

*На правах рукописи*



Нгуен Минь Туан

**ПРИРОДА ИНФОРМАЦИОННО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ВОЙНЫ ВО  
ВЬЕТНАМЕ (1954–1975 гг.)**

Специальность 10.01.10 – журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

**Воронеж – 2019**

Работа выполнена в ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет».

Научный руководитель: доктор филологических наук, профессор  
**Кройчик Лев Ефремович**

Официальные оппоненты:

**Фортунов Антон Николаевич**, доктор философских наук, профессор, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского», кафедра теории политики и коммуникации Института международных отношений и мировой истории, профессор.

**Мухин Олег Витальевич**, кандидат филологических наук, ООО «Коммерсантъ-Черноземье», заместитель главного редактора.

Ведущая организация: **ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»**

Защита диссертации состоится 29 мая 2019 года в 12.00 часов на заседании диссертационного совета Д 212.038.18 в Воронежском государственном университете по адресу: 394068, г. Воронеж, ул. Хользунова, д.40а, к.119.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке ФГБОУ ВО «Воронежского государственного университета» и на сайте [www.science.vsu.ru](http://www.science.vsu.ru).

Автореферат разослан «29» марта 2019 года.

Ученый секретарь  
диссертационного совета  
кандидат филологических наук



Кажикин Александр  
Александрович

## **I. Общая характеристика работы**

### **Актуальность темы исследования.**

Данное исследование посвящено одной из самых актуальных проблем – проведению информационной политики в особых условиях. Особые условия второй половины пятидесятых-семидесятых годов – военные действия во Вьетнаме, где столкнулись одновременно геополитические интересы сразу нескольких стран – Соединенных Штатов Америки, Франции, КНР, Советского Союза и стран Индокитая – Вьетнама, Камбоджи, Лаоса.

Принципиально важной особенностью столкновений в этом регионе можно назвать три фактора. Первый фактор – конфликт интересов всех названных стран был прямым продолжением тех боевых действий, которые связаны с событиями Второй мировой войны. Вторым фактором – столкновение крупнейших мировых держав (Соединенных Штатов Америки и Советского Союза) очень быстро превратилось в столкновение двух систем. Это заметно изменило характер противостояния: идеология придала боевым действиям истребительный характер. Война идет за аудиторию, воспринимающую информацию: роль информации в современном мире чрезвычайно высока. Недаром говорят опытные политики: «кто владеет информацией, тот владеет миром». Третий фактор: война в Индокитае очень быстро из войны национально-освободительной превратилась в войну гражданскую: Северный и Южный Вьетнам, разделенные 17-й параллелью, превратилась в два самостоятельных государства – Демократическую Республику Вьетнам и Республику Вьетнам.

**Актуальность** предпринятого исследования заключается в том, что недостаточно подробно изучены механизмы медийного освещения информационных войн в условиях боестолкновений и вооруженных конфликтов, мало освещается роль общественного мнения в их прекращении.

Информационная война – это не только открытое столкновение определенных точек зрения. Это интенсивная работа с огромными массами

людей, втянутыми в конфликт, это активное воздействие на властные структуры, принимающие решения, это создание сложной системы информации, целенаправленно влияющей на формирование общественного мнения по данной проблеме не только в странах, вовлеченных в конфликт, но и на широкую аудиторию во всем мире.

Актуальность предпринятого исследования связана также с особенностями современных отношений между Российской Федерацией и Социалистической Республикой Вьетнам. На фоне традиционных дружеских отношений между двумя государствами и народами двух стран в последние годы заметно снизился уровень экономических и культурных контактов между странами. Западные компании интенсивно осваивают вьетнамский рынок, Вьетнам постепенно теряет уровень прежних контактов в образовательной и культурной сферах.

**Новизна** исследования заключается в том, что в работе впервые сопоставляются информационно-психологические стратегии трех государств (Вьетнама, США, СССР) с учетом влияния мирового общественного мнения, а также проанализированы особенности ведения информационно-психологической войны с использованием ресурса антивоенных настроений и ошибок противника.

**Целью** диссертационного исследования является всестороннее изучение природы информационно-психологических войн на конкретном материале внутривьетнамского и интернационального конфликта, в который с разной степенью активности оказались втянутыми вооруженные силы США и СССР и других стран.

Данная цель предполагает решение следующих **задач**:

1. Обобщение теоретических положений, связанных с выявлением специфики информационных войн; углубленное представление о природе информационных войн, их политических, идеологических, социально-экономических и духовно-нравственных ресурсах.

2. Выявление роли средств массовой коммуникации в управлении информационными потоками в ходе пропагандистских кампаний.

3. Анализ конкретных материалов, раскрывающих специфику информационно-психологической войны, в которой принимали участие СМИ противостоящих друг другу сторон.

4. Характеристика роли мирового общественного мнения в прекращении боевых действий во Вьетнаме.

