

На правах рукописи



Мухин Олег Витальевич

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ
ПРЕССЕ (НА ПРИМЕРЕ ВООРУЖЕННЫХ КОНФЛИКТОВ В
АФГАНИСТАНЕ, ИРАКЕ, ЛИВИИ, СИРИИ И НА УКРАИНЕ)**

Специальность 10.01.10 – журналистика

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Воронеж – 2017

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет».

Научный руководитель доктор филологических наук, доцент,
Сапунов Владимир Игоревич

Официальные оппоненты: **Пугачев Валерий Вениаминович**, доктор филологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», профессор кафедры русской, зарубежной литературы и издательского дела

Баканов Роман Петрович, кандидат филологических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет», доцент кафедры журналистики

Ведущая организация ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Защита диссертации состоится 24 ноября 2017 г. в 15.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.038.18 в Воронежском государственном университете по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, 40а, к. 119.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Воронежского государственного университета и на сайте www.science.vsu.ru.

Автореферат разослан 22 сентября 2017 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат филологических наук



Кажикин Александр Александрович

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В современном обществе роль СМИ как инструмента пропаганды и агитации продолжает расти. После окончания «холодной войны» информационное противоборство утихло ненадолго и усилилось в начале XXI века на фоне ускорения технического развития. И если во второй половине XX века оно развивалось по двухполярной модели, то теперь борьба осуществляется и с участием стран «третьего мира».

В условиях вооруженных конфликтов, а также непосредственно до и после их активной фазы, роль СМИ как инструмента информационного противоборства многократно возрастает. Информационное поражение может значительно скорректировать и даже свести на нет результаты победы вооруженных сил.

В этих реалиях становится важным взаимодействие государства и СМИ для формирования эффективной информационной политики страны. В случае ее слабости достижения государства как в условиях мирного времени, так и в период вооруженных конфликтов могут быть сведены на нет скоординированной информационной политикой других государств. Таким образом, формирование единой информационной политики страны по ключевым вопросам может стать инструментом, подчеркивающим ее достижения во всех сферах деятельности и закрепляющим авторитет государства на внутренней и международной арене.

Конфликты XXI века наиболее ярко демонстрируют указанные тенденции, при этом роль информационных войн только увеличивается. В связи с этим насущно необходимым является междисциплинарное теоретическое и практическое исследование феномена информационных войн в контексте вооруженных конфликтов, выявление специфических стратегий и средств воздействия, анализ эффективности применения приемов информационной борьбы и подготовка практических рекомендаций.

Состояние научной разработанности проблемы информационных войн в контексте вооруженных конфликтов нельзя считать удовлетворительным. Внимание манипулятивным технологиям в информационных войнах уделяют А.С. Панарин¹, Г.В. Грачев и И.К. Мельник², политологический аспект затрагивает И.Н. Панарин³, психологическому аспекту — В.Д. Соловей⁴ и

¹ Панарин А.С. Искушение глобализмом / А.С. Панарин. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.

² Грачев Г.В., Мельник И.К. Манипулирование личностью: организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия / Г.В. Грачев, И.К. Мельник. — М.: Эксмо, 2003.

³ Панарин И.Н. Первая мировая информационная война. Развал СССР / И.Н. Панарин. – СПб.: Питер, 2010.

⁴ Соловей В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования / В.Д. Соловей. — М.: «Эксмо», 2015.

С.Г. Кара-Мурза⁵, экономический аспект информационной борьбы освещает А.Л. Денщиков⁶. В.И. Сапунов приводит классификацию средств манипуляции на основе политэкономического анализа зарубежных информационных агентств⁷. Следует отметить также работы В.Г. Крысько⁸, П. Лайнбарджера⁹, раскрывающие отдельные особенности психологического воздействия.

Тем не менее, тенденции информационных войн, связанные с именно последними вооруженными конфликтами, изучены недостаточно. Исследователи концентрируются на разоблачении манипулятивных приемов, зачастую отрицая необходимость манипуляции и пропаганды в общегосударственных целях. В результате у государственных структур зачастую отсутствует научно-филологическая база для системного применения средств предвоенной и военной пропаганды, нет выстроенной стратегии и тактики, а использование манипулятивных приемов носит в лучшем случае характер «общегражданского» PR, в худшем – интуитивный характер. Между тем средства классического PR не могут быть эффективно применены в вооруженных конфликтах ввиду большого числа особых, исключительных их свойств, оказывающих огромное влияние на сами инструменты воздействия и особенности их применения.

Целью диссертационного исследования является определение и систематизация наиболее эффективных средств ведения информационной борьбы в контексте вооруженных конфликтов в начале XXI века.

Достижение цели обусловлено решением следующих **задач**:

- выявить и классифицировать основные стратегические и тактические приемы информационной войны в начале XXI века;
- охарактеризовать факторы, способствующие и препятствующие ведению государственной пропаганды;
- определить перечень действий, необходимых для перестройки «мирной» пропаганды на военный лад;
- проанализировать использование средств информационной войны в современной российской прессе (на примере вооруженных конфликтов XXI века);
- выявить наиболее эффективные приемы информационной войны, рекомендуемые к применению государственной пропагандой.

