

Пропаганда как форма убеждающей коммуникации на примере СВО на Украине.

Никитина Алиса Александровна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет глобальных процессов, Направление геополитики и дипломатии, Москва, Россия

E-mail: lisabra@mail.ru

Пропаганда, манипуляция массовым сознанием и психологическая информационная война не были чем-то новым и неизведанным до 20 века, и так называемое оружие коммуникации использовалось в войнах прошлого. Но с наступлением эпохи «массовых восстаний» в 20 веке, благодаря росту грамотности населения, политической активности и стремительному прогрессу, влияние информационной психологии как вспомогательного средства ведения войны стало очевидным. Это также было время, когда идеология и технологии стали влиять на сознание и подсознание людей. Это влияние реализовалось с появлением печатных СМИ, таких как газеты, брошюры, плакаты и баннеры, и новых СМИ, таких как кино, радио, телевидение и интернет. Кроме того, в войнах XX века, как в России, так и во многих других странах, проявилось противоречие между необходимостью мобилизации сил общества для победы и разобщенностью, связанной с индивидуализмом, что потребовало использования различных средств массовой информации для укрепления связей между людьми, повышения лояльности к государству и поднятия боевого духа.

Сегодня пропаганда и коммуникация являются частью военной стратегии. Современная война не ограничивается полем боя, но также включает в себя дипломатический, экономический, разведывательный и пропагандистский секторы.

Пропаганда - это распространение информации, подаваемой через определённую призму, точку зрения определённой группы людей, что в дальнейшем формирует основу общественного восприятия. Специфической особенностью пропаганды является, с одной стороны, то, что последствия ее воздействия становятся заметны только через определенное время, а с другой стороны, то, что пропагандистское сообщение всегда представлено через призму интересов определенной социальной группы, то есть идеологии.

Контрпропаганда - это информационное воздействие, направленное на снижение значения ценностей идеологии, отличной от доминирующей. Например, контрпропаганда отрицала ценность западного образа жизни и стремилась «разрушить» буржуазную идеологию. Контрпропаганда была направлена на ограничение доступа советского сознания к информации от западных вещателей, которые проводили пропагандистские и контрпропагандистские кампании, основываясь на собственных идеологических взглядах.

В конечном итоге, агитация, пропаганда и контрпропаганда направлены на то, чтобы сформировать у массовой аудитории определенного стиля мышления и последующего поведения. [1][2]

Политическая пропаганда - это форма пропаганды, цель которой - повлиять на позицию или отношение широкой общественности к определенному правительству, чтобы конкретный человек или группа могли извлечь из этого выгоду. Политическая пропаганда предоставляет информацию в первую очередь с целью повлиять на отношение ее получателей и поэтому не предоставляет информацию непредвзято. Политическая пропаганда часто использует информацию таким образом, чтобы вызвать эмоциональную реакцию аудитории, с целью сделать конкретный политический вопрос более приемлемым для целевой аудитории. Политическая пропаганда может быть частью политической войны. [3]

Политические пропагандисты стремятся изменить понимание людьми какого-либо вопроса, ситуации, чтобы изменить их поведение и ожидания и тем самым удовлетворить ожидания группы интересов. В этом контексте политическая пропаганда и цензура похожи, за исключением того, что цензура не заполняет сознание людей избранной информацией, а скорее не позволяет им увидеть противоположную точку зрения.

В военное время политическая пропаганда может быть полезным оружием; она может дегуманизировать врага, создавая определённый образ и усиливая чувство неприязни к нему у людей. Обычно принято использовать уничижительные, расовые термины и избегать некоторых слов, утверждающих, что противник совершил какое-то деяние.

В ведении современной информационной войны можно выделить четыре проявления: кибервойна, психологическая война, пропагандистская война и дипломатическая война. [4]

Одним из способов ведения психологической войны является обращение к общественности противоборствующей стороны. Например, 23-го февраля 2022 года В.В. Путин выступил с длинной речью, а до этого были выступления об истории России и Украины. В.А. Зеленский, с другой стороны, также выступил перед российской общественностью, в том числе проводил онлайн-трансляции на видеохостинге YouTube. Общая направленность выступлений обеих сторон заключалась в том, чтобы показать, что они не являются врагами народа друг друга, и призвать их держаться на расстоянии от своих правительств. [5]

Получение большей дипломатической поддержки для своей страны также является важным направлением для обоих правительств, и это то, что известно как дипломатическая война. Например, перед началом военного конфликта на китайских платформах социальных сетей посольства основных сторон в Китае, включая британское и американское посольства, дошли до общения на повышенных тонах. [6] Именно так дипломаты стремились донести свою точку зрения и заручиться поддержкой на международной информационной арене.

Широкая общественность становится частью психологической войны в Интернете, просто обращая на нее внимание, и становится для нее средством распространения, целью или аудиторией. Например, один репост в Twitter может увеличить или уменьшить международное влияние или взгляд общественности на справедливость поступков обеих сторон конфликта.

Итак, на данный момент Украина более скоординированно ведет себя в информационной войне и не выглядит пассивной. В первую очередь необходимо наблюдать за действиями президента В.А. Зеленского, чья деятельность сыграла немаловажную роль во внешней войне и привлечении сторонников.

В контексте перехода к незападному многостороннему мировому порядку подъем России рассматривается как прямой вызов одностороннему порядку, навязанному Соединенными Штатами, которому необходимо противостоять. Несомненно, с Украиной связаны геополитические и геоэкономические цели, но, прежде всего, появление Украины - это инструмент, предлог для контроля потока информации о кризисе, который, как ожидается, создаст впечатление конфликта, кризисной ситуации и ограничит варианты действий России. Это великая шахматная доска, и следующий ход ещё никому не известен.

Источники и литература

- 1) Науменко Т. В. Массовая коммуникация и методы ее воздействия на аудиторию // Философия и общество. 2004. №1. URL: [https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya-](https://cyberleninka.ru/article/n/massovaya)

[kommunikatsiya-i-metody-ee-vozdeystviya-na-auditoriyu](#) (дата обращения: 30.12.2022).

- 2) Науменко Т. В., Матвеев А. С. Убеждающая коммуникация и ее роль в управлении современными социально-экономическими процессами // ПСЭ. 2015. №1 (53). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ubezhdayuschaya-kommunikatsiya-i-ee-ro-l-v-upravlenii-sovremennymi-sotsialno-ekonomicheskimi-protsessami> (дата обращения: 20.12.2022).
- 3) Bail, C. A. et al. Assessing the Russian Internet Research Agency's impact on the political attitudes and behaviors of American Twitter users in late 2017. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America* 117, 243–250 (2020).
- 4) Jowett, G. and O'Donnell, V. *Propaganda and Persuasion*, 4th ed. Sage Publications.
- 5) Yablokov, I. Russian disinformation finds fertile ground in the West. *Nature Human Behaviour* 6, 766–767 (2022).
- 6) O'Loughlin, Ben & Hoskins, Andrew. (2015). *Arrested War: The Third Phase of Mediatization*. *Information Communication and Society*. DOI:10.1080/1369118X.2015.1068350