

УДК 32.019.5

**Грачев С.И., Баранова Т.В.**

*Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского  
603950, г. Нижний Новгород, проспект Гагарина, д.23, Российская Федерация*

## **РОЛЬ «НОВЫХ МЕДИА» В СОВРЕМЕННЫХ КОНФЛИКТАХ**

### **АННОТАЦИЯ**

Цель статьи – анализ роли «новых медиа» в современных политических конфликтах на основе статистических данных. Теоретическая значимость работы связана с обоснованием различных информационно-коммуникационных технологий, при использовании которых увеличиваются возможности для их применения в политической реальности. На основе анализа и синтеза активности террористических организаций в «новых медиа» выявляются причины общественной восприимчивости к информационному влиянию. Авторы приходят к выводу, что «новые медиа» становятся непосредственными участниками информационных войн, а также значительно превосходят традиционные СМИ в контексте информационно-пропагандисткой деятельности.

### **КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:**

«новые медиа», социальные сети, СМИ, информационная война, политический конфликт.

**S. Grachev, T. Baranova**

*National Research Nizhny Novgorod State University named after N. I. Lobachevsky  
23, Gagarina prospekt, Nizhny Novgorod 603950, Russian Federation*

## **THE ROLE OF “NEW MEDIA” IN MODERN CONFLICTS**

### **ABSTRACT**

The purpose of the article is to analyze the role of “new media” in modern political conflicts on the basis of statistical data. The theoretical significance of the work is associated with the justification of various information and communication technologies, the use of which increases the opportunities for their application in political reality. On the basis of the analysis and synthesis of terrorist organizations’ activities in the “new media” the reasons of public susceptibility to information influence are revealed. The authors come to the conclusion that “new media” become direct participants of information wars. Besides, they significantly surpass traditional media in the context of information and propaganda activities.

### **KEY WORDS:**

“new media”, social networks, media, information war, political conflict.

Информационная политика государств – неотъемлемая часть истории международных отношений, важнейший инструмент реализации внешней политики, применение которого приобрело особую актуальность в условиях турбулентности системы международных отношений и стремительного развития информационно-коммуникационных технологий. Ряд современных теоретических направлений, постулирующих новую форму геополитического противоборства посредством информационного оружия (оказывающего деструктивное влияние на массовое сознание), попытки информационного влияния на процесс принятия политических решений, ведение агрессивных пропагандистских кампаний СМИ, в том числе и в отношении Российской Федерации, активно способствуют процессу переосмысления концепции информационной безопасности и стимулируют поиск эффективных подходов для защиты и достижения национальных интересов РФ.

В настоящее время происходит активное развитие информационно-коммуникационных технологий. Расширяются и возможности их применения в политической реальности. Поскольку информация в современном мире превращается в один из главных ресурсов, то и борьба за обладание этим ресурсом усугубляется и становится неотъемлемой частью практически любого политического конфликта. По мнению испанского социолога М. Кагельса, СМИ способны влиять на политическую жизнь общества. Инструментом политического влияния они стали с помощью эффективного управления информацией [13, р. 89]. Французский социолог П. Бурдьё обращает внимание на то, что часто политические силы используют СМИ для манипулирования общественным мнением и дезинформации [3, с. 103].

К СМИ на сегодняшний день принято относить все средства распространения информации или даже социальный институт, который занимается сбором, обработкой и распространением информации для широкого круга потребителей [7]. При этом, «новые медиа» стали важнейшими акторами в системе коммуникации наравне с традиционными СМИ, ибо к «новым медиа» относятся электронные СМИ, социальные сети, мессенджеры, блоги и микроблоги, информационные ленты и новостные агрегаторы, в том числе, разнообразные интернет-проекты в формате Web 2.0, где содержание зачастую формируют сами пользователи [11]. При этом следует отметить, что если ранее «новые медиа» можно было назвать каналом получения информации, то сейчас это инструмент агитации и манипуляции, а также удобное средство распространения информации. По мере развития и усиления влияния на общество «новых медиа», они активно стали использоваться в политических целях – ведение информационных войн, мобилизация населения для попытки развернуть цветную революцию и т. д.