⁵ Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием / С. Г. Кара-Мурза. – Эксмо, 2000.

⁶ Денщиков А.Л. Экономическая информационная война / А.Л. Денщиков // Внешнеэкономические связи. – М., 2007. - №2. — с. 11.

⁷ Сапунов В.И. Мировые информационные агентства: системное воздействие на аудиторию / В.И. Сапунов. – Издательство Воронежского государственного университета, 2007. – 240 с.

⁸ Крысько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / Под общ. ред. А.Е. Тараса. — Минск: Харвест, 1999.

⁹ Лайнбарджер П. Психологическая война / П. Лайнбарджер. — М.: Воениздат, 1962.

Объектом исследования выступает феномен информационных войн и воздействие на массовое сознание как главный их механизм, а также российские качественные и массовые СМИ, освещающие вооруженные конфликты XXI века.

Предметом исследования являются методы и средства ведения информационной войны в российской прессе.

Теоретической базой исследования послужили работы по общей теории информационных войн (Манойло А.В.¹⁰, Панарин И.Н., Комов С.А.¹¹), исследования по манипуляции сознанием (Доценко Е.Л.¹²; Соловей В.Д.), анализ современных информационных агентств (Сапунов В.И.). Изучались также работы, затрагивающие экономический (Пикетти Т.¹³), цивилизационный и культурологический аспекты (Хантингтон С.¹⁴) и общие исследования по практике связей с общественностью (Бернейс Э.¹⁵).

Эмпирическую базу исследования составили материалы качественной и массовой российской прессы – газеты «Коммерсантъ», «Российской газеты», «Московского комсомольца» и «Комсомольской правды». Проведен анализ медиатекстов с 2011 по 2017 год для детального изучения способов наиболее эффективного воздействия на аудиторию стратегических и тактических средств информационной войны.

Хронологические рамки исследования находятся в пределах с начала 2000-х годов по настоящее время, поскольку именно в этот период произошли значительные изменения в характере ведения вооруженных конфликтов (в полной мере проявился их гибридный характер), начались попытки информационного противостояния со стороны России, проявились важнейшие тенденции, подлежащие детальному исследованию.

Методами исследования явились методы сопоставительного и психологического анализа средств информационной борьбы для формирования представления об эффективности их воздействия в разных условиях, структурно-семантический и лингвистический (для выявления оттенков семантики в текстах СМИ), политэкономический (для исследования экономического аспекта информационной войны), историко-культурный и социокультурный (для изучения культурологических факторов, а также аспекта традиций в восприятии пропаганды),

¹⁰ Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях / А.В. Манойло. — М.: МИФИ, 2003.

¹¹ Комов С.А. Информационная борьба в политических конфликтах: вопросы теории / С.А. Комов // Информатика и вычислительная техника. — Ульяновск, 1996. — № 1-2. — с. 12-13.

¹² Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М.: ЧеРо, издательство МГУ, 1997.

¹³ Пикетти Т. Капитал в XXI веке / Т. Пикетти. — М.: Ад Маргинем Пресс, 2015.

¹⁴ Хантингтон С. Столкновение цивилизаций и преобразование мирового порядка / С. Хантингтон // Новая постиндустриальная волна на Западе : Антология. – М.: Academia, 1999.

¹⁵ Бернейс Э. Пропаганда / Э. Бернейс. — М.: Hippo Publishing, 2010.

Научная новизна исследования заключается в определении средств воздействия — как универсальных для СМИ, так и актуальных для вооруженных конфликтов, в определении наиболее эффективных способов воздействия посредством СМИ, а также в выделении сопутствующих и препятствующих военной пропаганде факторов и способов их использования.

Рабочая гипотеза исследования. Для победы в вооруженном конфликте в военное время должен применяться специальный комплекс стратегических и тактических средств информационной войны, в первую очередь в СМИ – всех уровней и любой направленности, даже если это противоречит принципу свободы слова.

Основные положения, выносимые на защиту:

1) Во время вооруженных конфликтов информационные войны принимают особые формы, требующие разработки специальных инструментов борьбы.

2) Информационная война в военное время требует специальной информационной подготовки в мирное и «предвоенное» время.

3) Для ведения эффективной информационной войны необходимо использование всех видов масс-медиа (государственных и негосударственных, оппозиционных, зарубежных и т.д.).

4) Существенное ограничение свободы слова необходимо для результативной информационной борьбы в военное время.

5) Информационная борьба в СМИ ведется посредством определенного набора стратегических и тактических методов — так, чтобы для каждой целевой аудитории был разработан отдельный план их использования.

Теоретическая значимость работы заключается в определении особенностей информационных войн, специфики применения методов и средств воздействия на аудиторию через СМИ в период вооруженных конфликтов. Кроме того, разработана актуальная классификация методов и средств информационной борьбы.

