

## ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ТА РОЛЬ МАС-МЕДІА В МІЖНАРОДНИХ КОНФЛІКТАХ

*Розглянуто проблему впливу мас-медіа на перебіг міжнародних конфліктів, значення журналістських матеріалів, які висвітлюють протистояння, їх вплив на аудиторію.*

**Ключові слова:** мас-медіа, конфлікт, інформаційна війна.

*Рассмотрена проблема влияния СМИ на ход международных конфликтов, значение журналистских материалов, освещающих противостояния, их влияние на аудиторию.*

**Ключевые слова:** масс-медиа, конфликт, информационная война

*The problem of media influence on the course of international conflicts, the importance of journalistic materials covering conflict, their impact on the audience are discovered.*

**Key words:** media, conflict, information warfare

Під час активного розвитку конфлікту та після його завершення важливу роль відіграють мас-медіа, які формують думку аудиторії про саме явище та його наслідки. Розвиткові конфлікту багато в чому сприяють саме засоби масової інформації, які, маніпулюючи думками аудиторії та пропагуючи певні ідеали, зумовлюють виникнення реакції своєї аудиторії, яка в подальшому й впливає на перебіг конфліктної ситуації. Саме тому вивчення ролі ЗМІ під час конфліктів набуває дедалі більшої актуальності.

Мета статті — проаналізувати можливості впливу мас-медіа на перебіг конфліктів.

Головним полем діяльності сучасних ЗМІ є конфлікти. Саме на суперечках, проблемах чи будь-яких негараздах базується більшість новин мас-медіа. Засоби масової інформації, висвітлюючи проблему, мають можливість не просто передати факт, а й вплинути на його сприйняття аудиторією, сформуванню конкретну думку про подію чи явище, зумовити виникнення позитивних чи негативних емоцій.

«Кожен журналіст при всій претензії на об'єктивність, діє в певному полі влади та заангажованості (політичної, етнічної або реакційно-бюрократичної). Головним же критерієм оцінки роботи журналістів під час висвітлення подібних конфліктів є критерій достовірності та повноти наданої інформації. Роль, яку ЗМІ відіграють у врегулюванні конфлікту, залежить від того, наскільки журналісти вільні у своїй професійній діяльності й наскільки відкритий для них доступ до важливої для громадськості інформації» [1].

На думку С. Некляєва, особливо активно прихильність засобів масової інформації до яких-небудь течій, партій, лідерів, фінансових груп виявляється під час екстремальних подій і збройних конфліктів. «Починається масована атака на громадську думку, застосовуються складні механізми впливу — від простих контраргументів до

багаторівневого спростування, яке будується на аналізі фактів і статистики, оцінці подій через думки особистостей, авторитетних експертів. ЗМІ використовують агентів впливу й контрвплив, проводять роботу з блокування та нейтралізації інформації, що проходить по альтернативних каналах з метою лобіювання інтересів групи, до якої належать або якій співчувають» [2].

Мас-медіа мають можливість, послаблювати чи, навпаки, посилювати певні емоції та відчуття. Г. Ібраєва вважає, що професійне управління поданням новин у ЗМІ в прямому ефірі може призвести до оселі людей війну з обмеженим, стерильним сприйняттям убивства і страждання. «Найважливіше те, що технології зв'язку й електронної зброї дозволяють завдавати противнику нищівних ударів за надзвичайно короткий час. Війна в Перській затоці була генеральною репетицією нового типу війни, а її 100-годинна розв'язка, в процесі якої союзники перемогли велику й добре озброєну іракську армію, стала демонстрацією рішучості нових військових держав, під час вирішення важливого питання (в цьому разі — постачання Заходу нафти)» [3].

На початку 1990-х на позначення можливості впливу на суспільство через певний спосіб подання новин та інформації з метою формування потрібної думки почав використовуватися термін «Інформаційна війна». Поняття визначалося таким чином: «Використання й управління інформацією з метою набуття конкурентоспроможної переваги над супротивником під час конфлікту». Термін використало Міністерство оборони США, згодом набув більшого поширення та ширшого значення.

