

Oszti Judit

Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem

oszi.judit@zmne.hu

ВООРУЖЕННЫЕ КОНФЛИКТЫ И СМИ

Absztrakt

A tömegtájékoztatás szerepe napjainkban rendkívüli mértékben megnőtt. Az elektronikus média egyre gyorsuló ütemű technikai fejlődése és az ebből adódó kommunikációs lehetőségek fontos szerepet kaptak a közvélemény formálásában. Jelentős hatással vannak a háborúk, a fegyveres konfliktusok társadalmi megítélésére, elvi-politikai igazolására és e hatások révén közvetett, sőt néha közvetlen módon befolyásolják a döntéseket a hadviselésben.

The role of mass media has incredibly increased recently. The accelerated technical development of electronic media and the communication possibilities have imposed an important role on forming the public opinion. This opinion as well as the theoretical-political verification of wars or armed conflicts can be highly affected, as a consequence of which the decision-making process about warfare can indirectly or even sometimes directly be influenced by the impacts that the media can provide.

Kulcsszavak: *elektronikus média, tömegtájékoztatás, háború, fegyveres konfliktus*
~ *electronic media, mass media, war, armed conflicts*

Глобализация информационной сферы и бурное развитие телекоммуникационных сетей ознаменовали собою перелом тысячелетий. В последние десятилетия деятельность средств массовой информации (СМИ)¹, степень их влияния на общественные процессы привлекает повышенное внимание представителей различных наук, политиков, историков, философов, журналистов.

Средства массовой информации и коммуникации – это сложная система источников сообщений и их получателей, связанных между собой разнообразными каналами

¹ К средствам массовой информации коммуникативисты относят прессу (газеты, журналы, книги), радио, телевидение, кинематограф, звукозаписи и видеозаписи, видеотекст, телетекст, рекламные щиты и панели, домашние видеоцентры, сочетающие телевизионные, телефонные, компьютерные и другие линии связи, Интернет (электронные газеты, информационные агентства).

движения информации. В настоящее время средства массовой информации являются одним из важнейших институтов. В современном обществе масс-медиа выполняют многообразные функции: информируют, сообщают о фактах и событиях, удовлетворяют общие интересы и любознательность, просвещают, распространяют культуру, развлекают, рекламируют. Аккумулируют опыт и волю миллионов, и в то же время воздействуют не только на сознание, на ценности, идеалы, мировоззрение аудитории, но и на поступки, на коллективные действия людей. Информационное поле, создаваемое средствами массовой коммуникации, одновременно становится местом общественной дискуссии, аудитория образует форум для обмена замечаниями и мнениями.

По мнению Дениса Маккэйла, одного из ведущих теоретиков массовой коммуникации, нет таких социальных проблем, которые не были бы связаны с масс-медиа. Причем, масс-медиа не является синонимом массовой коммуникации. Это крупномасштабные, бюрократические и корпоративные по своей природе организации, которые используют разные виды технологий (прессу, радио, телевидение, и т.д.) для связи, для общения с широкой аудиторией, то есть, это организованные технологии массовых коммуникаций.[1]

Средства массовой информации играют огромную роль в формировании и функционировании общественного сознания. Восприятие и интерпретация важнейших явлений и событий, происходящих в мире, осуществляются через них и с их помощью. СМИ уже не столько отражают и интерпретируют действительность, сколько конструируют ее по своим правилам и усмотрению.

Известная метафора, что средства массовой информации — четвертая ветвь власти. Четвертой власти — наряду с законодательной, исполнительной и судебной — официально не существует, СМИ не наделены властными полномочиями в правовом смысле, но их способность влиять на общественное мнение, и иногда, управлять ходом событий, бесспорно.

