цель заключается в создании определенного образа, термина и намерения.

Различные исследования показывают, что обе стороны используют схожие приемы в своих информационных кампаниях. В процессе нашего исследования основных тенденций информационной войны между Россией и Украиной были установлены следующие

[45] Например, онлайн-издание «Профиль» (URL: https://profile.ru/politics/yadernyj-poluostrov-12092/).

[46] Фильм возможно посмотреть на онлайн-платформе Кинопоиск: Крымский мост. Сделано с любовью! (2018 г., реж. Тигран Кеосаян) (URL: https://www.kinopoisk.ru/film/1171910).

приемы: провокация, использование зловещих заголовков и терминов, а также использование ярких образов и символов.

Идеи государственной политики пропагандировались в классических СМИ[47]. Они находили все больший отклик у населения, которое выражало свои точки зрения в социальных сетях таких, как ВКонтакте, Одноклассники, различные живые журналы и интернет-форумы. Люди, поддерживающие Россию, высказываются про Украину в оскорбительной манере, а украинские политические лидеры, в свою очередь, критикуют Россию и ее правительство. Таким образом, методы пропаганды, которые применялись сторонами, имели должный эффект.

На данный момент информационная война между Россией и Украиной продолжает развиваться. Каждая сторона использует для достижения своих целей серьезные методы пропаганды, что вызывает резкое разделение мнений в обществе и усиливает неопределенность. Однако нужно понимать, что пропаганда в ходе информационной войны является одним из множества способов повлиять на общественное мнение, но не единственным, поэтому важно не забывать про аналитическое мышление и профессиональный подход к принятию решения на основе истинной информации. Информационная война между Россией и Украиной уже не первый год провоцирует дискуссии в обществе. В данной статье были рассмотрены цели сторон, методы пропаганды и различные исследования. Все ведущие СМИ стали орудиями этой информационной войны. Однако важно помнить, что каждый человек должен быть способен видеть подводные камни и критически относиться ко всему, что ему предлагают в СМИ»[48].

Литература

1. Вадимов И. Крымская война: как она оказалась информационной войной? [Электронный ресурс] // ШколаЖизни.ру. 2022. 30 янв. URL:

[47] Под классическими СМИ подразумеваются сайты новостных агентств, журналов, газет и т.д.

[48] Зеленов Н.А. Информационная война между Россией и Украиной за Крым // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 111–116.

https://www.shkolazhizni.ru/history/articles/104024/ (дата обращения: 10.12.2023).

2. Договор между Российской Федерацией и Республикой Крым о принятии в Российскую Федерацию Республики Крым [Электронный ресурс] // Википедия: сайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Договор между Российской Федерацией и Республикой Крым о принятии в Российскую Федерацию Республики Крым (дата обращения: 10.12.2023).

3. Иванов Г. Ядерный полуостров [Электронный ресурс] // Профиль. 2015. 1 июня. URL: https://profile.ru/politics/yadernyj-poluostrov-12092/ (дата обращения: 10.12.2023).

4. Карепова С.Г., Некрасов С.В., Пинчук А.Н. Пропаганда как метод воздействия на общественное сознание: общий теоретический аспект // Вестник НГУЭУ. 2020. № 4. С. 212–229.

5. Битва за Россию (1943 г., реж. Ф. Капра, А. Литвак) [Электронный ресурс] // Википедия: сайт. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Битва_за_Россию.

6. Крымский мост. Сделано с любовью! (2018 г., реж. Тигран Кеосаян) [Электронный ресурс]. URL: https://www.kinopoisk.ru/film/1171910/ (дата обращения: 11.12.2023)

7. Лисовский Ю.А., Самарин А.Н. Украина и Крым сквозь дым информационной войны [Электронный ресурс]. URL: https://www.za-nauku.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=8210&Itemid=39 (дата обращения: 10.12.2023).

8. Лукашев А. Информационная война миров [Электронный ресурс] // Военное обозрение. 2022. 11 апр. URL: https://topwar.ru/194671-informacionnaja-vojna-mirov.html (дата обращения: 10.12.2023)

9. Манойло А.В. Технологии современных информационных войн // Политическая наука. 2017. Спецвыпуск. С. 306−325.

10. Манойло А.В. Информационная война в контексте специальной военной операции на Украине [Электронный ресурс] // Международная жизнь. 2022. № 12. URL: https://interaffairs.ru/jauthor/material/2762?ysclid=lpzkr6wswi275618176 (дата обращения: 11.12.2023).

11. Мурюкина Е.В. Информационная война на страницах российской и украинской прессы: сравнительный анализ // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. 2015. № 3(06). С. 62–75.

12. Орлов И.Б. От какого наследства мы отказываемся? (Сущность и механизмы пропаганды) // Вопросы правоведения. 2009. № 1. С. 57–66.

13. Пирумов В.С., Родионов М.А. Некоторые аспекты информационной борьбы военных конфликтах // Военная мысль. 1997. № 5. С. 44–47.

14. Расторгуев С.П. Информационная война. М.: Радио и связь, 1998. 415 с.

15. Российско-украинская война [Электронный ресурс] // Википедия. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Российско-украинская война (дата обращения: 10.12.2023).

16. Феллоуз Эрвин В. «Пропаганда»: история слова // Политическая лингвистика. 2009. № 3(29). С. 155–159.

Вопросы и задания

1. Назовите примеры информационной операции, аналогичные операции по Северным потокам.

2. Назовите информационные методы, использованные при освещении темы подрыва Северных потоков.

3. Какой новый виток развития расследования подрывов Северных потоков не описан в статье?

4. Спрогнозируйте, чем завершится информационная операция по Северным потокам. Завершится ли она? Аргументируйте свой прогноз.

Глава 5
МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ ОСВЕЩЕНИЯ ВОЕННЫХ И ЭТНОПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ В СМИ

Методический комментарий

Многие медиаисследователи сегодня сходятся во мнении, что информационные войны – это феномен, сопровождающий человечество уже длительное время. А совокупность факторов с учетом стремительно развивающихся технологий в процессах производства медиаконтента делает информационную войну одним из самых опасных явлений современной действительности. Поэтому сегодня информационная война – это любое действие по использованию, разрушению, искажению вражеской информации и ее функций; в то же время – это защита нашей информации против подобных действий. В.А. Мельников утверждает, что «ведение информационной борьбы является крайне актуальной технологией в общем контексте противостояния между враждующими сторонами, в то время как непосредственно сам процесс её реализации теперь более эффективен и оптимизирован»[49].

Таким образом, информационная война – это целенаправленные действия, предпринятые для нанесения ущерба информации и информационным процессам оппонентов, и защите собственной информации и процессам с помощью технологий – комплекса методов и приемов воздействия на общественное сознание аудитории посредством медиа.

Сегодня методы и приемы информационной войны стали предметом изучения многих специалистов. Словарь-справочник «Операции информационно-психологической войны» включает в себя перечень комплекса методов и приемов, используемых,

[49] Мельников В.А. Информационная война в современных реалиях: особенности и опасности// Идеи и новации. 2023. Т.11, № 4. С. 6.

в частности, СМИ, предложенный разными авторами[50]. Но на данный момент единого классификатора методов и приемов в освещении информационных войн нет, и тем более освещения военных и этнополитических конфликтов в СМИ.

Такими исследователями как А.В. Манойло, И.Н. Панарин, О.В. Финогенко и др. предпринята попытка глубинного изучения специфики ведения информационных войн с точки зрения общеполитического дискурса, а именно: рассмотрения используемых методов и приемов воздействия на аудиторию с учетом их систематизации. Но в сегодняшней практике они используются журналистами, что позволяет к ним обращаться в рамках этого вида деятельности. Они берут на вооружение предложенные авторами основные классификации методов и приемов ведения информационных войн и применяют их в соответствии со сложившейся ситуацией в медиа для реализации своих тактических целей. Так, например, журналистами активно используется классификация, предложенная О.В. Финогенко, который разделяет методы и приемы на две группы: приемы открытого и скрытого воздействия.

Мнение эксперта:

«К первой группе («приемы открытого воздействия») отнесем предвзятый подбор тем и материалов; фрагментарность представления информации; отвлечение внимания аудитории от действительно значимого события некачественным представлением информационного материала; выбор выгодного момента для информирования населения; использование в комментариях к событиям мнений компетентных персон; использование в качестве телеведущих обаятельных людей, вызывающих доверие; доведение информации лишь до определенной группы населения» и пр.

«*Ко второй группе («приѐмы скрытого воздействия») отнесем намеренно выравненное представление малосравнимых факторов – «технология преувеличения»; выбор выгодного момента*

[50] Операции информационно-психологической войны: краткий энциклопедический словарь-справочник / В.Б. Вепринцев, А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов: под ред. А.И. Петренко. 2-е изд., стереотип. М.: Горячая линия – телеком, 2019. С. 404–405.

для выброса компрометирующего материала; определенная последовательность представления информации (наиболее убедительной кажется информация, переданная первой); внедрение в общественное сознание элементов нестабильности, дезорганизованности, хаоса, неуверенности, страха; манипуляция опросами общественного мнения; эксплуатация всевозможных слухов, которые могут целенаправленно влиять на информационно-психологический климат в обществе»[51].

Одним из первых целенаправленно для медиа разработал классификацию методов и приемов информационных войн профессиональный журналист Г.В. Вирен. Он рассматривает 19 методов, среди которых: полная дезинформация (явная ложь); сокрытие существенной информации; преувеличение или преуменьшение с целью дезинформации; смещение понятий; применение «позитивных клише», в реальности ничего не значащих; ссылка на несуществующие основания и ложная увязка; апелляция к авторитетам при подаче ложного или сомнительного тезиса как доказанного; информационный мусор и др. При этом он ставит на первое место метод «Полная дезинформация (явная ложь), акцентируя внимание на фабрикации сообщений, приему которому если не сотни, то тысяча лет[52].

В последние годы стали появляться работы молодых исследователей, в которых также методы и приемы информационных войн рассматриваются в контексте журналистики. Так, С.А. Киселев и Е.С. Лисовская в статье «Информационная политика СМИ после диверсии на “Северных потоках”» подвергают анализу этот недружественный по отношению к России акт и дают определения методам, которые используются поэтапно средствами массовой информации. По их мнению, на первом этапе этой информационной операции, которая вызвала поток публикаций о диверсии на «Северных потоках», это было лишь информирование о событии на уровне фактов.

---

[51] Финогенко О.В. О философии информационно-психологической войны (основные понятия и проблематика //Экология языка и коммуникативная практика. 2016. № 1. С. 165–189.

[52] Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2013. 126 с.

На втором этапе проявляются резкие утверждения по поводу факта случившегося и призыв к действию, которые являются наиболее частыми среди остальных, таких как: сравнение положения в мире, подведение фактов, историческая справка и пр. (всего авторы выделяют 21 метод).

Следует отметить, что авторы обращают внимание на определения и смысл методов с точки зрения журналиста. Особо это видно, когда на третьем этапе своего исследования они с учетом анализа выбранных публикаций по теме, выделяют такие методы, как ссылки на другие СМИ и повтор информации. К популярным методам относят и использование спорных источников, в результате чего приходят к одному из выводов, что «при взаимных обвинениях в медиа стараются прибегнуть к разным источникам информации, экспертным оценкам, чтобы сделать свою точку зрения как можно надежнее и достовернее в глазах общественного мнения»[53].

В научном дискурсе среди наиболее часто упоминаемых исследователями приемов, которые используют журналисты, следует выделить такие, как использование различных стилистических фигур, средств выразительности речи, специальных слов, выражений и образов, а также символов; извлечение рассматриваемого вопроса, события из контекста событий и обстоятельств, а также погружение его в неверный контекст; оперирование обвинениями и критикой; замалчивание проблемы без моральной ее оценки и сокрытие фактов; подмена источника информации. Авторы определяют также характерные методы, позволяющие медиа добиваться своих тактических целей, такие как: выбор решения, которое подается как выигрышное, присвоение «ярлыков», негативные сравнения, прямая ложь, противопоставление «своих» и «чужих» и пр.

Исследователи также отмечают разницу в методах и приемах, адресованных военнослужащим и мирному населению, которое также представлено разными группами. Целенаправленное воздействие средств массовой информации на своего читателя, зрителя,

[53] Киселев С.А. Лисовская Е.С. Информационная политики СМИ после диверсии на «Северных потоках» // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 46–58.

слушателя способствует более эффективному внедрению в массовое сознание определенных установок.

Анализ теоретических работ как политологов, так и представителей научного журналистского сообщества показал, что они по разным основаниям предлагают свои классификации методов и приемов информационных войн, в основе которых лежит обобщение эмпирического материала. Но вместе они позволяют определить общие тенденции развития данного феномена. А именно показать, что средства массовой информации постоянно ведут поиск новых и все более сложных методов участия в информационных войнах. При этом все они ставят своей целью манипулирование сознанием масс посредством эмоционального воздействия. К сожалению, сила этого воздействия только возрастает. Причем противостоять ей не способны и сами технологи информационных войн, которые в определенной степени сами становятся жертвами своих же методов. К сожалению, зачастую это приводит их к неверным выводам и, как следствие, принятию неправильных решений.

5.1. Анализ медийных факторов в освещении вооруженных конфликтов

Проблематика медиапространства еще не располагает базисными теоретическими постулатами и только начинает становиться предметом исследования. Медиапространство – «особая реальность, реальность сознания, в которой действуют определенные законы и объекты которой обладают различным статусом и свойствами» [10. С. 128]. Другие исследователи полагают, что медиапространство может быть определено как особая реальность, организующая и включающая социальные медийные практики и «представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации» [18. С. 3]. Оно всегда принимает форму тех социальных и политических структур, в рамках которых функционирует, так как является частью социального пространства.

Цель исследования – анализ рационального и эмоционального факторов медиапространства при освещении журналистами вооруженных конфликтов.

Как показало изучение работ, исследующих роль СМИ в периоды разных военных конфликтов в истории человечества, большинство авторов склонны рассматривать медиа как серьезное информационное оружие. По мнению многих специалистов, использоваться СМИ могут в двух ипостасях. «Они являются, с одной стороны, каналом доведения информационного воздействия до конкретной целевой аудитории (политических элит, лидеров мнений, широких слоев общественности, политически активной молодежи), с другой – выступают непосредственным участником конфликтного взаимодействия» [8. С. 83].

Тем самым средства массовой информации становятся нелетальным оружием в процессе ведения как реальной, так и информационной войн. Под нелетальным оружием, или оружием несмертельного действия (ОНСД), понимается оружие, способное нейтрализовать или уничтожить возможность противника вести боевые действия без нанесения значительных невосполнимых потерь его живой силе, разрушения материальных ценностей или масштабных нарушений окружающей среды [9].

«И, наконец, как дальнейшее развитие темы “гуманизации” вооруженного конфликта обсуждается идея выиграть войну вообще без единого выстрела и жертв. За этой идеей возникает соображение об отказе от проведения широкомасштабного вооруженного конфликта так такового и выполнения вместо него “тихих”, скрытых для противника, операций, вынуждающих его принимать решение в угоду победителю. Такие задачи можно выполнить только с помощью информационного оружия … – оружия непосредственного воздействия на психику человека» [9].

Следовательно, конструируя медиаобразы войны, медиа порождают различные возможности для создания образов социальной реальности, трансформации и изменения сложившихся пространственно-коммуникативных практик.

При этом любая конструкция подразумевает необходимость предварительного создания модели искомого результата, на основе которой в дальнейшем и конструируется сам образ. В нашем случае, – это медиаобраз вооруженного конфликта.

Выявлено, что важными «содержательными характеристиками образа вооруженного конфликта выступают интеллектуальный и эмоциональный компоненты» [14, 15]. Интеллектуальные компоненты образа включают в себя рациональное, логическое осмысление явления. Эмоциональные компоненты отражают чувства и эмоциональное отношение к вооруженному конфликту. «Война всегда является сильным катализатором для обличения или возвеличивания другой страны, культуры. Для военного времени характерна поляризация оценок: все, что связано с союзниками, – хорошо и ценно, все, относящееся к стану противников, – заведомое зло» [6. С. 92–93].

В исследовании В.В. Серебрянникова были обнаружены общие, универсальные, а также специфические психологические механизмы формирования уже конкретно «образа вооруженного конфликта». Было показано, что закономерности формирования образа зависят от статуса субъекта восприятия. Так, автор считает, что чем ближе субъект восприятия находится к высшим звеньям управления, тем в большей мере структура образа вооруженного конфликта представлена интеллектуальными и рациональными компонентами [13, 14].

