

Литература

Бодрунова С. 2010. *Современные стратегии британской политической коммуникации*. М.: Товарищество научных изданий КМК, 424 с.

Боярский А., Макаренков М. 2011. Бот-фронт. — *Деньги*, № 14. С. 36-42.

Гончаров В.Э., Елизаров В.П. 2011. Казус Навального: сетевой фандрайзинг как инструмент политической мобилизации. — *ПОЛИТЭКС*. Т. 7, № 4. С. 168-182.

Засурский И.И. 2001. *Реконструкция России. Масс-медиа и политика в 90-е годы*. М., Изд-во МГУ, 288 с.

Кольцова О., Щербак А. 2013. «Live Journal Libra!» Влияние политической блогосферы на политическую мобилизацию в России в 2011–12 гг. — *Центр изучения Интернета и Общество при Российской экономической школе*. Доступ: <http://www.newmediacenter.ru/wp-content/uploads/2013/03/Livejournal-Libra-final-jul2013.pdf> (проверено 13.04.2014).

Пономарева Е. 2013. Железная хватка «мягкой силы». — *Военное обозрение*. Доступ: <http://topwar.ru/25157-zheleznyaya-hvatka-myagkoy-sily.html> (проверено 13.04.2014).

Baldassare M. 2000. *California in the New Millennium: The Changing Social and Political Landscape*. Berkley, CA: University of California Press, 283 p.

Johnson D. 2010. *Campaigning in the Twenty-First Century: A Whole New Ballgame?* N.Y.: Taylor & Francis.

Theocharis Y., Lowe W., van Deth J., Albacete G. 2013. *Using Twitter to Mobilise Protest Action: Transnational Online Mobilisation Patterns and Action Repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados and Aganaktismenoi Movements*. Paper prepared for 41st ECPR Joint Sessions, Johannes Gutenberg Universität, Mainz. URL: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2221824

United Nations E-Government Survey 2012: E-Government for the People. URL: <http://www.un.org/en/development/desa/publications/connecting-governments-to-citizens.html> (проверено 13.04.2014).

АЛЕКСАНДРОВ Александр Вячеславович —

адъюнкт кафедры политологии Военного университета Министерства обороны РФ.

123001, Россия, Москва, ул. Большая Садовая, 14

snowlike@inbox.ru

ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВООРУЖЕННЫХ СИЛ В СОВРЕМЕННЫХ КОНФЛИКТАХ

INFORMATION SUPPORT OF ARMED FORCES IN CONTEMPORARY CONFLICTS

События вокруг Крыма продемонстрировали особую роль информационного обеспечения деятельности Вооруженных сил РФ в «конфликтах малой интенсивности». Объективная необходимость информационного сопровождения деятельности российских войск и наращивания информационно-разъяснительной работы с личным составом и местным населением подтвердились в ходе указанных событий. Это, в свою очередь, стало еще одним свидетельством существенно возросшего значения информационной деятельности в условиях конфликтов как неотъемлемой части современного противоборства. Проводимая российскими средствами массовой информации кампания выявила также ряд проблемных вопросов и недостатков, связанных как с пробелами в деятельности отдельных СМИ, так и с соблюдением основных принципов информационного противоборства. Особого внимания в рамках исследования заслуживает оценка информационного сопровождения российскими средствами массовой информации, в т.ч. военными, деятельности российских Вооруженных сил в Крыму. В работе также проводится анализ эффективности печатных СМИ в России и США в информационно-разъяснительной работе с личным составом

контингентов войск, выдвигаются предложения по ее оптимизации.

Ключевые слова: информационное сопровождение, пропаганда, средства массовой информации, вооруженные силы, Россия, США, Крым

Events around the Crimea had demonstrated special role of the information support of the Russian Armed Forces in «low-intensity conflicts». The objective necessity of information support of the activities of Russian troops and of building up advocacy work with the staff and the local population was confirmed in the course of these events. By turn, it was further evidence of significantly increased importance of information activities in conflict as an integral part of modern warfare. The Russian media campaign has identified a number of problematic issues and weak points related with activities of some media and with basic principles of information warfare. Special interest in this research is paid to evaluation of information support of the activities of Russian Armed Forces in Crimea by Russian media. The analysis of effectiveness of print media, especially military ones, in USA and Russia is carried out; proposals for their optimization are given.