Практическая значимость работы определяется разработкой рекомендаций для государственных органов по ведению информационной войны в предвоенное и военное время. Кроме того, разработанная классификация средств информационного воздействия может быть использована практикующими журналистами и студентами как критерий объективности текстов СМИ. Материалы исследования могут использоваться в программах высшего профессионального и дополнительного образования, в курсах психологии журналистики, при изучении информационного сопровождения конфликтных ситуаций мирового и государственного масштаба.

Апробация работы. Основные положения диссертационного исследования были апробированы в период с 2014 по 2017 г. включительно в ходе выступлений с докладами на всероссийских межвузовских конференциях в Воронеже. Всего по теме диссертации опубликовано 9 статей и тезисов научных конференций. Из них три статьи опубликованы в изданиях из списка ВАК (в 2015, 2016 и 2017 гг.).

Структура диссертации. Работа состоит из Введения, трех глав, Заключение и Списка использованной литературы. Общий объем исследования составляет 160 страниц машинописного текста.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность, степень изученности темы, ее теоретическая и практическая значимость и новизна. Изложена цель исследования и его задачи. Конкретизирован объект и предмет исследования, представлена его рабочая гипотеза, теоретико-методологическая и эмпирическая база, изложены положения, выносимые на защиту, а также характер апробации результатов исследования.

В первой главе **«Теоретико-методологические основы изучения информационных войн в современном медиапространстве»** рассматриваются информационные войны как междисциплинарный феномен, а также обосновывается тезис о необходимости ведения информационной борьбы на уровне государства и социальных групп.

В первом параграфе первой главы **«Информационная война и современное общество»** анализируется современное понимание феномена информационных войн. Приводятся определения информационной войны, предлагаемые рядом исследователей (Панарин И.Н., Манойло А.В., Комов С.А., Лайнбарджер П., Соловей В.Д.). Выводятся основные черты, присущие информационным войнам в современный период:

- информационная война предполагает психологическое, манипулятивное воздействие;
- информационная война может вестись в рамках вооруженного конфликта или вне его;
- информационная война подразумевает два направления действия – наступательный (воздействие на противника) и оборонительный (воздействие на собственное население и противодействие влиянию пропаганды противника);
- информационная война включает в себя два аспекта – идеологический и технический.

Кроме того, выделяется технический аспект информационных войн, к которому причисляются ведение радиоэлектронной разведки и радиоэлектронной борьбы, а также кибернетические атаки.

Во втором параграфе первой главы **«Исторический аспект информационных войн»** исследуется история применения дезинформации и информационной борьбы с древнейших времен. Констатируется, что средства

информационной войны стали одним из решающих факторов противоборства именно с появлением массовой аудитории и возможности воздействовать на нее посредством СМИ. С этого момента также начинается развитие технического аспекта информационных войн. Официально термин «информационная война» начинает появляться в американских военных документах в 1991 году во время операции «Буря в пустыне». К началу XXI века информационное воздействие стало обязательным инструментом для каждой стороны какого-либо конфликта. В современной России относительно успешное применение средств информационной войны началось лишь с конфликта в Южной Осетии в 2008 году; информационное противоборство во время второй чеченской войны носит неоднозначный характер.

В третьем параграфе первой главы **«Политологический аспект информационных войн»** констатируется ключевая роль информационного противоборства для политических институтов государства. Приемы информационной войны также активно используются во время предвыборных кампаний. Способы и приемы информационной войны могут отличаться в зависимости от общественного строя государства. В демократическом обществе воздействие носит скрытый манипулятивный характер; в авторитарном – открытый императивный.

В четвертом параграфе первой главы **«Экономический аспект информационных войн»** анализируется использование средств информационной борьбы для воздействия на экономику. Органы государственной власти, чье информационное доминирование внутри страны обычно неоспоримо, могут использовать инструменты информационной войны для погашения недовольства населения внутренней экономической политикой, а также для отвлечения внимания от перераспределения средств населения в пользу правящего класса.

В последние десятилетия глобальные экономические процессы становятся все более зависимы от информации о политических и экономических преобразованиях в той или иной стране. В связи с этим многократно усиливается возможность воздействия на эти глобальные процессы в пользу одной из противоборствующих сторон за счет корректировки информационного поля или создания «правильного» информационного окружения отдельных событий. Сильно подвержены влиянию информационных сообщений (о войнах, катаклизмах, изменениях политического строя или резких экономических реформах) валютные и биржевые курсы. С другой стороны, усиление значимости информационного аспекта в глобальной экономике позволяет вести достаточно эффективное противодействие экономическим атакам (как информационным, так

и неинформационным) за счет перестраивания информационного поля в нужный для обороняющейся стороны ракурс. Так, эффективным инструментом информационной защиты может быть распространение дезинформации о состоянии своей экономики. Статистические показатели о состоянии экономики, публикуемые государственными органами, в контексте информационного противоборства не могут рассматриваться как объективные данные об экономическом развитии страны в конкретный момент. Эти сведения должны корректироваться в той степени, которая необходима для достижения внешне- и внутривнутриполитических целей: убеждения союзников в экономической мощи и стабильности, населения стран-противников – в бессмысленности противоборства, собственного населения и мира в целом – в жизнеспособности государства и существующего строя и т.п.