Ученый объясняет данный факт тем, что люди, включенные в процесс управления, находятся ближе «к точкам пересечения информационных потоков», располагают большей информацией. В то время как у лиц, не принимающих непосредственное участие в принятии решений, образ вооруженного конфликта формируется под влиянием целенаправленных действий средств массовой информации. Поэтому массовое общественное сознание в процессе формирования образа вооруженного конфликта в большей мере ориентировано на закономерности «психологии толпы» и включает в основном эмоциональные компоненты [7].

«В широком смысле под психологической операцией понимается спланированное использование средств, форм и методов распространения информации для оказания определенного воздействия на установки и поведение человека. Такие операции состоят из политических, военных и идеологических мероприятий, цель которых – изменение поведенческих и эмоциональных установок

определенных групп людей и отдельных лиц по тем или иным вопросам в желательном направлении» [1].

В итоге: «в области исследований воздействия массовой коммуникации существует даже специальный термин – «культивация», означающий изменение восприятия людьми повседневной действительности под влиянием телевизионной реальности» [2. С. 176]. Оказалось, что зрители, которые много смотрят телевизор, склонны преувеличивать количество преступлений и насилия в реальной жизни и считают мир более опасным, чем он есть на самом деле, вследствие высокой частоты сцен насилия по телевидению [19].

«Информационная травма – воздействие, осуществляемое СМИ, которое вызывает деструктивное изменение базовых структур личности, эффективных и когнитивных систем на всех уровнях, начиная с физиологических механизмов и заканчивая картиной мира и образом “я” индивида» [13. С. 120]. Таким образом, информационная травма представляет собой вид психической травмы, «то есть нарушение целостности и функций психики» под воздействием СМИ [16].

«Отсюда вытекает необходимость разработки систем и способов психологической защиты от патогенных информационных технологий, выработка принципов психологической безопасности аудитории, соблюдение которых позволяет предотвратить или минимизировать информационную травму, наносимую деструктивной подачей информации в СМИ» [10. С. 147], в которой превалирует эмоциональная составляющая.

«Масштабность и мощность воздействия информационных факторов на психику людей выдвигает обеспечение информационно-психологической безопасности в современных условиях на уровень общенациональной проблемы» [4. С. 27].

В задачи медиатерапии входят профилактика и реабилитация информационных травм аудитории» 13], «психологическое восстановление посредством массовой коммуникации» [17], «стабилизация психических состояний, формирование адекватных контролируемых реакций, содействие национальной самоидентификации и личностному самоопределению индивидов» [10, 11].

«От характера информационных стратегий во многом зависят психологическая безопасность и здоровье общества» [11].

Авторами в течение нескольких лет проводилось исследование соотношения рациональной и эмоциональной составляющих в процессе производства и восприятия журналистского текста. Представляется небезынтересным попытаться ответить на вопрос: почему сегодня эмоциональная составляющая восприятия медиаобраза вооруженного конфликта, сформированного журналистским текстом, преобладает над составляющей рациональной?

Для доказательства этого тезиса было проведено локальное полевое исследование, в котором за три года участвовало в общей сложности 110 студентов факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. На первом этапе, несмотря на некоторые различия в подходах в их трактовке, у многих авторов были выделены десять наиболее весомых факторов, характеризующих критерии рациональной и эмоциональной составляющих в восприятии публикации.

При этом мы исходили из того, что эти факторы обусловлены самим процессом функционирования средств массовой информации. «Для того, чтобы привлечь внимание и завоевать массовую аудиторию СМИ при подаче материалов и подготовке сообщений, различных программ, руководствуются определенными общими правилами или принципами» [4].

Однако, как отмечает В.П. Пугачев с соавт., «взятые на вооружение принципы отбора материалов плохо совместимы с глубокими аналитическими сообщениями и часто препятствуют созданию информационной картины мира, более или менее адекватной реальности» [12. С. 261]. Особенно это характерно при освещении военных конфликтов, когда грубо нарушаются гуманистические принципы подачи информации в угоду красивой картинки в телеэфире или эмоционально написанного текста в печатном или интернет-издании. Для того, чтобы скорректировать этот процесс, в 2003 году профессиональное сообщество приняло Антитеррористическую конвенцию.

Чтобы ответить на вопрос, насколько это изменило ситуацию в подаче материалов, создающих медиаобраз вооруженного конфликта, на следующем этапе исследования нами было отобрано

100 журналистских материалов из трех газет. Они представляют разные типы изданий: качественные – «Коммерсант» (Ъ), квалоиды – «Аргументы и факты» (АиФ), таблоиды – «Комсомольская правда» (КП), и, соответственно, имеют свои информационные стратегии в подаче материалов, формирующих образ вооруженного конфликта.

Ежегодно подбор этих текстов корректировался в соответствии с теми событиями, которые формировали повестку дня ведущих изданий страны. При этом мы исходили из того, что каждый год вносил свои коррективы в географическое месторасположения и количество самих военных конфликтов.

Анализ проводился по двадцати критериям, среди которых, кроме вышеперечисленных, можно выделить новизну реальной конкретной ситуации; достоверность ее воспроизведения; обоснованность интерпретации; приоритетность; неординарность фактов; масштаб и значимость проблемы; оперативность материала и ряд других. Тем не менее результаты, полученные по этим критериям, не смогли составить сколько-нибудь вразумительной статистической картины, поэтому в итоговой таблице ими решено было пренебречь, оставлены лишь критерии с весомыми характеристиками.

№ п/п	Критерий	Усредненные данные по трем годам, %		
		Ъ	АиФ	КП
1	Страх, нервозность, тревога, беспокойство	3,5	3,0	6,3
2	Интерес, удивление, любопытство	2,6	3,1	5,4
3	Уныние, разочарование, жалость	1,0	1,5	2,4
4	Раздражение, злоба	1,2	1,8	2,3
5	Удовлетворение	2,0	1,6	3,1
6	Анализ проблемы	3,5	1,2	1,2
7	Синтез деталей	2,2	1,5	0,5
8	Сравнение фактов	3,5	2,5	1,9
9	Абстрагирование от лишних деталей	2,8	2,0	1,0
10	Систематизация информации	3,2	2,0	0,5

Результаты исследования можно сформулировать следующим образом:

1. Эмоциональный аспект (согласно выбранным в нашем исследовании параметрам) является преобладающим и лидирующим,

когда речь идет о текстах, опубликованных в квалоидах и таблоидах, по сравнению с таковым в качественных изданиях.

2. Респонденты также отмечают, что в таблоидных изданиях преобладают журналистские тексты, формирующие медиаобраз вооруженного конфликта, с доминированием эмоционального компонента.

3. Преобладание эмоционального компонента при восприятии образа вооруженного конфликта, в данном случае студенческой аудиторией, заставляет обратить более серьезное внимание на информационно-психологическую безопасность личности, то есть «состояние защищенности личности, обеспечивающее ее целостность как активного социального субъекта и возможностей развития в условиях информационного взаимодействия с окружающей средой» [4]»[54].

Литература

1. Вепринцев В.Б., Манойло А.В., Петренко А.И., Фролов Д.Б. Операции информационно-психологической вооруженного конфликта [Электронный ресурс]. URL: https://psyfactor.org/psyops/psyops4.htm#Top.

2. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология. Основные принципы. Харьков: Гуманитарный центр, 2007. 286 с.

3. Вирен Г.В. Современные медиа: Приемы информационных войн. М.: Аспект Пресс, 2016. 128 с.

4. Грачев Г.В. Информационно-психологическая безопасность личности: состояние и возможности психологической защиты. М.: Изд-во РАГС, 1998. 125 с.

5. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. М., 2011. 232 с.

6. Забелина Н.Ю. Бельгийские союзники в восприятии британцев во время Первой мировой вооруженного конфликта // Вестник Московского университета. Сер. 8. История. 2010. № 1. С. 85–94.

7. Забелина Н.Ю. Враги и союзники в восприятии британцев в годы Первой мировой вооруженного конфликта: автореф. дис. … канд. ист. наук. М., 2011. 24 с.

8. Манойло А.В. Информационные вооруженного конфликта и психологические операции. Руководство к действию. М.: Горячая линия- Телеком, 2018. 496 с.

[54] Алексеева Т.С., Головко С.Б., Черешнева Ю.Е Анализ медийных факторов в освещении вооруженных конфликтов // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 14–19.

9. Прокофьев В.Ф. Тайное оружие информационной войны. М.: СИНТЕГ, 1999. 152 с.

10. Пронин Е.И., Пронина Е.Е. Архетипы тотальной вооруженного конфликта в локальном конфликте // Государственная служба. 2001. № 6. С. 18–29.

11. Пронина Е.Е. Категории медиапсихологии: факты, феномены, фантомы // Человек как субъект и объект медиапсихологии: сб. М.: Ин-т человека; Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 105–150.

12. Пугачев В.П., Соловьев А.И. Введение в политологию. 2-е изд. М.: Аспект Пресс, 1995. 320 с.

13. Рыбалко О.М. Динамика изменения психолингвистических характеристик текстов СМИ в чрезвычайных ситуациях: компенсаторные возможности // Материалы IV Всероссийского съезда Российского психологического общества. Ростов н/Д., 2007. С. 120.

14. Серебрянников В.В. Социология вооруженного конфликта. М.: Научный мир, 1997. 397 с.

15. Серебрянников В.В. Эволюция войны как социально-политического явления // Социология власти. 2010. № 4. С. 47–57.

16. Черепанова Е.С. Психологический стресс. М.: Академия, 1997. 95 с.

17. Чудова Н.В. Журналистика и социотерапия // Проблемы медиапсихологии-2. М.: РИП-холдинг, 2003. С. 36–52.

18. Юдина Е.Н. Развитие медиапространства современной России: на примере телевидения: автореф. дис. … д-ра. соц. наук. М., 2008. 35 с.

19. Gerbner G., Gross L., Morgan M., Signorielli N. Living with television: The dynamics of the cultivation process. In: Bryant J., Zillman D., eds. Perspectives on media effects. Hilldale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates, 1986, pp. 17–40.

5.2. Смена героев как прием долгосрочной наступательной стратегии медиа в контексте информационных войн (на примере анализа технологий интернет-ресурсов по дегероизации образа маршала Г.К. Жукова)

«Национальные герои и их поступки нередко становятся объектами информационных атак. Эта обусловлено тем фактом, что истории об этих личностях и их подвигах являются важнейшей частью любой культуры на протяжении всего существования человечества. Кроме того, передаваемые о них из поколения в поколение рассказы, являющиеся частью политического мифа той или иной культуры,

несут определенные функции. Их роль крайне важна в тяжелые для страны периоды, когда необходима самоорганизация общества, людям нужны авторитет и опора, модель поведения в особых ситуациях, в условиях которых, опасность может угрожать не просто конкретной личности, но и всему народу, его ценностям и привычному мироустройству. В более спокойные времена через их образы передаётся опыт поколений; дети познают историю и воспитывают в себе патриотизм и, имея перед глазами реальный пример, вырабатывают сильные моральные качества и нравственные принципы.

Используя различные инструменты социальных технологий, атакующие стремятся буквально демонтировать героическое наследие в конкретно взятой стране или регионе, а затем образовавшийся вакуум наполнить другими, чужеродными концептами и ценностями. Такие действия ведут к разрушению моральных установок, существующих в обществе. Например, соотечественники перестают испытывать гордость за своих предков и подвиги. Кроме того, это может привести к более глобальным последствиям, таким, как принижение вклада нашей страны в победу, что, в свою очередь, порождает неверную интерпретацию реальных исторических фактов, отсутствие фундамента для поддержания идеи национальной целостности.

Российский философ С.Ю. Смирнов отмечал следующее: «Герой всегда занимал важное место в российской общественной жизни. Само нахождение российской цивилизации, созданной нашими предками на не всегда благоприятной в политико-географическом и природно-климатическом плане территории, которая тем не менее была пределом устремлений разных захватчиков и привлекала во все времена множество желающих получить все богатства этой земли, требовало от россиян отваги, ратного упорства, взаимовыручки. Все это вызвало к жизни необходимость в людях, готовых к подвигу, героях, чей нравственный пример служения своей стране мог быть примером для всех россиян» [11].

Именно по этой причине первым этапом в информационных войнах нередко становятся дискредитация образов героев и подмена исторических мифов, что оказывает свое негативное влияние.

Тогда информационная война переходит на ту стадию, когда противостояние происходит не только с кем-то извне, но и внутри страны. Так как общество в нашей стране крайне неоднородно во всех смыслах, не только обычные люди становятся распространителями идей атакующей стороны, но и те, кто имеет большее влияние. Например, средства массовой информации, формирующие в рядах аудитории полярные мнения.

Отечественные исследователи занимались изучением того, какими способами формируются образы героев. Так, например, работы, раскрывающие истоки появления образов тех великих личностей, которые совершали свои подвиги в период Гражданской войны, представлены авторами: О.В. Будницким, Г.В. Кретининым, З.С. Закружной, О.Д. Минаевой и др. Есть также более масштабные исследования, которые посвящены изучению того, как образы врага и героя определялись в советской пропаганде в период Великой Отечественной Войны. К ним относятся: «“Наши” и “чужие” в российском историческом сознании» В.А. Сомова и «идеологемы врага и героя и их внедрение в массовое сознание в годы Великой Отечественной войны» М.Э. Никитиной.

Именно они представляют для нас значимость в контексте современного дискурса, поскольку победа в войне стала важнейшие событием в истории нашей страны. Деконструкция образа ВОВ стала одним из ключевых нарративов в операции холодной войны против СССР и до сих пор является частью информационной войны против современной России. В первую очередь обесцениванию подвергались и подвергаются образы героев войны, ставшие символами, – А. Матросова, З. Космодемьянской, А. Гастелло, маршала Г. Жукова.

В статье основным источником информации являются материалы компании «Крибрум», специализирующейся на мониторинге и анализе публикаций в социальных медиа, поскольку именно этот ресурс собрал достаточно большое количество репрезентативных данных, касающиеся выбранной нами темы исследования, что позволяет наглядно оценить, каким образом может происходить процесс дегероизации. В дополнении к этому были изучены другие исследования по теме.

Георгий Константинович Жуков – один из наиболее известных и значимых советских военачальников, участвовавших в организации ключевых событий в период Великой Отечественной войны; военачальник, обладающий рекордным количеством советских и иностранных наград. Именно он известен среди граждан нашей страны как маршал Победы. В то же время, несмотря на всенародную славу и известность, общественное мнение современников о Жукове не всегда складывалось в положительную сторону. И оценки его личности тоже было неоднозначными. Так, с 1955 по 1957 год он был назначен министром обороны, успешно показал себя в период Венгерского восстания. Однако уже в 1958 году должен был уйти в отставку со своего поста согласно постановлению «Об улучшении партийно-политической работы в Советской Армии и Флоте». Он был обвинен различными представителями официальной власти в излишнем индивидуализме, авантюризме и отсутствии партийной чести. И эти изменения в занимаемом им в обществе положении в значительной степени влияли на то, как его изображали в информационном пространстве.

Основные тезисы, сформулированные в периоды, когда Жуков подвергался нападкам, выглядят следующим образом:

- пренебрежение жизнями солдат в организации хода сражений;
- присвоение себе заслуг в период ВОВ;
- обвинения в незаконном приобретении трофеев.

Новая волна отрицательных публикаций, направленных на Жукова, обусловлена периодом перестройки, в условиях которой устоявшиеся образы героев подвергались нападкам, а их поступки – переоценке. По большей части материалы состояли из тех же самых тезисов, выдвинутых лицами первых эшелонов власти и впоследствии ретранслируемых СМИ. К ним добавилась информация о Тоцких учениях, в рамках которых было использовано тактическое ядерное оружие.

Ещё одним поводом для возникновения негативного отношения к Жукову в обществе стало появление в 1988 году книги Виктора Резуна «Ледокол». В ней он предложил ревизионистский взгляд на историю участия СССР во Второй мировой войне.

В условиях развития сетевой журналистики признание начали получать так называемые лидеры мнений. Как правило, они являются деятелями развлекательных площадок и редко являются экспертами

в исторических вопросах, но тем не менее часто высказывают свое субъективное мнение по исторической тематике. И аудитория воспринимают это мнение наравне с мнениями экспертов. В этой связи в современном обсуждении, касающемся информационных войн, появился такой термин, как психоисторическая война.

«Психоисторическая война – комплексное явление, направленное непосредственно на разрушение истории народа и затрагивающее информационный, связанный с искажением исторических фактов, концептуальный, на котором обеспечивается направленное восприятие ложной информации, и метафизический, работающий со смыслами, ценностями, глубинными представлениями и общественной памятью, уровни».