Keywords: information support, propaganda, mass media, armed forces, Russia, USA, Crimea

Высокий профессионализм и оперативность действий российских военнослужащих, сумевших без единого выстрела предотвратить кровопролитие в период подготовки и проведения референдума в Крымской автономии и последующего вхождения Республики Крым и города Севастополя в состав Российской Федерации, не вызывает сомнений ни у российских исследователей, ни у зарубежных аналитиков. Подтверждение тому – высокая оценка действий российских войск военно-политическим руководством страны, а также целый ряд публикаций ведущих американских и европейских СМИ, в которых военные аналитики признают успешность действий российских военных в Крыму.

Так, в статье *Russia Displays a New Military Prowess in Ukraine's East*, опубликованной в *New York Times* («Россия демонстрирует новую воинскую доблесть на востоке Украины»), американские военные эксперты говорят об умелом использовании российскими войсками тактики XXI в. [Gordon 2014]. По оценке адмирала в отставке, бывшего командующего силами НАТО в Европе Джеймса Ставридиса, российская армия в Крыму показала, что она научилась умело комбинировать приемы кибервойны, активную информационную кампанию и применение хорошо обученных войск специального назначения. «Это значительный сдвиг в том, как российские войска подошли к проблеме, – цитирует *NYT* Дж. Ставридиса. – Они изящно разыграли свою карту».

Полученные результаты и опыт, а также специфические особенности проведения этой операции еще пред-

стоит осмыслить по мере обобщения поступающей информации. На данном этапе представляется возможным рассмотреть наиболее очевидный ее аспект – информационную составляющую противоборства, которая, как уже отмечалось, в современных условиях играет важнейшую роль в достижении поставленных целей невоенными средствами. Особое внимание в рамках исследования уделено оценке информационного сопровождения российскими средствами массовой информации деятельности российских вооруженных сил в Крыму. Кроме того, в предлагаемой работе проведен анализ эффективности информационно-разъяснительной работы СМИ в этот период, и предложены варианты ее оптимизации.

Следует отметить, что российские СМИ продемонстрировали оперативность и компетентность в освещении недавних событий в Республике Крым и роли в них российских вооруженных сил. Об этом свидетельствуют данные масштабного опроса, проведенного ВЦИОМом и фондом «Общественное мнение» за 2 недели до намеченной даты проведения референдума. Согласно данным исследования, в котором были задействованы 48 590 респондентов из 83 субъектов РФ, подавляющее большинство россиян отмечали, что наша страна должна защищать интересы крымчан, и выступали за вхождение Крыма в состав Российской Федерации¹. 94% респондентов выразили уверенность, что Россия должна защищать интересы русских и представителей других наци-

¹ Крым и Россия: порознь или вместе? 2014. – Еженедельный опрос «Омнибус ВЦИОМ». Пресс-выпуск № 2539.

ональностей, проживающих в Крыму, даже если это повлечет за собой осложнение отношений с другими государствами. 83% опрошенных считают, что в случае необходимости нашей стране следует встать на защиту граждан, проживающих на территории республики. С утверждением, что Крым — это Россия, согласны 86% россиян. Наши сограждане также одобрили присоединение автономной республики к России в качестве субъекта федерации. За вхождение полуострова в состав РФ высказались 91% опрошенных¹.

Из этого следует вывод, что активизация российским военно-политическим руководством коммуникативных связей с обществом в период активного развития событий на полуострове в апреле—мае 2014 г. позволила получить широкую поддержку со стороны граждан РФ и населения Республики Крым. Положительным эффектом от информационно-разъяснительной работы стало повышение доверия к Вооруженным силам РФ и рост их престижа в обществе.

Отметим также, что в последние годы во многом пересмотрено сложившееся в прежнее время отношение к потокам международной информации. При этом следует учесть, что против РФ и военно-политического руководства страны в период кризиса на Украине была развернута откровенно антироссийская пропагандистская кампания по созданию негативного образа «государства-агрессора». Использование различных ограничительных мер в отношении зарубежных СМИ, распространяющих подобную информацию, соответствует общемировой практике и представляется вполне оправданным.

Одновременно происходит планомерное усиление позиций России в международном информационном пространстве посредством четкой ориентации ряда российских СМИ на иностранную аудиторию. В частности, телеканал *Russia Today*, имея глобальный охват потенциальной аудитории (644 млн чел. в 100 странах мира), в освещении кризисных событий в Крыму и на Украине составлял серьезную конкуренцию ведущим англоязычным медиахолдингам,

таким как *CNN* и *BBC*. Созданное в декабре прошлого года посредством объединения РИА «Новости» и радиостанции «Голос России» международное информационное агентство «Россия Сегодня», ориентированное на иностранную аудиторию, конкурировало в достоверности и качестве передаваемых сообщений с мировыми информагентствами, такими как *Reuter* и *Agence France-Presse*.

