

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ И ИХ РОЛЬ В ИНФОРМАЦИОННЫХ КОНФРОНТАЦИЯХ

В.А. Федоров, А.В. Борхсениус

Кафедра государственного и муниципального управления
Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Макля, 10-2, Москва, Россия, 117198

В статье проанализированы новые роли СМИ в современном информационном пространстве, рассмотрены основные приемы и технологии целенаправленного препарирования, смыслового искажения и эмоциональной окраски передаваемой информации. Оценивается значение средств массовой информации как основного орудия ведения информационных войн в современном геополитическом пространстве. Приводятся конкретные примеры и приемы манипулирования информацией.

Ключевые слова: роли СМИ, информационное пространство, когнитивное пространство, интерпретации медийной информации, фальсификация, манипуляции общественным сознанием, информационная война.

Современный мир характеризуется разрушением ряда привычных нам границ. Они стираются между некоторыми странами и регионами под влиянием процессов глобализации, в стремлении к экономической кооперации и для упрощения движения финансовых потоков. Наблюдаются отклонения от общепринятых норм в науке и искусстве, ломаются традиции, веками возвращаемые теми или иными народами. Основные сферы человеческой жизни — политика, экономика, культура, социальная сфера — перемешиваются и подвергаются взаимовлиянию. В конце концов, стирается граница между реальностью и виртуальностью, рациональностью и иррациональностью. Лучшее других институтов к подобным изменениям приспособились СМИ, которые в тоже время активно влияют на эти изменения.

Изначально средства массовой информации появились в жизни людей как средство для коммуникации, призванное упростить и улучшить наш быт. Но, цитируя Ги Дебора, «это новшество обернулось настоящим Троянским конем» [5. С. 10]. Сами по себе средства коммуникации не являются ни добром, ни злом, просто средством. Но стоит понимать, что характеристика зависит от содержания, а содержание от того, в чьих руках средство находится.

Первые СМИ создавались как ценные и не для всех доступные средства для передачи информации, служили медиатором между человеком и реальным событием. В конце XIX в. зародилась «желтая пресса», которая отличалась от серьезных изданий прежде всего доступностью для людей с небольшими доходами, большими тиражами, простотой изложения, оперативностью подачи материалов, ориентацией на сплетни, освещение скандалов, преступлений и т.п. Она, как тогда, так и сейчас, призвана скрасить досуг ее неискушенному потребителю.

Сегодня с их широким распространением увеличилось и количество ролей, осуществляемых ими в социальном и информационно-коммуникативном пространстве.

Однако первой стоит рассмотреть роль СМИ как *массовика-затейника*. Многочисленные развлекательные шоу занимают больше 60% эфира на телевидении. Это глобальная индустрия развлечений, которая позволяет отвлечь обывателя от насущных проблем. Досугово-развлекательный сектор — одна из важнейших составляющих экономик развитых стран, которая включает в себя кино, музыку, литературу, рекламу, журналистику и многое другое. Одновременно с этим развлекательные шоу, многочисленные сериалы, кинофильмы низкого качества активно и незаметно влияют на общественное сознание. Понижая общий уровень культуры, провоцируя агрессию, внедряя идеологию консюмеризма, предлагая мифы и искаженные когнитивные стереотипы, они постепенно меняют общественное сознание. Учитывая, что средства массовой информации и коммуникации находятся в руках небольшого числа гигантских медиа-корпораций, мы должны понимать, что и сознание аудитории они пытаются изменить в соответствии со своими социально-экономическими и политическими интересами и целями.

СМИ также могут выступать в роли *«творца»*. Очень часто в медиа-сфере незначительные события или некоторые стороны события неоправданно раздуваются. Также «создаются» искусственные информационные конструкты. В художественной форме пример одного такого конструкта описан в широко известном пророческом кинофильме «Хвост виляет собакой», когда СМИ в сотрудничестве с политтехнологами «создают» событие — войну с террористической албанской группировкой. Этот фильм предшествовал военной операции НАТО «Союзная сила» (Operation Allied Force), бомбардировкам Союзной Республики Югославия и интервенции вооруженных сил НАТО на ее территорию в 1999 г.

К ярким примерам конструирования события относятся кадры, растиражированные большим количеством телеканалов по всему миру, где 15-летняя девочка, якобы кувейтская беженка, рассказывала, что она видела своими глазами, как иракские солдаты вытащили младенцев-кувейтцев из роддома и положили их на бетонный пол умирать. Девочка казалась убедительной, плакала. Этот рассказ особенно часто повторялся по американскому ТВ перед операцией «Буря в пустыне». Имя девушки не разглашалось под тем предлогом, что ее семья в Кувейте может подвергнуться преследованию со стороны солдат Саддама Хусейна. Ее свидетельства неоднократно упоминались Президентом США Джорджем Бу-

шем-старшим в рамках активной предвоенной пропагандистской кампании. Эти телекадры также повлияли на принятие американским Сенатом решения о вводе войск на Ближний Восток.