**Теоретическая значимость** предложенного исследования заключается в том, что оно углубляет представление о степени воздействия на аудиторию не только содержания сообщения, но и характера, способа включения информации в процесс медиатизации, т. е. способа создания, во-первых, более широкого информационного пространства, а во-вторых, создание меседжа, гарантирующего достижение нужного эффекта за счет повышения доверия аудитории к слову коммуникатора.

**Практическая значимость** диссертационного исследования связана с возможностью использования данных исследования в создании учебных пособий по мировой журналистике и коммуникативистике, а также с возможностью использовать эти данные в преподавании ряда дисциплин в вузах Вьетнама и Российской Федерации. Результаты работы помогут журналистам Вьетнама и других стран сохранить в статьях и мемуарах память о событиях тех лет.

#### **Степень изученности темы.**

Изучение теории и практики информационно-психологических войн, как правило, связано с анализом боевых действий, которые почти непрерывно вспыхивают в разных частях земного шара. Военные конфликты дают огромный материал для историков. Одновременно они помогают осмыслить происходящее, служат поводом для новых теоретических работ,

дающих возможность создать представление о сущности информационных процессов<sup>1</sup>.

В этой связи интерес представляют труды Дж.Стейна и Р. Шафрански. Дж.Стейн в своей статье «Информационная война», опубликованной в 1995 году, пишет о том, что информационная война – это достижение стратегических целей с помощью информации. Ученый считает, что в основе информационной войны лежат базовые идеи эпистемологии, поскольку эта наука занята изучением глубокой психологической сферы человеческого сознания – того, как люди думают и принимают решения, прежде чем поступить определенным образом.

Концепция Дж. Стейна и Р. Шафрански принципиальна, поскольку она тесно связана с военной практикой и, в частности, с новыми технологиями (Интернет, например), когда скорость принятия коллективного решения определяет ход происходящей стратегически важной операции. Р. Шафрански обращает внимание на то, что информационная война, как и

---

<sup>1</sup> См. труды: Вирен Г.В. Современные медиа приемы информационных войн. М. 2017; Панарин И.Н. Информационная война и геополитика. Информационная геополитика США. М.: Поколение, 2006; Почепцов Г.Г. Информационные войны: базовые понятия//Пси-фактор.2014; Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. – Рефл-Бук; Ваклер, 2000; Гуржий Д.А. Влияние СМИ на формирование общественного мнения // Молодой ученый.-2015; Задонская И.А. Информационная культура личности как основа формирования информационного общества // Социально-экономические явления и процессы.2015; Войтасик Л. Психология политической пропаганды / Л. Войтасик. – М., 1981; Гриняев С.И. Интеллектуальное противодействие информационному оружию / С.И. Гриняев. – М., 1999; Грушин Б.А. Массовое сознание / Б.А. Грушин. – М., 1987; Дмитриев А.В. Информационная политическая коммуникация / А.В. Дмитриев и др. – М., 1997; Дилигенский Г.Г. Социально-политическая психология / Г.Г. Дилигенский. – М., 1996; Красько В.Г. Секреты психологической войны (цели, задачи, методы, формы, опыт) / В.Г. Красько. – Минск, 1999; Лисичкин В.А. Третья мировая (информационно-психологическая) война / В.А. Лисичкин, Л.А. Шелепин. – М., 1999; Московичи С. Век толп / С.Московичи – М., 1998; Московичи С. Машина, творящая богов / С. Московичи. – М., 1998; Ольшанский Д.В. Массовые настроения в политике / Д.В. Ольшанский. – М., 1995; Почепцов Г.Г. Имиджология / Г.Г. Почепцов. – Киев, 1998; Расторгуев С.П. Информационная война / С.П.Расторгуев. – М., 1998; Рощин С.П. Психология и журналистика / С.П. Рощин. – М., 1989; Тоффлер Э. Третья волна / Э.Тоффлер. – М., 1999; Шерковин Ю.А. Психологические проблемы массовых информационных процессов / Ю.А. Шерковин. – М., 1973; Цыганков В.Л. Психологическое оружие и безопасность России / В.Л. Цыганков, В.И. Лопатин – М., 1999.

любая другая война, конечной своей целью видит «подчинение оппонента воле главенствующего источника информации»<sup>2</sup>.

Эти работы, как и работы других исследователей, расширяют представление о сути и природе информационных войн, открывают возможность дальнейшего постижения психологических ресурсов при принятии кардинальных решений в тот момент, когда правильность решения выглядит судьбоносной для мировой цивилизации.

**Объектом** изучения являются особенности коммуникативного процесса в массмедиа Вьетнама, США и СССР в условиях информационно-психологической войны 1950–1975 гг.

**Предмет** исследования – характер противостояния СМИ противоборствующих сторон во время войны во Вьетнаме; приемы и методы информационной борьбы в СМИ США и СССР, Южного и Северного Вьетнама.