Освальд Шпенглер уже в начале XX века предсказывал огромное возрастание роли информации в жизни общества. Немецкий философ в работе «Закат Европы» писал: «... в ближайшем будущем у нас три или четыре мировые газеты будут направлять мнения провинциальных газет и через их посредство «волю народа». Все решается небольшим количеством людей выдающегося ума, чьи имена может быть даже и не принадлежат к наиболее известным, а огромная масса политиков второго ранга, риториков и трибунов, депутатов и журналистов, представителей провинциальных горизонтов, только поддерживает в низших слоях общества иллюзию самоопределения народа».[2] Можно предполагать, что если бы Шпенглер предусматривал развитие электронных СМИ, его прогнозы были бы еще смелее, ведь именно развитие телекоммуникаций выступает определяющим фактором информационного общества. Научно-технический прогресс в области информационных технологий, развитие средств массовой информации стерли национальные границы в информационном пространстве, они легко пересекаются глобальными телесетями, информация распространяется моментально по всему миру.² Одновременно возникают беспрецедентные возможности для создания различных виртуальных объединений. Эти

² Традиционные средства массовой информации широко используют Интернет для своего распространения как в регионе, так и в мире: и провинциальная газета с незначительным тиражом может стать глобальной газетой.

явления создают новую реальность, которую считают виртуальной, но которая оказывает серьезное влияние на реальную экономику и реальную информационную СМИ сферу.

Технологические достижения помогли увеличить объем, скорость подачи и точность информационных сообщений. Вследствие научно-технической революции новые электронные средства массовой информации, которые превосходят традиционные по скорости доставки аудитории материалов, вошли буквально в каждый дом.³ Благодаря современным средствам массовой информации происходит исчезновение дистанции между самим событием и его медиа-репрезентацией. Событие доходит до зрителя в тот момент, когда оно происходит, и зритель оказывается как бы участником происходящего. Выдающийся французский урбанист и философ, Поль Вирилио называет эту незамедлительность передачи информации наступлением тирании реального времени. [3]

Масс-медиа оказывают практически постоянное информационно-психологическое воздействие на реципиента, влияют на формирование политических установок, на поведение людей в конфликтных ситуациях.

В наши дни Интернет также превратился в «поле боя», где информационная борьба ведется в двух формах: с одной стороны, противники пытаются нарушить информационную инфраструктуру друг друга, в том числе путем взлома компьютерных сетей, а с другой — все соперники активно используют возможности всемирной сети для доведения до широкой аудитории своих взглядов на происходящие события, для формирования благоприятного внутреннего и международного общественного мнения.

СМИ во все времена уделяли особое внимание к конфликтам различного рода. Освещение конфликтов в средствах массовой информации принадлежит к многосложным общественным-политическим вопросам. Интерес к этой проблеме в наши дни возникает, потому что масс-медиа являются одним из инструментов, с одной стороны зарождения и развития, а с другой предотвращения и урегулирования конфликтов.

Конфликт имеется постоянным спутником человечества. В обществе всегда возникали и проявлялись конфликты между людьми: от межличностных и семейных до социально-классовых и межгосударственных. Противоречие и насилие нередко перерастает в экстремальную форму, в вооруженный конфликт. Вооруженный конфликт является радикальным средством разрешения территориальных, национальных, межэтнических, религиозных и иных противоречий с помощью вооруженной борьбы, которая может иметь как международный, так и внутренний характер.

В современном мире, в эпоху глобальных информационных технологий средства массовой информации, особенно электронные, стали мощным и часто употребляемым оружием в управлении вооруженными конфликтами. Информационный аспект современных конфликтов планируется не менее старательно, чем воинский. Масс-

³ С появлением глобальной сети возникли и принципиально новые СМИ – электронные газеты. Электронная газета имеет ряд особенностей. Одна из них состоит в том, что это газета постоянно обновляется, часто хорошо иллюстрирована и нет в ней, как правило, законченных статей. Материал заканчивается тогда, когда заканчивается событие.

медиа играют все большую роль как в решении вооруженных конфликтов, так и непосредственно в их ходе. Война ведется не только на местности, но и на страницах средств массовой информации. Поле битвы изобилует телекамерами, изображение войны не менее важно, чем война как таковая. Борьба за легитимность в глазах общественного мнения и моральный дух собственных солдат не менее важны, чем военный успех. «Сегодня в развитых государствах любое действие невозможно без соответствующей информационной подготовки. Войны должны выглядеть справедливыми, враг — жесточайшим, собственные воины — настоящими героями» .[4]

Борьба на информационном поле является не менее важной, чем непосредственные боевые действия. Средства массовой информации имеют отрицательное влияние на реципиента, могут в своих репортажах раздуть или уменьшить пламя конфликта, содействовать эскалации напряженности или участвовать в процессе умиротворения и уменьшения разрушительных последствий, а также в восстановлении после завершения конфликта.