Наряду с вышеизложенным, проводимая российскими СМИ в отношении Крыма информационная кампания выявила и целый ряд проблемных вопросов и недостатков, связанных как с деятельностью отдельных СМИ, так и соблюдением основных принципов информационного противоборства. Отсутствие подготовительного периода в информационном отношении (а это говорит о том, что операция по присоединению Крыма к России не была заранее спланирована) не позволило заранее воздействовать на сознание российских граждан и местного населения, а также формировать определенное мнение международного сообщества по ключевому вопросу возвращения Крыма в состав Российской Федерации. Насыщенность и скоротечность событий сделали невозможным формирование четкой информационной стратегии, что на первом этапе повлекло за собой частичную несогласованность и обрывочность сведений в освещении событий.

Не менее существенной проблемой в информационном обеспечении, с которой непосредственно столкнулось Министерство обороны РФ, стала необходимость оперативного наращивания информационно-разъяснительной работы с личным составом воинского контингента Черноморского флота, находившегося на тот момент на территории Республики Крым в соответствии с международными соглашениями. В период активных событий на полуострове, с апреля по май 2014 г., информационное сопровождение обеспечивалось всеми доступными ресурсами медиахолдинга «Звезда» в составе телеканала, радиостанции и газеты «Красная звезда». В организационном плане информационное сопровождение деятельности Вооруженных сил РФ обеспечивало Управление пресс-службы и информации Минобороны

¹ Там же.

России, которое занималось ежедневным распространением информационных сообщений, подготовкой пресс-конференций и организацией работы журналистов в регионе.

Однако отсутствие военных корреспондентов в составе российского контингента, а также отдельного корреспондентского пункта не позволили оперативно освещать происходящее в Крыму непосредственно с места событий. Исправить сложившуюся ситуацию сегодня призвано «Положение о внештатных военных корреспондентах в Вооруженных силах РФ», утвержденное 29 апреля 2014 г., наделяющее военнослужащих, получивших редакционное задание, полномочиями и правовым статусом профессионального журналиста. В воинских частях и на кораблях в целях улучшения информирования общественности о деятельности Вооруженных сил РФ создается сеть внештатных корреспондентов¹.

Вместе с тем редакции бригадных, окружных и флотских газет в условиях ограниченного финансирования и отсутствия достаточного материального и кадрового потенциалов оказались не в состоянии в полной мере удовлетворить потребности в информационном обеспечении личного состава российского воинского контингента. Центральный печатный орган Министерства обороны РФ газета «Красная звезда», в свою очередь, не имела возможности обеспечить дополнительное распространение газеты при явно недостаточном в такой ситуации ежедневном тираже издания в 56 100 экз. Во многом это было обусловлено отсутствием типографских возможностей при необходимости распространения увеличенного тиража газеты в особый период, каковым, по сути, являлись события в Крыму.

Несмотря на то, что информационно-пропагандистская деятельность традиционно отмечается в числе приоритетных направлений в работе с личным составом Вооруженных сил РФ, зачастую задачи ее сводятся к воспитательным, образовательным и культурным мероприятиям и программам. Сюда относят информирование военнослу-

жащих в рамках общественно-государственной подготовки, просмотр новостных программ и посещение библиотек. Особое внимание также уделяется совершенствованию духовно-нравственного и патриотического воспитания военнослужащих. В этот функционал, в частности, входит соблюдение воинских ритуалов, проведение военно-патриотических акций и культурных мероприятий.

До настоящего времени в рамках учений с участием Вооруженных сил РФ информационное сопровождение действий войск как отдельный вид деятельности ограничивалось работой прикрепленных к подразделениям войсковых священников, офицеров по работе с личным составом, а также радиоэлектронной борьбой в рамках технического сопровождения действий войсковых группировок. На сегодняшний день отсутствуют необходимые рекомендации и дополнительные ресурсы для органов информационного обеспечения Министерства обороны РФ в особый (угрожаемый) период. Сложившаяся ситуация вскрывает системный недостаток в информационном обеспечении ВС РФ и воинских контингентов, выполняющих задачи за пределами территории Российской Федерации как в мирное время, так и в особый (угрожаемый) период.