**Эмпирическую базу** исследования составили:

- Советские печатные газеты и журналы: «Комсомольская правда» (1972), «Труд» (1965–1971), «Правда» (1954–1971), «Красная звезда» (1965, 1971), «Известия» (1965).
- Информационные агентства: «ТАСС» (1968–1972), «Агентство Новости Вьетнама» (1960–1975).
- Зарубежные СМИ: «Washington Post» (1971), «New York Times» (1950 – 1973), «Wonder Report» (1964), «United States News» (1966), «Life» (1966–1973) «New-York weekly» (1966), «US News and World Report» (1966), «Time» (1971), «Guardian» (1970), «New York Post» (1967).
- Интернет-СМИ: «Pravda.ru» (2010-2018), «Аргументы и факты.ru» (2010 –2018).

---

<sup>2</sup> Szafranski R. A. Theory of Information Warfare: Preparing for 2020 // Airpower Journal. Spring 1995. – P. 125.

**Теоретико-методологическую основу** исследования составляют труды отечественных и зарубежных исследователей:

- Теории информационных войн – Г.Г. Почепцова, А.В. Манойло, Л. Войтасика, И.И. Завадского, Д.С. Черешкина, Г.Л. Смолина, В.Н. Цыгичко, С.А. Комова и др.
- теории и практики массовых коммуникаций – Р. Шенка, Г.С. Мельник, Т. Лебедевой.
- Психологии и социологии исследований – Е.Ю. Бобровой, Д. Майерса, Е.Л. Доценко, Г. Адлер, Э. Ноэль-Ноймана, Е. П. Прохорова и др.
- Военной истории и истории войны во Вьетнаме – А.В. Шишова, У. Барчетта, А.И. Полторака, Л.И. Савинского, В.Л. Левени, Филиппа Б. Дэвидсона, И.Луис, Ю. Жукова, Во Нгуен Зиапа, Чан Ван Ча, Ван Тиен Зунга.

Использовались традиционные методы историко-культурного изучения СМИ, а также элементы когнитивно-эпистемологического подхода к информации. Эпистемология – наука, изучающая закономерности познания процессов, протекающих в мире. Главная закономерность событий войны во Вьетнаме 1954–1975 годов – столкновение не только двух миров – капиталистического и социалистического, но и противостояние двух доктрин – доктрины равноправия всех стран и народов, живущих на земле, и доктрины власти государства сильного над слабым, стремление навязать свою волю экономически мощной страны (США) другим государствам. Эта доктрина – диктатура силы – не утратила своей актуальности и в XXI веке. Особую роль эта доктрина играет тогда, когда речь идет о формировании общественного мнения.

Эпистемологические подходы к анализу хода информационных войн того времени представляются чрезвычайно важными, поскольку они изучают закономерности познания процессов, протекающих в мире. Все это заставляет вернуться к истокам событий, имевших место почти полвека тому назад.



**Хронологические рамки исследования** – 50–70-е годы, т. е. время, непосредственно относящееся к годам войны в Индокитае. События того периода в определенной степени оказывали свое влияние и на происходящее в мире в последующие годы, а само понятие «информационно-психологическая война» не исчезло из современного лексикона. Об этом, в частности, свидетельствуют процессы, протекающие в современном информационном пространстве (упреки в хакерских атаках на информационных каналах США в ходе последних президентских выборов в США), усиление информационных схваток между США и Россией, накал взаимных упреков в связи с угрозой террористических выступлений в Европе и Азии.

**Положения, выносимые на защиту:**

1. В любом конфликте участники его максимально используют СМИ как важный инструмент достижения цели. Информационно-психологическая война – существенная форма достижения цели, способ продвижения своих идей и активного воздействия на аудиторию. Современное информационное пространство – это поле сражения, на котором торжествует не столько здравый смысл, сколько хорошо организованная идеологическая кампания по дискредитации противника.
2. Цель информационно-психологической войны – активное воздействие на аудиторию, формирование общественного мнения, опровергающего позицию противодействующей стороны. Главное в такой войне – распространение информации, документально подтверждающей точность передаваемых сообщений, доказательность и убедительность сообщения в глазах аудитории.
3. Важной стороной информационных войн является противостояние вражеской пропаганде, пояснение своих действий в нужном ключе, что обусловило важность термина «негативная медиатизация».

4. Стратегия информационно-психологической войны строится на доверии аудитории к получаемой ею информации. Тактика убеждения аудитории опирается в ходе такой войны не столько на скрупулезный анализ реальных событий, сколько на их эмоциональную трактовку передающей стороной.
5. В современном мире, когда обладание информацией во многом определяет ход развития цивилизации, информационно-психологическая война оказывает воздействие на становление и эволюцию гражданского общества. США проиграли войну во Вьетнаме не только потому, что Северный Вьетнам оказался лучше защищенным, но и потому, что на его стороне оказалось мировое общественное мнение, включая антивоенные настроения в самих США.
6. Специфика гражданской войны во Вьетнаме заключалась в том, что она сопровождалась интенсивной информационной поддержкой с двух сторон. Вашингтон и Сайгон проиграли свое главное сражение – битву за аудиторию. Это предопределило не только ход гражданской войны, но и ход войны информационной.