Масс-медиа является неотъемлемым компонентом нового мирового порядка. Политические, идеологические и геополитические взгляды формируются в значительной части общества исключительно на основе телекоммуникаций. По мнению многих экспертов, в современном мире без СМИ фактически невозможно организовать конфликт. Они уже давно являются катализатором событий, частью и одной из фронтовых линий конфликта. Журналисты стали третьей стороной вооруженных конфликтов, и от того, какую сторону СМИ склонны поддержать, в значительной мере зависит их результат.

Сегодня происходит глобальная борьба за интерпретацию реальности. По теории типологии войн Э.Тоффлера, войны аграрного периода велись за территории, войны индустриального периода – за средства производства, а войны информационного века ведутся за средства обработки и порождения информации и знаний. В число сфер ведения боевых действий, помимо земли, моря, воздуха и космоса теперь включается и инфосфера. [5]

Обладание, умелое использование средств массовой информации — залог успеха. При планировании значительных военных-политических действий особое внимание уделяется освещению проводимой акции в масс-медиа, и вместе с этим, подготовке общественного мнения. Одной из важнейших задач на подготовительном этапе информационного противоборства становится использование возможностей СМИ для введения потенциального противника в заблуждение, дискредитации его военно-политического руководства, а также ограничение информационно-пропагандистской деятельности противника вплоть до организации частичной или полной информационной блокады.

«Современная война – преимущественно медиа-война. Основные события разворачиваются вовсе не на полях сражений, а на страницах газет, на экранах телевизоров, в эфире радиостанций, в Интернете. Решающее значение в этой ситуации обретает вовсе не то, у кого больше дивизий, кто захватил больше военнопленных, взорвал больше мостов или захватил больше городов, а то, как об этом рассказано. Бой ведут не пушки и танки, а медиаверсии событий, которые лепятся из кадров, ракурсов, описаний действительности и слов очевидцев. Ни один из фактов, касающихся войны, не доходит до нас непосредственно. Исходя из того, что «дивный новый

информационный мир» мал, а скорости доставки электронного письма из Москвы в Суздаль и из Москвы в Шанхай одинаковы, победить в медиа-войне практически невозможно. Дело в том, что победа означает, в том числе, и монополию на интерпретацию...».[6].

Перелом в информационно-воинской сфере, осознание влияния СМИ на военную, экономическую и иную политику возникает после провала американской военной кампании во Вьетнаме. Военные Соединенных Штатов неоднократно утверждали, что причинами их поражения стали не столько недостаток финансовых, военных и других ресурсов, помощь СССР и мужество вьетнамцев, сколько просчеты в ведении «информационной войны» – отрицательный имидж американских вооруженных сил внутри и за пределами США, негативное отношение к войне во Вьетнаме в самых широких кругах населения, стихийная, политически широкая оппозиция к вьетнамской политике властей.

Анализ вьетнамской кампании привел к выводу относительно роли информационного фактора в ходе проведения военных акций. Данный вывод относится также к ситуациям, когда складываются предпосылки для принятия решения об участии военных сил в вооруженных конфликтах. Важной целью является формирование позитивного международного и отечественного общественного мнения в отношении военных-политических акций.

Американское правительство успешно сделало выводы из уроков войны во Вьетнаме, контроль государства над СМИ возрос. С того времени политика Вашингтона во время кризисов и войн прошла под знаком преобладания средств массовой информации.⁴

Опыт военных столкновений конца XX и начала XXI века показал, что одним из самых важных факторов успешного ведения военных действий, достижения военно-политических целей и защиты государственных интересов становится информационное обеспечение. Это воздействие осуществляется на всех этапах развития кризисной ситуации – при принятии решения об участии вооруженных сил в возникающих или уже возникших локальных войнах и вооруженных конфликтах, в ходе их ведения, и особенно после завершения военных действий. Эти положения нашли подтверждение при подготовке и проведении операций в Персидском Заливе, в ходе американских операций на остров Гаити в 1994 году, в период продолжающейся миротворческой операции НАТО в Боснии и Герцеговине, и особенно, в ходе военных операций США и антииракской коалиции против Ирака.