Вместе с тем следует отметить, что информационное обеспечение в армиях ведущих иностранных государств понимается как особый вид информационно-разъяснительной деятельности с использованием современных информационно-коммуникационных технологий. Особый интерес в этой связи вызывает опыт вооруженных сил США, уделяющих информационно-разъяснительной работе пристальное внимание. В рамках министерства обороны США издаются многочисленные журналы, газеты, брошюры, плакаты. Тираж некоторых из них достигает 100 тыс. экз. Печатная продукция распространяется как в войсках, так и среди гражданского населения Соединенных Штатов и тех стран, где дислоцируются соединения и части американских войск. Служба радио- и телевизионного вещания ВС имеет более 200 радио- и около 100 телевизионных станций. Использование

¹ Петрачков С. 2014. Дозорные переднего края. – *Красная звезда*, № 83(26543), 15 мая. С. 1.

трех спутников связи позволяет вести круглосуточные передачи, ориентированные на военную аудиторию как в самой стране, так и за рубежом [Жуков 2000: 2-7].

В армии США большое внимание уделяется работе и с гражданскими средствами массовой информации. Без интенсивной пропагандистской обработки СМИ не начинается ни одна серьезная операция американских войск. За 3 месяца до начала боевых действий в Ираке Пентагон провел так называемый курс начальной военной подготовки для журналистов, которым предстояло работать в зоне проведения военной операции против Ирака [Шигов 2006: 16]. На период боевых действий в составе объединенных командований ВС США в зонах ответственности предусматривается развертывание оперативных центров по связям с общественностью. На этот орган, наряду с разработкой мероприятий по информационным операциям, возлагаются задачи по обеспечению информацией представителей СМИ, подготовке и отправке теле- и радиоматериалов и репортажей с мест событий; оказанию помощи командирам объединений, соединений и частей в подготовке к выступлениям на брифингах и в СМИ и организации работы журналистов в местах боевых действий.

Учитывая опыт ведущих армий иностранных государств, представляется целесообразным обратить внимание на стремительно растущее значение информационно-разъяснительной работы с целью информирования и поддержания на высоком уровне морально-психологического состояния личного состава. Объединение имеющихся в структуре Министерства обороны РФ информационных ресурсов на базе медиахолдинга «Звезда» представляется весьма своевременным. В то же время следует отметить необходимость регламентации холдингом своих функций на период мирного и

военного времени. Кроме того, требуется обеспечить взаимосвязь и координацию деятельности всех информационных структур Минобороны России путем выстраивания общей стратегии информационной политики и регулярное согласование методов ее практической реализации.

В отношении печатных изданий представляется важным сохранить существующую трехуровневую систему печатных СМИ Вооруженных сил РФ: бригадные издания – газеты военных округов (флотов) – центральный орган Министерства обороны газета «Красная звезда», усилив при этом их кадровый и ресурсный потенциалы. Учитывая, что на сегодняшний день руководство государства уделяет первостепенное внимание гражданско-патриотическому воспитанию молодежи и подрастающему поколению, возникает острая потребность в иллюстрированном развлекательном издании, рассчитанном на данную читательскую аудиторию, что позволит не только повысить лояльность молодежи к армейской тематике, но и целенаправленно готовить подрастающее поколение к военной службе.

Таким образом, комплексный, всесторонний подход в этой сфере деятельности обеспечит максимальный охват целевой аудитории в интересах поддержания высокого морально-боевого состояния всех категорий военнослужащих и улучшения имиджа российской армии в гражданском обществе. В свою очередь, наличие стратегического планирования в организации работы как информационных структур Министерства обороны РФ, так и средств массовой информации позволит выстраивать согласованную информационную политику. А, учитывая российский опыт и лучшие зарубежные практики, активизация информационного сопровождения деятельности Вооруженных сил РФ будет способствовать успешной реализации государственной политики в области обороны и безопасности.

Литература

Жуков В. 2000. Информационное обеспечение военных операций в ВС США и ОВС НАТО. – *Зарубежное военное обозрение*, № 4. С. 2-7.

Шигов М. 2006. Роль Пентагона в системе внешнеполитической пропаганды США. – *Зарубежное военное обозрение*, № 4. С. 14-18.

Gordon M. 2014. Russia Displays a New Military Prowess in Ukraine's East. – *New York Times*, April, 22.