

УДК 32.019.5

Кинаш Ю.С.

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова
119192, г. Москва, Ломоносовский проспект, д. 27/4,
Российская Федерация*

РОЛЬ СМИ И «НОВЫХ МЕДИА» В СОВРЕМЕННЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТАХ

Аннотация. В статье анализируется роль СМИ и «новых медиа» в политических конфликтах, представлен авторский взгляд на данную проблему. Автор подчёркивает, что влияние СМИ и «новых медиа» на течение современных конфликтов чрезвычайно велико: любой политический конфликт, независимо от его масштаба и состава участников, оказывается вписан в конкретный информационный контекст; борьбу участников конфликта за власть всегда сопровождает информационная война, ведение которой невозможно без посреднических и передаточных функций СМИ. В статье делается вывод, что в современных конфликтах СМИ и «новые медиа» выступают одновременно как специальный субъект, как инструмент и как канал конфликтного взаимодействия.

Ключевые слова: СМИ, «новые медиа», Web 2.0, политический конфликт, политический процесс, манипуляции, информационные войны.

J. Kinash

*Lomonosov Moscow State University
27/4, Lomonosovsky prospekt, Moscow 119192, Russian Federation*

THE ROLE OF MEDIA AND “NEW MEDIA” IN THE CONTEMPORARY POLITICAL CONFLICTS

Abstract. The paper analyzes the role of the media and “new media” in political conflicts, and presents the author’s view of the problem. The author emphasizes that the influence of the media and “new media” on the conflicts is significant: any political conflict, regardless of its scale and composition of participants, is inscribed in a specific information context. The struggle of the parties of the conflict for power is always accompanied by an information war with huge involvement of mass-media. The article concludes that in contemporary conflicts the mass media and “new media” perform different roles. They are simultaneously a special subject, an instrument and a channel for conflict interaction.

Key words: media, “new media”, Web 2.0, political conflict, political process, manipulation, information wars.

В современных политических конфликтах всё большую роль приобретают средства массовой информации и коммуникации. В политической науке к средствам массовой информации (СМИ) принято относить все средства распространения информации, которые доносят её до широкого круга потребителей. К традиционным средствам массовой информации относятся: печать, радио, телевидение и Интернет. Стремительное развитие интернет-технологий изменило систему и скорость распространения информации в современном мире, сделав «новые медиа» (электронные СМИ, блоги, новостные интернет-агрегаторы, социальные сети, мессенджеры и др.) важными акторами системы массовой коммуникации наравне с традиционными СМИ.

Социальные медиа – это сервисы, в основе которых лежит концепция Web 2.0, позволяющая пользователям создавать контент и обмениваться им с учётом их социальных связей [6, с. 16]. Суть концепции Web 2.0 заключается в возможности наполнения контента самими пользователями Интернета, где они выступают не только потребителями информации в Сети, но и активными её производителями. На данном принципе основана функциональность таких социальных медиа, как Facebook, Twitter, YouTube и многих других.

Тим О’Рейли – исследователь, который ввёл понятие Web 2.0 [8], выделил следующие основные особенности этой платформы:

- право пользователей на внесение изменений в контент;
- доверие к пользователям;
- значение отношения, а не технологий;
- качество сервиса тем лучше, чем больше людей использует программы;
- поведение пользователя не предопределено.

Использование социальными медиа платформы Web 2.0, предопределяет особенности данных источников информации: средства производства контента находятся в руках самих пользователей; временной промежуток между появлением информации и её размещением сводится к минимуму – выставить пост в своём аккаунте на Facebook можно за несколько секунд. Именно поэтому «новые медиа» как самый мобильный информационный ресурс стали играть важную роль в конфликтных взаимодействиях разных уровней.

В современном обществе политические конфликты разворачиваются в динамично меняющемся глобальном информационном пространстве, и именно за счёт включения в конфликт глобальных медиаресурсов внутренние конфликты зачастую перерастают в международные. Роль СМИ и «новых медиа» в этом контексте очень важна: от качества и содержания

их сообщений зависит, заметит ли общество возникновение противоречий, о наличии которых сигнализирует конфликт, или будет эти противоречия игнорировать, позволив им укорениться, стать глубокими и превратиться в постоянно действующий фактор инициирования новых конфликтов, кризисов и расколов. Нередко именно СМИ и «новые медиа» способствуют осознанию обществом в более короткие сроки не только самого факта наличия противоречий, но и их сущности и содержания, а также степени потенциальной угрозы общественным интересам, стабильности и безопасности.