Почему история народа все чаще стала становиться объектом атаки в информационных конфликтах? Ответ достаточно прост – это фундамент, на основе которого выстраивается модель передачи национальных идей, образов, символов из поколения в поколение. Все это, в свою очередь, представляет собой источник, из которого люди черпают, с одной стороны, индивидуальные принципы, с другой же – объединяющие и способствующие движению общества в едином порыве.

В этом смысле неудивительно и то, что основной целью тех, кто участвует в такого рода противостоянии, являются представители молодого поколения. В том числе этим обусловлен такой стремительный поворот средств массовой информации в сторону интернет-журналистики.

Поэтому компания «Крибрум» сфокусировала внимание на изучении публикаций, которые были выложены на платформах «ВКонтакте», «Facebook»*, «Twitter»*, «Одноклассники» (таблица). Рассматриваемый период – 2014–2021 годы. Отмечено, что в наибольшей степени интерес к фигуре Жукова возрастал каждый год в определенные дни: День Победы в Великой Отечественной войне, день рождения Жукова (1 декабря), День памяти и скорби (22 июня), годовщина первого Парада Победы (24 июня).

* Facebook и Twitter признаны экстремистскими организациями в РФ, их деятельность запрещена на территории страны.

В период с 2014 по 2015 год наблюдались резкий рост негативных и, в качестве ответной реакции, позитивных оценок. Это может объясняться началом более активной фазы противостояния между Украиной и Россией. С 2016 по 2018 год наблюдалось снижение доли негативных комментариев и возрастание позитивных. Однако в 2021 году в сравнении с ранним временем доля критических публикаций возросла и достигла высшей отметки (32%).

Публикации, выложенные на платформах «ВКонтакте», «Facebook»*, «Twitter»*, «Одноклассники»[55]

Дата	Событие	Количество
17 мая 2015 года	В Киеве вандалы разрушили мемориальную доску, установленную в честь маршала Г. Жукова. Депутат Верховной Рады Украины И. Мосийчук назвал полководца «украинофобом»	7 649
1 декабря 2016 года	120-летие со дня рождения Г. Жукова	10 151
8 мая 2017 года	В Киеве две восьмидесятилетние сестры встали у Вечного огня с портретом Г. Жукова, «отстояв его у украинских радикалов»	3 837
24 августа 2017 года	Вандалы в Одессе разбили бюст Г. Жукова	3 137
8 мая 2018 года	В пригороде Берлина Карлсхорсте был открыт памятник Г. Жукову	5 231
Май 2018 года	Актуализация сюжета о «русском методе наступления через минные поля» Г. Жукова из мемуаров Д. Эйзенхауэра	5 174
2 июня 2019 года	В Харькове украинские националисты снесли памятник Г. Жукову. Впоследствии он был восстановлен по указанию мэра города Г. Кернеса	16 190
Июнь 2019 года	Критика Г. Жукова, руководившего операцией «Снежок» (учения с применением ядерного оружия) на Тоцком полигоне в 1954 году	14 690
Август 2019 года	Журналист А. Невзоров в эфире радиостанции «Эхо Москвы» назвал Г. Жукова «мясником Второй мировой войны»	642
31 октября 2019 года	В Одессе представители ультраправой организации «Национальный корпус» демонтировали барельеф Г. Жукову	7 003
4 февраля 2020 года	В Одессе националисты демонтировали последнюю мемориальную доску с барельефом Г. Жукову	2 361

[55] Согласно информации компании КРИБРУМ (URL: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://s16.stc.all.kpcdn.net/share/i/13/4399123.pdf).

Согласно представленным данным, можно отметить, что наибольшее число сообщений датировано днем, когда был снесен один из памятников. Самое незначительное количество публикаций связано с заявлениями публичного деятеля о фигуре Жукова. Также можно увидеть, что критика тактических решений полководца, день его рождения и открытие новых культурных объектов, посвященных Жукову, тоже вызывали волну обсуждений.

В рамках рассматриваемого временного промежутка заметно, что более активно обсуждение проходило на платформе «ВКонтакте» (в сравнении с другими социальными сетями). В период с 2014 по 2019 год свою популярность демонстрировал «Facebook»*, где критическое публикации размещали в большей степени иностранцы (преимущественно украинцы – более 50% от общего числа). Их доля превышала количество отечественных пользователей, высказывавшихся по теме, на протяжении четырех лет – с 2016 по 2020 год. И в содержании их сообщений превалировали критические оценки.

Также наблюдались единичные всплески активности в таких социальных сетях, как «Twitter»* и «Одноклассники», в 2015 и в 2017 годах соответственно.

Если говорить о географии авторов, то, кроме россиян и украинцев, видна активность граждан Белоруссии, Казахстана, США, Германии. Её пик приходится на 2019−2020 годы в контексте разрушения памятников, а также актуализации ранее озвученных официальных нарративов. В этом промежутке наблюдался и спад участия в дискуссии украинских пользователей, что могло произойти в результате появления позитивных комментариев в связи с празднованием 65-летия Победы.

Одной из тенденций кампании по дискредитации образа Жукова, стала попытка ввести в массовое использование устойчивого выражения «мясник Победы», которое, якобы, закрепилось за маршалом в период Великой Отечественной войны из-за того, что он относился к воинам как к «расходному материалу». Такая позиция

* Facebook и Twitter признаны экстремистскими организациями в РФ, их деятельность запрещена на территории страны.

транслировалась в СМИ в начале 2000-х годов, а в социальных сетях вновь начала появляться с 2015 года. Вернуть его популярность стараются в основанном украинские авторы (https://www.kp.ru/daily/27266.5/4399123/).

Динамика распространения сообщений характеризуется резкими и краткими всплесками активности, что может свидетельствовать о попытках целенаправленного внедрения тезиса в информационное пространство.

В числе тех, кто инициировал его распространение, можно упомянуть анонимный блог «История скреп», публикующий информацию в основном антироссийского характера. Первое критическое сообщение было выложено на платформе «Живой Журнал», а ссылки на него позже появились на аккаунтах автора в «Twitter»* и «Facebook»*.

Другой пример – канал «hrendyabliki» на видеохостинге «You Tube». В 2021 году автором было выпущено видео под названием «Жуков – мясник Победы» (на данный момент, доступно для просмотра только на платформе «ВКонтакте»), ссылка на него распространялась аккаунтом «История скреп», украинскими пользователями и российскими сторонниками протеста. Кроме того, в том же временном периоде было опубликовано ещё несколько роликов, посвященных российским военачальникам и якобы разоблачению мифов, с ними связанных («Генерал-каратель Суворов. Преступник во славу России», «Александр Невский. «Святой» предатель и палач Руси»). Канал был создан в январе 2013 года и изначально ориентировался на распространение роликов пропагандистского характера, подвергающих критике образы, являющиеся значимой составляющей исторического дискурса в России.

В своих видео авторы также негативно отзываются о действующей российской власти и её решениях, принимаемых в связи с событиями на Украине 2014 года. Кроме того, именно этот канал активно популяризирует термин «победобесие». Часть публикаций этого ресурса находится в федеральном списке экстремистских материалов Министерства юстиции РФ (https://www.kp.ru/daily/27266.5/4399123/).

Возвращаясь к видеоролику о Жукове, следует сказать, что его популярность начала расти спустя некоторое время после публикации,

поскольку ссылки на него постоянно ретранслировались другими аккаунтами с большим количеством аудитории.

Стоит отметить, что в основе поднимаемой темы лежит миф о небережном отношении маршала к жизни солдат. Этот пример относится к сообщениям, которые распространяются анонимными лидерами мнений и аудиторией, и является самым популярными среди прочих. Охват составляет 8,5 млн просмотров.

Кроме этого, существуют тезисы, получившие известность, потому что были озвучены официальными источниками. К получившим наибольшее распространение относится взгляд на Жукова как на мародера, появившийся в период расследований по «трофейному делу». Основанием для прохождения по нему Жукова стало то, что из Германии маршалом были привезены некоторые предметы роскоши. В конечном счете десять фигурантов дела были арестованы, трое из них приговорены к высшей мере наказания. В то же время сам Жуков объяснил свой поступок, и в дальнейшем обвинения против него так и не были выдвинуты.

Охват сообщений составил 27,3 млн. Что делает данные, распространяемые официальными ресурсами, наиболее значимыми в контексте компрометации маршала Жукова.

Таким образом, можно сделать следующее выводы:

1. В рассматриваемый нами период (2014–2021) лишь в определенные годы наблюдался рост критических комментариев в адрес Жукова. Их увеличение возникало на фоне начавшегося процесса декоммунизации и изменения отношения советской части исторического прошлого на Украине. Другим фактором является празднование памятных дат, связанных с именем полководца.

2. Всплеск комментариев в основном происходил в результате случаев разрушения памятников в некоторых городах Украины, вызывавших обсуждение в социальных сетях.

3. Наибольшее количество критических оценок было опубликовано в сети «Facebook», при том, что гораздо больше Жукова обсуждали в социальной сети «ВКонтакте».

4. Спад активности тех, кто писал критические сообщения, наблюдался, когда возрастало число положительных публикаций в рамках празднования памятных дат.

5. Негативные комментарии в большей степени распространялись через иностранные аккаунты. Кроме подобных комментариев авторов с Украины, есть также примеры тезисов, приводимых белорусскими, немецкими и американскими авторами, но их не так много. Это может быть обусловлено отсутствием достаточных исторических знаний о более детальном ходе событий.

6. Оригинальные публикации набирали популярность за счет распространения ссылок на них другими, схожими по содержанию контента, каналами.

7. Для того, чтобы порочащие образ Жукова комментарии выглядели более весомо, кроме негативных и оскорбительных тезисов нередко происходит апелляция к сведениям, которые могли быть связаны с реальными фактами, а также с мифами, достоверность которых не установлена. К таким примерам можно отнести: значительное количество человеческих потерь во время проведения операций под командованием Жукова (в связи с этим получение прозвища «мясник»), прохождение фигурантом в рамках кампании «трофейное дело» (обвинения в стремлении к личному обогащению), пренебрежительное обращение с украинскими солдатами, утверждение о негативных чертах характера Жукова, неготовность Советского Союза к войне на начальном этапе в целом и т.д.

8. Чаще всего происходит апелляция к тем тезисами, которые вводили официальные источники власти, медиа и первые лица государства.

Таким образом, мы можем отметить, что в информационной войне, которая разгорается на фоне значительного ухудшения отношений между двумя противоборствующими сторонами, дегероизация может рассматриваться пропагандой как крайне эффективный прием, который побуждает к сплочению сторонников атакующей стороны вокруг ретрансляции тезисов, способствующих смене взглядов на образ героя, и, в свою очередь, разобщению со стороной, против которой направлены сообщения.

Однако в конкретном рассматриваемом нами случае мы можем отметить, что, несмотря на все попытки дискредитировать образ российского полководца Георгия Константиновича Жукова,

нельзя сказать, что они увенчались успехом. По крайней мере, на данном этапе. Однако подобная тактика носит долгосрочный характер, поэтому необходимо противостоять ей в контексте информационной войны, связанной с дегероизацией национальных идеалов»[56].

Литература

1. Беркут В.П., Савицкая С.В. Подвиг как символ и инструмент идеологического воздействия на общественное сознание // Вестник Сибирского юридического института МВД РФ. 2015. № 1(18). С. 130–136.

2. Лингвистика информационно-психологической войны / А.А. Бернская, Ю.А. Горностаева, И.В. Евсеева и др. Красноярск: Сиб. фед. ун-т, 2020. Кн. III. 342 с.

3. Бойко А. Был ли маршал Жуков мясником. Эксперты «Крибрум» рассказали, как в распространение фальсификации истории России втягивают русофобов из постсоветских стран [Электронный ресурс]. URL: https://www.kp.ru/daily/27266.5/4399123.

4. Бочарников И.В. Подвиг советского народа в Великой Отечественной войне как высшее проявление патриотизма и служения отечеству // Вестник Московского государственного областного университета. Сер. История и политические науки. 2015. № 2. С. 72–86.

5. Волчок К.А. Речевая стратегия дискредитации отечественных военачальников в русскоязычном сегменте интернета // Сибирский филологический форум. 2021. № 4(16). С. 45–57.

6. Джаббарова К.Г. Роль примера национальных героев в патриотическом воспитании школьников // Вестник КазНУ. Сер. Педагогические науки. 2023. № 4(77). С. 55–64.

7. Емельянов И. «Человек зарвавшийся. Человек необузданного тщеславия...»: из-за чего Георгия Жукова сняли со всех постов и отправили в отставку [Электронный ресурс]. URL: https://www.kp.ru/daily/28364.3/4511413.

8. Красовская Н.Р., Гуляев А.А., Лахтин А.Ю., Вакуленко А.Н. Технологии информационных войн против России // Власть. 2019. № 3. С. 42–47.

[56] Петров Н.С., Синицын И.Д.Смена героев как прием долгосрочной наступательной стратегии медиа в контексте информационных войн (на примере анализа технологий Интернет-ресурсов по дегероизации образа маршала Г.К. Жукова) // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 75–82.

9. Ковалева Ю.В., Соснин В.А. Психоисторическое противостояние Запада и России в XXI веке: социокультурные и социально-психологические дертминанты // Социальная и экономическая психология. 2017. № 1(5). С. 119–142.

10. Курицын А.Н., Тимонов М.А., Лемэр Л.Г. Демонтаж героических образов. М.: Первое экономическое издательство, 2021. 84 с.

11. Смирнов С.Ю. Технологии дегероизации в сознании российского общества // Вестник Череповецкого государственного университета. 2011. № 3(35). С. 222–226.

12. Смирнов С.Ю. Трансформация образа героя в сознании российского общества (социально-философский анализ): дис. … канд. филос. наук. М., 2011. 189 с

Вопросы и задания

1. Что такое медиаобраз? Как он может трансформироваться?
2. Объясните, на чем построена теория культивации.
3. Как объем телесмотрения влияет на картину мира?
4. Что такое пересмотр истории?
5. Как можно защитить образы национальных героев?
6. Какие исторические личности чаще всего показываются с искаженным образом. Приведите примеры.

Глава 6
ЗАРУБЕЖНАЯ ПРАКТИКА

Методические рекомендации.

Информационное противостояние свойственно не только России против коллективного Запада. Практически каждая страна, отстаивающая свое место на карте, сталкивается с противодействием недружественных ей государств.

Информационные войны – феномен, который сопровождает человечество на протяжении долгих лет. Термин «информационная война» был использован сотрудником Управления военной информации США П. Лайнбарджером в написанной им одноименной книге в 1948 году. Эта книга была переведена В СССР в 1962 году. *«Пропаганда» – (лат. propagare- распространять)* – инструмент ведения информационной войны. Умышленно манипулируемая коммуникация. Использование идей, информации, мнений в целях продвижения определенной идеи и препятствования распространению позиции оппонентов, очернение какой-либо идеи. Целенаправленное распространение определенных идей, ценностей и норм поведения.

В систематизированном виде семь основных пропагандистских приемов были сформулированы в США в 1930-х годах. Просто назовем их. Это: приклеивание ярлыков, «сияющие обобщения» или «блистательная неопределенность», «перенос», «ссылка на авторитеты» или «свидетельства», «свои ребята» или «игра в простонародность», «подтасовка карт», «общий вагон» или «вагон с оркестром». В развитие этих приемов политолог И.Н. Панарин добавляет: «осмеяние», «повторение лозунгов или шаблонных фраз», «эмоциональная подстройка», продвижение информации черезмедиаторов, «мнимый выбор», инициирование информационной волны и слухи [57].

[57] Панарин И.Н. Информационная война, PR и мировая политика. Курс лекций. 3-е изд. М.: Горячая линия – Телеком, 2021. С. 202–211.

