

*ГЕРЧИК Юрий Владимирович – аспирант факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125167, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; yuragerchik1997@gmail.com)*

*ДАНИЛОВА Елена Александровна – доктор политических наук, профессор департамента политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Финансового университета при Правительстве РФ (125167, Россия, г. Москва, Ленинградский пр-кт, 49/2; EADanilova@fa.ru)*

## ФОРМИРОВАНИЕ ОБРАЗА РФ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

**Аннотация.** В статье исследуется образ Российской Федерации в политическом аспекте на базе национальных и зарубежных СМИ; выявляется содержательная основа информационной войны с различных точек зрения и подходов. Авторы исследуют основополагающие признаки информационной войны, которые задействованы при анализе конфликтов политического характера, а именно уничтожение информационной системы оппонента, формирование доминирующей личной информационной среды. В статье проводится комплексный анализ образа Российской Федерации со стороны национальных и зарубежных СМИ в условиях информационной войны, анализируются основополагающие понятия данного исследования. Авторы рассматривают ключевые условия, в которых происходит формирование и становление образа Российской Федерации, а именно состояние информационной войны, выявляют различные подходы к пониманию ее содержательной основы.

**Ключевые слова:** СМИ, информационная война, имидж, образ, общественное мнение, позиционирование, влияние, манипулирование

В современном мире СМИ играют основополагающую роль в жизни населения – формируют его осведомленность, являются одним из ключевых инструментов для передачи информации. На них лежит огромная ответственность. СМИ отвечают за формирование мировоззрения своей аудитории. В политических конфликтах СМИ играют особую роль в информационных атаках. Стороны конфликтов используют СМИ для дестабилизации и нанесения ущерба репутации других государств. Существует легендарная фраза, которая была сказана одним из представителей Ротшильдов: «Кто владеет информацией, тот владеет всем миром». Действительно, в XXI в. информационных технологий средства массовой информации являются глобальным инструментарием в политике. СМИ буквально формируют политические взгляды, мировоззрение каждого человека, тем самым подчиняя общественное мнение.

К СМИ относят печать, радио, телевидение, кино, а в последние несколько десятилетий – еще и Интернет. В нем размещают множество газет, радио- и телевизионных каналов, предоставляющих, таким образом, фактически неограниченный доступ аудитории. Население может в любой момент обратиться к любому СМИ для того, чтобы узнать последние новости. Больше не нужно идти в киоск за газетой или ждать выпуска новостей для того, чтобы узнать, что происходит в мире или родном регионе. Достаточно просто взять свой телефон, нажать пару клавиш и в любой удобный момент прочитать, просмотреть или прослушать интересующую информацию. Удобство состоит в том, что можно получать информацию в дороге или во время перерыва – в любое удобное время. В современных реалиях средства массовой информации реализуют две основополагающие задачи: СМИ выступают не только проводниками мировых событий, но и также напрямую влияют на формирование мнения

общества [Николайчук 2021: 162]. Общественное мнение формируется посредством передачи информации, оказывая тем самым влияние на личностное восприятие получателя.

Национальные и зарубежные СМИ играют фундаментальную роль в становлении образа Российской Федерации, транслируя текущие мировые события, которые выражают оценку действующей российской власти, а также отношение граждан к стране.

Говоря о СМИ, необходимо определить, что значит само понятие «массовая информация». Массовая информация предназначена для большой и разнообразной аудитории. Она отличается быстротой и регулярностью распространения. Хотелось бы подчеркнуть, что транслируемая информация должна отвечать общественным интересам и развивать общество. Распространение массовой информации стало неотъемлемой частью жизни населения. После того как СМИ заняли нишу в Интернете, люди перестали передавать последние новости друг другу «из уст в уста», таким образом, возможно, искажая реальность и добавляя свое субъективное мнение. Теперь новостями почти не делятся в устной форме, их больше «пересылают» и «комментируют».

Нами выявлены различные подходы к пониманию концепта «информационная война» и его содержательной основы. Данный термин в научной литературе может трактоваться по-разному, имея смежную смысловую нагрузку: *information war* – информационная война; информационное противоборство.