**Апробация работы.** Основные положения и результаты исследования были изложены в докладах на Всероссийской научно-практической конференции «Проблемы массовой коммуникации» (Воронеж, ВГУ, 2016, 2017, 2018 г.) и в статьях в научном издании «Былое и мы» (в 2017–2018 годах), выходящем на факультете журналистики Воронежского государственного университета.

Основные идеи и материалы диссертации отражены в 8 публикациях, в том числе в трех статьях, опубликованных в научном журнале «Вестник ВГУ.Филология.Журналистика», входящем в список рецензируемых изданий ВАК.

**Структура работы.** Диссертация состоит из Введения, трех глав, Заключение, списка научной литературы.

## II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

**Во введении** определяются предмет, объект, цель и задачи работы, обосновывается ее актуальность и научная новизна, теоретическая и практическая значимость, характеризуется материал и методы исследования, формируются теоретические положения, выносимые на защиту.

Первая глава диссертации **«Информационно-психологическая война как особая форма достижения стратегической цели»** состоит из шести параграфов.

В первом параграфе **«Понятие об информационном пространстве»** рассматривается функционирование информационно-коммуникативной системы, включающей в себя следующие звенья: реальность – субъект высказывания – сообщение – аудитория.

Эта система носит постоянно обновляемый характер. Благодаря этому обновлению информационно-коммуникативная система находится в постоянном движении.

Главная задача системы – получение, обработка и передача информации от адресанта к адресату. Информационно-коммуникативная система всегда субъективно воспринимается аудиторией. Восприятие смысла сообщения – сложный психофизический процесс.

Второй параграф **«Информационное пространство как поле сражений»** рассматривает стратегию и конкретные приемы воздействия на аудиторию. Речь идет об информационной политике как важнейшем факторе, влияющем на формирование общественного мнения. Средства массовой информации, обрабатывающие огромный объем поступающей к ним информации, стремятся активно воздействовать на аудиторию с помощью этой информации, вовлекая аудиторию в диалог.

В условиях информационных войн передаваемые сообщения зачастую искажаются, подвергаются фальсификации. В современной войне средства массовой информации используются в качестве эффективного инструмента

воздействия на аудиторию с самого начала боевых действий. СМИ играют важную роль в «информационно-психологической войне».

Термин «информационно-психологическая война» взят из словаря военных кругов США («information and psychological warfare»). В английском языке этот термин означает «информационное противоборство» и «информационная, психологическая война», в зависимости от контекста конкретного официального документа или научной публикации.

«Информационно-психологическая война» – это война под названием «медиавойна» («war by media»). Эта война проходит без порохового дыма, без крови на фронте. Она не разрушает вещи, но она влияет на души, на сознание и поступки людей, называется все это «медиаманипулированием», т. е. манипулированием людьми с помощью СМИ.

Главная цель «медиавойны» – использование массмедиа для морального воздействия на противника, на граждан с целью поддержки своего внутреннего и международного авторитета. Основные методы «медиавойны» – «чёрная пропаганда», дезинформация и психологическое воздействие на аудиторию.

«Чёрная пропаганда» представляет собой ложную информацию, опирающуюся на точку зрения одной стороны конфликта, а не на все стороны. Этот прием, как правило, используется, чтобы очернить, затруднить или исказить позицию оппонента. «Чёрная пропаганда» носит завуалированный характер: ее цели и источники скрыты. Основной приметой «чёрной пропаганды» является то, что люди не знают, кто влияет на них, и не понимают, что в настоящее время находятся под определенным воздействием чёрной пропаганды, опираясь на ложь, идущую от источника. Изредка этот источник говорит от имени власти, распространяя клевету, выдумку и обман.

Психологические операции (или «психологическая война») используются для действий, которые практикуются как методы воздействия с целью пробуждения психологической реакции на поведение аудитории. При

этом используются различные тактики воздействия на систему ценностей целевой аудитории: воздействие на систему верования, эмоции, мотивы, рассуждения или поведение. Целевая аудитория такого воздействия – не только солдаты, но и государственные организации, группы людей и отдельные лица.

Третий параграф исследования **«Манипулирование как прием воздействия на аудиторию»** рассматривает приемы манипулирования – информационное пространство превращается в пространство пропагандистское, в котором осуществляется деформирование передаваемых сообщений.