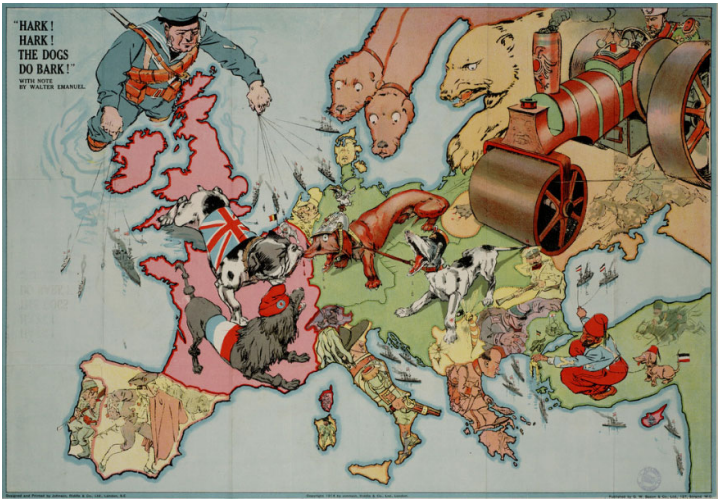

Рис. 22

В российской науке развитию понятия информационная война уделено много внимания. В.В. Барабаш, И. Н. Панарин, В. А Македонская и В.М. Шестова пишут об эволюции информационных противостояний и пропаганды, опираясь при этом на исследования эволюции СМИ. Пропаганда как инструмент ведения информационно-психологических войн и оказания информационного влияния находится также в поле зрения ученых В.Г. Крысько, А.В. Литвиненко, Т.Б. Паулсен, А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролова. Они предложили теоретико-методологическую основу государственной информационной политики, систематизировали объекты и субъекты информационного противоборства и описали некоторые методики информационных операций в условиях информационно-психологической войны, при этом они акцентировали внимание на участии СМИ в тайных операциях. А.П. Алексеев и И.Ю. Алексеева в статье «Информационная война в информационном обществе» подчеркивают, что «в случаях, когда речь идет о войне информационной, слово «война», как правило, употребляется в переносном смысле. Считается, что информационная война, где главным средством является информация, существенно отличается от войны как таковой своим «бескровным» характером».

Рис. 23

С. Лофтус и Р. Канет, а также В.В. Барабаш с соавторами полагают, что противостояние основывается на разных представлениях о характере управления как на государственном, так и на международном уровнях. Еще в 2011 году они констатировали тот факт, что: «современные информационные войны переживают определенную трансформацию и прежде всего они приобретают постоянный характер»[58].

В условиях современных политических реалий, а также использования средствами массовой информации цифровых технологий участие их в ведении информационной борьбы является крайне сложной задачей в общем контексте противостояния между враждующими сторонами. К тому же активно развиваются социальные сети, которые изменяют расстановку сил. Аудитория СМИ, на которую раньше были направлены информационные атаки, теперь становится непосредственным участником противостояния в виртуальном пространстве.

[58] Барабаш В.В., Бордюгов Г.А., Котеленец Е.А. Образы России в мире: учеб. пособие. М.: Ассоциация исследователей российского общества, 2010. С. 231.

Причем разные ее группы вполне закономерно оказываются по разные стороны баррикад, что во многом осложняет деятельность журналистов в освещении информационного противостояния. Эта тенденция характерна не только для нашей страны, но и для многих стран мира. О зарубежном опыте поговорим в данной главе.

6.1. Отношение к информационным войнам в разных странах. Первый опыт на примере Китая

«Изучение информационных войн является важной задачей в современном обществе. В эпоху цифровой трансформации и глобальной связности информационные войны приобретают все большую актуальность. В научном сообществе данный термин может трактоваться по-разному. Исследователь И.Н. Панарин считает, что именно «информационная война есть основное средство современной мировой политики, доминирующий способ достижения духовной, политической и экономической власти» [7. С. 5]. Российская исследовательница О.Е. Воронова пишет, что «информационная война – это система целенаправленных действий, предпринятых для достижения информационного превосходства над информационными системами противника при одновременной защите собственного информационного пространства» [3. С. 10]. Российский журналист В.Г. Вирен этот термин трактует как «комплекс мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов, а также защита от подобных воздействий» [2. С. 5]. Мы же в данном исследовании будем использовать композитное определение. В нашем исследовании информационные войны представляют собой сознательное использование информационных технологий и медиаплатформ для манипуляции мнениями, распространения дезинформации и воздействия на общественное сознание. Они становятся инструментом политической борьбы, экономической конкуренции и даже военных действий.

Каждая информационная война строится на особых технологиях, в основе каждой из которых лежит совокупность методов [3. С. 26]. В ходе исследования таких технологий представляется возможным

выделить их способы, используемые при манипуляции информацией, что помогает защититься от дезинформации, разоблачать ложные утверждения и принимать осознанные решения на основе достоверной информации. Без понимания процессов информационных сражений мы оказываемся уязвимыми, что может иметь серьезные последствия для нашего общества.

Исследование информационных войн, их технологий и методов также помогает развивать критическое мышление и медиаграмотность. Мы становимся способными анализировать информацию, идентифицировать ее источники, оценивать достоверность их сообщений и принимать обоснованные выводы. Это особенно важно в эпоху информационного шума и массового распространения поддельных новостей с помощью таких технических средств, как монтаж постановочных видео или deepfake для обвинения популярных персон в том, что они не делали или не говорили.

Кроме того, сегодня практически каждый из нас является актором и реципиентом информационных атак. И это возможно благодаря Интернету и социальным сетям. Блокировка ресурсов в сети и создание безопасного Интернета, когда посещение зарубежных сайтов возможно только на основании белого списка, приведут к снижению экономического, научного и образовательного потенциала, поэтому необходимо фокусироваться на укреплении информационного поля так, чтобы каждый пользователь страны мог здраво реагировать на получаемую им информацию и, в случае необходимости, защищаться от таких атак.

В целом исследования в данном направлении актуальны, поскольку помогают защитить общество, способствуют развитию кибербезопасности и формированию критического мышления. Только обладая пониманием процессов, которые стоят за информационными атаками, мы можем быть активными и ответственными участниками современного информационного общества.

Каждая страна имеет свою культуру, историю и проводит свою информационную политику, которые могут повлиять на то, как ее общество воспринимает информационные войны. Это является важным аспектом сетевых сражений. Изучение восприятия информации

населением различных стран помогает понять реакции людей на подобное воздействие. Также возникает острая необходимость в разработке эффективных стратегий защиты от таких атак. Понимание того, как представители различных народов реагируют на информационное нападение, может помочь в разработке более эффективных методов борьбы с ними.

Целью исследования является изучение восприятия информационного противоборства студентами-китайцами факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова на основании контент-анализа (совокупность формализованных исследовательских методик, применяемых в гуманитарных науках для анализа содержания текстов, речи, изображений, интернет-сайтов, видеоматериалов и других продуктов коммуникации, докладов, посвящённых различным эпизодам информационного противоборства).

Мы поставили следующие задачи: выделить и посчитать все приёмы информационных войн, которые были описаны в докладах; классифицировать случаи информационных войн (сюжеты, которые отражались в работах).

Объектом нашего исследования являются информационные войны, а предметом – их отражение в работах, докладах китайских студентов.

В данной работе проведён анализ 34 докладов, в которых были собраны публикации СМИ в Интернет, представляющие акты информационного противоборства. Все работы были выполнены студентами-китайцами факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. Строгий отбор этого гуманитарного направления предполагает высокий уровень владения русским языком, знанием литературы и культурных особенностей, а знание английского языка также в большей степени гарантирует, что учащиеся правильно понимают информационные сообщения. В каждом докладе выделялся приём информационного противоборства, а также инициатор и реципиент атаки, то есть кто запустил и на кого направлено. Мы предполагаем, что выбор как приёмов, так и участников является проекций восприятия людьми политической реальности и вытекающих из неё информационных войн или противоборств.

В результате исследования были выявлены 99 методов (один метод мог примениться несколько раз) и 103 субъекта и объекта информационного противоборства, мы будем называть последнее просто случаем. Все случаи мы смогли разделить на следующие категории, к тому же мы посчитали их количество. Бизнес или реклама – 24; РФ – 35; (РФ – Украина) – 13; (РФ–Сирия) – 1; Мир – 24, в том числе США – 11, Сирия – 4, Япония – 3, Китай – 6; COVID-19 – 6 – категория, которая составлена из разных стран. Всего был выделен 31 приём.

Мы привели определение всем приёмам информационной войны, которые были найдены в ходе исследования. Необходимо отметить, что существует множество формулировок одного и того же приёма разными авторами, единой концепции и теории информационной войны в СМИ тоже не существует, поэтому нам пришлось давать определение многим приёмам самостоятельно.

1. *Ссылка на несуществующие основания* – информация представляется достоверной на основании, которое не имеет никакого реального смысла [9. С. 21].

2. *Информационные табу* – информация по некоторым вопросам считается запрещенной по определению. Прием отличается от умалчивания тем, что о наличии такой информации всем известно, но сама она скрывается [9. С. 22].

3. *Положение о конфиденциальности* – соглашение о конфиденциальности обычно понимается как местный нормативный закон, в котором оговариваются аспекты, связанные с хранением, использованием и защитой конфиденциальной информации. Зависит от конкретных обстоятельств деятельности организации.

4. *Распространение слухов* – это метод информационной войны, заключающийся в целенаправленном распространении ложных или недостоверных сообщений с целью дезинформирования общественности, создания паники, подрыва доверия к власти или конкретным лицам, а также нарушения социальной стабильности и порядка.

5. *Прямая ложь* – это утверждение, заведомо не соответствующее истине и высказанное в таком виде сознательно.

6. *Инфовирус* – информационный вброс, в результате которого эмоции, переполняющие человека, отключают критическое мышление.

7. *Скрытие существенной информации* – умалчивании информации, существенно влияющей на принятие решения или просто интересной обществу.

8. *Информационный мусор* – заключается в маскировке значимой, но нежелательной для отдельных групп или институтов информации в потоке ничего не значащих фактов и новостей. Этот метод срабатывает за счет рассеивания внимания общества, которое не может в полной мере вычленить крупицы действительно важной информации среди огромного потока информационного мусора.

9. *Смещение понятий* – метод состоит в том, что общепризнанный термин используется не по назначению и его смысл смещается [9. С. 19].

10. *Прием размытого источника* – это метод информационной войны, заключающийся в создании и распространении информации, которая не имеет четкого автора или источника. Это может быть сделано путем размещения информации на анонимных форумах, использования псевдонимов или создания ложных аккаунтов в социальных сетях. Целью этого метода является уменьшение доверия к официальным источникам информации и создание ситуации, когда сложно понять, что является правдой, а что – ложью.

11. *Использование определений, носящих негативный характер,* – это метод информационной войны, который заключается в использовании слов и фраз, которые ассоциируются с негативными эмоциями и ассоциациями, чтобы вызвать у людей отрицательную реакцию. Этот метод может быть использован для дискредитации определенного человека, организации или идеи, а также для убеждения людей в том, что определенный объект или явление несет угрозу.

12. *Эвфемизм* – это мягкое, более благозвучное или менее обидное выражение, используемое для замены более жесткого или неприятного слова, выражения. Этот метод используется для смягчения негативных эмоций и ассоциаций, связанных с определенными явлениями или объектами.

13. *Техника информационного противостояния* – использование определений, которые являются явно отрицательными или положительными, чтобы дискредитировать людей.

14. *Синекдоха* – это литературный или риторический прием, который заключается в использовании части объекта вместо целого или, наоборот, целого вместо его части для усиления эмоционального воздействия на аудиторию или для упрощения выражения мысли.

15. *Игнорирование или полное замалчивание* – это приём информационной войны, заключающийся в намеренном игнорировании или скрытии фактов, событий или сообщений, которые могут нанести ущерб интересам оппонента или нарушить его имидж.

16. *Частичное замалчивание (или частичное отрицание)* – это приём информационной войны, который заключается в том, чтобы не полностью опровергать или не подтверждать факты, события или сообщения, но указывать на их частичную недостоверность или неполноту. Это может создать у аудитории сомнения в достоверности информации и вызвать недоверие к оппоненту.

17. *Официальный запрет* – это мера, применяемая государством или другими органами власти, законодательно запрещающая определенные действия, распространение информации.

18. *Серия последовательно влияющих публикаций* – это прием информационной войны, который заключается в публикации нескольких статей, сообщений или других форм преподнесения информации, которые имеют общую тему или направлены на достижение определенных целей. Каждая публикация может касаться различных аспектов темы и иметь различные формы, такие как новости, отчеты, комментарии, интервью и т.д.

19. *Серия "оперативных" сообщений по выбранным фактам* – это прием информационной войны, заключающийся в систематической публикации сообщений, направленных на создание определенного образа событий или явлений с целью влиять на общественное мнение и поведение. Основная задача таких сообщений – дезинформировать и манипулировать массовым сознанием.

20. *Создание страха и паники* – это один из методов информационной войны, который заключается в распространении ложных или преувеличенных сообщений, направленных на вызов чувства страха и тревоги у населения.

21. *Убеждение в нормальности смерти, лишений и их правильности* – это один из методов информационной войны, который заключается в создании образа мира, где смерть, лишения и насилие являются нормой и неизбежностью. Этот метод может использоваться для внушения чувства беспомощности и безысходности у людей, что способствует контролю над ними.

22. *Создание образа беспощадного и несправедливого врага* – это один из методов информационной войны, который заключается в создании негативного образа определенной группы людей или организации, которые представляются как враги, способные на любые жестокие действия. Этот метод может использоваться для манипуляции общественным мнением, создания чувства страха и тревоги, а также для укрепления власти.

23. *Возвеличивание образа собственного народа / Создание шаблона социокультурного превосходства* – это один из методов информационной войны, который заключается в создании образа своего народа как превосходного и выдающегося по сравнению с другими народами.

24. *Создание образа братских народов и социальных групп* – это прием информационной войны, направленный на формирование положительного образа определенных групп людей или народов часто с целью создания благоприятного фона для реализации определенных политических или экономических интересов.

25. *Фабрикация фактов* – заключается в распространении ложной или искаженной информации, а также в создании фальшивых новостей или утверждений с целью повлиять на общественное мнение или изменить ход событий исходя из своих задач.

26. *Отсутствие объяснений* – сознательное скрытие или отказ от предоставления объективной информации об определенном событии или явлении.

27. *Ложное объяснение* – это метод информационной войны, при котором предоставляется неправильное или искаженное объяснение событий или явлений. Этот метод может быть особенно эффективен, если сообщение преподносится в авторитетной форме или с использованием научной терминологии, но при этом не соответствует действительности.

28. *Применение ничего не значащих понятий* – это метод информационной войны, при котором используются слова или понятия, которые не имеют определенного смысла или не имеют прямого отношения к действительности.

29. *Отвлечение внимания* – это метод информационной войны, который заключается в том, чтобы переключить внимание людей с одной темы на другую, менее важную или даже выдуманную, чтобы скрыть или отвлечь от реальной проблемы или события.

30. *Силовая инверсия* – это метод воздействия на общественное мнение, при котором власть использует СМИ для изменения восприятия обществом событий, явлений и людей, нарушая принципы объективности и правдивости информации. В результате люди могут воспринимать ложную информацию как истинную и поддерживать политическую власть, которая управляет СМИ.

31. *"Негативная информация сама себя продает, а за позитивную кто-то должен платить"* – это использование негативных сообщений и информации для создания отрицательного образа оппонента и последующего достижения своих целей; приём основывается на психологическом эффекте, когда люди больше склонны верить и запоминать негативную информацию, чем позитивную.

Ниже приведена таблица, в которой распределены частоты приёмов. Самыми частыми являются информационный мусор, скрытие существенной информации и информационные табу.

Частоты приёмов информационной войны, представленной в докладах

Приёмы	Частота
Информационный мусор	11
Информационные табу	10
Скрытие существенной информации	10
Прямая ложь	9
Ссылка на несуществующие основания	7
Отвлечение внимания	7
Смещение понятий	6
Полное замалчивание или игнорирование	4
Распространение слухов	4
Негативная информация сама себя продает, а за позитивную кто-то должен платить	3
Прием размытого источника	3
Эвфемизм	3
Возвеличивание образа собственного народа / Создание шаблона социокультурного превосходства	2
Применение ничего не значащих понятий	2
Техника информационного противостояния	2
Инфовирус	1
Использование определений, носящих негативный характер	1
Ложное объяснение	1
Отсутствие объяснений	1
Официальный запрет	1
Положение о конфиденциальности.	1
Серия «оперативных» сообщений по выбранным фактам	1
Серия последовательно влияющих публикаций	1
Силовая инверсия	1
Синекдоха	1
Создание образа беспощадного и несправедливого врага	1
Создание образа братских народов и социальных групп	1
Создание страха и паники	1
Убеждение в нормальности смерти, лишений и их правильности	1
Фабрикация фактов	1
Частичное замалчивание	1

Больше всего китайские студенты обращают внимание на события, которые происходят в стране их текущего проживания, то есть в РФ, особенно много внимания было уделено российско-украинскому

конфликту (2014–2015). Значительными категориями также являются Мир и Бизнес, они равны по объёму (24 примера), в категории Мир значительное внимание уделяется США (США – главный противник Китая в достижении мирового господства, поэтому Пекин уделяет особое внимание в информационном противостоянии Америке), в малом количестве – Японии и Сирии. Также присутствуют новости про COVID-19, так как это событие является эмоционально значимой темой и ещё объектом для возможной фальсификации фактов для дискредитации противника. Самому Китаю посвящено всего 6 событий. Можно с уверенностью сказать, что китайским студентам больше интересны происходящие события во всем мире в контексте информационной войны.