Ключевым инструментарием, который входит в содержательную основу информационной войны, выступает информация. Именно посредством целевого распространения информации достигаются заданные ориентиры в данной войне. Информационная война представляет собой военное противоборство или действия, предпринимаемые для нанесения ущерба информационным системам, ресурсам и акторам с целью получения информационного превосходства.

В классическом понимании война представляет собой вооруженное столкновение людей, представляющих разные страны. Однако прогресс информационно-коммуникационных технологий привел к появлению нового способа ведения войны – информационной войны, которая не требует применения физической силы. В современном обществе широкое распространение получила массовая компьютеризация и внедрение новых технологий во все сферы жизни. Однако с ростом информационных технологий возрастает и уязвимость информационного пространства, что порождает новые угрозы безопасности.

Концепция информационной войны имеет важное значение для понимания давления на страны без применения физической силы. Информационная война стала важной глобальной практикой и может быть как самостоятельной силой, так и важной технологией, поддерживающей реальные конфликты, от эффективности которой зависит позиционирование сторон конфликта и ослабление противника. «Успех страны на мировой арене теперь зависит не столько от применения “жесткой силы” [hard power], сколько от умения сочетать “мягкую силу” [soft power] и “жесткую силу”, превращая их взаимодействие в “умную силу” [smart power]» [Василенко 2013: 25].

Информационная война представляет собой перечень мер по информационной защите, а также действий, направленных на информационное доминирование над противостоящей стороной [Комов 1996: 18]. Л.Г. Иванова считает, что информационную войну также необходимо исследовать с точки зрения

геополитики, так как содержательная основа информационной войны включает в себя в первую очередь информационную защиту своих геополитических объектов.

Информационные войны ведутся как на макро-, так и на микроуровнях социально-общественной организации. В первом случае они охватывают все информационные потоки и их содержание, а также борьбу за средства массовой информации, источники информации, в конечном итоге — за овладение всем информационным пространством противника. Во втором случае понимание сути информационной войны предусматривает ее ведение в таких информационных каналах взаимодействия, как «индивид — индивид», «индивид — средства массовой информации», «средства массовой информации — индивид».

Исходя из изложенного выше, информационная война представляет собой перечень определенных мер, которые направлены на уничтожение информационной системы оппонента, а также на формирование доминирующей личной информационной среды, в которой можно осуществлять геополитические операции в целях максимального надзора над информационным пространством.

Технологии, каналы и направления деятельности информационной войны приведены на рис. 1.

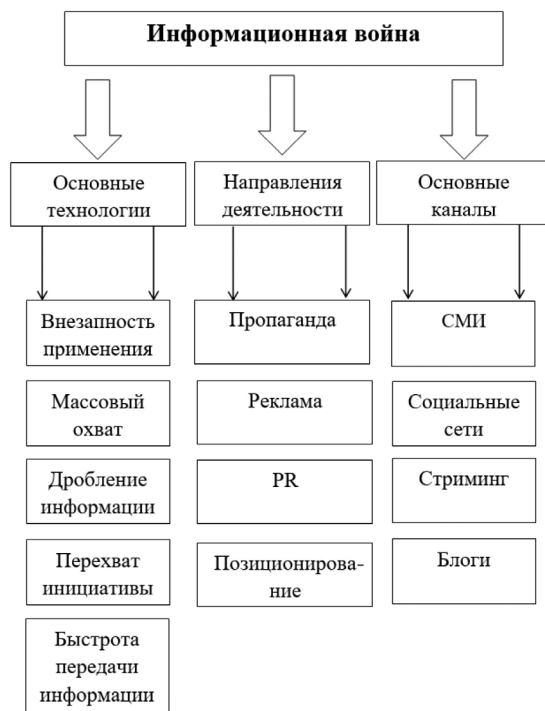


Рисунок 1. Технологии и каналы информационной войны (составлено авторами)

Рассмотрим следующий аспект, который выражается в политическом образе страны, формирующемся под воздействием национальных и зарубежных СМИ. Образ страны напрямую зависит от деятельности средств массовой

информации. СМИ транслируют политические события, которые происходят как на мировой арене, так и на определенной территории. СМИ могут как в положительном, так и в негативном аспекте формировать имидж страны, соответственно, любое государство стремится использовать все возможности средств массовой информации в свою пользу.