В рамках конфликтов информационные возможности СМИ и «новых медиа» используются всеми участниками [1; 2]. Конфликтующие стороны используют каналы СМИ и «новых медиа» для того, чтобы обмениваться нотами в условиях острой фазы конфликта (когда другие каналы взаимодействия отсутствуют или сознательно разорваны конфликтующими сторонами), доносят друг до друга свои позиции по наиболее спорным вопросам, «прощупывают» возможные ответные реакции соперников методом вброса провоцирующей информации или т. н. «пробных шаров». При этом роль «новых медиа» в урегулировании современных конфликтов постепенно возрастает.

Влиятельные политические акторы, имеющие собственные СМИ или ресурсы для их подкупа, используют СМИ и «новые медиа» для информационно-психологического воздействия на соперников, для агитации и пропаганды, идеологического давления, для дезинформации и формирования общественного мнения. При этом СМИ и «новые медиа» в современных конфликтах выступают одновременно и как специальный субъект, и как инструмент конфликтного взаимодействия.

Кроме того, результаты деятельности, или продукты СМИ и «новых медиа», и реакции людей на них, выражающиеся в политически мотивированных действиях, формируют особое медиа-пространство, в котором участники политических конфликтов вступают в борьбу за власть в особой форме – информационных войн и психологических операций. Таким образом, СМИ и «новые медиа» являются также и элементом среды, в которой разворачиваются сегодня политические конфликты. Возрастающее влияние СМИ и «новых медиа» на процесс эволюции, урегулирования и разрешения политических конфликтов отражает возникновение такого понятия, как «медиакратия», которое придаёт СМИ статус политического субъекта, способного устанавливать собственный политический порядок и правила поведения.

Такое многообразие ролей СМИ и «новых медиа» в конфликтах не случайно. Современные политические конфликты носят гибридный характер,

в них столкновение сторон по вопросам власти и политического управления одновременно разворачивается в различных сферах: традиционной политической, военной (если конфликт приобретает характер вооружённого столкновения, малой или большой войны), информационной, экономической, духовно-ценностной.

Во всех этих сферах СМИ и «новые медиа» как главный агрегатор, потребитель и производитель информации, оперативных новостей и аналитики играет ключевую роль: их информационные сети, обеспечивающие мгновенное доведение информации до конечного потребителя и охватывающие обширные аудитории на национальном, региональном и глобальном уровнях, являются для наций-государств (основных участников наиболее опасных международных конфликтов) идеальными (и уже готовыми) каналами для доведения управляющего воздействия до сознания как широких масс населения, так и конкретных целевых аудиторий. Эти же каналы применяются как средства доставки информационного оружия, используемого в информационных войнах [7, с. 21, 22].

Цель медиавоздействий на конфликт состоит в том, чтобы завоевать расположение мирового сообщества и одновременно негативно представить противника. В условиях, когда открытые боевые действия осуждаются, именно такое медиавоздействие наиболее эффективно, поэтому СМИ и «новые медиа» превращаются в площадку, где сталкиваются информационные стратегии государств, и зачастую определяют победу в конфликте. Поскольку позиция массмедиа становится определяющей в столкновении государств, СМИ из канала распространения информации или инструмента эскалации конфликта превращаются в субъект политики.

В условиях политической нестабильности именно СМИ и «новые медиа» формируют «романтический» образ цветных революций, а затем легитимируют хунты, пришедшие к власти в результате этих переворотов. Осуществляя вбросы непроверенной или сфабрикованной информации в критические моменты состояния общества, медиа могут сами провоцировать конфликты или служить катализатором для резкой и лавинообразной их эскалации. Крупные западные медиахолдинги активно участвуют в формировании негативных образов «стран-изгоев», провоцируя новые международные конфликты и столкновения [5].

Благодаря способности современных СМИ и «новых медиа» виртуализировать объективную реальность, превращать хронику реальных событий в набор клипов, многие кровопролитные вооружённые конфликты (например, вторая иракская война 2003 г.) превращаются для массового зрителя в захватывающее зрелище. Современные конфликтологи отмечают, что современный вооружённый конфликт развивается в жанре репор-

тажа. И, по законам этого жанра, для того чтобы генерируемые им новости форматом максимально близко соответствовали формату пиар-материала, необходимого для реализации технологий информационно-психологического воздействия [4].

СМИ и «новые медиа» сегодня успешно выступают в роли инструмента трансформации объективной реальности в сознании участников конфликта и третьей стороны (включая международное сообщество). Они, по сути, конструируют образ конфликта и управляют поведением сторон, вовлечённых в конфликтное взаимодействие, путём воздействия на их восприятие происходящего.

Таким образом, в современном мире СМИ и «новые медиа» являются ключевым элементом и фактором информационных войн, без которых сегодня не обходится ни один политический конфликт. Информационные атаки, которыми обмениваются участники конфликтного взаимодействия, достигают своих мишеней не напрямую, а посредством медиа. Технологии информационных войн основаны на манипулятивном управлении сознанием и подсознанием граждан с помощью истинной или ложной информации, рефлексивно побуждающем объект атаки к ответным действиям. Высокая эффективность информационных войн делает их неотъемлемой компонентой наиболее опасной формы современных международных конфликтов – гибридных войн, ведущихся сегодня в Сирии и на Украине.