Самыми часто встречающимися приёмами являются: информационные табу (10 раз), скрытие существенной информации (10 раз), информационный мусор (11 раз), прямая ложь (9 раз). Всего в докладах был представлен 31 метод.

Таким образом, в ходе исследования были выявлены методы, с помощью которых китайцами воспринимается картина информационной войны. Она состоит из приёмов: информационные табу, скрытие существенной информации, информационный мусор и прямая ложь. Также были определены волнующие китайцев сюжеты. Наиболее популярными событиями являются случаи в России и в мире, которые касаются США. Важно отметить, что исследовались работы студентов, которые проживают на данный момент в РФ, в других странах результаты могут отличаться. Для дальнейшей работы необходимо усовершенствовать методологию, разработать опросник со шкалой лжи для более точного определения того, какие события или конфликты значимы для общества, затем на основании уже сформированных значимых направлений можно будет предоставить соответствующие публикации в СМИ, где опрашиваемые смогут выбрать, на их взгляд, наиболее эффективные приёмы информационного противоборства»[59].

[59] Галогре К.Р. Отношение к информационным войнам в разных странах. Первый опыт на примере Китая // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 94–100.

Литература

1. Барабаш В.В., Котеленец Е.А. Информационные войны и медийное пространство: Теоретические аспекты новейших изменений // Известия высших учебных заведений. Приволжский регион. Гуманитарные науки. Филология. 2016. № 3(39). С. 150–158.

2. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2013. 126 с.

3. Воронова О.Е., Трушин А.С. Современные информационные войны: типология и технологии. Рязань, 2018. 176 с.

4. Контент-анализ [Электронный ресурс] // Большая российская энциклопедия. URL: https://old.bigenc.ru/philosophy/text/2093200 (дата обращения: 11.12.2023).

5. Макаренко С.И. Информационное противоборство и радиоэлектронная борьба в сетецентрических войнах начала XXI века. СПб.: Наукоемкие технологии, 2017. 546 с.

6. Осторожно: информационные вирусы [Электронный ресурс]. URL: https://nstarikov.ru/ostorozhno-informacionnye-virusy-61367 (дата обращения: 11.12.2023).

7. Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. М.: Поколение, 2006. 560 с.

8. Панарин И.Н. Информационная война и третий Рим. М., 2003. 244 с.

9. Тюлеева Э.А. Информационная война: сущность, виды и цели информационного противоборства (на примере российско-украинского конфликта 2013–2014): дипломная работа … специалитет: 030603.65. Казань, 2015. URL: Tjuleeva.pdf (kpfu.ru) (дата обращения: 11.12.2023).

6.2. Израильские и американские СМИ при освещении обострений арабо-израильского конфликта в 2006 и 2023 годах

«На протяжении десятилетий мир был свидетелем ожесточённого конфликта на территории Палестины. В октябре 2023 года пожар столкновения разгорелся вновь. Палестинская террористическая организация «ХАМАС» совершила нападение на приграничные районы Израиля, что вызвало ответный удар, обозначивший начало нового этапа в истории этого противостояния.

Палестина в силу множества исторических факторов и событий стала точкой пересечения интересов еврейского и арабского народов, которые претендуют на право жить и использовать эту землю. Каждый имеет те или иные исторические основания своей правоты. Евреи указывают на изначальное расположение государства Израиль на территории Палестины и вынужденный уход с этой земли их народа. Арабы отмечают наличие многих поколений их предков, которые издавна жили на этой земле и были полностью уверены в том, что она принадлежит им.

Первые волнения, связанные с этим вопросом, относятся к периоду распада Османской империи – Палестина перешла под мандатное управление Великобритании, которая благоволила устремлениям недавно созданного сионистского движения, стремившегося объединить разбросанных по миру евреев и вернуть территорию, которую они считали исторически своей. После окончания Второй мировой войны ситуация обострилась ещё сильнее – в ходе столкновений и боевых действий появилось государство Израиль, которое с начала своего существования в XX веке оказалось в окружении крайне недружественных арабских стран, которые стремились его уничтожить [4. С. 7–22].

Началась череда кровопролитных конфликтов – военные столкновения были в 1956 году, в связи с вопросом принадлежности Суэцкого канала, в 1967 году произошла так называемая «Шестидневная» война, а в период 1969–1970 годов в активной фазе была «война на истощение» с Египтом, новый виток которой случился через три года, в 1973 году. Помимо крупных конфликтов существовала проблема взаимодействия израильских властей и местного палестинского арабского населения, причём часто отношения между ними и израильтянами принимали форму протестов или даже вооружённой борьбы, примером чему являются «интифады», то есть восстания или освободительные движения палестинцев с 1987 по 1993 год [4. С. 22].

Израиль, находящийся в очень сложном стратегическом положении, сумел сохранить государственность и, более того, значительно продвинулся в вопросе территориальной экспансии в Палестине.

Горячая фаза арабо-израильских войн происходила на фоне холодной войны между СССР и США, в которую оказался втянут и Ближний Восток. Израиль оказался в сфере интересов Соединённых Штатов Америки и европейских союзников, их арабские оппоненты оказались на стороне Советского Союза [3].

В новом тысячелетии эпоха прямых межгосударственных военных столкновений между Израилем и арабскими странами ушла в прошлое, чему способствовали многие факторы, в том числе развал Советского Союза и относительная стабилизация отношений с соседями путём долгих переговоров. Крупные войны уступили место столкновениям с различными военизированными организациями и движениями, что породило в среде специалистов дискуссии о переходе от «традиционных» войн к войнам «гибридным». Новый «гибридный» враг обладал одновременно чертами партизана и солдата регулярной армии. Другой его отличительной чертой стало активное использование информационного поля как нового пространства для ведения боевых действий, целью которых было не нанесение урона подразделениям противника, но снижение его воли продолжать борьбу путём воздействия на общественное мнение граждан страны и мирового сообщества [7. P. 17].

Первым столкновением с этим новым врагом следует признать операцию израильских войск в Ливане в 2006 году [7. P. 35]. Ливанская шиитская группировка Хезболла совершила нападение на пограничный израильский патруль, похитив нескольких военнослужащих, что стало причиной полномасштабной военной операции израильской армии на территории Ливана. Регулярная израильская армия столкнулась с необычным противником, который выходил за рамки общепринятых норм ведения войны и ставил своей целью нанесение максимального урона израильтянам любой ценой, часто комбинируя наземные и информационные операции. Хотя Хезболла боролась с Израилем с начала 1980-х годов, её новая ипостась была предзнаменованием новой вехи в развитии военного искусства, что стало источником большого числа проблем для израильтян [2. С. 268]. С 2006 года по настоящий момент израильское общество, власти и военное руководство регулярно сталкивались

с различными актами информационной агрессии и были вынуждены им противостоять.

А.В. Манойло, активно занимавшийся разработкой темы информационных операций, определял информационную войну как «вооружённый конфликт, в котором столкновение сторон происходит в форме информационных операций с применением информационного оружия». Его целью и главной задачей специалист называет разделение и поляризацию общества, враг обыкновенно стремится «разорвать его на множество клочков и фрагментов, заставить эти фрагменты искренне ненавидеть друг друга с тем, чтобы затем столкнуть их между собой, инициировав борьбу на уничтожение, или объединить их агрессию в единый поток и направить его против действующей власти» [5. С. 307]. И.Н. Панарин приводит немного отличное по форме, но схожее, по сути, определение информационной войны как способа «организации ноосферы и мирового информационного пространства в своих интересах и целях» [6]. Именно данное определение мы возьмем за основу нашего исследования.

Одним из сильных рычагов воздействия на оппонента и защиты собственных интересов являются средства массовой информации. Израиль оказался в центре такой войны, что неизбежно отразилось на жизни страны. Появилась необходимость купировать проявления влияния противника, что делалось при большом участии израильских СМИ, которые занимались освещением актуальных событий и происходящих военных операций. В связи с этим особый интерес вызывает тема особенностей развития методов и приемов, которые использовались при освещении арабо-израильского конфликта в израильских и американских, как традиционного союзника Израиля, изданиях и информационных агентствах, которую можно раскрыть путём сравнения публикаций периода конфликта 2006 года в Ливане и 2023 года в Газе, поскольку в каждом случае противник Израиля признаётся гибридным.

Объектом данного исследования является информационная война, а предметом – действия израильских и американских СМИ в ранее обозначенных конфликтах. Цель работы – выявить схожести и отличия процесса освещения столкновений с участием Израиля

в периоды с 12 июля по 14 августа 2006 года и с 7 октября 2023 года по настоящий момент в информационных агентствах. Какие методы использовались ими при освящении происходившего? Что может обуславливать те или иные приёмы, их появление или исчезновение в публикациях?

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи:

1. Изучить литературу, касающуюся вопроса использования СМИ в информационных войнах.

2. Выбрать израильские и американские СМИ, которые возможно использовать для анализа изучаемой темы.

3. Определить критерии и категории оценивания публикаций в выбранных изданиях и агентствах.

4. Выделить общую тенденцию использования тех или иных методов и приёмов информационной войны в 2006 и 2023 годах.

В качестве основы для изучения были выбраны три крупных агентства – «The Jerusalem Post», «The Washington Post» и «The New York Times». Они являются новостными порталами, на которых публикуется актуальная информация о событиях в мире в формате новостной ленты и различной аналитики от большого числа авторов или аналитиков изданий. Для изучения было случайным образом отобрано одинаковое количество статей, которые были выпущены в каждый ранее указанный период времени (по 15 статей от «The Jerusalem Post», по 10 статей от «The Washington Post» и по 5 статей от «The New York Times»).

Для проведения объективной оценки наполнения статей были выбраны 12 критериев, в соответствии с определениями Г. Вирена, которые отражают возможные приёмы информационной войны и воздействия на население в рамках СМИ [1. С. 16–80]:

1. Осмеяние – высмеивание действий оппонента, его намерений и слов, попытка выставить его нелепым и несуразным.

2. Иностранное участие (негативное) – использование сюжетов о действиях иностранных держав, которые имеют негативный оттенок по отношению к Израилю, помощь врагам, политическое и информационное противодействие стране.

3. Иностранное участие (позитивное) – использование сюжетов о действиях иностранных держав, которые имеют позитивный оттенок по отношению к Израилю, оказание ему поддержки, информационное и политическое одобрение действий страны.

4. Преуменьшение/преувеличение – акцент на намеренно слабой или сильной оценке последствий и важности тех или иных ситуаций, событий, явлений.

5. Эмоциональное воздействие – акцент на деталях, которые могут вызывать дополнительный эмоциональный отклик у читателя.

6. Сокрытие информации/дезинформация – намеренное умолчание о тех или иных событиях или создание не достоверных фактов.

7. Смещение понятий/фокуса – использование понятий и терминов в некорректном варианте, привлечение их для дискредитации оппонента, так же как и попытки изменить лейтмотив новостной повестки в тех же целях.

8. Позитивизация/героизация – использование сюжетов, которые направленны на отражение одобрения действий правительства и народа Израиля и/или героизацию действий армии.

9. Позитивное клише – приведение положительных терминов (справедливость, демократия, право и др.) без необходимости, исключительно для формирования положительной картины у читателя.

10. Ложная увязка – получение некорректных выводов и приведение их в качестве доказательства отстаиваемой позиции.

11. Негативное сравнение – сравнение объекта статьи с чем-то, что априори имеет негативную репутацию или должно негативно восприниматься читателем.

12. Использование ярлыков – попытки закрепления за оппонентом обозначений, призванных отражать его негативные черты.

С помощью контент-анализа мы выявили частоту использования того или иного метода ведения информационной войны каждым СМИ в своих публикациях за обозначенный период. Далее полученные результаты были проанализированы с помощью сравнительного анализа. Все выходные данные нашей работы сведены в таблицы для визуализации сведений и их лучшего восприятия.

В ходе анализа публикаций издания ««The Jerusalem Post» от 2006 года была сформирована сводная таблица данных, которая отражена в инфографике в виде постатейного графика, в котором горизонтальная строка отображает номер критерия, а вертикальная является показателем частоты его использования (рис. 24).

Для понимания общей тенденции вся информация была сведена в единый график (рис. 25).

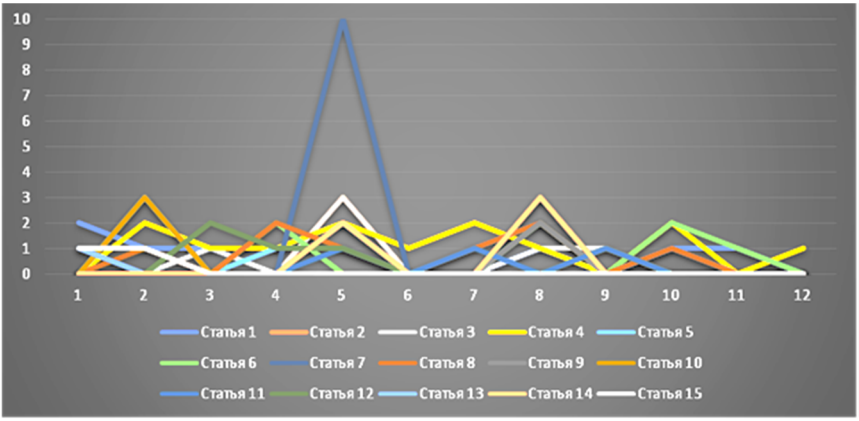

Рис. 24. Анализ статей "The Jerusalem Post" от 2006 года

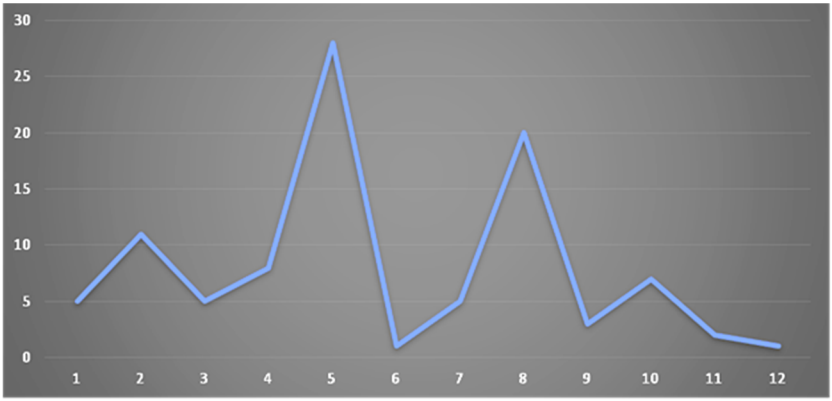

Рис. 25. Общий график "The Jerusalem Post" от 2006 года

Наиболее часто употребляемым приемом следует назвать «Эмоциональное воздействие», «Позитивизацию/героизацию» и «Негативное иностранное участие».

Следует отметить, что «эмоциональное воздействие» получает первое место на совокупной картине данных в силу случайного попадания в перечень исследуемых публикаций специфической статьи, без которой этот приём по частоте употребления оказался бы примерно на одном уровне с «Позитивизацией/героизацией». Чаще всего в статьях для использования приёма «Эмоциональное воздействие» привлекается информация о погибших военнослужащих и пострадавших мирных жителях – красочно описываются страдания людей, эмоции их родственников, подробно перечисляются их достижения и позитивные стороны личности. «Позитивизация/героизация» часто появляется в контексте одобрения гражданами Израиля действий власти и армии, героизируется гибель военнослужащих и войсковые маневры. Ещё один элемент – одобрение действий властей со стороны родственников погибших, в таких статьях часто прослеживается применение «Позитивизации» и «Эмоционального воздействия». Под негативным участием иностранных держав чаще всего подразумевается информация о поддержке Хезболлы арабскими странами, однако в нескольких статьях критически оценивался уровень поддержки Израиля со стороны европейских союзников, а их взгляды на ситуацию воспринимались как нелояльные.

Результаты постатейного анализа этого же издания от 2023 года показан на рис. 26.

Общая тенденция отражается на рис. 27.

На графиках видно, что при освещении событий 2023 года сохранилась тенденция использовать прием «Эмоциональное воздействие», причём в этом случае он чётко занимает первое место по частоте использования и применяется равнозначно в большинстве статей, что видно на постатейном графике. «Позитивизация/героизация» напротив потеряла позиции, использование приёма «негативное влияние иностранных держав» утратило показатели частоты использования ещё сильнее. При этом заметно возросло количество использований приёма «негативное сравнение».