В пятом параграфе первой главы **«Социологический аспект информационных войн»** обозначены особенности психогенного воздействия, связанного с социальными конфликтами или социальной напряженностью. Кроме того, с опорой на тезисы А.Г. Здравомыслова¹⁶, посвященные «линиям аргументации» в социальном конфликте, определена роль социологических инструментов в информационной борьбе. Эти инструменты позволяют выявить проблемы, из которых затем возможно создать социальный конфликт, а также отследить эффект от ведения информационной войны и скорректировать тактику противоборства. Для проведения таких исследований в стране-противнике в вооруженном конфликте необходимо присутствие в ней подконтрольных (в худшем случае – сторонних) международных социологических организаций, так как результаты национальных исследований не только не отражают действительности, но и являются инструментом информационного противоборства: они могут быть использоваться как для влияния на свое и внешнее население, так и для провоцирования информационного противника на разжигание социального конфликта в заведомо провальных сферах для последующего разоблачения.

Социологические инструменты сами по себе могут быть использованы как метод информационной войны. Результаты опросов могут корректироваться государственными органами для создания у жителей «правильного» представления о положении дел в стране и об общественном мнении относительно той или иной проблемы. Но воздействовать можно не только по результатам социологических исследований, но и в процессе их проведения - к примеру, возможно заведомо неграмотное проведение опроса.

¹⁶ Здравомыслов А.Г. Социология конфликта / А.Г. Здравомыслов. — М.: Аспект-Пресс, 1996.

В шестом параграфе первой главы **«Культурологический аспект информационных войн»** анализируется информационное противоборство в контексте цивилизационного доминирования. Более развитые цивилизации, прежде всего североамериканская, активно пользуются глобальными информационными технологиями для идеологического подчинения себе более слабых цивилизаций¹⁷. Цивилизации в совокупности образующих их элементов если не являются сами по себе субъектами противоборства в современном мире (в том числе информационного), то в любом случае влияют на применение тех или иных средств борьбы в информационном противостоянии.

Одним из важнейших факторов, которые пропагандисты должны учитывать при разработке стратегии информационной войны, является менталитет. Уникальные признаки индивидуального или количественного субъекта, их совокупность и количественную выраженность¹⁸ необходимо учитывать при разработке стратегии информационной борьбы.

В седьмом параграфе первой главы **«Социально-психологический аспект информационных войн»** констатируется, что глобальное информационное противоборство происходит на нескольких уровнях – воздействие на индивида; на социальные (в том числе малые) группы; на нацию, группы наций и наднациональные объединения. Но с точки зрения психологии эти уровни можно объединить в два – индивидуальный и социальный психологический уровни; при этом СМИ обеспечивают индивидуальное влияние по общесоциальным каналам. В параграфе вслед за Е.В. Андриенко¹⁹ и С. Московичи²⁰ обозначаются основные способы межличностного влияния (внушение, заражение, убеждение) и особенности восприятия на индивидуальном и коллективном уровне.

Вторая глава диссертации **«Манипуляции сознанием как основной механизм ведения информационных войн»** посвящена исследованию феномена манипуляции сознанием как базы для ведения информационных войн. Также рассматривается вооруженный конфликт как особая сфера ведения информационных войн, приводятся существующие классификации приемов информационного воздействия в СМИ и выводится собственная классификация, даются рекомендации по ведению информационной войны в военное время.

¹⁷ Яковец Ю.В. Глобализация и взаимодействие цивилизаций / Ю.В. Яковец. — Междунар. ин-т П. Сорокина – Н. Кондратьева. – М.: Издательство «Экономика», 2001.

¹⁸ Губанов Н. И.; Губанов Н. Н. Менталитет в системе движущих сил социального развития / Н.И. Губанов, Н.Н. Губанов // Историческая психология и социология истории. Том 7, № 2. — Волгоград: «Учитель», 2014. — с. 149-163.

¹⁹ Андриенко Е.В. Социальная психология: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / Под ред. В.А. Сластенина. — М.: Издательский центр «Академия», 2000.

²⁰ Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. / С. Московичи. Пер. с фр. - М.: Центр психологии и психотерапии, 1998.

В первом параграфе второй главы **«Феномен манипуляции сознанием»** вслед за А. Андреевым и С. Шумовым²¹, В.И. Сапуновым и Е.Л. Доценко²² исследуются признаки манипуляции сознанием в контексте создания через СМИ «псевдореальности». Анализируются также признаки манипуляции сознанием, выделяемые различными исследователями, и определяются наиболее характерные.