Сегодня технологии информационных войн активно и весьма охотно применяют не только страны Запада (прежде всего США, где термин «информационная война» официально закреплён в армейском боевом уставе, в параграфе «Психологические операции»), но и международные террористические организации и группировки, такие как запрещённые в РФ «Исламское государство» и «Аль-Кайда» [3, с. 15–18].

Подводя итог, можно сказать, что влияние СМИ и «новых медиа» в рамках современных конфликтов очень велико: любой политический конфликт, независимо от его масштаба и состава участников, следует рассматривать в информационном контексте. Борьбу участников противостояния за власть всегда сопровождает информационная война, ведение которой невозможно без посреднических и передаточных функций СМИ, а также без изготавливаемого и транслируемого ими контента. Возможности медиа могут использоваться участниками конфликта для оказания информационного давления на соперника, манипулирования общественным сознанием, формирования позитивного или негативного образа конфликта с помощью информационных кампаний.

ЛИТЕРАТУРА

1. Василенко И.А. Роль связей с общественностью на политических переговорах // *Дипломатическая служба*. 2015. № 2. С. 28–36.
2. Василенко И.А., Василенко Е.В. Связи с общественностью в органах власти. М.: Кнорус, 2016. 288 с.
3. Гибридные войны в хаотизирующемся мире XXI века / под ред. П.А. Цыганкова, А.Ю. Шутова. М.: Издательство Московского университета, 2015. 384 с.
4. Манойло А.В. Информационно-психологическая война: факторы, определяющие формат современного вооруженного конфликта [Электронный ресурс] // *Пси-Фактор*: [сайт]. URL: <http://psyfactor.org/lib/psywar35.htm> (дата обращения: 24.04.2017).
5. Манойло А.В. Что объединяет коррупцию, вирус Эбола и «дело Литвиненко» [Электронный ресурс] // *Известия*: [сайт]. URL: <http://izvestia.ru/news/608100> (дата обращения: 24.03.2017).
6. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации / под ред. Л. Данченко. СПб.: Питер, 2013. 247 с.
7. Почепцов Г.Г. Информационные войны. М.: Алгоритм, 2015. 256 с.
8. O'Reilly T. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software [Электронный ресурс] // O'Reilly: [сайт]. URL: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> (дата обращения: 05.05.2017).

REFERENES

1. Vasilenko I.A. [The role of public relations in political negotiations]. In: *Diplomaticheskaya sluzhba* [Diplomatic service], 2015, no. 2, pp. 28–36.
2. Vasilenko I.A., Vasilenko E.V. *Svyazi s obshchestvennost'yu v organakh vlasti* [Public relations in the government bodies]. Moscow, Knorus Publ., 2016. 288 p.
3. Tsygankov P.A., Shutov A.Y. eds. *Gibridnye voyny v khaotiziruyushchemsya mire XXI veka* [Hybrid war in the randomizing world of the XXI century]. Moscow, Publishing house of Moscow University Publ., 2015. 384 p.
4. Manoilo A.V. [Information-psychological war: factors, determining format of the modern armed conflict]. In: *Psi-Faktor* [Psi Factor]. Available at: <http://psyfactor.org/lib/psywar35.htm> (accessed: 24.04.2017).
5. Manoilo A.V. [What unites the corruption, the Ebola virus and “the Litvinenko case”]. In: *Izvestiya* [Izvestiya]. Available at: <http://izvestia.ru/news/608100> (accessed: 24.03.2017).
6. Danchenok L. eds. *Marketing v sotsial'nykh media. Internet-marketingovye kommunikatsii* [The social media marketing. Internet marketing communications]. St. Petersburg, Piter Publ., 2013. 247 p.
7. Pocheptsov G.G. *Informatsionnye voyny* [The information war]. Moscow, Algoritm Publ., 2015. 256 p.
8. O'Reilly T. What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. In: *O'Reilly*. Available at: <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html?page=1> (accessed: 05.05.2017).



ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ / INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Кинаш Юлия Сергеевна – соискатель кафедры российской политики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова; e-mail: jkyl2015@yandex.ru

Kinash Julia S. – postgraduate student at the Department of Russian Politics, Lomonosov Moscow State University; e-mail: jkyl2015@yandex.ru



ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / THE CORRECT REFERENCE TO ARTICLE

Кинаш Ю.С. Роль СМИ и «новых медиа» в современных политических конфликтах // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2017. № 4. URL: www.evestnik-mgou.ru

Kinash J.S. The role of media and “new media” in the contemporary political conflicts. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2017, no. 4. Available at: www.evestnik-mgou.ru