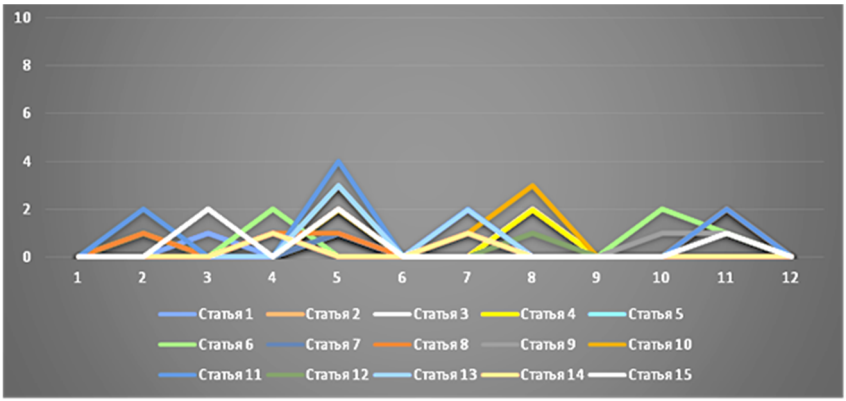

Рис. 26. Анализ статей «The Jerusalem Post» от 2023 года

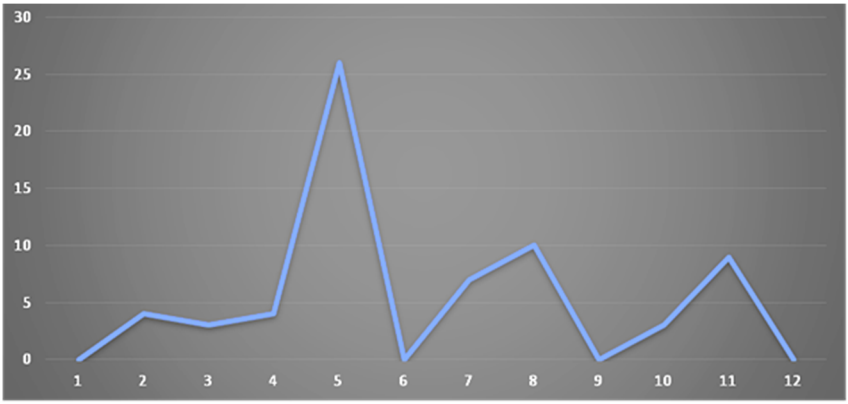

Рис. 27. Общий график «The Jerusalem Post» от 2023 года

В силу гораздо большего масштаба разрушений и числа жертв среди гражданского населения, «эмоциональное воздействие» предстает в виде публикации подробной информации о числе жертв, подробных описаний обстоятельств их гибели. В сравнении с 2006 годом сохранилось использование подробностей личной жизни погибшего для получения нужного эффекта, при этом иногда прослеживается искусственное нагнетание обстановки – в некоторых ситуациях используются «фейки» или преувеличивается число жертв. В этом можно увидеть именно интерес к усилению воздействия

на читателя, поскольку реальные факты произошедшего и в оригинальном виде имеют крайне тяжёлую эмоциональную нагрузку. «Позитивизация/героизация» в большей степени начала относиться к народу Израиля, в статьях говорится о стойкости простых жителей и необходимости помогать властям преодолевать существующий кризис ради уменьшения ущерба и потерь, при этом действия правительства часто оцениваются негативно в политическом плане. Приём «негативного сравнения» чаще всего предстаёт в виде проведения параллели между действиями нацистов времён второй мировой войны и действиями ХАМАС в 2023 году, атаки называются геноцидом, их лидеры сравниваются с Гитлером, а все происходящие события приравниваются к Холокосту.

При анализе статей «The Washington Post» и «The New York Times» использовались те же критерии, с одним отличием – критерий «Негативное иностранное влияние» был заменён на «Негативное освещение действий Израиля», а критерий «Позитивное иностранное влияние» – на «Иностранное влияние», то есть этот критерий отображает просто указание на участие в конфликте третьих стран. Это необходимо для прослеживания тенденции одобрения или неодобрения действий Израиля в американских СМИ.

Итог постатейного анализа указанных американских изданий приведен на рис. 28. Единый график отражает общие тенденции (рис. 29).

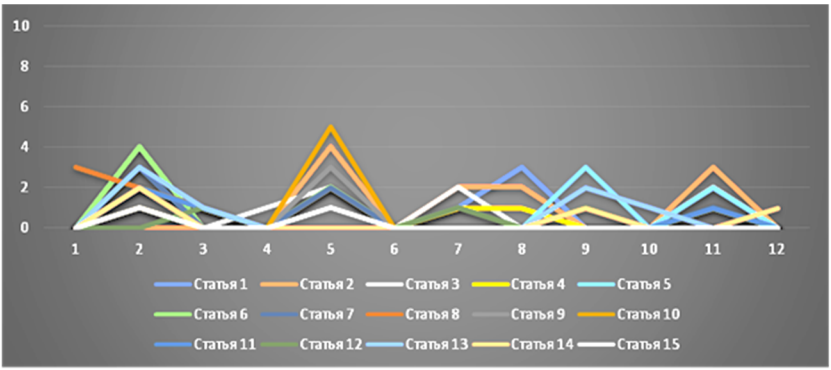

Рис. 28. Анализ статей «The Washington Post» и «The New York Times» от 2006 года

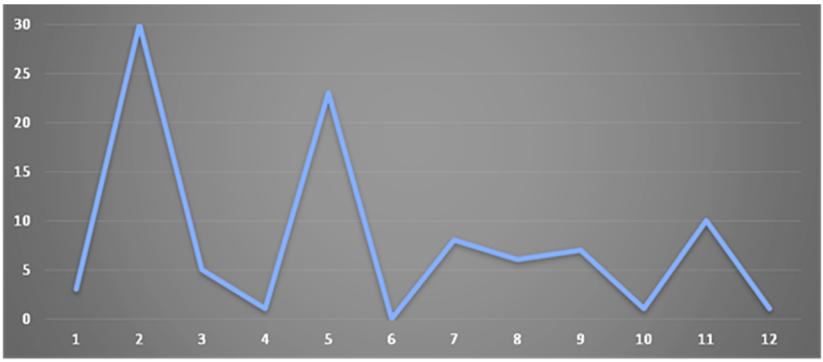

Рис. 29. Общий график «The Washington Post» и «The New York Times» от 2006 года

На рис. 28 и 29 видно, что чаще всего в данных американских СМИ появляется критерий «Негативное освещение действий Израиля», второй место по частоте появления занимает «Эмоциональное воздействие», за ним – «Негативное сравнение». Чаще всего действия Израиля критикуются из-за «несоразмерности» ответного удара по Ливану – гибель мирных жителей в ходе военных столкновений воспринимается остро негативно, что также прослеживается в эмоциональном наполнении статей, которые часто сопровождаются отдельными кадрами страданий мирного ливанского населения. Авторы статей склонны сравнивать конфликт с ушедшей эпохой глобальных арабо-израильских войн, в которых, по их мнению, был схожий уровень насилия и жестокости.

Постатейный анализ этих же издания от 2023 года показал следующие результаты (рис. 30).

Итоговая сводка данных показана на рис. 31.

Первое место оказывается занято критерием «Эмоциональное воздействие» – теперь статьи указывают как на страдания жителей Газы из-за операции Израиля, так и на массовые жертвы среди израильского населения, что было вызвано жестоким нападением боевиков ХАМАС. Уровень критики действий Израиля в 2023 году заметно снизился, хотя негативное освещение израильской операции не исчезло полностью. Если в 2006 году действия израильтян оценивались

в основном как «несоразмерные», то в 2023 году об этом говорится более осторожно. Критерий «Негативное сравнение» теперь чаще всего отражается в проведении параллелей между событиями 2006 и 2023 годов. Мы также наблюдаем, что значительно вырос уровень критерия «Позитивизация» действий израильских властей в сравнении с таковым в публикациях 2006 года.

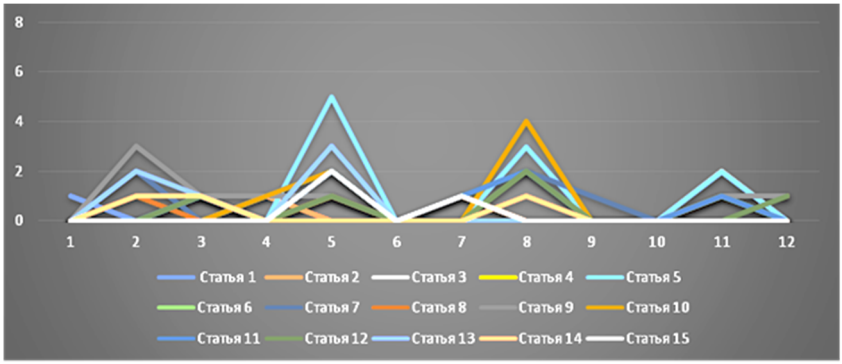

Рис. 30. Анализ статей «The Washington Post» и «The New York Times» от 2023 года

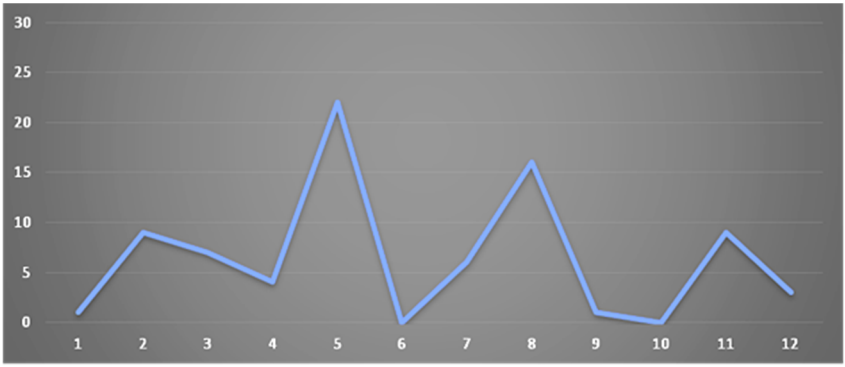

Рис. 31. Общий график «The Washington Post» и «The New York Times» от 2023 года

Таким образом, мы видим, что самым популярным приёмом информационного воздействия в указанных СМИ при освещении конфликтов 2006 и 2023 годов является «Эмоциональное воздействие», причём оно применяется не только для освещения ситуации в пользу

израильтян, но и для обоснования критики их подхода к разрешению конфликта. Израильское СМИ показывает сильное стремление отразить поддержку действий государства, хотя в 2023 году эта тенденция снизилась. Израильское агентство склонно использовать приём «Негативное сравнение» для постановки знака равенства между их противниками и германскими нацистами, которые осуществляли геноцид еврейского населения. Американские агентства в большей степени склонны показывать ситуацию менее драматично, обращая внимание на неоднозначность событий»[60].

Литература

1. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2013. 126 с.

2. Грачиков Е.Н. Гибридные войны: опыт Израиля // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. 2015. № 4. С. 267–271.

3. Дудайти А.К. Проблемы формирования ближневосточной стратегии ведущих западных стран в начальный период "холодной войны" // Via in tempore. История. Политология. 2018. Т. 45, № 3. С. 469–475.

4. Кузнецов Д.В. Арабо-израильский конфликт: История и современность. Благовещенск, 2006. 285 с.

5. Манойло А.В. Технологии современных информационных войн // Политическая наука. 2017. Спецвыпуск. С. 306−325.

6. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. М., 2012. 260 с.

7. Hoffman F.G. Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars. Arlington, VA., 2007, 72 p.

[60]Лагутин П.В.Израильские и американские СМИ при освещении обострений арабо-израильского конфликта в 2006 и 2023 годах // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 66–74.

6.3. Информационное противостояние в гражданской войне на Шри-Ланке 1983–2009 годов

Распад многовековой колониальной системы в Азии и Африке привел к созданию новых независимых государств, образование которых зачастую было стихийным, например, без учета этнических, религиозных реалий. Это привело к образованию новых очагов конфликтов на национально-этнической почве. Такие споры являются наиболее трудноразрешимыми, протекающими в очень ожесточенной форме. На 2005 год лишь 20 государств являются этнически однородными, что говорит об огромном числе стран, в которых угроза разжигания этнического конфликта велика [5]. В некоторых же государствах подобные столкновения уже произошли. Одним из наиболее ярких примеров национально-этнического конфликта является гражданская война на территории Шри-Ланки.

История противостояния в данном государстве имеет довольно долгую историю. С VI века до н.э. остров населяли сингалы, в VIII веке н.э. на этой же территории укоренились тамилы, что обусловило начало межэтнических конфликтов [1. С. 68]. Однако точкой невозврата можно считать 1948 год, когда государство на территории острова Цейлон, находящееся долгое время под властью Великобритании, мирившей два этноса, получает независимость. Власть захватили сингалы и начали проводить антитамильскую политику. В ответ на это в 1973 году тамильская Федеральная партия создает независимое государство на территории Шри-Ланки, с чего начинается подготовка тамилов к вооруженному восстанию [3. С. 87]. Официальной датой начала гражданской войны принято считать 24 июля 1983 года, когда боевики одной такой группировки – ТОТИ (Тигры освобождения Тамил-Илама) – убили 13 военнослужащих-сингалов. До 1983 года ТОТИ представляла собой скорее подпольную организацию, борющуюся за независимость Тамил-Илама, но с 1983 года, пережив глобальную трансформацию и укрепившись, фактически превратилась в ядро тамильского квазигосударства [1. С. 70]. Данное сопротивление длилось до 2009 года и закончилось победой сингалов, то есть правительственных сил.

С развитием технологий меняются и техники ведения войн. Распространение телевидения, радиовещания дают возможность быстро передавать информацию, оперативно ее получать, но вместе с тем и формировать ее: использовать нужные слова, подбирать подходящие иллюстративные материалы, таким образом формируя общественное мнение. Обобщая, можно сказать, что с течением времени войны начинают вестись не только на физическом военном поле, но и в медиапространстве[61]. Второй вид соперничества называется информационной войной, информационным противоборством. В научном пространстве можно найти огромное число определений данного термина. Например, профессор А.В. Манойло пишет, что «информационная война – это вооруженный конфликт, в котором столкновение сторон происходит в форме информационных операций с применяем информационного оружия» [6. С. 307]. Другие отечественные исследователи М.А. Родионов и В.С. Пирумов рассматривают информационную войну как форму борьбы сторон, которая заключается в использовании специальных средств и способов влияния на информационные ресурсы противника с целью защиты при этом собственного информационного капитала [7. С. 44]. Русский ученый, философ, один из основоположников школы информационного противоборства С.П. Расторгуев определяет понятие информационной войны как «открытых и скрытых целенаправленных информационных воздействий информационных систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере» [8. С. 35–37]. Мы же в данном исследовании будем использовать более современное определение, данное отечественным исследователем Г.В. Виреном: «Информационная война – это комплекс мероприятий по информационному воздействию на массовое сознание для изменения поведения людей и навязывания им целей, которые не входят в число их интересов, а также защита от подобных воздействий [2. С. 5].

[61] Под медиапространством понимаются структурная организация медиасистемы, ее строение, способ связи компонентов медиасистемы. Оно обеспечивает информационное взаимодействие в обществе, охватывает разные социальные пространства совокупностью информационных отношений [4].

Этническая война на Шри-Ланке в XX веке не стала исключением и не была обособлена от уровня развития информационных технологий. Информационная война была включена в военный национально-этнический конфликт. В современном научном пространстве данная тема является плохо изученной, поскольку отдельных работ, посвященных роли СМИ в данном конфликте, нет. Именно по этой причине сюжет информационной войны в ходе противостояния этносов на Шри-Ланке представляет особый исследовательский интерес.

Цель исследования заключается в выделении основных методов, которые используют основные СМИ обеих воюющих сторон. Каковы они? Чем это может быть обусловлено?

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

- изучить литературу по данной теме;
- отобрать протамильские и просингальские СМИ;
- выделить символ, общие идеи движения, а также основные методы, которые применяют СМИ для донесения нужной информации;
- сравнить методы, которые применяют СМИ для донесения нужной информации.

Для анализа общих методов ведения информационного противоборства, которые применяются разными сторонами конфликта, были отобраны по 4 СМИ с каждой из сторон (протамильские и просингальские, то есть правительственные). В общем и целом, они представляют собой информационные ресурсы, на которых публикуются новостная лента и ее аналитика. На основе метода системного подхода, а также контент-анализа и общего мониторинга порталов были проанализированы публикации СМИ. В качестве порталов протамильской ориентации были случайным образом выбраны следующие:

- https://www.eelamview.com;
- https://tamilnation.org;
- https://eelapparavaikal.com;
- https://www.sangam.org.