Проникновение интернета в жизнь современного человека, и в частности россиян, непрерывно увеличивается. Так, по данным портала интернет-исследований Mediascore, по состоянию на сентябрь 2017 г. – февраль

2018 г. аудитория интернета достигает 90 млн. человек, что составляет 73 % населения страны [1]. При этом значительно больше всего растёт аудитория, которая использует смартфоны в качестве канала получения информации, где наиболее популярным мобильным приложением по данным Mediascore является «ВКонтакте» со среднедневной аудиторией 13 млн. человек [1].

Как аудитория, так и популярность мессенджеров, которые выступают и в качестве канала распространения информации, постоянно меняется. В 2017 г. самыми популярными мессенджерами в России являлись WhatsApp, Viber, Skype, Telegram и Facebook Messenger [2], услугами которых пользовались 62 % россиян в возрасте от 12 до 64 лет. При этом, 85 % мобильных пользователей хотя бы один раз за месяц заходят в мессенджеры через мобильные устройства [1].

Таким образом, отметим, во-первых, доля потребителей электронных медиа преобладает над аудиторией традиционных СМИ, особенно среди людей более молодого возраста. Если ранее социальные сети для россиян были больше каналом коммуникации, то сейчас они стали главным источником информации. Во-вторых, несмотря на снижение интереса к телевидению, оно по-прежнему остаётся в лидерах доверия к СМИ. Однако молодёжь считает информацию, опубликованную в интернете, наиболее оперативной, достоверной и объективной.

По данным компании Edelman уровень доверия к СМИ снижается во всём мире. Респонденты всерьёз озабочены распространением Fake news, которые могут использоваться в качестве фактора информационного оружия. По уровню обеспокоенности достоверностью информации Россия находится на первом месте, за ней следуют Япония, ЮАР, Ирландия, Великобритания, Франция, Германия и США [9]. При этом рейтинг доверия к альтернативным способам получения информации, к которому относятся и «новые медиа», растёт.

Причины общественной восприимчивости информационного влияния кроются в универсальности законов человеческой психики, глобализации, усилившей взаимозависимость между обществами и взаимопроницаемость культурных кодов. Причины идентичны для большинства государств. Во-первых, *индивидуальные*: психологические особенности человеческого мышления и поведения (отсутствие критического мышления в предпочтениях информации, которая соответствует уже сформировавшимся представлениям, привычка «брать всё на веру», восприимчивость к эмоциональному контенту, «стадный инстинкт», кризис современной науки). Во-вторых, *групповые*: общественное недоверие к институту власти, политическим и экономическим элитам; культурная поляризация, кризис прессы (печатная пресса проигрывает социальным медиа в скорости распространения сведений и количестве, но последние в свою очередь не соответствуют стандартам журналистской этики); стремительное развитие информационно-коммуникатив-

ных технологий (ИКТ) (увеличение количества информации, увеличение каналов распространения, низкая цена распространения, отсутствие границ, повышение качества фото- и видеоматериала, появление технологий «удержания аудитории», например matching).

По мнению ряда экспертов в настоящее время СМИ становятся непосредственными участниками информационных войн, международных и региональных конфликтов [8]. В большинстве развитых стран существуют подразделения, которые занимаются формированием определённых установок, стереотипов и моделей поведения [5, с. 189]. Деятельность подобных министерств и ведомств в структурах правительств направлена на активную разработку технологий управления и манипулированием общественным сознанием в информационном пространстве. Так, в Великобритании существует 77-я бригада в киберподразделении Британской армии, которая ненасильственными методами ведёт информационную войну, анализируя СМИ и социальные медиа [15]. В США в 2010 г. было создано подразделение CYBERFOR, которое находится в непосредственном подчинении командования ВМС США. Оно осуществляет информационную поддержку и защиту от нападений через компьютерные сети [4]. В 2018 г. президент США Дональд Трамп подписал закон о создании Агентства по кибербезопасности и защите инфраструктуры (CISA). В Китае в составе Народно-освободительной армии Китая (НОАК) функционирует Главное политическое управление, которое обеспечивает информационно-психологическую защиту войск, а также ведение операций информационной войны [6]. В армии России с 2014 г. функционируют кибервойска, которые занимаются обработкой и мониторингом информации, защитой национальных сетей, а также ведением информационной войны в интернет-пространстве [10].

Информационно-коммуникационные технологии манипуляционного воздействия на массовое сознание общества развиваются и активно применяются в современной политической практике. В качестве наиболее значимых примеров можно привести события в Сирии, Йемене, Ираке и на Украине.