В четвертом параграфе рассматривается **«Природа, стратегия и тактика информационно-психологической войны»**. В основе любой информационно-психологической войны лежат следующие факторы:

1. Последовательное воздействие на массовое сознание. Демонстративное противостояние чужой точке зрения. Главная задача информационно-психологической войны – дезавуирование «чужой» точки зрения – подтасовка фактов, война компроматов.
2. Информационно-психологическая война опирается прежде всего на эмоциональное воздействие на аудиторию. В информационной войне господствует не столько разум, сколько апелляция к психологическим качествам человеческой личности. Знаменитая фотография вьетнамской девочки, обожженной напалмом, сыграла в антивоенной пропаганде роль не меньшую, чем победа под Сайгоном.
3. Информационно-психологическая война – это интенсивное воздействие на аудиторию с помощью определенных системных действий, создание условий, при которых воздействие на аудиторию выглядит максимально продуктивным: подбор соответствующих фактов, дискредитация конкретных заявлений действующих лиц, ненавязчивое проведение пропагандистских кампаний и т. д.

4. Информационно-психологическая война рассчитана не только на опровержение традиционных процессов, связанных с привычными для данного общества догмами. Информационно-психологическая война выглядит привлекательной тогда, когда она предлагает обществу в целом и отдельному гражданину в частности новую концепцию поведения, внедряя в сознание идеи, которые выглядят привлекательными.

5. Информационно-психологическая война – это тщательно подготовленная кампания, включающая в себя несколько этапов:

- сообщения, которые могут заинтересовать многих (резонансная информация);
- комментарии авторских лиц;
- подключение массовой аудитории;
- экспертное обсуждение возникшей ситуации.

Информационно-психологическая война – это всегда тщательно разработанный сценарий, сориентированный на конкретный итоговый прогноз поведения массовой аудитории.

6. Успех информационно-психологической войны зависит от множества факторов, среди которых один из самых распространенных – подмена предмета схваток. Анализ реальных политических, экономических, социокультурных проблем подменяется дискуссиями на не самые актуальные темы.

7. Информационно-психологическая война – это всегда противостояние, сориентированное на понимание языка, на котором идет дискуссия.

Информационно-психологическая война – это язык конфронтации. Но этот язык должен быть понятен той аудитории, на которую он рассчитан. Информационно-психологическая война – это всегда поиск новых средств воздействия на аудиторию. Конформизм – следование давно установленным правилам, устаревшим традициям – не самая удачная форма защиты своей точки зрения. Информационно-психологическая война – это не обязательно

схватка, в которой побеждает сильнейший. В информационной войне победа может достаться и тем, кто творчески использует возможности интеллектуальных сражений на страницах газет, книг, журналов, в теле- и радиоэфире и в огромном пространстве Интернета. Стратегия информационно-психологической войны – подавление точки зрения противоположной стороны.

В пятом параграфе рассматривается **«Опыт информационно-психологических войн в современном мире»**. Столкновение геополитических, экономических, идеологических интересов оборачивается выбросом в информационное пространство огромного количества самых разнообразных материалов. Компьютерная революция этот выброс активно стимулирует.

Информационно-психологическая война – это всегда борьба за аудиторию, которой предлагают не самостоятельный выбор вариантов, а определенную точку зрения. Прессе в этой борьбе отведена особая роль: обозначать свою позицию.

Шестой параграф первой главы **«Медиатизация как прием воздействия на аудиторию в ходе информационно-психологической войны»** посвящен роли СМИ в организации влияния на ход событий.

Электронная и печатная пресса в ходе информационно-психологических войн активно участвует в распространении нужной информации. Втянувшись в боевые действия во Вьетнаме, США проиграли войну. Вина за это поражение во многом ложится на массмедиа, которые в значительной степени стали ориентиром при формировании общественного мнения.

Вторая глава **«Особенности информационно-психологической войны во Вьетнаме в 1954–1975 годах»** посвящена анализу событий того времени.

В первом параграфе второй главы рассматривается **«Война во Вьетнаме: от противостояния идей к боевым действиям»**. Любая война включает в себя по крайней мере три фазы.

Фаза первая – информационная подготовка: провозглашение лозунгов, во имя которых начинаются боевые действия: идеологическая обработка населения, которому так или иначе предстоит участвовать в возможных боевых действиях; «предъявление» противника, с которым предстоит боевое столкновение. Фаза вторая – открытые боевые действия: противостоящая сторона из оппонента превращается в противника, во врага, подлежащего либо полному уничтожению, либо военному разгрому. Фаза третья – подведение итогов сражений: либо торжество победителей, либо позорная капитуляция перед лицом более сильного противника. Война США во Вьетнаме, длившаяся девять лет (1964–1974 гг.) подтверждает это наблюдение.

Авторы книги «Преступная война. Агрессия США против Вьетнама» А.И. Полторак и Л.И. Савинский пишут: «Во Вьетнаме американские империалисты пытаются преподать предметный урок «строптивым» народам, доказать, будто времена всемогущества колонизаторов еще не отошли в прошлое»<sup>3</sup>.