Статьи, опубликованные в данных источниках, были проанализированы на предмет символа и общих идей движения, а также

на предмет приемов информационного противоборства. Стоит отметить, что символом соперника сингальской стороны является *тигр*. ТОТИ пропагандируют идеи о том, что *тамилы – жертва сингальского правительства, они подвергаются постоянной дискриминации и военному угнетению, они никогда не смогут сосуществовать с сингальцами в одном государстве и должны получить свою собственную родину.* Для внедрения своих идей в массы они использовали разные приемы воздействия в публикациях. Были выделены четыре основных таких приема ТОТИ ведения информационной войны:

1. *Негативное сравнение.* В статьях правительственные силы очень часто сравниваются с гитлеровской Германией и нацистами в целом. Данный прием нацелен на построение ассоциативного ряда в мышлении людей и дальнейшего его использования в своих целях.

2. *Героизация «своих».* В публикациях можно заметить, что террористы-смертники выставляются как герои, их возводят в ранг мучеников. Тамилы пытаются продемонстрировать, что они несут особенную миссию, их люди умирают за безусловно верные идеи.

3. *Осквернение «чужих».* Данный прием заключается в формировании образа правительственной армии как армии убийц, а чиновников как лживых казнокрадов. Метод нацелен на создание четкого негативного образа противника с дальнейшей целью его поражения.

4. *Превосходство «своего» над «чужим».* В публикациях открыто активно позиционируется, что сингалы лучше тамилов. Например, это касается культуры. Пропагандируется превосходство тамильской (дравидийской) культуры, что говорит о желании выделиться и показать свою состоятельность и первенство.

Таким образом, были проанализированы публикации в данных информационных ресурсах. Для продолжения работы были отобраны следующие порталы просингальской ориентации:

- http://www.colombotelegraph.com;
- http://www.srilankaguardian.org;
- http://www.army.lk;
- http://www.defence.lk.

Символом сингалов является *лев*. Как уже было выше сказано, сингальская сторона является правительственной. Их основная идея заключается в *стремлении прекратить вооруженные столкновения и стабилизировать обстановку в государстве*. Для активной пропаганды свей идеи, сингалы применяли в ходе информационного противоборства разные методы, четыре из которых являются основными:

1. *Негативное сравнение.* Данный метод заключается в позиционировании боевиков ТОТИ как «отморозков» и террористов. Он направлен формирование негативного образа соперника с целью создать негативный ассоциативный ряд для дальнейшего его использования.

2. *Противопоставление «своего» «чужому».* В статьях можно заметить активное продвижение идеи о принадлежности острова сингалам, а также позиционирование тамилов как приезжих рабочих. Данный прием заключается разогревании противостояние «свои» – «чужие» на информационном пространстве.

3. *Героизация «своих».* Правительственные СМИ рекламируют доблесть и честь солдат своих вооруженных сил. Таким образом, сингалы пытаются показать честность и справедливость миссии, которую несут их воины.

4. *Иностранное влияние.* В публикациях встречается тезис о том, что иностранцы вмешиваются во внутренние дела Шри-Ланки и хотят “разорвать ее изнутри”. Данный прием ставит своей целью показать, что тамилы действуют не просто не своими силами, они действуют еще и в интересах иностранных государств.

Таким образом, были проанализированы СМИ разных ориентаций на территории Шри-Ланки. Помимо тех методов, которые описываются выше, общим методом для обеих сторон является характерная подборка иллюстративного материала. Для анализа визуальной подборки мы не ограничивались исключительно вышеприведенными информационными ресурсами и использовали разные источники, содержащие иллюстрации, посвященные Гражданской войне. Среди тамильской пропаганды, как уже было выше сказано, нацистская Германия сравнивается с сингальской Шри-Ланкой. Этот образ был представлен на опубликованном рис. 32.

Рис. 32. Карикатура «Тогда и сейчас» Намала Амара Сингхе[62]

Рассматривая данное изображение, можно заметить две его части: «тогда» и «сейчас». На второй части демонстрируется характерный жест рукой в исполнении представителя сингальского правительства. Человек, представитель народа Шри-Ланки, сначала стоит спокойно, но потом его состояние меняется. Он испугался. Таким образом, показывается, что раньше население было спокойно, жило в мире, сейчас же его пугают. Правительство является плохим, каким когда-то было правительство нацистов. Таким образом, через иллюстрации подается много разной информации, которая, более того, дублируется и подается еще и в текстовом формате в публикациях на порталах.

Еще одной характерной иллюстрацией является следующее изображение (рис. 33).

На первом плане мы видим представителя сингальского правительства. Он стоит, облокотившись на знак «Зона воспрещения огня». В его руках находится подожженная записка с надписью «Прекращение огня». За ним стоит боевик со стреляющим оружием в руках. На заднем плане видно также подожженную деревню и двух убитых человек. Таким образом, с помощью иллюстрации пропагандируется, что сингалы нарушают законы, развязывают конфликт и являются виновными в смертях людей.

[62] https://www.facebook.com/472110096247289/posts/buddhist-monks-then-and-nowrepost/1883200148471603.

Рис. 33. Рисунок Латуффа[63]

Обращаясь к иллюстрациям, используемых сингалами в своей пропаганде, были проанализированы две из них – рис. 34 и 35.

На первом рисунке изображена шкура тигра, подписанная «за тамилами». Становится понятным, что, исходя из изображения, побежденным животным является явно не лев. Можно предположить, что тигр ТОТИ был повержен силами правительства и пережил расплату. С помощью такого приема, как иллюстрация, сингальская пропаганда создает образ заранее побежденной тамильской стороны.

На следующей иллюстрации можно увидеть, как тигр ТОТИ съедает женщину, олицетворяющую тамильское население. Таким образом, посредством данной картинки сингалы хотят донести, что тамилы портят жизнь самим себе, угнетая свое же население.

На основе полученного материала, можно сделать определенные выводы. Тамильская сторона, чьим символом является тигр и чьи идеи заключаются в достижении своей этнической независимости от сингалов, в основном использует следующие методы: негативное сравнение, героизацию «своих», оскорбление «чужих», превосходство «своих» над «чужими», характерную подборку иллюстративного материала. Сингальская сторона, чьим символом является лев

[63] https://www.marxist.com/collapse-ethno-nationalist-project-ltte.htm

и чьи идеи заключаются в желании создать мир в государстве, в основном использует следующие методы: негативное сравнение, противопоставление «своего» «чужому» (превосходство «своих» над «чужими»), героизацию «своих», иностранное влияние, характерную подборку иллюстративного материала.

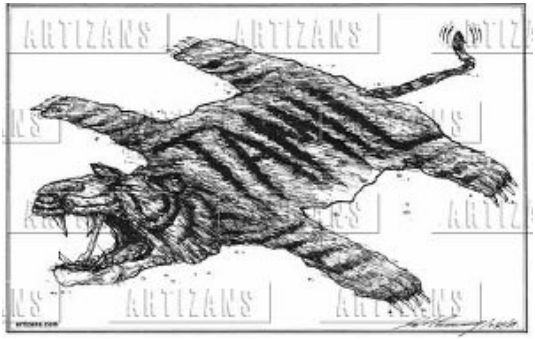

Рис. 34. Ковер из шкуры тамильского тигра[64]

Рис. 35. Тамильские тигры питаются гражданской добычей[65]

Мы пришли к выводу, что в общем и целом приемы являются схожими. Отличием является то, что тамилы пытаются оскорбить противника, в то время как сингалы пытаются показать, что истинные источники национально-этнического движения тамилов находятся вне государства. Углубляясь в содержание методов, можно обратить также

[64] https://www.artizans.com/image/CUM2592/tamil-tiger-skin-rug.
[65] https://www.artizans.com/image/MAY2308/tamil-tigers-feed-on-civilian-prey.

внимание, что высказывания тамилов более резкие. Например, сингалы сопоставляют соперника с общим понятием – террористами, никак не конкретизируя его, в то время как тамилы обращаются к всемирно признанным историческим негативным образам нацистов Германии первой половины XX века. Более того, посылы правительства являются более сдержанными, а их пропаганда более скрытой. Например, тамилы четко говорят, в чем они лучше, в то время сингалы стараются обходит открытых и резких формулировок для выражения своего превосходства и не используют четкие критерии. Аналогичные выводы можно сделать и из подобранных и приведенных в данной статье иллюстраций. Сингалы используют скорее образное визуальное восприятие, в то время как тамилы открыто показывают, что, по их мнению, происходит на самом деле.

Подытоживая, нельзя сказать, что это сингалы выиграли в данной войне исключительно благодаря удачной информационной войне и методам, избранным правительством для ее ведения. В ходе конфликта также с обеих сторон шли активные боевые действия. Однако можно определить, что информационное воздействие на население стало важной составной частью победы правительства. В данном политическом, военном и информационном кейсе методы, применяемые сингалами в медиа, оказались более действенными, чем те, которые использовали тамилы[66]».

Литература

1. Вильнин К.А. Межэтнический конфликт в Шри-Ланке: причины и основные этапы развития // Мировая экономика и международные отношения. 2012. № 8. С. 68–75. DOI: 10.20542/0131-2227-2012-8-68-75.

2. Вирен Г.В. Современные медиа: Приемы информационных войн. М.: Аспект Пресс, 2016. 128 с.

3. Волошина А.Ю., Гневуш А.В. Этнополитический конфликт в Шри-Ланке // Форум молодых ученых. 2019. № 9(37). С. 86–91.

4. Демина И.Н., Шкондин М.В. Медиасистема России: методологические аспекты оптимизации // Вопросы теории и практики журналистики. 2016. Т. 5, № 2. С. 187–199.

[66] Мажалис С.А.Информационное противостояние в гражданской войне на Шри-Ланке 1983–2009 годов // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 117–122.

5. Кошмар 21 века. Этнические войны. URL: http://press.try.md/item.php?id=54897.

6. Манойло А.В. Технологии современных информационных войн // Политическая наука. 2017. Спецвыпуск. С. 306−325.

7. Пирумов В.С., Родионов М.А. Некоторые аспекты информационной борьбы в военных конфликтах // Военная мысль. 1997. № 5. С. 44–47.

8. Расторгуев С.П. Информационная война. М.: Радио и связь, 1998. 415 с.

Вопросы и задания

1. Назовите интернациональные методы ведения информационной войны.

2. Что такое «ссылка на несуществующие основания»? Приведите примеры.

3. Зачем используется информационные табу?

4. Почему в информационных войнах так популярен прием «распространение слухов»?

5. Как журналисту опровергнуть прямую ложь?

6. Приведите пример эвфемизма, дайте определение.

7. В чем заключается техника информационного противостояния?

8. Что такое синекдоха?

9. Приведите примеры приема игнорирования или полного замалчивания из материалов, описанных в этой главе.

10. Приведите примеры серии последовательно влияющих публикаций и серии "оперативных" сообщений по выбранным фактам.

11. Почему информационные противостояния часто используют межэтническую тему?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Основная идея данного учебно-методического пособия – показать значимость тематики информационного противостояния в медийном поле страны и поиска журналистами путей трансформации его в информационное взаимодействие. Их профессионализм, для которых эта тематика становится специализацией, а по сути делом жизни, во многом этому может способствовать.

В этом убеждает опыт ведущих журналистов как нашей страны, так и других стран, которые готовы отстаивать свою точку зрения. Умение работать с фактом, проверять его, выслушивать все конфликтующие стороны, а иногда с непомерным трудом и риском добывать информацию о противоборствующей стороне, отвечать за каждое слово в своем материале, будь он написанным или проговоренным, визуальным – все это и многое другое, что остается за кадром, делает журналиста профессионалом высокого уровня.

Если данное пособие в какой-то мере этому смогло поспособствовать, то значит авторы достигли поставленной перед собой цели. Если хоть одна его глава стала интересна начинающему журналисту, который только учится профессии, и он решил попробовать себя в этой тематике, то и это уже для нас очень хороший результат.

По сути, лекционный материал в этом пособии – это эксклюзивная информация и одновременно результат проектного обучения – специального курса «Журналистика в контексте информационной войны». Подготовленные студентами статьи, опубликованные в журнале «Идеи и новации» (2023, Т. 11, № 4), стали основой в главах данного пособия. Для нас это очень важно, так это говорит о том, что тематика информационного противостояния интересна не только будущим журналистам, но и историкам, философам, психологам и даже математикам, которые выбрали этот межфакультетский курс (МФК) на факультете журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова.

Предложенные ими темы исследований отвечали их профессиональным интересам и для одних стали впоследствии курсовыми

и дипломными работами. Бакалаврам помогли выбрать магистерский курс, магистрам – аспирантуру и продолжить заниматься этой тематикой. Для кого-то – это их работа и профессия. В любом случае это хорошо, когда столь сложной тематикой начинают заниматься люди, которые получили о ней теоретически и практически обоснованное представление.

Это особенно важно, когда заметную роль в этих процессах начинают играть современные технологии, в числе которых большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, компоненты роботехники и сенсорики, технологии виртуальной и дополненной реальности и другие новые технологии. Они также начинают использоваться в контексте искажения информации и манипулированием аудиторией. Это новая реальность и новые тематики, ждущие своего исследования.

Безусловно, в одном пособии не представить весь диапазон тематик, которые охватывает понятие «информационная война». Более того, новостная повестка дня предлагает все новые сложные ситуации, которые перерастают в долгие и трудные конфликты между противоборствующими сторонами. Для журналистов – это новая трудная работа, для исследователей медиа – дополнительный эмпирический материал, для преподавателей – возможность обновить учебный курс и пополнить новыми данными учебное пособие.

Следовательно, жизнь продолжается, и у нас есть шанс продолжить работу по подготовке следующего учебно-методического пособия, анализируя деятельность медиа в условиях цифровизации. Но лучше, если бы человечество исповедовало принцип «худой мир лучше доброй ссоры», и конфликтов любого уровня, в том числе информационных, было бы гораздо меньше. Тогда бы темой следующего пособия стало бы информационное взаимодействие, методы и приемы его налаживания. Пусть даже это из мира фантазии, но лучше надеяться, а пока просто работать и выполнять свой журналистский, исследовательский, преподавательский долг.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Задания для самостоятельной работы

1. Приведите примеры публикаций в СМИ, в которых используется прием «сокрытие существенной информации». Подготовьте аналитический отчет по результатам работы.

2. Приведите примеры публикаций в СМИ, в которых используется прием «преувеличение или преуменьшение с целью дезинформации». Подготовьте аналитический отчет по результатам работы.

3. Подготовьте эссе на тему «Информационное табу» как один из методов ведения информационной войны».

4. Подготовьте эссе на тему «Приемы информационной войны в практике современных СМИ».

5. Сделайте подборку публикаций, в которых используется прием «драматизация и обострение ситуации». Подготовьте аналитический отчет по результатам работы.

6. Приведите примеры публикаций в медиа, в которых используется прием «навешивание ярлыков» в ходе информационной войны с точки зрения таких их характеристик как краткость и простота.

7. Сделайте анализ приемов ораторского искусства в информационной войне.

8. Соберите материал (публикации в медиа) на тему (например, «Северных потоков»), подготовьте научную статью.

9. Сделайте сравнительный анализ публикаций по теме (например, «Северных потоков») в СМИ и социальных сетях.

10. Подготовьте аналитический отчет по конкретному СМИ на тему: «Какие методы используются при оформлении и публикации материалов». Подготовьте презентацию с аргументами «за» и «против» использования этих приемов.

11. Подготовьте аналитический отчет по конкретному СМИ на тему: «Как меняются методы при оформлении и публикации материалов с течением времени?» За год, пять, десять лет.

12. Отберите необходимый материал для исследования и разработайте тему «Информационная операция — комплекс согласованных и взаимосвязанных мероприятий по манипулированию информацией в медиа».

13. Отберите публикации в СМИ, представляющие акты информационного противоборства, выделите приёмы информационного противоборства (инициаторов и реципиентов атаки). Сделайте доклад (презентацию).

14. Выберите один из методов и приемов, проиллюстрируйте его на фактических примерах из СМИ.

15. На основе примеров из конкретного СМИ (публикаций на заданную тематику), предложите свой сценарий публикации контента (этапы, циклы, периодичность, форма, содержание).

16. Отберите публикации в СМИ и социальных сетях, представляющие акты информационного противоборства. Подготовьте свою серию новостных статей по расширению и продвижению конкретной темы.