Уперше це поняття закріплено в директиві Міністерства оборони США DOD S 3600.1 (від 21 грудня 1992 р.), де воно вживалося у вузькому значенні і розглядалося як різновид радіоелектронної боротьби. Згодом, у звіті американської корпорації «Ренд» MR-661-OSD «Strategic Information Warfare. A new face of War» (1996 р.) уперше виник термін «стратегічна інформаційна війна (інформаційне протиборство)», який позначав війну з використанням державного глобального інформаційного простору й інфраструктури для проведення стратегічних військових операцій і зміцнення впливу на власний інформаційний ресурс» [4].

Саме поняття «інформаційна війна» існувало й використовувалося вже достатньо давно. Вплинути на перебіг конфлікту за допомогою інформації та медіа намагалися ще за часів Першої світової війни.

Д. Волкогонов зазначає, що під час Першої світової війни при штабах армій створювалися відповідні відділи й підрозділи, які організували «війну слів» — агітацію супротивника.

Найактивнішою у війні слів була Англія, яка використовувала для цього друковані листівки. Понад мільйон таких папірців розкидали

з повітряних куль над місцем розташування супротивника. Англійський уряд створив спеціальні органи, що забезпечували друковані видання інших країн британськими версіями про перебіг війни. Було розпочато видання журналу «Війна в ілюстраціях», інформаційних бюлетенів, знімалися військові фільми про ситуацію на фронтах.

«Відповідно до розпорядження французького командування, поширювалися листівки серед населення й військ противника. За час дії служби пропаганди французької армії в Першій світовій війні на німецькі міста й позиції військ було скинуто близько 30 млн примірників листівок, газет і брошур. Наприкінці війни Антанта зробила перші кроки для координації своїх пропагандистських зусиль: створено спеціальний штаб, метою діяльності якого була деморалізація ворожих військ. Росія в цій пропагандистській війні брала участь меншою мірою, оскільки не мала достатнього технічного забезпечення. Проте психологічна війна, яку вели країни Антанти, відіграла певну роль у поразці кайзерівської Німеччини та її союзників.

Німеччина також намагалася вести пропагандистську війну проти франко-російської коаліції, широко використовуючи методи залякування, обману, дезінформації. Так, у листівках, які розкидалися з німецьких цепелінів на Східному фронті в 1915 р., стверджувалося, що англо-французькі війська на заході розгромлені і така ж доля чекає на російські війська, тому, щоб уникнути «непотрібного кровопролиття», російським солдатам пропонувалося організовано здаватися в полон» [5, с. 48].

Перша світова війна була першою війною, під час якої активно застосовувалися засоби для деморалізації військ і населення супротивника. Уперше були використані спеціальні підрозділи пропаганди, почала створюватися техніка розповсюдження друкованої агітації, формувалися органи «війни слів».

Поняття «інформаційна війна» поєднує два види інформаційної боротьби — інформаційно-технічний та інформаційно-психологічний.

Н. Гуріна в праці «Інформаційне протиборство — один з головних напрямів політики сучасних міжнародних відносин» аналізує методи інформаційної війни, які застосовувалися під час міжнародних конфліктів:

«Події в Перській затоці в січні 1991 р., Югославії в 1999 р., а також перша і друга "чеченські кампанії" в Росії дещо змінили уявлення про війни сучасного інформаційного суспільства.

Війна в зоні Перської затоки може бути визначена як перша повномасштабна кампанія нового етапу у функціонуванні військових сил в умовах створення глобального інформаційного простору. На думку З. Бзежинського, цей конфлікт продемонстрував наступ «Американського світу» (Pax Americana), внаслідок якого стало зрозуміло, що світу доведеться погодитися з «м'якою» американською гегемонією.

