РАЗДЕЛ XV. ПОЛИТОЛОГИЯ

Волков И.Я.

Место и роль зарубежных средств массовой информации в проведении информационных кампаний против России в условиях современного информационного противоборства*Военный университет Министерства обороны Российской Федерации
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-01-2021-82

idsp: ljjournal-01-2021-82

Аннотация

В статье рассматривается деятельность средств массовой информации при проведении информационных кампаний в условиях современного информационного противоборства, которое представляет собой подсистему системы более высокого уровня – геополитического противоборства, а также даются рекомендации по совершенствованию системы обеспечения информационной безопасности Российской Федерации.

Ключевые слова: средства массовой информации, информационные кампании, информационное противоборство, информационная безопасность.

Abstract

The article deals with the activities of the mass media in conducting information campaigns in the context of a modern information confrontation, which is a subsystem of a higher-level system – geopolitical confrontation, and recommendations for improving the information security system of the Russian Federation.

Keywords: mass media, information campaigns, information confrontation, information security.

Кардинальные изменения современного миропорядка, произошедшие в последние годы, обострение информационного противоборства между субъектами мировой политики, перспективы виртуализации геополитического пространства привели к необходимости совершенствования системы информационной безопасности государства. Не прекращаются попытки зарубежных стран создать с использованием своих информационных ресурсов негативный образ России в глазах мирового сообщества и тем самым нанести ущерб Российской Федерации, воспрепятствовать ее поступательному развитию, понизить ее роль в решении мировых проблем [2].

Информационное противоборство – это форма борьбы сторон, представляющая собой использование специальных (политических, экономических, дипломатических, военных и иных) методов, способов и средств для воздействия на информационную среду противостоящей стороны и защиты собственной в интересах достижения поставленных целей. [3, с.99]. Современное информационное противоборство представляет собой систему элементов, связей и отношений между ними, выступающую в роли подсистемы категории более высокого уровня – геополитического противоборства. Следовательно, ее изучение предполагает использование специфической методологии, а именно, применение методологического инструментария теории геополитики, которая во многих случаях может выступать в качестве метатеории. В данном случае в полной мере подтверждается философский

постулат о том, что сама теория, будучи примененной к поиску знаний, преобразованию действительности, начинает выполнять функции метода.

Характер складывающегося на определенный момент информационного противоборства напрямую влияет на состояние информационной безопасности государства. Это объясняется тем, что успехи либо неудачи в проведении информационного противоборства создают ту или иную конфигурацию угроз в информационном пространстве, а от этого зависит способность государства обеспечивать реализацию национальных интересов – удовлетворение насущных потребностей граждан не только в информационной сфере, но и в целом создание условий для поступательного развития личности, общества и государства.

Особая роль в информационном противоборстве отводится средствам массовой информации. В силу своих атрибутивных свойств и возможностей влиять на массовое сознание СМИ представляют собой эффективный инструмент информационного воздействия на войска и население геополитического конкурента в мирное и военное время. Помимо выполнения своих основных функций, СМИ активно используются отдельными субъектами в интересах достижения преимущества в информационном противоборстве.

В процессе информационного противоборства средства массовой информации применяют широкий спектр методов, способов и приемов манипуляции информацией. Выбор конкретного приема зависит от особенностей сложившейся геополитической обстановки и характера поставленных им задач. Так, особую роль в информационно-психологическом воздействии на население России играют зарубежные СМИ как государственные, так и частные, как электронные, так и печатные. Эта роль особенно рельефно проявляется при проведении информационных кампаний. *Информационная кампания является комплексной системой мер воздействия на определенные группы населения (так называемые целевые группы) с помощью различных средств и каналов массового и индивидуального информирования и обучения с целью побуждения к принятию новых, полезных для них самих и для общества, моделей поведения в определенной сфере жизни.* [1, с.11]. Информационные кампании различаются:

1. По цели – стратегические и тактические.
2. По временной протяженности – длительные и кратковременные.
3. По интенсивности – массированные и дискретные.
4. По распространенности – глобальные, региональные и локальные.

Специалистами международного информационного агентства «Россия сегодня» проведено исследование на предмет тональности 81,5 тысячи материалов о России за первое полугодие 2019 г. в 70 СМИ Великобритании, Германии, Италии, Канады, США, Франции и Японии. Лидерами по количеству материалов о нашей стране оказались британские медиаресурсы (24925 статей и новостных сюжетов, из них 39% – критические, 60% – нейтральные и только 1% – позитивные), меньше всего публикаций о России в Канаде (3536). В США из 12,5 тысяч материалов – 90,8% негативной направленности, 9% – нейтральной, позитивной – лишь 0,2%; в Германии из 15 тысяч сообщений более половины носят отрицательную окраску и 48,5% – безоценочную; в Японии из 11 тысяч публикаций негативной и нейтральной – примерно поровну и 1% позитива; во Франции – 8300 материалов, из которых 70% нейтральной и 26% критической тональности; в Италии – 6200 сообщений, из которых 63% – нейтрального характера, 24% – негативного и целых 13% – положительного; меньше всего публикаций о России в Канаде – всего 3,5 тысячи материалов, из них 58% негативных и 41% нейтральных, т. е. в семи ведущих державах в первом полугодии 2019 г. – 50 % публикаций о нашей стране критической направленности, 48 % – нейтральной и лишь 2 % – позитивной [4].