Во втором параграфе второй главы **«Различные аспекты манипуляции сознанием в современном медиасекторе»** выявлены особенности манипуляции сознанием в современный период. Констатируется интернационализация путей и методов привлечения аудитории и манипулирования ей, произошедшая в конце XX – начале XXI века. Причинами такой унификации стали ликвидация цифрового неравенства и поражение одной из сторон в «холодной войне» (как следствие - доминирование рыночной модели экономики и «демократической» линии мировой геополитики). Но манипулирование через СМИ в российских условиях имеет важнейшую особенность: отечественная сфера медиа до сих пор испытывает влияние сверхлиберальных настроений конца 80-х – начала 90-х годов. Отразилось это и в принимаемых в этот период нормативных правовых актах. Многие из них впоследствии были дополнены поправками, сводящими на нет ранние сверхлиберальные положения. Однако в части законодательных актов, в том числе и в Конституции, такие положения остались. И важнейшим из них стала статья 13 Конституции в части запрета на установление какой-либо идеологии в качестве государственной или обязательной. При формалистском подходе это может означать отсутствие национальной идеи и как следствие – национальной информационной политики, без которой в современных условиях эффективное развитие государства невозможно. Ярким примером этого стали проигранные информационные кампании, посвященные войне и контртеррористической операции в Чечне, политическим и экономическим событиям в стране.

Такая ситуация сохранялась в стране до середины 2000-х, когда у властей сформировалось окончательное понимание необходимости формирования государственной информационной политики. И хотя национальная идея в России до сих пор не сформулирована, в мировом информационном потоке у страны появился относительно четкий курс.

²¹ Андреев А.Р., Шумов С. Государь. Власть в истории человечества / А.Р. Андреев, С. Шумов. — М.: Дилектус, 2009.

²² Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М.: ЧеРо, издательство МГУ, 1997.

Политическая парадигма России нулевых и 2010-х усилила расслоение СМИ на проправительственно-«патриотические», квазиоппозиционные и подчеркнуто антиправительственные. До открытого обличения находящихся у власти оппонентов доходят лишь последние, да и то все реже по мере ужесточения политического строя. Остальные две категории с легкостью навешивают на их ярлыки, зачастую бездоказательно (хотя и не всегда необоснованно) утверждают об их связи со спецслужбами и политиками Запада. Таким образом, реально оппозиционным СМИ приходится избирать «деликатные», аккуратные и точно просчитанные манипулятивные приемы, чтобы не подтверждать такие обвинения. В то же время провластные СМИ более свободны в методах и с учетом поддержки населения национального лидера могут как открыто клеймить оппонентов, не приводя доказательств, так и последовательно, с апелляцией к разуму и с претензией на качество, критически разбирать их деятельность и высказывания.

Социологические инструменты подаются в современных медиа чаще всего в двух видах – опрос на сайте издания без комментариев и текст на основе социологического исследования с развернутыми пояснениями и контекстом. Из печати уходит беспристрастное освещение данных опроса, а темы для опросов на сайте подбираются таким образом, чтобы их результаты заведомо укладывались в тот или иной тот или иной контекст и идеологию.

Культурологический аспект манипуляции сознанием в СМИ обострился в последние годы за счет истерии в западных средствах массовой информации по поводу усиления влияния России в мире, в том числе и в глобальном информационном пространстве. Конфликт цивилизаций, таким образом, вновь перешел фактически в открытую фазу. Особое значение имеет тот факт, что нагнетание истерии и усиление образа врага охотно поддерживают политики: высшее руководство России и США, а также «третьих» стран в противоположность сдержанности прошлых лет активно реагируют на провокационные заявления во «вражеских» СМИ – даже если они изначально не подкреплены политическим авторитетом. На этом фоне легко создаются массовые психозы, которые, в свою очередь, являются благодатной почвой для других манипулятивных приемов.

Правовое поле РФ создает благоприятную среду для манипуляции сознанием через СМИ, особенно в военный период. В частности, ч. 3 ст. 55 и ст. 56 Конституции содержат прямое указание на ограничения «в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и

безопасности государства». Положения об ограничениях в случае обороны страны в целом соответствуют мировой юридической практике. При этом ч. 3 ст. 56, вводящая полный запрет на ограничения отдельных прав и свобод (т.н. абсолютных), на деле может легко игнорироваться СМИ. К примеру, средства массовой информации имеют правовую базу для преодоления «абсолютного» права на неприкосновенность частной жизни, закрепленного в Конституции. Ч. 5 ст. 49 Закона о СМИ прямо закрепляет отсутствие необходимости получать согласие на публикацию сведений о частной жизни, если необходимость публикации обусловлена «защитой общественных интересов». И если в мирное время понятие «общественный интерес» толкуется судами крайне противоречиво, в период вооруженных конфликтов любое действие пропаганды или СМИ может быть гораздо более легко объяснено защитой общественных интересов (фактически – интересов государства). Официально принятые этические кодексы подтверждают эти тенденции. Кодекс профессиональной этики российского журналиста гласит, что в своей профессиональной деятельности журналист «не обязан быть нейтральным - а это открывает широкий простор для целого ряда манипулятивных приемов, таких как придание частному статусу общего, догматизация, высмеивание и т.п. Еще один принцип – только защита интересов общества может оправдать журналистское расследование, предполагающее вмешательство в частную жизнь человека - фактически повторяет норму закона о СМИ и также предоставляет широкие возможности для манипулирования.