Під час проведення США воєнних акцій ступінь їх відкритості визначався не сталими принципами, а кон'юктурою з використанням "м'якої військової цензури".

"Буря в пустелі" теж не є винятком. Американські військові, використовуючи "м'яку цензуру", фактично вилучили з інформаційної сфери повідомлення, в яких виправдовувалася протилежна сторона. Окрім того, "Буря в пустелі" стала першою в історії війною в прямій телетрансляції.

Російські військові, у свою чергу, змогли налагодити ефективний інформаційний супровід лише в другій чеченській кампанії.

Під час агресії проти Югославії інформаційні операції змогли забезпечити необхідний результат — сприяти фактичній капітуляції сербських збройних сил.

США серйозно готувалися до сучасного інформаційного протиборства. Про це свідчить той факт, що в американських військово-політичних колах проводилася повномасштабна робота в цьому напрямі, яка розпочалася 21 грудня 1992 р., коли з'явилася директива Міністерства оборони США Т 3600.1 під назвою "Інформаційна війна". У директиві комітету начальників штабів № 30 1993 р. та в Статуті ВС США FM 100-6 ("Інформаційні операції") (1995 р.) вже були подані основні принципи ведення інформаційних воєн» [6].

У доктрині інформаційних операцій США виокремлюють чотири основні категорії використання інформації проти людського інтелекту:

- проти волі нації;
- проти командування суперника;
- проти ворожих військ;
- проти національних культур.

У міжнародних конфліктах ЗМІ можуть відіграти не лише негативну роль, формуючи агресивне ставлення до противника конфлікту. Мас-медіа можуть використати певні методи, які знівелюють конфлікт і посприяють його вирішенню без матеріальних і людських утрат.

О. Порфімович стверджує, що журналісти можуть бути миротворцями під час конфлікту. Медіа мають знайти між опозиційними сторонами спільні цінності, висвітлювати події об'єктивно, звертаючись до незалежних експертів, не перебуваючи безпосередньо в протиборстві. ЗМІ мають ретельно вивчати процес, висвітлювати події, акцентуючи увагу на надії на краще [7].

Ендрю Пудефатт з організації «Article XIX» вважає, що журналісти насамперед зобов'язані неупереджено інформувати суспільство, оскільки в разі їх занадто тісного зближення з однією зі сторін, навіть з його жертвами, може виникати сумнів в ефективності й збалансованості їх роботи. Завдання журналістів — не симпатизувати котрійсь зі сторін, а пояснювати ситуацію. Об'єктивна журналістика

надає суспільству різні точки зору, а також інформацію з різних джерел. Отже, законодавство, що гарантує свободу слова, — це гарантія успішного застосування стратегії, що має на меті забезпечити структурну стабільність.

Проте відразу після врегулювання конфлікту в суспільстві, в якому ще немає основоположних цивільних інститутів, навряд чи виявляться ефективними ліберальні ЗМІ без чіткої загальнонаціональної позиції. Це може тільки посилити поділ ще нестійкого суспільства. На думку Пудефатта, відразу після врегулювання конфлікту може виникнути необхідність у перетворенні існуючих державних ЗМІ на народну службу, покликану надавати громадянам збалансоване висвітлення подій.

Ілва Блондель з Університету Уппсала вважає: навіть не так важливо, чи повинні журналісти боротися за зміцнення миру. Набагато важливіше розуміти, що правильно організована робота місцевих ЗМІ відіграє ключову роль у досягненні примирення та забезпеченні необхідного розвитку ситуації після врегулювання конфлікту. Вона зазначає, що важливу роль ЗМІ відігравали під час ескалації конфліктів, що свідчить про їх величезний потенціал, який може використовуватися для досягнення конструктивних і мирних цілей. [8]

Під час перебігу конфліктів у ЮНЕСКО особливої уваги надають незалежним ЗМІ. У матеріалах Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури «ЗМІ: запобігання конфліктам і постконфліктному відновленню» Ендрю Пудефатт акцентує увагу на тому, що медіа надають безпечне поле для битви, на якому можуть відбуватися неруйнівні конфлікти. Саме тому незалежні ЗМІ розглядаються як важливий елемент формування демократичного суспільства. Головними функціями незалежних ЗМІ є надання інформації, моніторинг дій уряду, спостереження за можновладцями.