Наибольшее опасение вызывает тот факт, что подобные технологии берут на вооружение международные террористические организации и экстремистские группировки по всему миру. В частности, «Аль-Каида» и «Исламское государство» (ИГИЛ<sup>1</sup>) на равных соперничают с силами специальных операций стран Запада.

«Новые медиа», такие как Facebook, ВКонтакте, Twitter и YouTube, используются террористическими формированиями для пропаганды радикальных идей и вербовки сторонников и участников своих группировок. Сами террористы не скрывают, что используют медиа в качестве площадки для пропаганды своих взглядов: «Мы находимся в состоянии войны, и большая половина этой войны происходит в медиа» [12].

<sup>1</sup> Организация запрещена на территории Российской Федерации

Социальные медиа позволяют террористам передавать содержание сообщений в различной форме (вокальной, визуальной, письменной) любому человеку на планете. ИГ разработала собственное приложение для владельцев смартфонов *Nasher*, где члены группировки размещали свои материалы (фото- и видеоматериалы), доступные каждому пользователю. Исламское государство запустило мобильное приложение для детей, посвящённое изучению арабского языка в форме игры. Такие слова, как «танк», «ракета» и «пистолет», относятся к числу первых, которые предлагаются для изучения в приложении [14]. Оно не является единственным мобильным приложением ИГ, однако это первое приложение, которое предназначено исключительно для детей.

Таким образом, «новые медиа» значительно превосходят традиционные СМИ и обычные интернет-сайты в контексте информационно-пропагандистской деятельности. Террористические формирования и всевозможные организации деструктивного типа активно используют преимущества «новых медиа» при инспирировании конфликтных ситуаций разного уровня, исходя из следующих детерминантов: лёгкая доступность материала практически любому пользователю в мире; постоянный рост интернет-аудитории; возможность анонимного распространения информации; оперативная реакция на сообщения; высокая степень доверия к «новым медиа» особенно среди молодых людей.

#### ЛИТЕРАТУРА:

1. Аудитория интернета в России выросла на 4 % [Электронный ресурс] // Mediascope [сайт]. URL: <http://mediascope.net/press/news/812866/> (дата обращения: 15.11.2018).
2. Аудитория наиболее популярных в России мессенджеров [Электронный ресурс] // Издательский дом «Коммерсантъ» [сайт]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3306409> (дата обращения: 15.11.2018).
3. Бурдые П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. Т. Анисимовой, Ю. Марковой. М.: Фонд научный исследований «Прагматика культуры», 2002. 160 с.
4. ВМС США создали кибервойска [Электронный ресурс] // Lenta.Ru [сайт]. URL: <https://lenta.ru/news/2010/01/27/cyberfor/> (дата обращения: 01.11.2018).
5. Володенков С.В. Информационное противоборство как составляющая современных «гибридных войн»: роль и особенности // «Гибридные войны» в хаотизирующемся мире XXI веке / под ред. П. А. Цыганкова. М.: Издательство Московского университета, 2015. С. 187–210.
6. Информационные войны в киберпространстве – Китай и Индия [Электронный ресурс] // Международная жизнь : [сайт]. URL: <https://interaffairs.ru/news/show/614> (дата обращения: 01.11.2018).
7. Кузнецова Е.В. Социальный институт СМИ в контексте современных общественно-цивилизационных изменений // Регионология. 2012. №3 (80). С. 154–160.

8. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. М.: Поколение, 2012. 260 с.
9. Результаты исследования 2017 Edelman Trust Barometer указывают на глобальное падение доверия [Электронный ресурс] // NobletMedia CIS [сайт]. URL: <http://nobletmedia.com/news/313-rezultaty-issledovaniya-2017-edelman-trust-barometer-ukazyvayut-na-globalnoe-padenie-doveriya> (дата обращения: 15.11.2018).
10. Силы информационных операций России [Электронный ресурс] // Пси-Фактор [сайт]. URL: <https://psyfactor.org/news/psyops234.htm> (дата обращения: 15.11.2018).
11. Чумиков А. Н. Медиарилейшнз: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2014. 184 с.
12. Al Qaeda letter called 'chilling' [Электронный ресурс] // CNN [сайт]. URL: <http://edition.cnn.com/2005/WORLD/meast/10/11/alqaeda.letter/> (дата обращения: 15.11.2018).
13. Castells M. The Power of identity: The Information age: economy, society, and culture : in 3 vol. Vol. 2. Hoboken: John Wiley & Sons, 2011. 540 p.
14. Islamic State launches mobile app for children [Электронный ресурс] // Public Multimedia Inc [сайт]. URL: <https://www.longwarjournal.org/archives/2016/05/islamic-state-launches-mobile-app-for-children.php> (дата обращения: 15.11.2018).
15. New British Army unit 'Brigade 77' to use Facebook and Twitter in psychological warfare [Электронный ресурс] // Independent [сайт]. URL: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/return-of-the-chindits-mod-reveals-cunning-defence-plan-10014608.html?origin=internalSearch> (дата обращения: 15.11.2018).