В нашем исследовании мы считаем необходимым акцентировать внимание на политическом имидже Российской Федерации в современных реалиях XXI в. В первую очередь следует отметить, как средства массовой информации оказывают воздействие на политические конфликты. Главная цель медиавоздействия заключается в получении политических предпочтений путем создания негативного образа противника.

Против Российской Федерации в течение нескольких десятилетий ведутся информационные атаки. В современном обществе цифровая модернизация способствует развитию нового информационного оружия, которое западные страны используют против России. Одной из основных целей этих информационных войн со стороны зарубежных СМИ является формирование негативного образа России и российского общества. Исследования В.Д. Соловья в работе «Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиаманипулирования» подтверждают, что зарубежные новостные источники характеризуют политический образ России с позиций яркой русофобии. Русофобия лежит в основе технологий информационных войн со стороны Запада и выражает враждебное отношение к России и русскому народу. Наиболее популярный образ России символизирует диаметрально противоположное Западу и его ценностям. Образ президента РФ Владимира Владимировича Путина напрямую связан с образом Российской Федерации как авторитарной страны.

Технологии информационных войн современного мира основаны на манипулировании сознанием общества путем распространения достоверной или ложной информации. Среди платформ социальных медиа на сегодняшний день можно назвать запрещенные в России *Facebook*, *YouTube*, *Twitter* и др., которые активно используются западными оппонентами в информационной войне. Однако ограничение деятельности ряда СМИ, ожидаемая блокировка социальных сетей, насильственный переход аудитории в социальные сети, подконтрольные государству, могут увеличить уровень недовольства граждан, особенно молодого поколения, и потенциально закрепить успех противника [Данилова, Зиновьева 2022: 68].

Историческим примером информационного конфликта может служить ситуация, сложившаяся в августе 2008 г. в ходе грузино-осетинского военного конфликта. В ответ на это известные СМИ, включая *CNN* и *BBC*, провели активную информационную борьбу. Так, новостной канал *CNN* вещал 13 августа 2008 г. о разрушенной столице Южной Осетии Цхинвале после нападения грузинских сил на город Гори. Ведущие *CNN* связались с российским вице-премьером Сергеем Ивановым, который утверждал, что российская армия не наносила ударов по мирным жителям и гражданским объектам в Гори, а ее действия были ответом на грузинскую агрессию, организованную режимом Саакашвили [Хугаев 2022: 454]. В том же репортаже *CNN* была показана съемка из Абхазии с подписью «Грузия, Гори». *CNN* представила эти кадры, снятые другой российской телекомпанией, как свои. На этой видеозаписи можно было увидеть 106-й российский миротворческий пост в Верхнем Кодоре, фрагменты разрушенной абхазской школы, которая уже долгие годы является базой размещения миротворцев. Это здание школы было разрушено в начале 1990-х гг.

грузинскими военными, и с тех пор ни одно приемлемое помещение для размещения миротворцев не было найдено. Судя по всему, СМИ использовали кадры из Абхазии в попытке дискредитировать российскую армию и донести до аудитории информацию о ее действиях в Грузии. Представляя разрушенную школу в Абхазии как захваченную грузинскую, они старались подорвать статус Российской Федерации.

Другим показательным примером информационной войны, основанной на формировании негативного впечатления, является информационная кампания о ходе специальной военной операции на территории Украины с 24 февраля 2022 г. Стоит отметить основополагающую роль иностранных средств массовой информации, которую они сыграли в развитии вышеуказанных событий. Образ России в зарубежных СМИ был негативно окрашен в связи с военными действиями на Украине. Усилилась антироссийская пропаганда, накал информационного противоборства приблизился к историческому максимуму. С точки зрения Запада Россия позиционируется не только как агрессор и угроза безопасности Украины, но и главный дестабилизатор политической системы мира [Данилова, Зиновьева 2022: 70]. Ответная коммуникационная стратегия России не выглядит убедительной.