«У суспільствах, що подолали ту чи іншу кризу, незалежні ЗМІ можуть надати істотну допомогу під час трансформації руйнівного конфлікту в мирні дебати. Засоби масової інформації можуть аналізувати інтереси, що є підґрунтям позиції кожного учасника конфлікту. Це може допомогти почати врегулювання конфлікту, знайти спільні інтереси або, принаймні, забезпечити потрібну для вирішення конфлікту інформацією. Надаючи можливості меншинам або потерпілій стороні озвучити її позицію, ЗМІ можуть допомогти бути почутими тим, хто є слабкою і пригніченою стороною в конфлікті» [8].

ЗМІ спроможні надавати настроям людей негативного значення і зробити свій внесок у створення напруженості, проте вони також можуть і допомогти опонентам знайти спільну мову під час і після врегулювання конфлікту.

Загалом засоби масової інформації, відповідно до сучасних умов, набувають важливого значення під час конфлікту. Саме факти, які

висвітлюють медіа, акценти на певні явища чи аспекти протистояння формують думку аудиторії про конфлікт, стимулюючи до потрібної реакції. ЗМІ надають можливості перетворити маленький конфлікт на велике протистояння або, навпаки, — швидко нівелювати серйозну проблему. Саме від ставлення медіа до події, їхньої упередженості та заангажованості значною мірою залежить перебіг самого конфлікту.

Перспективи подальших досліджень: ретельне вивчення впливу засобів масової інформації на аудиторію надасть можливості сформулювати основні способи та методи впливу мас-медіа на перебіг конфлікту, визначити основні чинники впливу, створити механізми захисту споживачів від них.

### **Список літератури**

1. Волкогонов Д. А. Психологическая война: подрывные действия империализма в области общественного сознания — изд. 2-е, доп. — М., Воениздат, 1984. — 320. : (с.47-49).
2. Гуріна Ніна. Інформаційне протиборство - один з головних напрямків політики сучасних міжнародних відносин [Електронне джерело]. — Режим доступу: [http://www.experts.in.ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT\\_ID=13657](http://www.experts.in.ua/baza/analytic/index.php?ELEMENT_ID=13657)
3. Діка Ольга. Інформаційна війна // Сучасні тенденції веб-комунікації. [Електронне джерело]. — Режим доступу: <http://webstyletalk.net/node/97>
4. Ибраева Г. Региональные конфликты и средства массовой информации, [Електронне джерело]. — 2004. — Режим доступу: <http://psyfactor.org/lib/infowar3.htm>
5. Некляев С. СМИ как субъект информационно-психологической безопасности // Медиа-альманах. — М., 2003. — С. 25-27.
6. Порфімович О. Л. Навчально-методичний комплекс з дисципліни «Конфліктологія» для студентів спеціальності «Журналістика». — К. : СПД Цимбаленко Є. С., 2008. — с.
7. СМИ: предотвращение конфликтов и постконфликтное восстановление [Електронный ресурс] : Цифровая библиотека Коммуникация и Информатика / Барри Джеймс, Ирада Гусейнова // Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры. — 2006. — Режим доступа: <http://www.unesco.kz/cgi-bin/library?e=d-000-00---0ATACI-00-0-0--0prompt-10---6-----0-11--1-en-50---20-preferences---00031-001-1-1utfZz-8-00&a=d&cl=CL2.5&d=HASH01188c7be769a1d9a84130f2>
8. Тишков В. А. СМИ и конфликты / В. А. Тишков // Независимая газета. — 1994. 10 апреля.

*Надійшла до редколегії 27.08.2013 р.*