В третьем параграфе второй главы **«Вооруженный конфликт как особая сфера ведения информационных войн»** выявляются характерные особенности ведения информационной борьбы в военный период. Ключевой особенностью называется усиление поляризации мнений – как в сознании читателей, так и в самих текстах СМИ.

В сознании читателей это может происходить по следующим причинам, объединенным в три группы:

1. Личностные психологические причины – мнение читателя об историческом положении страны, где зарегистрировано СМИ, ее развитии или финансировании со стороны других мировых «центров силы».

2. Интерпретационные психологические причины – убеждение в некомпетентности автора в поднимаемом вопросе (истинное или ложное), отторжение стиля издания.

3. Навязанные в ходе информационной борьбы стереотипы и модели.

В текстах СМИ поляризация также происходит по нескольким причинам:

- источник финансирования, близкий к одной из сторон конфликта или симпатизирующий одной из сторон;
- личные симпатии учредителя или главного редактора;
- связи с внешней разведкой стран-антагонистов.

Государство в период ведения боевых действий, во-первых, должно подчинить единой пропагандистской идее СМИ своей страны; во-вторых, вовлечь в единый пропагандистский поток СМИ третьих стран. Для решения первой задачи необходима грамотная государственная информационная политика в довоенный период. Среди ключевых ее задач выделяется формирование у населения единого мнения по вопросам внутренней и внешней политики, образов врагов и союзников; убежденности в собственном величии, могуществе вооруженных сил и легитимности национальных лидеров, справедливости проводимой страной политики.

В параграфе также дается перечень рекомендаций профильным государственным органам по трансформации «мирной» пропаганды в военное время. Речь идет о введении цензуры (для изоляции населения не только от вражеской пропаганды, но и от объективной картины действительности), использовании «чужой» пропагандистской информации в своих целях, ограничениях деятельности журналистов, создании специальных СМИ и достижении временного консенсуса с «оппозиционными», формировании ощущения национального единства, перепланировании эфирного времени и газетных полос, формирование пула военных журналистов и «дружественных» деятелей культуры, активизация внутриармейской пропаганды и дезинформации «чужого» населения и т.д.

Военный конфликт имеет ряд характерных особенностей для ведения информационной борьбы – относительная безболезненность введения репрессивных мер, обострение информационного давления со стороны противника, обострение раскола нейтральных государств и социальных групп на сочувствующие и осуждающие, необходимость ведения информационной борьбы в тесном контакте с военными и административными органами, применение более «резких» приемов информационной борьбы, повышение роли эмоциональной аргументации.

В четвертом параграфе второй главы **«Приемы и средства ведения информационной войны в СМИ»** обозначаются глобальные, стратегические и тактические методы воздействия, которыми должны пользоваться профильные государственные органы при планировании и проведении информационных кампаний в военное время. Выводится собственная классификация приемов информационного воздействия – стратегических (восемь приемов) и тактических (семь групп приемов – работа с фактами, работа с заголовками, семантические

диспропорции, апелляция к авторитетам, композиция, догматизация, аргументация).

Третья глава диссертации **«Манипулятивные стратегии российских печатных СМИ в освещении вооруженных конфликтов XXI века»** посвящена практическому анализу использования средств информационной войны, классифицированных во второй главе, в качественной и массовой прессе - газетах «Коммерсантъ», «Российской газете», «Московском комсомольце» и «Комсомольской правде» при освещении вооруженных конфликтов. Констатируется, что в конце XX-начале XXI века в средствах массовой информации по всему миру усилились негативные для развития журналистики тенденции в освещении вооруженных конфликтов. Несмотря на очевидную имманентность манипуляции сознанием самому институту СМИ, в последние годы, и особенно применительно к военным конфликтам, уровень манипулятивности достиг беспрецедентного уровня. С одной стороны, его можно сопоставить с уровнем пиковых моментов «холодной войны»; с другой, он во многом выходит за этот уровень, что прежде всего проявляется в формировании в профессиональной журналистской среде установок, заведомо противоречащих моральным принципам.

В первом параграфе третьей главы **«Манипулятивные технологии в текстах о конфликте в Афганистане (2001-2014)»** проводится анализ текстов российских СМИ, посвященных конфликту, в условиях тотального информационного неравенства.

Во втором параграфе **«Манипулятивные технологии в текстах о конфликте в Ираке (2003-2011)»** характеризуются манипулятивные приемы, свойственные для российских СМИ при освещении иракской кампании НАТО.

В третьем параграфе **«Манипулятивные технологии в текстах о конфликте в Ливии (с 2011)»** выявляются способы воздействия на аудиторию, характерные для российской печати в период гражданской войны в Ливии.

В четвертом параграфе **«Манипулятивные технологии в текстах о конфликте в Сирии (с 2011)»** анализируются приемы манипулирования, характерные для российских СМИ при освещении гражданской войны в Ливии до российского вмешательства и во время него.