Только после интервенции США в Ирак в 1992 г. было доказано, что описанное интервью было подделкой (fake). Беженка оказалась дочерью кувейтского посла в Соединенных Штатах, которая никак не могла быть очевидцем событий в Кувейте. К настоящему времени «Показания Наирь» можно считать классическим примером такого вида фальсификации, как искусственный информационный конструкт.

Для этого и для многих других видов информационных фальсификаций характерно, что их трансляция осуществляется скоординировано, массировано и крайне интенсивно, в то время как их опровержение сильно запаздывает, имеет слабое информационное поле, оставаясь неизвестным большей части аудитории.

К схожему виду фальсификации можно отнести ставшие уже классическими примеры многочисленных информационных подлогов во время грузино-осетинского конфликта в 2008 г. Так, крупный британский телеканал «Sky News» в одном из новостных сюжетов показал видеоряд об обстреле сел Южной Осетии и столицы республики грузинской артиллерией в ночь на 8 августа, кадры сопровождалось сообщением, что «Россия ведет обстрел территории Южной Осетии, входящей в состав Грузии». Подобный подлог совершил и испанский телеканал RTVE, а также данное сообщение повторил еще ряд телеканалов, печатных и онлайн изданий. Повторение информационного подлога позволило придать ему правдоподобность и закрепить эффект его манипулятивного воздействия на общественное мнение.

Стоит отметить, что ни один источник, ни один журналист не понес наказания, откровенная ложь была мельком представлена всего лишь как случайно допущенная ошибка. Массовая аудитория осталась в неведении, данные телеканалы у нее по-прежнему пользуются доверием.

Еще одна роль средств массовой информации, которая выполняется ими ежедневно — это роль *интерпретатора*, который занимается истолкованием событий. Каждое информационное сообщение сопровождается комментариями, а порой и оценкой происходящего. Более того, коммуникатор может преподносить информацию в том или ином эмоциональном ключе, тем самым влияя на эмоциональное состояние получателя сообщения и подталкивая его к определенным умозаключениям и действиям.

Также следует отметить роль СМИ как *непосредственного участника событий*. Имеется ввиду, что различные средства массовой информации, благодаря своим возможностям влиять на общественное сознание и мобилизовать общество, могут влиять и на ход событий, то есть изменять реальность либо препятствовать изменениям. Примером могут служить коррупционные скандалы. Если сообщение о проступке должностного лица попадает в газеты и на телевидение, а потом активно обсуждается, привлекая все большее количество аудитории, связывает поведение конкретного человека с проблемами «наверху», то «верхи» счи-

тают себя обязанными отреагировать и наказать виновного, а возможно и невиновного, если на него указали журналисты.

То есть СМИ, привлекая внимание к проблеме, подталкивают заинтересованные силы к какой-либо реакции на нее. Если внимание не будет обращено, то и проблема может остаться нерешенной. Возникает вопрос: в какой мере медийная информация отражает общественное мнение, а в какой мере она его создает? Является ли все еще общество и общественное мнение главной правящей силой в демократических странах?

Некоторые исследователи (Ж.-Л. Серван-Шрайбер, Т. Мейер, У. Росту, Д. Белл и другие) ставят СМИ в один ряд с законодательной, исполнительной и судебной властью, именуя данный феномен как «четвертую власть». Представляется, что в силу своей всеохватности и постоянно растущих возможностей они способны влиять на формирование круга важнейших социально-экономических вопросов страны и на процесс принятия решений, касающихся этих вопросов. Отсюда вытекает следующая роль средства массовой информации — роль *председателя, формирующего повестку дня традиционных ветвей власти*. Оставим пока в стороне непростой вопрос о том, за какой ветвью власти, в какой сфере и в какой мере остается право принятия окончательного решения, однако заметим, что именно руководители СМИ отбирают события, на которые аудитории следует обращать внимание, кого считать «героем дня», где черное и белое. Стоит обратить внимание на ленты новостей ведущих информационных служб, первые полосы газет и новостные выпуски — именно они определяют также и политическую повестку дня.

Все эти роли даже не двуликого, а многоликого Януса-СМИ делают его эффективным оружием в войнах нового поколения — информационных.

Во времена холодной войны газеты, радио и телевидение осуществляли свое влияние открыто, с помощью пропаганды. Пропагандистская машина в Советском Союзе управлялась непосредственно партией, а на Западе единая стратегия пропаганды против идейного противника разрабатывалась политиками вместе с владельцами крупных СМИ.

Сегодня «цивилизованные демократичные» страны используют возможности современных средств коммуникации для скрытого манипулирования общественным сознанием. Манипуляции — целый комплекс технологий, способов и приемов скрытого управления людьми с целью принудить их действовать или бездействовать часто вопреки собственным интересам. Многие специалисты по изучению манипулятивного управления общественным сознанием в своих работах выделяют главную особенность данного типа воздействия — латентность. Считается, что если раскрываются источники, цель, способ и сам факт манипулирования, то управлять сознанием объекта уже невозможно. Современные медиа, благодаря вышеописанным ролям, являются эффективнейшим средством манипулирования, которому удастся изменять сознание и подменять ценности. Таким образом, СМИ являются орудием в руках противоборствующих сторон информационного фронта.

Средой информационных конфликтов выступает информационное пространство. Оно же предоставляет СМИ широкие возможности манипулирования общественным сознанием.

Рассмотрим структуру информационного пространства. Информационная среда, согласно директору Таврического информационно-аналитического центра, политологу А.В. Бедрицкому, существует в трех измерениях (рис. 1):

- 1) физическое — материальный мир;
- 2) информационное — пространство, где информация создается, обрабатывается и хранится;
- 3) когнитивное — в человеческом сознании [1. С. 87].

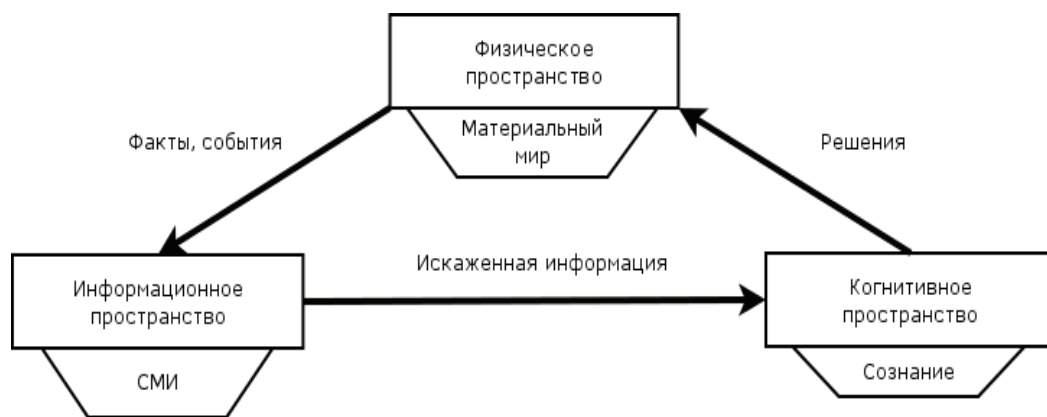


Рис. 1. Измерения информационной среды по А.В. Бедрицкому

Манипулятивное искажение сообщения в информационном пространстве происходит следующим образом. События существуют в физическом измерении. Процесс их искажения и распространения осуществляется в информационном пространстве медиатором. Далее искаженная информация, попадая к реципиенту, начинает трансформировать когнитивное пространство. Человек под влиянием определенных установок и стереотипов начинает действовать (или бездействовать) в физической реальности.

Сообщения из информационного пространства не всегда воздействуют ситуативно. Существует «*эффект накопления*»: ежедневные медиа-сообщения аккумулируются в когнитивном пространстве, изменяя его постепенно и глубоко, на уровне подсознания. Данный феномен способствует изменению социальных и политических ориентаций, изменению ценностей, деформации мировоззрения. «Эффект накопления» возможен при использовании простейшего геббельсовского приема — повторения. Современные СМИ используют повторение гораздо продуктивнее благодаря:

- а) повторению идентичной или подобной информации (порой абсурдной либо ничем не подтвержденной) различными медиа-источниками;
- б) повторению, которое осуществляется «экспертами» и лидерами мнений;
- в) повторению «людьми из народа», «участниками событий».

Искажения информации можно добиться также путем монтажа. Согласно профессору РУДН В.А. Федорову манипулятивной основой монтажа является «возможность соединения и выстраивания имеющей единую сюжетную (смысловую) линию передачи» [14. С. 335]. Примером является интервью телеканалу CBS Президента России Владимира Путина. Согласимся с тем, что интервью для того, чтобы уместить в 20 минут эфира, должно было быть сокращено. Но сравнивая с полной стенограммой, опубликованной на официальном сайте kremlin.ru, можно увидеть, что монтаж носил манипулятивный характер. Были вырезаны высказывания Президента по Минским соглашениям, а также комментарий касательно неправомερных действий США в Ливии и Сирии. Пример из текста: «Мы уже проходили это, я уже упоминал Ливию. Только что, совсем недавно это было. *Соединенные Штаты активно помогали разрушать эти государственные институты* (прим. — обвинение было вырезано). Хорошие они были или плохие — это другое дело. Но они разрушены, после этого Соединенные Штаты понесли тяжелые утраты, в том числе и гибель своего посла. Понимаете, к чему это приводит?» [9]. Таким образом, искажено очень важное сообщение — наше государство обвиняет США в ситуации в Ливии и не скрывает это. Необходимо также упомянуть, что интервью состоялось в преддверии ожидаемого выступления главы РФ в генеральной ассамблее ООН. Исказив при помощи монтажа видение международных вопросов российским Президентом, которое он выразил в полной версии, телеканал заранее подготовил общественное мнение к критическому восприятию речи лидера на ассамблее.

Монтаж часто используется не только для произвольного удаления важных фрагментов сообщения, но он может быть использован для «вклейки» более или менее сюжетно подходящих аудио и/или видеоматериалов, взятых из других сообщений и источников и специально изготовленных фэйков. Например, изображения российских танков, сделанные в 2008 г. в Северной Осетии, изначально появились в социальных сетях как фото, якобы сделанные некими анонимными очевидцами в Донбассе, которые затем были растиражированы многими западными СМИ как наглядное свидетельство вторжения российских войск на Украину.

Жан Бодрийяр отмечал, что необработанное реальное событие сегодня не является материалом медийного обмена. Информация становится «доступной потреблению, только будучи отфильтрованной, расчлененной, переработанной всей индустриальной цепью ее производства» [2. С. 164].

Следует признать, что производство и массовое распространение медийной информации превратилось в одну из ведущих отраслей современной экономики. Содержание, контент сегодня представляют собой товар, который создается коллективом — редакцией. Ими же производится «упаковка» сообщения, которое распространяется по различным каналам, количество которых растет благодаря процессу конвергенции. Благодаря массовому производству товар этот дешевый.

Товар в зависимости от СМИ (производителя) и заказчика (владельца СМИ и объекта лояльности) имеет и свою упаковку, и способ продажи (подачи). Также сам объект лояльности может быть источником и предоставлять информацию

журналистам. Таким образом, искажение может зависеть от того, кому лояльно СМИ или кто является его владельцем. Согласованное действие СМИ при подаче информации «в необходимом ключе» достигается с помощью объединенных редакций и единой схемы управления, основанных на единых технологических и экономических платформах [10].

Целенаправленные искажения информации в СМИ носят скорее шаблонный характер, отображающий лояльность к определенной группе интересов, формирующих мнения аудитории по тому или иному вопросу. Группа тождественных или аналогичных интерпретаций создает стереотипы. Стереотипы — форма, повторяющаяся без изменений в различных ситуациях, не зависящая от контекста. СМИ, как правило, оперируют социальными стереотипами. Достаточно наглядное определение социального стереотипа, на наш взгляд, было дано Уолтером Липманом: «Это упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой „картинки“ мира „в голове“ человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов» [19. С. 422].

Создание стереотипов — по У. Липману — это метод, с помощью которого общество пытается категоризировать людей и события.

Стереотип — это полезный феномен, благодаря которому в обществе достигается взаимопонимание. Когда мы изучаем язык, в процессе воспитания и социализации мы овладеваем стереотипами, характерными для того или иного общества. Стереотипы включают ассоциативное мышление. А. Моль писал о том, что «...логическая мысль лишь фрагментарное участие в убеждении, выступая в виде коротеньких последовательностей, связующих соседние понятия в поле мышления» [12. С. 128]. Манипуляторы в своих целях формируют деформированные или чуждые когнитивные стереотипы. Используя повторение и «эффект накопления», насаждаемые деформированные стереотипы могут коренным образом изменить когнитивное пространство социума.

Попадая из физического пространства в информационное, сообщение проходит ряд фильтров-трансформаторов масс-медиа, после чего в той или иной степени искажается. Эти фильтры и есть та самая «индустриальная цепь производства», о которой мы упоминали выше.

Перечислим эти медиа-фильтры:

- 1) фильтр «источника» — согласно модели Гайбера-Джонсона, информация просто так не попадает в руки журналиста: журналист в обмен на утрату независимости получает возможность работать с важной информацией, должностное лицо контролирует доступ к «информационной кормушке» [6. С. 67];
- 2) персональный — личная оценка журналистом;
- 3) публичный — на истолкование информации влияют вкусы и ожидания публики, ценности, которые господствуют в обществе;
- 4) технологический — форма подачи, стиль, объем информации, степень эмоциональности и другие характеристики.

После того как информация проходит все эти фильтры, мы получаем искаженный «медиа-образ». При частом повторении «медиа-образ» иногда становится

деформированным когнитивным стереотипом. Такие стереотипы решают совершенно определенную задачу — донести информацию потребителю в необходимом ключе, снизив порог недоверия так, чтобы она легко усвоилась в качестве данности и факта.

Далее хотелось бы привести пример из недавних событий. 4 октября 2015 г. в результате американского авиаудара в афганском городе Кундуз был уничтожен госпиталь международной организации «Врачи без границ», в результате чего погибли 22 человека. Это событие. Факт, ненагруженный эмоциями или посторонними смыслами.

Как его преподнесли СМИ и официальные источники?

В Министерстве обороны США заявили, что удар проводился против лиц, представляющих угрозу (*individuals «who were threatening the force»*), а уничтоженный гражданский объект, раненные и убитые мирные граждане — сопутствующий ущерб (*collateral damage*).

Сопутствующий ущерб — некий технический термин. Он не требует понимания того, как много человеческих жизней было унесено, не говоря уже о признании своей вины. К тому же эта фраза, вброшенная в СМИ в первые 48 часов, проглатывается и далее уже не вызывает интереса или споров.

Президент, в свою очередь, назвал это трагическим инцидентом (*«the tragic incident»*). Слово «инцидент» должно подтолкнуть нас к мысли, что это лишь случайность, и виновных здесь нет. В русскоязычных словарях «инцидент» — недоразумение, неприятное происшествие. В англоязычных словарях данный термин обозначает ровно тоже самое — *«something that occurs casually in connection with something else»*.

Авторитетное издание *New York Times*, описывая произошедшее и вплетая слова очевидцев, упрямо избегают каких-либо оценочных суждений в сторону военного командования и оценки операции США в Афганистане. Но есть тонкий момент: *«согласно докладу ООН, США ответственны лишь за 1% жертв среди гражданского населения, тогда как талибы — за 70%»* [22]. Таким образом, журналист А. Дж. Рубин, манипулируя цифрами, скрывая за процентами истинное количество погибших, пытается оправдать действия американских военных с помощью схемы «жертвы во имя спасения» и показать, кто является злом на самом деле.

CBS News выносит в заголовок статьи основной посыл, избегая указания на виновного: «Авиаудар мог послужить причиной „сопутствующего ущерба“ в Афганистане» (*«Strike may have caused Afghan «collateral damage»»*). Далее следуют еще более странные строки: *«остается неясным, кто бомбил больницу»*; *«Организация „Врачи без границ“ утверждает, что „все признаки“* (в кавычки взял редактор, чтобы внести недоверие к словам очевидцев) *указывают на виновность международной военной коалиции* (опять же не США, не НАТО, а расплывчатый термин)» [23].

В данной ситуации надо учитывать, что «Врачи без границ» — это уважаемая международная организация, ее сложно демонизировать или обвинить во лжи.

Ее сотрудники на хорошем английском дают абсолютно ясные комментарии и интервью. В связи с этим американцам пришлось вбрасывать еще более туманные и двусмысленные заявления и оправдываться.

Так, Fox News, The Washington Post и ряд других СМИ продвигают историю о том, что боевики использовали больницу как базу. Приводятся анонимные источники из Министерства обороны: «**инцидент** можно было бы избежать, если бы талибы не использовали гражданских в качестве живого щита». Вместо слова «больница» газеты и журналы уже используется слово «база» (base). Таким образом, официальные источники и журналисты, лояльные администрации, как бы подтверждают нанесение авиаударов, но уже вроде не по гражданскому объекту, а по некой «базе» и, тем самым, оправдывают это «высокой целью» — уничтожение талибов и спасение гражданских.

Крупнейшие европейские СМИ, такие как испанский El Pais [16], французский Le Monde [18], цитируют американского генерала Джона Кэмпбелла и называют авиаудар «ошибкой». Также активно развивается линия, что атака была произведена по просьбе афганских военных, опять же в оправдание действий американцев, хотя сотрудники больницы не подтверждают присутствия террористов на момент бомбардировки в госпитале [4].

И вновь заметим, что некоторые российские средства массовой информации, к сожалению, вторят своим западным коллегам. В них на первый план выходят такие заголовки, как «Губернатор Кундуза: больница „Врачей без границ“ была базой талибов» [8] и «США обстреляли госпиталь в афганском Кундузе „по ошибке“» [13] (Коммерсант.ru), «Губернатор Кундуза: „Врачи без границ“ покрывали талибов» [7] (Vesti.ru). Все указанные публикации почти полностью повторяют журналистов NBC News и Washington Post, публикации больше похожи на перевод, нежели на попытку собственного изложения событий. Большинство же крупных отечественных СМИ обошлись только кратким сообщением.

Мы видим, что первичная информация в течение нескольких дней подвергалась цензуре и искажению. Информация проходила все вышеописанные медиафильтры и при помощи казуистики принимала форму, необходимую для оправдания действий американских военных в глазах общественности.

Рассмотрим еще один пример. Пример противоположный, который относится непосредственно к информационной войне против России. Событие: Российская авиационная группа, размещенная на сирийском аэродроме «Хмеймим», наносит точечные удары по объектам международной террористической организации ИГИЛ.

Информации при ее искажении придаются те или иные смысловые оттенки.

Например, многие СМИ Запада употребляют слово «**бомбардировки**» (bombing), тогда как большинство средств массовой информации внутри нашей страны и официальные источники используют термины «авиаудары» и «боевые вылеты».

Термин «бомбардировки» явно указывает на агрессивный характер действий, и тем самым получатель такой информации вводится в заблуждение и у него создается превратное представление (misconception) о действиях российской авиации.

Далее то, что официальный источник — Министерство обороны — называет «операция в Сирии», большинство иностранных СМИ называют «**интервенцией**» (intervention). Интервенция — это вмешательство одного или нескольких государств во внутренние дела другого государства, нарушающее его суверенитет. Также отметим, что все виды интервенции несовместимы с Уставом ООН и запрещены международным правом. Таким термином журналисты характеризуют операцию, которая была полностью согласована с государственной властью Сирии. Стоит полагать, что дело не в неграмотном использовании термина, а в их подмене — в манипуляционной интерпретации события.

Перейдем к рассмотрению источников. Американское издание «Bloomberg» уже в заголовке привязывает Россию (а конкретнее — его лидера) к информационной кампании Украины: «Путин в Сирии — то же, что и Путин на Украине».

«Он будет неизбежно и безжалостно добиваться того, чтобы его союзники захватили территории (territorial gains) и улучшили тем самым свои переговорные позиции, а его дипломатическая и пропагандистская машина (diplomacy and propaganda machine) будет делать все для того, чтобы создать дымовую завесу вокруг его истинных планов и действий» [15].

Вторая строка первого абзаца изобилует оценочными суждениями и подменой понятий. Законное правительство Сирии названо «союзниками», а наши цели — территориальными захватами. Характеристика действий российского Президента охарактеризована как «неизбирательная и безжалостная», в конце делается вывод о том, что истинные цели скрыты. Также в лучших традициях информационного соперничества времен Холодной войны используется термин «дипломатическая и пропагандистская машина» — это должно оживить в памяти аудитории все стереотипы, навязанные еще при существовании СССР.

Далее заголовок «Foreign Affairs»: «Undeterred in Syria (дословно — «Недопуганные в Сирии»)). Как Запад потерял Крым и Сирию».

В статье решения и действия страны связываются деятельностью Президента плюс делаются ничем не обоснованные негативные выводы по поводу будущего региона: «Ситуация на местах вероятнее всего **продолжит ухудшаться**, а стремление Путина **подорвать интересы Запада** будет расти».

Два отдельно стоящих факта — события на Украине и в Сирии — в СМИ активно привязываются друг другу, чтобы показать, что все это связано с еще одним стереотипом — «**имперскими амбициями**» нашей страны.

*«Однако российская **интервенция** в Сирию вызывает гораздо больше опасений. Она не только превосходит **интервенцию России на Украину** по характеру военных операций, она также, вероятно, заставит страны Персидского залива во главе с Саудовской Аравией в значительной мере увеличить поддержку антиправительственных суннитских повстанческих группировок в Сирии»* [21]. Далее читателя откровенно пугают тем, что это не просто операция, а «**малая мировая война**», которую развязала Российская Федерация.

Еще одним примером искажения информации в целях манипуляции мировым общественным сознанием является редакционная статья британского издания

The Guardian «Взгляд The Guardian на российское вмешательство в Сирии: смешанные мотивы»: *«В то время как серьезное ослабление ИГИЛ представляется маловероятным, российская поддержка с воздуха, которая, как ясно уже сейчас, (кому ясно?) будет направлена против ряда оппозиционных режиму группировок, будет способствовать укреплению режима Асада, по крайней мере в краткосрочной перспективе, а это, за отсутствием других событий, только продлит войну и увеличит страдания гражданского населения»* [20]. Это сообщение, по сути, не является информативным. Оно скорее имеет не допускающий возражений оценочный характер. Тут мы также видим безапелляционный негативный «прогноз», который в силу действия «эффекта Эдипа» действует на сознание и, соответственно, на поведение получателя сообщения.

На государственном уровне Министерством обороны РФ уже признан факт существования информационных атак со стороны западных СМИ в отношении военной операции РФ в Сирии [11]. Также МИД РФ в лице официального представителя М.В. Захаровой отмечает, что одна из целей подобных информационных кампаний состоит в «формировании общественного мнения, чтобы объяснить свои действия и оправдать давление, которое постоянно оказывается на Россию. С другой стороны, особо важные, сенсационные материалы СМИ ложатся, в том числе, в основу докладов международных организаций» [8] (имеется ввиду Секретариат ООН).

В качестве ответа на эту кампанию Министерство обороны и Министерство иностранных дел РФ используют распространение официальной информации, но и она подвергается информационным атакам. Например, после опубликования Министерством обороны сообщения о проведении операции российской авиацией против террористов ИГИЛ в провинции Идлиб в различных СМИ (Reuters, The Daily Telegraph, Al Jazeera и др.) была распространена информация со ссылкой на неких анонимных сирийских гражданских активистов о том, что Россия нанесла авиаудар по мечети в городе Джиср эш-Шугур. Представители Минобороны выступили с опровержением, представив СМИ и общественности аэрофото-снимки мечети. Но соответствие данных снимков реальности было поставлено под сомнение Элиотом Хиггинсом, известным британским блогером и аналитиком-любителем, основателем веб-сайта Bellingcat.com, финансируемого общественной кампанией Kickstarter [17]. Хиггинс на страницах своего сайта заявил, что Министерством обороны РФ были продемонстрированы снимки другой мечети. Этот его вывод сразу был растиражирован крупными западными СМИ и зависимыми от них информационными сетями.

Таким образом, мы видим, что современное медиа-пространство изобилует тенденциозной информацией манипулятивного характера. Аудитории преподносятся уже готовые и разжеванные мнения, прогнозы, оценки, а гражданам остается только молчаливо, пассивно соглашаться с позицией четвертой власти.

К сожалению, современное состояние в сфере предоставления информации, особенно информации политической, требует от нас пристального критического взгляда. Глобализация СМИ и растущие возможности сети Интернет вкупе с со-

вершающимися возможностями в области психологии и психоанализа создают новые все более эффективные возможности манипулирования сознанием и поведением людей.

Рассмотренные нами роли СМИ являются свидетельством части манипулятивных возможностей, которые активно используются в ходе противоборства в информационном пространстве в наши дни. Рамки данной статьи не позволяют описать все известные на данный момент технологии искажения информации, но заметим, что их количество растет с расширением границ и возможностей информационных войн.

В заключение добавим, что основной задачей науки в сфере информационно-противоборства и участия в нем СМИ, на наш взгляд, является оперативное выявление и раскрытие новых форм вмешательства в информационную и когнитивную сферы государства в условиях информационной конфронтации, совершенствование способов информационно-психологической защиты всех слоев населения, отдельных общественно-экономических и государственных структур.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Бедрицкий А.В.* Информационная война: концепции и их реализация в США. М.: РИСИ, 2008.
- [2] *Бодрийяр Ж.* Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр. Е.А. Самарской. М.: Республика; Культурная революция, 1970.
- [3] Брифинг официального представителя МИД России М.В. Захаровой. Москва, 29 октября 2015 года. URL: http://www.mid.ru/web/guest/activity/compatriots/forum/-/asset_publisher/QPhCKwsLtu5Z/content/id/1906177#sel=31:8,31:65.
- [4] Врачи без границ. URL: <http://www.ru.msf.org>.
- [5] *Ги Дебор.* Общество спектакля. М.: Опустошитель, 2011.
- [6] *Грачев М.Н.* Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития: Монография. М.: Прометей, 2004.
- [7] Губернатор Кундуза: «Врачи без границ» покрывали талибов. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2671443&2671443>.
- [8] Губернатор Кундуза: больница «Врачей без границ» была базой талибов. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2825104>.
- [9] Интервью В.В. Путина американскому журналисту Чарли Роузу для телеканалов CBS и PBS. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/50380>.
- [10] *Луканина М.В.* Текст средств массовой информации и конвергенция. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/lukanina-06.htm>.
- [11] Минобороны потребовало от стран НАТО объяснить их заявления по Сирии. URL: <https://news.mail.ru/politics/23773912/?frommail=1>.
- [12] *Моль А.* Социодинамика культуры. М.: ЛКИ, 2008.
- [13] США обстреляли госпиталь в афганском Кундузе «по ошибке» // Коммерсант. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2826269>.
- [14] *Федоров В.А.* Методологические принципы прогнозирования и управления научно-техническими инновациями: Монография. М.: Изд-во РУДН, 2006.
- [15] *Bershidsky L.* Putin in Syria Is Just Like Putin in Ukraine. URL: <http://www.bloombergsview.com/articles/2015-10-01/putin-in-syria-is-just-like-putin-in-ukraine>.
- [16] Estados Unidos asume el "error" de atacar el hospital de Kunduz // El Pais. 06.10.2015. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/10/06/actualidad/1444144029_183363.html.

- [17] *Higgins E.* Bellingcat, for and by Citizen Investigative Journalists. URL: <https://www.kickstarter.com/projects/1278239551/bellingcat>.
- [18] Les Etats-Unis rejettent la responsabilité de la bavure de Kunduz sur les Afghans // *Le Monde*. 05.20.2015. URL: http://www.lemonde.fr/international/article/2015/10/05/les-etats-unis-rejettent-la-responsabilite-de-la-bavure-de-kunduz-sur-les-afghans_4782883_3210.html.
- [19] *Lippman W.* Public Opinion. N.Y., 1922.
- [20] The Guardian View on Russian Intervention in Syria: Mixed Motives // *The Guardian*. 01.10.2015. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/oct/01/the-guardian-view-on-russian-intervention-in-syria-mixed-motives>.
- [21] *Stacey J.A.* Undeterred in Syria // *Foreign Affairs*. 02.10.2015. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/syria/2015-10-02/undeterred-syria>.
- [22] *Rubin A.J.* Airstrike Hits Doctors without Borders Hospital in Afghanistan // *NY Times*. 04.10.2015. URL: http://www.nytimes.com/2015/10/04/world/asia/afghanistan-bombing-hospital-doctors-without-borders-kunduz.html?_r=0.
- [23] U.S.: Strike May Have Caused Afghan “Collateral Damage” // *CBS News*. URL: <http://www.cbsnews.com/news/us-airstrike-afghanistan-doctors-without-borders-hospital-army>.

MEDIA TECHNOLOGIES AND THEIR ROLE IN THE INFORMATION WARFARE

V.A. Fedorov, A.V. Borhsenius

The Department of Public Administration
Peoples' Friendship University of Russia
Miklukho-Maklaya st., 10-2, Moscow, Russia, 117198

The article analyzes the new role of the mass media in the modern information space, the basic techniques and technologies of focused preparation, semantic distortion and emotional coloring of the transmitted information. The value of the mass media is estimated as the main weapon of the information warfare in the modern geopolitical space. Specific examples and techniques for manipulating information.

Key words: the role of mass media, information space, cognitive space, the interpretation of media, falsification, manipulation of public opinion, the information warfare.

REFERENCES

- [1] *Bedrickij A.V.* Informacionnaja vojna: koncepcii i ih realizacija v SShA. M.: RISI, 2008.
- [2] *Bodrijar Zh.* Obshhestvo potreblenija. Ego mify i struktury. Per. s fr. E.A. Samarskoj. M.: Respublika; Kul'turnaja revoljucija, 1970.
- [3] Brifing oficial'nogo predstavitelja MID Rossii M.V. Zaharovoj. Moskva, 29 oktjabrja 2015 goda. URL: http://www.mid.ru/web/guest/activity/compatriots/forum/-/asset_publisher/QPhCKwsLtu5Z/content/id/1906177#sel=31:8,31:65.
- [4] *Vrachi bez granic*. URL: <http://www.ru.msf.org>.
- [5] *Gi Debor*. Obshhestvo spektaklja. M.: Opustoshitel', 2011.
- [6] *Grachev M.N.* Politicheskaja kommunikacija: teoreticheskie koncepcii, modeli, vektory razvitiya: Monografija. M.: Prometej, 2004.

- [7] Gubernator Kunduza: «Vrachi bez granic» pokryvali talibov. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2671443&2671443>.
- [8] Gubernator Kunduza: bol'nica «Vrachej bez granic» byla bazoj talibov. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2825104>.
- [9] Interv'ju V.V. Putina amerikanskomu zhurnalistu Charli Rouzu dlja telekanalov CBS i PBS. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/50380>.
- [10] Lukanina M.V. Tekst sredstv massovoj informacii i konvergencija. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/lukanina-06.htm>.
- [11] Minoborony potrebovalo ot stran NATO ob#jasnit' ih zajavlenija po Sirii. URL: <https://news.mail.ru/politics/23773912/?frommail=1>.
- [12] Mol' A. Sociodinamika kul'tury. M.: LKI, 2008.
- [13] SShA obstreljali hospital' v afganskom Kunduze «po oshibke». *Kommersant*. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2826269>.
- [14] Fedorov V.A. Metodologicheskie principy prognozirovaniya i upravlenija nauchno-tehnicheskimi innovacijami: Monografija. M.: Izd-vo RUDN, 2006.
- [15] Bershidsky L. Putin in Syria Is Just Like Putin in Ukraine. URL: <http://www.bloombergview.com/articles/2015-10-01/putin-in-syria-is-just-like-putin-in-ukraine>.
- [16] Estados Unidos asume el “error” de atacar el hospital de Kunduz. *El Pais*. 06.10.2015. URL: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/10/06/actualidad/1444144029_183363.html.
- [17] Higgins E. Bellingcat, for and by Citizen Investigative Journalists. URL: <https://www.kickstarter.com/projects/1278239551/bellingcat>.
- [18] Les Etats-Unis rejettent la responsabilité de la bavure de Kunduz sur les Afghans. *Le Monde*. 05.20.2015. URL: http://www.lemonde.fr/international/article/2015/10/05/les-etats-unis-rejettent-la-responsabilite-de-la-bavure-de-kunduz-sur-les-afghans_4782883_3210.html.
- [19] Lippman W. Public Opinion. N.Y., 1922.
- [20] The Guardian View on Russian Intervention in Syria: Mixed Motives. *The Guardian*. 01.10.2015. URL: <http://www.theguardian.com/commentisfree/2015/oct/01/the-guardian-view-on-russian-intervention-in-syria-mixed-motives>.
- [21] Stacey J.A. Undeterred in Syria. *Foreign Affairs*. 02.10.2015. URL: <https://www.foreignaffairs.com/articles/syria/2015-10-02/undeterred-syria>.
- [22] Rubin A.J. Airstrike Hits Doctors without Borders Hospital in Afghanistan. *NY Times*. 04.10.2015. URL: http://www.nytimes.com/2015/10/04/world/asia/afghanistan-bombing-hospital-doctors-without-borders-kunduz.html?_r=0.
- [23] U.S.: Strike May Have Caused Afghan “Collateral Damage”. *CBS News*. URL: <http://www.cbsnews.com/news/us-airstrike-afghanistan-doctors-without-borders-hospital-army>.