Почему Вьетнам выиграл многолетнюю войну? Ответ простой: войну выигрывают не танки, самолеты и артиллерия, а люди<sup>4</sup>.

Уходя из Вьетнама, Франция оставила после себя на юге «наследство» – армию в 150 тысяч человек, 60-тысячный корпус гражданской обороны, 45-тысячный полицейский корпус, а также 100 тысяч человек вооруженной охраны. Французское влияние сменилось влиянием Соединенных Штатов. Поощряемый американцами Юг вступил в вооруженный конфликт с Севером. Военные историки считают, что этот конфликт был одним из самых кровопролитных в XX веке.

---

<sup>3</sup> Полторак А.И., Савинский Л.И. Преступная война. Агрессия США против Вьетнама. – М.: Наука, 1968. – С. 5.

<sup>4</sup> См.: Дезидсон Ф. Б. Война во Вьетнаме / Филип Б. Дэвидсон. – М., 2004. – С. 8.



Советский Союз оказывал вьетнамскому народу большую помощь и в дни войны, и после ее окончания. В феврале 1965 года делегация во главе с А.Н. Косыгиным посетила Демократическую Республику Вьетнам. Во время визита А.Н. Косыгина было подписано соглашение о предоставлении ДРВ разнообразной помощи в том числе и военной. Соединенные Штаты дали понять: Южный Вьетнам – зона наших интересов. Советский Союз ответил адекватно: Северный Вьетнам – зона наших интересов.

Силы выглядели неравными, что давало американцам возможность открыто заявлять о своем праве определять направление внешней политики в регионе. Так, 24 июня 1965 года видный американский журналист Уолтер Липпман в еженедельнике «New-York weekly» писал: «Правильная позиция при ведении внешней политики состоит в том, чтобы мало обращать внимания на мнение иностранцев и быть абсолютно уверенным в правильности нашего собственного суждения»<sup>5</sup>.

Советский Союз никогда не скрывал своих симпатий к вьетнамскому народу и на протяжении многих лет поддерживал Демократическую Республику Вьетнам в различных сферах жизни этого государства – политической, экономической, военной, научной, культурной, образовательной. Понятно, что советские средства массовой информации постоянно информировали советских читателей о том, что происходит в этой стране.

Во втором параграфе второй главы **«Хроника военных действий во Вьетнаме в 1954–1975 годах»** рассматривается история превращения национально-освободительной войны в войну гражданскую.

История возникновения двух государств – ДРВ и РВ – это драматическая история возникновения нового государства – Социалистической Республики Вьетнам. Путь к созданию единого

---

<sup>5</sup> Цит. по: Глазунов Е.П. Война во Вьетнаме. Взгляд сквозь годы / Материалы научно-практ. конф. – М., 2000. – С. 9.

государства был кровопролитным и трудным. К концу 1967 года общая численность войск США и их союзников составила 1,3 млн человек.

Армия Национального фронта освобождения составляла 300 тысяч человек. Оказалась несостоятельной сама стратегия войны, которую вел Юг против Севера. Гражданская война – это не столько столкновение заблуждений, сколько столкновение убеждений.

Антивоенные акции в США, вызванные боевыми действиями во Вьетнаме, сыграют важную роль и повлияют на прекращение войны во Вьетнаме. Гражданская война продолжалась до 1975 года. В апреле 1975 года сайгонский режим прекратил свое существование. Война во Вьетнаме унесла жизни около 58 тысяч американцев.

В третьем параграфе второй главы **«Война во Вьетнаме и общественное мнение»** анализируется роль общественного мнения в конечном прекращении кровопролития во Вьетнаме. Начиная с 1965 года стало ясно, что в американском обществе война во Вьетнаме популярностью не пользуется. По сведению журнала «New-York Weekly», военные действия во Вьетнаме одобряли только 45 % опрошенных. А в январе 1967 года против войны выступали уже 57 % опрошенных.

Общественную организацию «Женщины, боритесь за мир» поддерживали около пятисот тысяч человек. Участники военных организаций объединялись в самые различные группы: «Поворот к миру», «Женщины, боритесь за мир», «Народная коалиция за мир и справедливость», «Комитет ненасильственных действий», «Члены профсоюзов за мир во Вьетнаме», «Студенческий мобилизационный комитет за прекращение войны во Вьетнаме». Студенты организовали новую форму протеста «Тич-ин» («teach-in»)⁶. «Тич-ин» – это и митинг, и горячая

---

<sup>6</sup> McNamara Robert. An Overview of the Vietnam War Protests. ThoughtCo. – 2018. –URL: <http://thoughtco.com/vietnam-war-protests-4163780>. (дата обращения: 12.11.2018).

дискуссия, и многочасовая лекция о внешней политике страны. В мае 1966 года все студенческие «Тич-ин» собрали в Вашингтоне свыше пяти тысяч студентов и профессоров. Организаторы говорили о бесперспективности войны во Вьетнаме.