В пятом параграфе **«Манипулятивные технологии в текстах о конфликте на Украине (с 2013 г.)»** характеризуются средства информационной борьбы, характерные для российской печати перед началом и во время боевых действий на юго-востоке Украины.

В шестом параграфе **«Основные особенности использования манипулятивных средств воздействия в российских СМИ при освещении вооруженных конфликтов XXI века»** делаются выводы о наиболее частотных и

эффективных средствах информационной борьбы в военный период для каждого типа СМИ.

К примеру, в газете «Коммерсантъ», признанном деловом издании, допускается получение эксклюзивной информации от авторитетного источника, не желающего раскрывать свое имя. В то же время такой формат дает возможность при необходимости безболезненно манипулировать аудиторией за счет подачи любой информации со ссылкой на «пожелавшего остаться неназванным» источника. В целом формат деловых газет предполагает манипуляцию с помощью отбора экспертов, выноса в начало и завершение нужной позиции (при их многообразии во всем тексте), выводы с помощью цитат, композиционную незначимость или акцентирование, создание спектров мнений, использование неопределенных форм и модальности, а также создание страха и паники. Эти приемы должны в первую очередь использоваться для ведения информационной борьбы через деловые СМИ.

Государственные СМИ, позиционирующие себя как качественные («Российская газета»), имеют свои характерные особенности манипулирования. Помимо вышеперечисленных приемов в целях более эффективной манипуляции (и обращения к более широкой аудитории) используется также смешение стилей, «по-деловому» оформленная семантическая обработка фактов, односторонние высказывания, создание эффекта неадекватности, семантические ряды, заявления без аргументов, аргументация предыдущим утверждением. На эти способы манипулирования стоит ориентироваться при планировании манипулятивной кампании через государственные СМИ для достижения наибольшей скрытности. Массовые СМИ пользуются большим набором приемов. В них достаточно часто используется, в частности, несоответствие заголовка содержанию, «резкая» поляризация оценочной лексики, создание и использование стереотипов. Можно выявить в них и фабрикацию фактов, несмотря на то что в целом отличить сфабрикованный факт от реального не просто.

Ряд приемов сам по себе предоставляет широкие возможности для скрытного манипулирования при использовании в любом СМИ. Так, присоединение необходимых манипулятору фактов к сообщению воспринимается как благая цель максимально полно информировать читателя. Между тем с целью манипулирования может даже создаваться отдельная рубрика – «между тем», «контекст» и так далее. Даже в гипотетическом случае объективности обоих текстов (основного и контекста) отбор тем для «основного» и «присоединенного» текста в совокупности позволит направить читателя в необходимом направлении. Отсылка к сообщениям СМИ также легко используется для манипулирования. Со стороны читателя она выглядит как благое стремление редакции предоставить своей аудитории самое интересное из других СМИ. В то же время само СМИ

решает сразу две задачи – манипулирования (за счет отбора из массива сообщений других СМИ необходимого) и перекладывания ответственности за качество информации. Заявление без аргументов может эффективно использоваться в «колонках» редактора и «ведущих» журналистов. Эти колонки положительно воспринимаются аудиторией: постоянно высказываемое личное мнение одного и того же колумниста создает ощущение его авторитетности. Между тем отдельная форма «колонки» сама по себе предполагает лишь высказывание позиции одного человека, но воспринимается как объективная и дает широкие возможности для манипулирования. Вместе с рубрикой «контекст» рубрику «мнение» необходимо создавать в СМИ для эффективной манипуляции. Поляризация оценочной лексики в совокупности с возведением в статус общепринятого не вызывает отторжения у среднестатистического читателя, подверженного влиянию масс. Эффективно воздействуют на него также создание эффекта поддержки большинства и «простого народа», аргументация предыдущим утверждением при достаточной его убедительности. Это также достаточно универсальные способы манипулирования. Эти универсальные приемы могут применяться вместе с приемами, характерными для отдельных СМИ (и отдельной аудитории) при планировании пропагандистской кампании.

В Заключение обобщается теоретический и практический материал, излагаются ключевые выводы диссертационной работы. Проведенное исследование позволяет утверждать, что, как бы ни позиционировало себя СМИ, в любом тексте, касающемся вооруженных конфликтов, используются манипулятивные технологии. При этом в качественных изданиях более эффективны менее заметные для воспринимающего приемы (вынесение нужных цитат, диспропорции, отсылки к ложным и неназванным авторитетам), в то время как массовые используют весь набор средств – в том числе заявления без аргументации, высмеивание, создание паники и образа нецивилизованности. Наибольший эффект будет достигаться от комплексного использования этих средств – стратегических в совокупности с последовательностью тактических. Воздействие на «положительно восприимчивую» (свою) аудиторию может начинаться с агрессивных действий, на «отрицательно восприимчивую» и нейтральную – с «легкого» внушения и убеждения.