Тестовые задания

1. *Какой метод воздействия на общественное сознание, используемый медиа, относится к группе «приемы открытого воздействия»*:

A. выбор выгодного момента для выброса компрометирующего материала

B. фрагментарность представления информации

C. определенная последовательность представления информации

2. *Какой метод воздействия на общественное сознание, используемый медиа, относится к группе «приемы скрытого воздействия»*:

A. манипулирование информацией

B. предвзятый подбор тем и материалов

C. манипуляция опросами общественного мнения

3. Информационная война – это:

А. коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с долговременными и кратковременными целями

В. состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационные системы противника с одновременным укреплением и защитой собственной информации и информационных систем

С. оба ВАРИАНТА

4. Кто является автором определения: «информационная война – это совокупность психологических и информационных воздействий, направленных на изменение общественного сознания, с целью получения материальной или политической выгоды»?

А. Е.С. Ермакова

В. О.В. Финогенко

С. Г.Г. Почепцов

5. Манипулятивное *воздействие на аудиторию – это:*

А. основа информационной войны

В. цель информационной войны

С. смысл информационной войны

6. Что относится к приемам воздействия на общественное сознание аудитории посредством медиа:

А. негативные сравнения

В. использование средств выразительности речи

С. прямая ложь

7. Что относится *к методам воздействия на общественное сознание аудитории посредством медиа:*

А. противопоставление «своих» и «чужих»

В. извлечение рассматриваемого вопроса, события из контекста событий и обстоятельств

С. подмена источника информации

8. Каким понятиям идентичен термин «информационная война»?

А. «психологическая война»

B. «информационное противоборство»

C. оба варианта

9. Технологии информационных войн аналогичны тем методам и приемам, которые находятся в арсенале:

A. пропаганды

B. PR и рекламы

C. оба варианта

10. Какие приемы чаще всего используются СМИ в сфере прогнозов?

A. драматизация и обострение ситуации

B. прямая ложь

C. навешивание ярлыков

11. Что означает «таргетированное предложение контента»?

A. предложение, ориентированное на общественные интересы аудитории

B. предложение, ориентированное на избранную аудиторию

C. предложение, ориентированное на аудиторию СМИ

12. Какой прием, по мнению многих исследователей, используется реже всего в России?

A. апелляция к эмоциям

B. осмеяние

C. смещение понятий

13. Что относится к элементам информационной войны?

A. психологические операции

B. дезинформация

C. оба варианта

14. Что из перечисленного ниже может быть частью информационной войны, если имеет целью воздействие на элементы информационных систем?

A. физическое разрушение

B. меры безопасности

C. прямые информационные атаки

15. Какие компоненты выступают содержательными характеристиками образа вооруженного конфликта? Отметьте неверный вариант:

A. интеллектуальный компонент

B. логический компонент

C. эмоциональный компонент

16. В каком году был обновлен «Закон о средствах массовой информации», и добавлен тезис о защите страны от прокси-войны?

A. в 2021 году

B. в 2022 году

C. в 2023 году

17. Комплекс согласованных и взаимосвязанных мероприятий по манипулированию информацией, осуществляемых по общему плану с целью достижения и удержания превосходства через воздействия на информационные процессы в системах противника, – это определение:

A. технологий

B. информационной операции

C. методов

18. Этот метод заключается в целенаправленном подборе источников с целью подтвердить либо опровергнуть какую-то точку зрения, опуская другие источники, которые могут помешать этому:

A. однобокость используемых источников

B. ссылки на другие СМИ и повтор информации

C. отсутствие ссылок на источники

19. Впервые новость была отправлена с использованием телеграфа 26 августа в каком году?

A. в 1857 году

B. в 1858 году

C. в 1859 году

20. Появление в сети новой единицы информации – сообщение, вброс, новость или вирус – которая на некоторый ограниченный

период времени вызывает повышенное внимание аудитории, образует:

А. информационный поток

В. информационный каскад

С. информационный рост

21. Каким исследователем были предложены определения, которые отражают возможные приёмы информационной войны и воздействия на население в рамках СМИ, такие как: осмеяние, негативное сравнение, использование ярлыков, позитивное клише, ложная увязка, эмоциональное воздействие, сокрытие информации/дезинформация и др.?

А. Г. В. Вирен

В. А.В. Манойло

С. О.В. Финогоренко

22. Каковы объекты воздействия в ходе информационного противостояния?

А. информационно-технические системы

В. информационные ресурсы

С. оба варианта

23. Этот метод заключается в маскировке значимой, но нежелательной для отдельных групп или институтов информации в потоке ничего не значащих фактов и новостей:

А. информационный мусор

В. информационный вирус

С. информационное табу

24. В каком году была предложена концепция создания информационной повестки дня (agenda setting theory) исследователями McCombs and Shaw?

А. в 1971 году

В. в 1972 году

С. в 1973 году

25. Это прием информационной войны, заключающийся в систематической публикации сообщений, направленных на создание

определенного образа событий или явлений с целью влиять на общественное мнение и поведение:

A. серия последовательно влияющих публикаций

B. серия «оперативных» сообщений по выбранным фактам

C. оба варианта

26. Определяющую роль в новостной повестке могут играть социальные медиа. Таким образом, формируется:

A. параллельная повестка дня

B. альтернативная повестки дня

C. оба варианта

Словарь терминов

«Гибридная война» (англ. hybrid warfare) – термин, появившийся в конце XX века в США, который означает ведение военных действий как традиционными, так и нетрадиционными методами. Нападающая сторона осуществляет стратегическую координацию враждебных действий, отрицая при этом свою вовлеченность в конфликт. Оппонент подавляется с помощью сочетания скрытых диверсий, кибервойны и поддержки оппозиции политического режима.

«Дискурс» – вид коммуникации, ориентированный на обсуждение, обоснование, согласование мнений.

«DDoS-атака» (англ. distributed denial of service) – распределенная атака на информационные объекты, приводящая к отказу в обслуживании. В ходе атаки большое количество компьютеров – до сотен тысяч, со всего мира пытаются получить одновременно доступ к одному компьютеру. Чаще всего это сервер, на котором размещен какой-нибудь веб-сайт. В результате атакуемый компьютер не справляется с обработкой информации и прекращает отвечать на запросы, сайт становится недоступен.

«Идентификация» (от латинского *identifico* – отожествляю) – признание тождественности, отождествление объектов, опознание. В психологии и социологии процесс эмоционального и иного самоотожествления личности с другим человеком, группой, образом.

«Имагогология» – наука, изучающая образы стран и народов, процессы изменения образов одних и тех же стран и народов в различных языках и культурах. По мнению многих культурологов и социологов, имагогология и сама активно конструирует новые образы, манипулируя сознанием.

«Имиджевая кампания» – система спланированных действий для донесения своей точки зрения и выстраивания доверительных отношений с аудиторией. Инструментом подобного убеждения является «мягкая сила» (soft power) – одна из категорий, характеризующая мощь государства наравне с военным или экономическим потенциалом и его способность привлечь кого-либо благодаря ценностному содержанию внешней политики, а не простому набору материальных рычагов давления.

«*Информационная война»* – самый жесткий вид информационного противоборства. Не существует общепризнанных юридических, моральных норм и ограничений на способы и средства ведения информационной войны, они ограничены только соображениями эффективности.

«Информационная война» (англ. *Information war*) — термин, имеющий два значения: 1) процесс противоборства человеческих общностей, направленный на достижение политических, экономических, военных или иных целей стратегического уровня, путём воздействия на гражданское население, власти и (или) вооружённые силы противостоящей стороны, посредством распространения специально отобранной и подготовленной информации, информационных материалов, и, противодействия таким воздействиям на собственную сторону. Термин «информационно-психологическая война» был заимствован в русский язык из словаря военных кругов США. Перевод этого термина («information and psychological warfare») с английского языка может звучать и как «информационное противоборство», и как «информационная, психологическая война», в зависимости от контекста конкретного официального документа или научной публикации. В этом смысле также используется термин психологическая война – психологическое воздействие

на гражданское население и (или) военнослужащих другого государства с целью достижения политических или чисто военных целей; 2) целенаправленные действия, предпринятые для достижения информационного превосходства путём нанесения ущерба информации, информационным процессам и информационным системам противника при одновременной защите собственной информации, информационных процессов и информационных систем.

«Информационная политика» – специфическое положение политических сил в условиях растущего влияния электронных информационных средств и систем связи на общественную жизнь различных стран, когда важная роль в этом процессе переходит к владельцам этих средств и систем.

«Информационный парадокс» – его суть в формуле: больше информации=меньше информации. Означает что в условиях неуправляемой коммерциализации СМИ информационно-коммуникационное разнообразие может обернуться усилением процессов стандартизации и обеднением содержания распространяемой информации и вследствие этого уменьшением к ней внимания со стороны аудитории.

«Информационная перегрузка» – избыточная информация, кумулятивно возрастающая, поступающая по разным каналам СМИ и способная оказывать негативное воздействие на состояние психического здоровья и менталитет воспринимающих ее людей.

«Интериоризация» – принятие информации в свой внутренний мир, одна из закономерностей развития психики человека, позволяющая изменять прежнюю структуру психических функций.

«Кибервойна» – информационное противоборство с использованием компьютерных систем

«Ксенофобия» – негативная психологическая установка, выражающая иррациональный страх и ненависть к чужим- людям иного народа, расы, веры, выходцам из других регионов и социальных групп.

«Культивация» – изменение восприятия людьми повседневной действительности под влиянием телевизионной реальности.

«Лидеры мнений» – лица, чьи суждения, оценки, утверждения воспринимаются аудиторией как значимые, заслуживающие доверия. Как правило, каждый лидер мнения имеет определенную аудиторию, то есть определенный круг слушателей, которые согласны с ним. Среди таких можно выделить экспертов и публичных известных персон.

«Манипуляция» – вид психологического воздействия, эффект которого принуждает другого к нежелаемым действиям и приносит субъекту воздействия выгоду.

«Медиапространство» – особая реальность, организующая и включающая социальные медийные практики и представления агентов, включенных в систему производства и потребления массовой информации. Оно всегда принимает форму тех социальных и политических структур, в рамках которых функционирует, так как является частью социального пространства.

«Менталитет» – мироощущение, мировосприятие, определяющееся народно-национальными обычаями, укладом и строем жизни, мышлением, нравственностью.

«Постправда» – (англ. post-truth), подача информации, при которой объективные факты замалчиваются при формировании общественного мнения, обращение к эмоциям и субъектным убеждениям. Некоторые определяют ее как «высокотехнологичную форму пропаганды».

«Пропаганда» – (лат. propagare- распространять) – инструмент ведения информационной войны. Умышленно манипулируемая коммуникация. Использование идей, информации, мнений в целях продвижения определенной идеи и препятствования распространению позиции оппонентов, очернение какой-либо идеи. Целенаправленное распространение определенных идей, ценностей и норм поведения.

«Психологическая операция» – спланированное использование средств, форм и методов распространения информации для оказания определенного воздействия на установки и поведение человека. Такие операции состоят из политических, военных и идеологических мероприятий, цель которых – изменение поведенческих

и эмоциональных установок определенных групп людей и отдельных лиц по тем или иным вопросам в желательном направлении.

«Русский мир» – феномен, объясняющий вклад России в мировую цивилизацию и культуру, и общность людей, возникшей на основе языка, русскоязычной культуры и ощущения своей связи с Родиной.

«Русофобия» – страх перед Россией и ее политикой, враждебное отношение к России и русскому народу, направление в этнофобии.

«Свобода слова» – это гражданское право беспрепятственно выражать свои мысли и мнение и сообщать их согражданам. Это право включает свободу искать, получать и распространять информацию и идеи любыми средствами без какого-либо вмешательства со стороны публичных властей.

«Стереотип (национальный)» – собирательный, условный образ, отражающий этнические и культурные особенности народа, специфику национальной психологии и традиции народов, как того народа в отношении которого создается стереотип, так и того, который данный стереотип создает.

«Управление информацией» – контроль за ее распространением. Это не только термин, но и название темы исследований, направленных на выявление конкретных форм и средств регулирования процессов выбора и распространения информации по каналам связи. В итоге определяется роль журналистов, представляющих различные СМИ, специалистов, работающих в рекламных агентствах, а также представителей различных общественно-политических организаций, выполняющих роль «контролеров» (gatekeeper), которые регулируют потоки информации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Алексеева Т.С., Головко С.Б., Черешнева Ю.Е Анализ медийных факторов в освещении вооруженных конфликтов // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 14–19.

2. Барабаш В.В., Бордюгов Г.А., Котеленец Е.А. Образы России в мире: учеб. пособие. М.: Ассоциация исследователей российского общества, 2010.

3. Вирен Г. Современные медиа: Приемы информационных войн: учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2013. 126 с.

4. Вороненкова Г.Ф. Главный тренд трансформации зарубежных медиасистем – это русофобия // Идеи и новации, 2023. Т. 11, № 4. С. 9–13.

5. Галогре К.Р. Отношение к информационным войнам в разных странах. Первый опыт на примере Китая // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 94–100.

6. Гапонова Е.М. Трансформация подхода к пониманию свободы слова // Идеи и новации, 2023. Т. 11, № 4. С. 20–30.

7. Зеленов Н.А. Информационная война между Россией и Украиной за Крым // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 111–116.

8. Киселев С.А. Лисовская Е.С. Информационная политики СМИ после диверсии на «Северных потоках» // Идеи и новации, 2023. Т. 11, № 4. С. 46–58.

9. Киселев С.А. Лисовская Е.С. Информационная политики СМИ после диверсии на «Северных потоках» // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 46–58.

10. Коломиец В.П. Медиатизация медиа. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2020.

11. Коханова Л.А., Мельников В.А. Крымская кампания 1853-1856 годов как первая информационная вона в истории противостояния мировых держав // Идеи и новации, 2023. Т. 11, № 4. С. 31–38.

12. Кучумов Д.О. Семантический анализ информационной войны (на примере осетино-ингушского конфликта): автореф. дис. … канд. полит. наук. Ростов-н/Д., 2007.

13. Лагутин П.В. Израильские и американские СМИ при освещении обострений арабо-израильского конфликта в 2006 и 2023 годах // Идеи и новации. 2023. Т.11, № 4. С. 66–74

14. Лисовская Е.С. Русофобия в современном медиапространстве // Идеи и новации, 2023. Т. 11, № 4. С. 101–110.

15. Мажалис С.А. Информационное противостояние в гражданской войне на Шри-Ланке 1983–2009 годов // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 117–122.

16. Мельников В.А. Информационная война в современных реалиях: особенности и опасности // Идеи и новации. 2023. Т.11, № 4. С. 6.

17. Операции информационно-психологической войны: краткий энциклопедический словарь-справочник / В.Б. Вепринцев, А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов: под ред. А.И. Петренко. 2-е изд., стереотип. М.: Горячая линия – телеком, 2019.

18. Панарин И.Н. Информационная война, PR и мировая политика. Курс лекций. 3-е изд. М.: Горячая линия – Телеком, 2021.

19. Петров Н.С., Синицын И.Д.Смена героев как прием долгосрочной наступательной стратегии медиа в контексте информационных войн (на примере анализа технологий Интернет-ресурсов по дегероизации образа маршала Г.К. Жукова) // Идеи и новации. 2023. Т. 11, № 4. С. 75–82.

20. Психологические проблемы мотивации поведения человека / под ред. П.М. Якобсон М.: Просвещение, 1969. 317 с.

21. Рар А. Ослепление. Как Европа теряет Россию. М.: Просвещение, 2022.

22. Сидоренко Е.В. Мотивационный тренинг. СПб.: Речь, 2007.

23. Финогенко О.В. О философии информационно-психологической войны (основные понятия и проблематика // Экология языка и коммуникативная практика. 2016. № 1. С. 165–189.

24. Шкондин М.В. Системная типологическая модель СМИ. М., 2020.

Л.А. Коханова, Г.Ф. Вороненкова,
Е.М. Гапонова, Ю.Е. Черешнева

ЖУРНАЛИСТИКА В КОНТЕКСТЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

Учебно-методическое пособие

Редактор: Е.С. Лисовская
Дизайн: Т.Л. Мазуров

Подписано в печать 24.07.2024.
Формат 60×84/16. Усл. печ.л. 11,16. Уч.-изд. л. 12,23. Бумага офсетная. Тираж 500 экз. Заказ № __

Отпечатано в ПАО «Т8».
109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42, корп. 5

ЖУРНАЛИСТИКА — «НЕЛЕТАЛЬНОЕ ОРУЖИЕ» ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

9 785521 243488