Таблица 1.

Распределение материалов по тональностям (по странам)

Таким образом, особая, в ряде случаев исключительная роль в информационных кампаниях против России принадлежит СМИ. Они являются не только каналом информационного воздействия на целевую аудиторию, но и активно используются как средство дезинформации и пропаганды, как инструмент манипулирования массовым сознанием и модерации поведением людей.

Данный тезис подтверждается событиями последних месяцев. Так, пандемия коронавируса ударила по экономике всех стран мира, но при этом уже разворачивается информационная кампания, в которой отдельные страны будут пытаться «назначить» виновных. Мир впервые в истории столкнулся с таким явлением, как «информационная эпидемия», или «инфодемия», когда СМИ, распространяя драматические новости, провоцируют еще большую панику. Тем самым в информационном пространстве появляются дополнительные угрозы национальной безопасности государств. Эпидемия коронавируса превратилась в информационный повод, который некоторые геополитические субъекты пытаются использовать в своих интересах. Если разобраться в ситуации чуть глубже, то все становится еще грустнее, ибо выясняется, что использование эпидемии в качестве информационного оружия – уже не только элемент внешней, но и элемент внутренней политической борьбы в ряде западных стран.

Таким образом, существует необходимость сформулировать ряд практических рекомендаций, направленных на совершенствование системы информационного обеспечения деятельности органов государственного и военного управления Российской Федерации:

во-первых, система информационного обеспечения в России должна носить всеобъемлющий и внутренне непротиворечивый характер. Информация, поступающая из различных источников, требует грамотного обобщения и фильтрации на предмет ее ценности и достоверности. Для этого необходимо иметь особый информационно-аналитический орган (возможно при Совете Безопасности), который бы мог эффективно выполнять эти функции;

во-вторых, у населения России в целом и его отдельных категорий необходимо сформировать «иммунитет» к враждебному информационному воздействию со стороны иных геополитических субъектов и отдельных отечественных СМИ, сознательно или неосознанно участвующих во враждебных информационных кампаниях против России. Для этого нужно постоянно вести разъяснительную работу с использованием имеющихся информационных ресурсов среди граждан Российской Федерации;

в-третьих, условия и характер современного информационного противоборства требуют активизировать информационно-психологическое воздействие на зарубежную аудиторию. Работающие на этом направлении российские СМИ успешно справляются с поставленными задачами – телеканал RT и новостное агентство «Спутник» имеют широкую зарубежную аудиторию и по праву воспринимаются как авторитетные, заслуживающие доверия источники. Однако их усилий недостаточно. Нужны дополнительные информационные ресурсы на иностранных языках. Наиболее экономичным решением данной проблемы видится в создании соответствующих информационных порталов в сети Интернет.

1. Высоцкая И. Специфика информационной кампании в условиях гибридной войны. – Mauritius: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2018. – С.11.
2. Лемэр Л.Г. Информационная война против России. Часть 1. Конструирование образа врага» / Л.Г. Лемэр, А.Н. Курицын, К.О. Семеновых, Э.Э. Меликов – М.: Первое экономическое издательство, 2020.
3. Панарин И.Н. Информационная война и коммуникации. – М.: Горячая линия – Телеком, 2021.
4. Россия в материалах иностранных СМИ. Первое полугодие 2019. МИА «Россия сегодня» [Электронный ресурс] – М.: 2019. – Режим доступа: https://россиясегодня.рф/i/files/Rossiya_Segodnya_research.pdf. – Дата обращения: 22.11.2020.

Имомалиев А.А.

Особенности развития идеологии пантюркизма в 21 веке

*Российский Государственный Гуманитарный Университет
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/lj-01-2021-83

idsp: ljjournal-01-2021-83

Аннотация

Научная статья посвящена роли Турции и идеологии пантюркизма в 21 веке. В работе анализируются общие принципы внешнеполитических действий Турции процессы трансформации её внешнеполитической системы. Дана характеристика особенностям современной внешней политики Турецкой Республики. Выявлен комплекс факторов, влияющих на текущую внешнюю политику Турции. Рассмотрены основные внешнеполитические концепции современной внешней политики Турции – «Неоосманизм» и «Пантюркизм».

Ключевые слова: Внешняя политика Турции, Внешнеполитический курс, Аспекты внешнеполитической стратегии, «Неоосманизм», «Пантюркизм»

Key words: Foreign policy of Turkey, Foreign policy course, Aspects of foreign policy strategy, "Neo-Ottomanism", "Pan-Turkism"

Роль идеологии в жизни современного общества является спорным вопросом, который обсуждается уже не одно десятилетие. Безусловно идеологии являются одним из главных способов воздействия на общество. Присущие любой личности ценности, которые основаны на той или иной идее, определяют её поведение в разных ситуациях,