Для эффективного осуществления госпропаганды необходимо наладить работу со всеми видами СМИ – любой направленности и политических взглядов. Отдельные СМИ, в том числе псевдоопозиционные, могут целенаправленно создаваться или финансироваться с целью формирования у населения ощущения консолидации общества. Кампании во всех видах СМИ должны проводиться согласованно при разнообразии методов и средств для отдельных изданий и

каналов. Стратегические цели должны достигаться за счет наиболее полного использования многообразия тактических методов. В то же время тактические методы должны отбираться отдельно для разных групп СМИ, их форматов, аудиторий, а вновь создаваемые СМИ иметь определенную структуру, способствующую манипулированию.

Государственная пропаганда может иметь отдельные стратегические линии воздействия и наборы тактических приемов для разных групп аудитории – воспринимающей качественные, массовые и «промежуточные» СМИ, в том числе и так называемые «независимые». Часть приемов может носить универсальный характер – к примеру, семантические ряды и использование разных стилей. Разработанная в исследовании классификация, подкрепленная примерами эффективного воздействия, может быть в полной мере использована для планирования информационной борьбы на всех уровнях и любого масштаба – от разработки стратегии воздействия до конкретных отдельных текстов и «ответов» на действия противника.

Для повышения эффективности реализации задач пропаганды профильным государственным органам, пресс-службам, руководителям государственных СМИ на всех уровнях (от муниципалитета до руководства страны) необходимо тесно взаимодействовать с административными и военными органами, органами госбезопасности и внешней разведки, иностранных дел, принимать участие в деятельности советов безопасности.

Такое взаимодействие, на наш взгляд, должно быть налажено не только в военное, но и в мирное время – военная пропаганда без грамотной подготовки до начала военных действий невозможна. Основы пропаганды в военное время складываются именно в мирный и предвоенный период. Даже если в государстве не планируется скорого начала боевых действий, «мирная» пропаганда должна оказывать такое воздействие, которое может быть быстро перестроено на военный лад. При планировании государственной информационной политики профильные госорганы должны учитывать политические (внешние и внутренние) и экономические риски.

В современных условиях, когда каждая социальная группа, каждое государство проводит свою информационную линию, задачей государственной информационной политики становится максимально эффективное использование всего набора средств и методов воздействия. Отказ от манипулирования приведет лишь к тому, что объект попадет под манипулирование противника или третьих сил.

Курс на безальтернативность точек зрения, взятый СМИ разных стран в начале XXI века, облегчает манипулирование аудиторией. В то же время манипулирование и пропаганда, особенно в военное время, являются неотъемлемым элементом межгосударственного или внутригосударственного противоборства. В этих условиях государственные органы обязаны ограничивать собственное население в праве на свободу информации (во избежание «чужого» воздействия) и фактически вводить временную монополию на нее. Эта монополия должна служить единой задаче информационного подавления, однако в идеальном случае должна прекращаться сразу после окончания чрезвычайной ситуации (вооруженного конфликта). В то же время в мирное время государство должно формировать мнение большинства по ключевым вопросам (проводить государственную информационную политику), в том числе за счет использования манипулятивных технологий.

Основные положения диссертации нашли отражение в следующих публикациях (общий объем 2 п.л.):

1. Мухин О.В. К вопросу об использовании средств информационной войны в российской прессе в XXI веке (на примере событий на Украине) / О.В. Мухин // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2015. — №2. - с.116-118.

2. Мухин О.В. К вопросу об использовании средств информационной войны в экономике / О.В. Мухин // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2016. — №2. - с. 123-125.

3. Мухин О.В. Общая характеристика информационной борьбы непризнанной Ичкерии с Россией в 1990-е годы / О.В. Мухин // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика, 2017. — №2. - с. 100-103.

4. Мухин О.В. К вопросу об использовании средств информационной войны в российской прессе в XXI веке (на примере событий на Украине) / О.В. Мухин // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов. – Воронеж, 2014. — с. 46-47.

5. Мухин О.В. К вопросу об историческом аспекте информационных войн / О.В. Мухин // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2015. — с. 37-39.

6. Мухин О.В. Использование средств информационного противоборства для воздействия на экономику / О.В. Мухин // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов. – Воронеж, 2015. — с. 32-34.

7. Мухин О.В. Социальный и социологический аспект информационных войн / О.В. Мухин // Коммуникация в современном мире: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2016. — с. 37-38.

8. Мухин О.В. Общая характеристика информационной борьбы непризнанной Ичкерии с Россией в 1990-е годы (доваххабитский и «ранний ваххабитский» периоды) / О.В. Мухин // Проблемы массовой коммуникации: новые подходы: материалы Всероссийской научно-практической конференции аспирантов и студентов. – Воронеж, 2016. — с. 10-11.

9. Мухин О.В. Вооруженный конфликт как особая сфера ведения информационных войн / О.В. Мухин // Коммуникация в современном мире:

материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Воронеж, 2017. — с. 56-58.

Статьи № 1-3 напечатаны в изданиях из перечня ведущих рецензируемых и реферируемых научных журналов и изданий Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ.