

Формирование информационной войны в условиях военных действий на Юго-Востоке Украины

Научный руководитель – Артамонова Инесса Михайловна

Ломидзе Карина Михайловна

Сотрудник

Донецкий национальный университет, Филологический факультет, Кафедра журналистики, Донецк, Украина
E-mail: karina.lomidze@mail.ru

Отражение вооруженных конфликтов в СМИ относится к числу сложных социально-политических вопросов, которые привлекают в последние годы, повышенное внимание политиков, историков, социологов, и в целом всей общественности. СМИ стали важнейшим оружием в управлении вооруженными конфликтами. В настоящее время Донецкая и Луганская области Украины находятся в зоне серьезнейшего военного конфликта со времен Великой Отечественной войны 1941-1945гг. На сегодня более 2 млн. человек населения данного региона живет в экстремальных военных условиях. Военный конфликт на Юго-Востоке Украины - это затяжная конфронтация со сложными структурными отношениями. Начавшись в ноябре 2013 года на фоне политического кризиса в стране, внутривнутриполитический конфликт перерос в конфликт военный с ведением полномасштабных военных действий и привел к возникновению войны информационной. Интерпретация данного конфликта в СМИ связана с эмоционально-идеологическими аспектами восприятия ситуации, а также субъективным видением украинской стороны, причин конфликтных действий и военной ситуации в целом. Неоднозначность, а зачастую, и диаметрально противоположность медийной интерпретации происходящих событий на Донбассе, обуславливают исследовательский интерес к проблеме украинского конфликта.

В эру информационных технологий СМИ играют важную роль в освещении текущих военных конфронтаций, они рассматриваются в качестве своеобразного «четвертого государства», которое контролирует боевые действия и представителей военных кругов. Ведение военных действий невозможно без возникновения информационной войны, которая складывается в результате использования манипулятивных технологий и пропагандистских методов. Ее основная цель - влияние на систему ценностей общества, изменения их поведения и способа мышления, лишение способности сопротивляться. Использование статистики, новой терминологии, мнения экспертов, альтернативного сценария, а также изменения повестки дня, являются базовыми составляющими ведения информационной войны [Бирюков 1990: 115].

Ведение современных военных действий предполагает активное применение специальных средств для достижения необходимых и значимых целей, к которым, прежде всего, относятся манипулятивные технологии и политическая пропаганда. Они являются сильным и эффективным средством военно-политического манипулирования, играют главную роль в формировании общественного мнения, способствуют преобразованию взглядов, политического мышления, установок и поведения населения. Использование технологий военно-политической пропаганды и применение манипулятивных методов в значительной мере повышают шансы на успех информационной войны.

С помощью СМИ искусственно формируются массовые негативные установки участников военных действий, массово распространяются предубеждения, следствием чего является усиление ксенофобии и увеличение напряженности в обществе, что отрицательно сказывается на урегулировании конфликта в мирном направлении.

Манипуляции массовым сознанием и военно-политическая пропаганда служат ключевым элементом психологических операций в информационной войне. Пропаганда является открытым распространением фактов и аргументов для формирования общественного мнения. Манипулятивные технологии являются скрытым действием, направленным на реализацию целей манипулятора. Манипулятивное воздействие направлено на эмоционально-психическую структуру человека, осуществляется незаметно и ставит целью установить контроль над сознанием.

Применение манипулятивных технологий является механизмом влияния на массовое сознание, формирования в обществе определенных мнений и взглядов. СМИ стали основным инструментом манипулирования общественным мнением, которое прививает общие ценности, поведенческие модели и нормы. Масс-медиа широко используют потенциал манипулятивных технологий, и такие методы как фрагментация информации, оперативность подачи сообщений, изолирование от альтернативных точек зрения, фабрикация фактов, традиционно являются ведущими в системе манипуляций общественным мнением [Кара-Мурза 2005: 78]. С их применением, СМИ предлагает определенные модели поведения, предоставляя выгодные точки зрения для массового сознания, и таким способом, превращает общество в массу потребителей информации, а аудитория, следовательно, перестает осмысливать сообщения, таким образом способствуя действительности манипуляции.

Военно-политическая пропаганда распространяет и прививает в сознании социума определенные идеи и идеалы, ставя перед собой цель увеличить количество их единомышленников. Основная задача пропаганды - это переубеждение идейных противников. С применением методов эффекта первичной информации, сенсационности, повтора, создания угрозы, избирательной правды и констатации фактов, пропаганда успешно внедряет в массовое сознание необходимые установки и мнения [Аронсон 2002: 36].

В освещении военных конфликтов главной задачей сообщений является переубеждение или разубеждение общества в его мнении о происходящем, формирование мнения, развенчание уверенности и внесения сомнений. В условиях боевых действий функционируют два направления: постоянное давление на СМИ относительно диапазона распространения, характера информации и степени ее эмоциональности, а также процесс оперативного информирования СМИ о событиях. Данные факторы связаны со спецификой эскалации конфронтации, в ходе которой снижается коммуникация между его участниками и увеличивается скорость потока дезинформации, которая поступает посредством СМИ.

Современную военную конфронтацию на Юго-Востоке невозможно отнести к какой-либо группе кризисов и конфликтов, изучаемых в период послевоенных международных отношений. Для характеристики этого военного и идеологического противостояния лучше всего подойдет определение «многослойный» или «многоуровневый», как с точки зрения количества заинтересованных сторон в конфликте, так и с позиции вариативности представленных в его развитии проблем.

Источники и литература

- 1) Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление. СПб., 2002.
- 2) Бирюков Ю.М. Средства массовой информации и формирование общественного мнения о войне и мире. М., 1990.
- 3) Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием. М., 2005.