Современные войны — это, прежде всего, вооруженные политические демонстрации. И демонстративный момент в этих конфликтах не менее важен, чем момент применения оружия. Возникает новая задача: информационно-психологическое обеспечение боевых действий, формирование общественного мнения посредством масс-медиа таким образом, чтобы любые военные действия находили поддержку среди большинства общества.

⁴ Перед высадкой американского десанта в Сомали в декабре 1992 года на тот же самый пляж высадились журналисты, несмотря на все опасности, поджидавшие их в стране, охваченной гражданской войной. И только когда была установлена аппаратура и определены точки съемки, началась настоящая высадка.

Восприятие обществом целей войны и ведущихся военных действий, то есть общественное мнение о самой войне является для сражающихся сторон экзистенциальным вопросом современной войны. В нашу эпоху войны не могут вестись без общественной поддержки. Средствам массовой информации принадлежит здесь решающая роль. Общественное мнение не только выражается через СМИ — оно ими формируется и регулируется. Контролируя освещение событий в масс-медиа, можно склонить общественное мнение к одобрению или неприятию войны.

Если раньше война была продолжением политики другими средствами, то теперь она — продолжение коммуникации другими средствами.

Использование противоборствующими сторонами возможностей средств массовой информации в своих интересах становится составной частью общего сценария ведения операций с применением вооруженных сил. Однако, использование СМИ в интересах предупреждения конфликтов и их конструктивного разрешения — одно из перспективных направлений повышения управленческой культуры общества.

Цитируемая литература:

- [1] McQuail, Denis: *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest, 2003, Osiris Kiadó
- [2] Spengler, Oswald: *A nyugat alkonya*. Bp., 1995, Európa.
- [3] Virilio, Paul: *Háború és televízió*. Budapest, 2003, Magus Design Stúdió Kft.
- [4] Почепцов, Георгий: Информационные войны.
http://www.koob.ru/books/iwar/pochepcov_info_wars.rar 2009.02.23.
- [5] Toffler, Alvin: *A Harmadik Hullám - Információs Társadalom A-tól Z-ig*. Bp. 2001, Typotex.
- [6] Минин, Станислав: Медиа-воины идут в бой. Исход современных конфликтов решают СМИ, Независимая Газета
http://www.ng.ru/columnist/2008-09-29/100_kavkaz.html 2009.02.26.

Использованная литература:

- Ибраева Г. Ж.: Региональные конфликты и средства массовой информации
http://www.library.cjes.ru/online/?a=con&b_id=19 2009.02.26.
- Панарин И.Н.: Общественное мнение и вооруженные конфликты
<http://www.panarin.com/doc/41> 2009.02.26.
- Шурхало Д.: ЗМІ у збройних конфліктах сучасності. Українські варіанти. – 1999. - № 3-4.
- Малышев В.: Использование возможностей средств массовой информации в локальных вооруженных конфликтах <http://ww-4.narod.ru/warfare/page0006.htm> 2009.02.28.
- Нові інформаційні війни <http://www.day.kiev.ua/250023/> 2009.03.06.

- Cull, J. Nikolas: 'The Perfect War': US Public Diplomacy and International Broadcasting During Desert Shield and Desert Storm, 1990/1991 <http://tbsjournal.com/CullPF.html> 2009.02.28.

- Иванова М.: Как должны СМИ освещать международные вооруженные конфликты <http://www.free-lance.ru/users/Bzzz/viewproj.php?prjid=297283> 2009.02.20.

- Засурский Я.Н.: Информационное общество, интернет и новые средства массовой информации

<http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/7f14c5ca2cb3d0d2c3256c4c003c5335> 2009.02.28.

- Гакаев З. Ж.: Чеченский конфликт в зеркале Российских СМИ http://www.library.cjes.ru/online/?b_id=337 2009.02.20.

- Гаджиев К.: Средства массовой информации и политика. Место и роль средств массовой информации в политике

http://society.polbu.ru/gadzhiev_science/ch63_i.html 2009.02.20.

- Внутренние вооруженные конфликты в современном мире

<http://www.samoupravlenie.ru/16-24.htm> 2009.02.20.