В 60–70-х годах двадцатого века возник раскол между государством и гражданским обществом. Американское общество в значительной степени утратило доверие к информации, поступающей из Вьетнама. Общественное мнение не совпадало с позицией государства, ведущего войну. Война во Вьетнаме значительной частью общества воспринималась негативно.

В 1979 году в Монреале вышла книга Нгуен Хак Нгу «Последние дни Республики Вьетнам». Исследователь обращает внимание на то, что силы Демократической Республики Вьетнам и Вьетнамской Республики были примерно равными. Однако Вьетконг тактически переиграли Южный Вьетнам: вооруженные силы Южного Вьетнама были разбросаны по всей территории республики, а вьетконговцы создали свои опорные пункты в стратегически важных опорных базах Южного Вьетнама. «Вьетконг, – пишет автор, – сосредотачивал свои силы на одном решающем поле битвы. В этом заключалась стратегическая слабость войск южновьетнамской армии»<sup>7</sup>.

Еще одной причиной поражения Республики Вьетнам журналист считает усиление цензуры (в стране действовал «закон 007», который ограничивал право журналистов на свободу слова). После появления этого закона некоторые газеты были закрыты. Тогда журналисты Южного Вьетнама объединились и создали «Комитет совместных действий», который объединил силы тех литераторов, которые выступили против действия этого закона.

Известный российский социолог Б. Грушин подчеркивает: «Общественное мнение, во-первых, это социальный институт, специфический механизм принятия решений на различных уровнях жизни

---

<sup>7</sup> Nguyễn Khắc Ngữ. Những ngày cuối cùng của Việt Nam Cộng Hòa. – Montréal : Nhóm Nghiên Cứu Sử Địa, 1979. – P. 20.

общества; во-вторых, это суждение, разделяемое более или менее широким кругом людей по поводу различных событий, явлений общественной жизни»<sup>8</sup> Авторы книги «Социология журналистики» подчеркивают: «Общественное мнение – всегда в той или иной степени оценка фактов общественной жизни, в нем выражается то или иное отношение к ним, и в этом смысле общественное мнение всегда неоднородно, дискуссионно, что дает повод вообще усомниться в существовании объективного критерия для определения данного понятия»<sup>9</sup>.

Дискуссионный характер общественного мнения очевиден. За опрошенными всегда стоят живые люди с их неповторимыми переживаниями и оценками происходящего. Человек – существо изначально индивидуально неповторимое. Парадокс роли общественного мнения как раз в этом и заключается: коллективное заблуждение – это тоже факт реальной действительности.

Общественное мнение – это демонстрация самостоятельной позиции тех, кто высказывает свой взгляд на конкретные факты и явления действительности, опираясь прежде всего на собственные представления о реальной жизни. Точка зрения индивида – составная часть общественного мнения.

Четвертый параграф второй главы рассматривает **«Уровни интереса к войне в американском обществе»**. Можно выделить четыре этапа интереса к этой войне:

- Первый этап (1957–1964 гг.) – пятилетняя война;
- Второй этап (1964–1968 гг.) – принципиальное изменение отношения СМИ к тому, что происходит во Вьетнаме;
- Третий этап (1969–1973 гг.) – активное обсуждение прессой возможного возвращение армии США на Родину. Кризис доверия;

---

<sup>8</sup> Грушин Б. Общественное мнение. Опыт словаря живого мышления / Б.Грушин. – М., 1989. – С. 214.

<sup>9</sup> Социология: знание о мире и мировоззрении // Социология журналистики. Очерки методологии и практики. – М., 1998. – С.12.

- Четвертый этап (1973–1975 гг.) – рост антивоенных настроений, извлечение уроков.

В пятом параграфе второй главы рассматривается тема **«Война: проблема лечения общества»**. Начиная с 1965 года стало ясно: в американском обществе война во Вьетнаме популярностью не пользуется. Участники антивоенных организаций объединялись в самые разнообразные группы. В центре внимания был вопрос о прекращении военных действий во Вьетнаме.

Шестой параграф второй главы рассматривает тему **«Пресса Сайгона о боевых действиях в Южном Вьетнаме»**.

В третьей главе **«Война во Вьетнаме, советские и российские источники»** анализируются события войны во Вьетнаме глазами советской и российской прессы.

Первый параграф третьей главы посвящен **«Геополитическим интересам СССР после окончания Второй мировой войны»**. Дается краткая характеристика боевых действий во Вьетнаме, показывается, как национально-освободительное движение становится гражданской войной.

Второй параграф третьей главы **«Военные действия во Вьетнаме в освещении советской прессы»** содержит краткую характеристику событий того времени.