В целом, слабыми местами российской информационной PR-кампании являются отсутствие нацеленности на качественное расширение аудитории, недостаточная работа на упреждение, реагирование постфактум, слабая работа с молодежной аудиторией и с иностранной общественностью. Интернет и социальные медиа до сих пор не так глубоко и эффективно освоены российскими политтехнологами, как традиционные каналы коммуникации, прежде всего телевидение [Данилова, Заболотная 2023: 61]. В пример можно привести телепрограмму «АнтиФейк» на Первом канале: попытка борьбы с фейковыми инфовбросами имеется, однако излишни традиционный формат не является эффективным инструментом в отношении молодежной аудитории. Требуется системная работа, новые предложения и ответы на глобальный инфовызов.

Таким образом, следует заключить, что в XXI в., веке информационных технологий поражение репутации стран в информационном поле проводить стало намного проще, т.к. СМИ перманентно развиваются и совершенствуются, применяя в ходе информационной войны все новые технологии и инструменты воздействия. Каждое государство стремится создать информационную защиту своего пространства и вводит меры, которые сохраняли бы информационное доминирование над оппонентами. Национальные и западные СМИ играют фундаментальную роль в формировании политического имиджа Российской Федерации. Информационная война, в свою очередь, выступает мощным и основополагающим инструментом, который реализуется государством с целью разрушения политического образования, имиджа других стран. Политический образ Российской Федерации, который формируют западные СМИ, в современных реалиях имеет четкую негативную трактовку, что требует зеркальных действий для отражения информационных атак, в т.ч. на внутреннем поле, для преодоления угроз внутренней дестабилизации.

#### **Список литературы**

Василенко И.А. 2013. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта. — *Власть*. № 7. С. 24-28.

Данилова Е. А., Заболотная Е.Д. 2023. Технологии политического PR в

информационной войне РФ и Запада в рамках военно-политического конфликта на Украине: новые вызовы и новые возможности для России. — *Власть*. Т. 31. № 2. С. 56-63.

Данилова Е.А., Зиновьева А.А. 2022. Формирование стратегии политического позиционирования современной России: внутривластный и международный аспекты. — *Власть*. Т. 30. № 4. С. 67-74.

Комов С.А. 1996. Информационная борьба в современной войне: вопросы теории. — *Военная мысль*. № 3. С. 18-23.

Николайчук И.А. 2021. Роль СМИ в современных информационных войнах. — *Проблемы национальной стратегии*. № 4(67). С. 162-180.

Хугаев В.А. 2022. Роль средств массовой информации в информационной войне. — *Молодой ученый*. № 20(415). С. 453-456.

*GERCHIK Yury Vladimirovich, postgraduate student at the Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; yuragerchik1997@gmail.com)*

*DANILOVA Elena Aleksandrovna, Dr.Sci. (Pol.Sci.), Professor of the Department of Political Science, Faculty of Social Sciences and Mass Communications, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, Moscow, Russia, 125993; EADanilova@fa.ru)*

## THE ROLE OF NATIONAL AND FOREIGN MEDIA IN SHAPING THE IMAGE OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE INFORMATION WAR

**Abstract.** *The article examines the image of the Russian Federation in the political aspect on the base of national and foreign media and reveals aspects of information warfare from various points of view and approaches; analyzes the political image of the Russian Federation in foreign sources that influence the perception of the country in general. The authors investigate the fundamental signs and definitions that are involved in the analysis of conflicts of a political nature and carry out a comprehensive analysis of the image of the Russian Federation on the part of national and foreign media in the context of the information. The paper analyzes the fundamental concepts of the research and investigates the key conditions under which the formation of the image of the Russian Federation take place, namely in conditions of an information war. In the process of scientific research, the authors identify various approaches to understanding the content basis of information warfare.*

**Keywords:** *media, information warfare, image, public opinion, positioning, influence, manipulation*