Можно выделить следующие направления этих публикаций:

1. Поддержка политического курса, проводимого руководством Демократической Республики Вьетнам на международной арене.
2. Знакомство советского читателя с экономическими процессами, определяющими при переходе республики к созданию в стране социалистической экономики.
3. Публикации, посвященные историческому прошлому и его современной жизни.
4. Публикация материалов, рассказывающих о разнообразной культурной жизни страны и контактах советских деятелей культуры со

своими вьетнамскими коллегами, включая обмен творческими коллективами двух стран.

5. Публикации зарубежных корреспондентов СМИ о событиях, связанных с борьбой вьетнамского народа за создание объединенного независимого Вьетнама (включая публикации вьетнамских газет и журналов).

6. Спустя годы появились в открытой печати воспоминания советских военных, дипломатов, политиков, публицистов, рассказывающие о том, что происходило во Вьетнаме в 50–90-е годы.

7. Особую группу текстов составляют публикации в жизни современного Вьетнама.

Главное здесь – анализ материалов советских участников боевых действий во Вьетнаме – «Льенсо», как их называли сами вьетнамцы. Особый интерес представляют воспоминания участников войны, потому что при всей их субъективности они создают достоверную картину событий того времени, являясь безусловно документами той эпохи.

Эти воспоминания составляют содержание третьего параграфа третьей главы **«Война во Вьетнаме глазами советских участников событий»**. По подсчетам специалистов, поддержка Вьетнама обходилась Советскому Союзу в два миллиона долларов ежедневно, но главное в этой помощи – роль людей, участвовавших в боевых действиях на стороне ДРВ. Воспоминания советских участников вьетнамской войны – важная часть ее истории.

Четвертый параграф третьей главы рассматривает **«Мемуары – как документ времени?»**

В **«Заключении»** содержатся выводы из работы.

Информационно-психологическое столкновение – это не просто борьба различных точек зрения. Это непрерывное воздействие на огромные массы людей, втянутых в конфликт политических и социокультурных интересов. Это борьба за влияние на сами основы нравственных отношений между людьми.

В мировом информационном пространстве идет ожесточенная схватка за влияние на человеческую личность. Важнейший фактор, определяющий функцию информационных процессов – это формирование, формулирование и выражение общественного мнения. Главная задача информационного коммуникативного процесса – воздействие на аудиторию. Еще одна особенность информационной войны – формирование клипового сознания. Информационно-психологическая война губительна в своей основе еще и потому, что она разрушает человеческую индивидуальность.

У войны во Вьетнаме можно выделить ряд аспектов, которые в конечном счете определили победу одной из сторон. Это геополитические аспекты борьбы за сферы влияния – в значительной степени война шла между «своими» и «чужими». Это идеологические аспекты – противостояние двух систем. Это экономические аспекты – торговля оружием против мирной жизнедеятельности (работа на собственное благо). Это военно-стратегический аспект – победа над агрессором.

Война во Вьетнаме закончилась поражением сайгонского режима и созданием единой Социалистической Республики Вьетнам.

**Содержание диссертации отражено в следующих публикациях (общий объем 2 п. л.):**

**Статьи в ведущих изданиях, включенных в перечень ВАК РФ:**

1. Нгуен Минь Туан. Война во Вьетнаме и общественное мнение / Нгуен Минь Туан // Вестник ВГУ, Серия: Филология. Журналистика – Воронеж : ВГУ, 2017. – № 2 – С.103–105.
2. Нгуен Минь Туан. История войны во Вьетнаме глазами прессы / Нгуен Минь Туан // Вестник ВГУ. Серия Филология. Журналистика – № 3 – Воронеж : ВГУ, 2017. – С.137–140.
3. Нгуен Минь Туан. Война во Вьетнаме: Советская версия событий / Нгуен Минь Туан // Вестник ВГУ, Серия: Филология. Журналистика – Воронеж : ВГУ, 2018. – № 2 – С.119–123.

**Научные статьи, опубликованные в других изданиях:**

4. Нгуен Минь Туан. Медиавойна: цель и методы / Нгуен Минь Туан // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации». – Воронеж : ВГУ, 2016. – С.122–124.
5. Нгуен Минь Туан. Стратегические задачи любого информационного процесса – формирование общественного мнения / Нгуен Минь Туан // Былое и мы – Воронеж : ВГУ, 2017 – С.104–107.
6. Нгуен Минь Туан. Информационное пространство как поле сражений / Нгуен Минь Туан // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации». – Воронеж : ВГУ, 2018. – С. 48–50.
7. Нгуен Минь Туан. Война во Вьетнаме глазами советских участников событий / Нгуен Минь Туан // Коммуникация в современном мире: Материалы Всероссийской научно-практ. конф. «Проблемы массовой коммуникации». – Воронеж : ВГУ, 2018. – С.101–102.
8. Нгуен Минь Туан. Война во Вьетнаме: от противостояния идей к боевым действиям людей / Нгуен Минь Туан // Былое и мы. – Воронеж : ВГУ, 2018. – № 3 – С. 82–93.