## REFERENCES

1. [Internet audience in Russia has grown by 4 %]. In: *Mediascope*. Available at: <http://mediascope.net/press/news/812866/> (accessed 15.11.2018).
2. [Audience of the most popular messengers in Russia]. In: *Publishing House "Kommersant"*. Available at: <https://www.kommersant.ru/doc/3306409> (accessed 15.11.2018).
3. Bourdieu P. On television and journalism (Russ ed.: Anisimova Fr. T., Markova Y., trans. O televidenii i zhurnalistike. Moscow, Foundation for Scientific Research "Pragmatics of Culture", 2002. p. 103.
4. [The U.S. Navy has created a cyber-war]. In: Lenta.Ru. Available at: <https://lenta.ru/news/2010/01/27/cyberfor/> (accessed 01.11.2018).
5. Volodenkov S. V. [Information confrontation as a component of modern "hybrid wars": the role and features]. In: Tsygankov P. A., ed. «*Gibridnye voiny*» v *khaotiziruyushchemy mire XXI veke* ["Hybrid war" in horizonwimba the world of the XXI century]. Moscow, Moscow University press, 2015, pp. 187–210.
6. [Information wars in cyberspace—China and India]. In: *Mezhdunarodnaya zhizn'* [International life]. Available at: <https://interaffairs.ru/news/show/614> (accessed 01.11.2018).
7. Kuznetsova E. V. [Social Institute of mass media in the context of mod-

- ern social and civilizational changes]. In: *Regionologiya* [Regionology], 2012, no. 3 (80), pp. 154–160.
8. Panarin I. N. *SMI, propaganda i informatsionnye voïny* [Media, propaganda and information wars]. Moscow, Generation, 2012. 260 p.
9. [The results of the 2017 Edelman Trust Barometer survey indicate the global decline in trust]. In: *NobletMedia CIS*. Available at: <http://nobletmedia.com/news/313-rezultaty-issledovaniya-2017-edelman-trust-barometer-ukazyvayut-na-globalnoe-padenie-doveriya-> (accessed 15.11.2018).
10. [Forces of information operations in Russia]. In: *Psi-Factor*. Available at: <https://psyfactor.org/news/psyops234.htm> (accessed 15.11.2018).
11. Chumikov A. N. *Mediarileishnz: uchebnoe posobie dlya vuzov* [Media Relations: a textbook for universities]. Moscow, Aspect Press, 2014. 184 p.
12. Al Qaeda letter called 'chilling'. In: CNN. Available at: <http://edition.cnn.com/2005/WORLD/meast/10/11/alqaeda.letter/> (accessed 15.11.2018).
13. Castells M. *The Power of identity: The Information age: economy, society, and culture* : in 3 vol. Vol. 2. Hoboken, John Wiley & Sons, 2011. 540 p.
14. Islamic State launches mobile app for children. In: Public Multimedia Inc. Available at: <https://www.longwarjournal.org/archives/2016/05/islamic-state-launches-mobile-app-for-children.php> (accessed 15.11.2018).
15. New British Army unit 'Brigade 77' to use Facebook and Twitter in psychological warfare. In: Independent. Available at: <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/return-of-the-chindits-mod-reveals-cunning-defence-plan-10014608.html?origin=internalSearch> (accessed 15.11.2018).

## ДАТА ПУБЛИКАЦИИ

Статья поступила в редакцию: 30.11.2018

Статья размещена на сайте: 28.12.2018

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ / INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

*Грачев Сергей Иванович* – доктор политических наук, профессор, профессор кафедры прикладного политического анализа и моделирования Института международных отношений и мировой истории Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; e-mail: sig-nur@mail.ru

*Баранова Татьяна Владимировна* – аспирант кафедры теории политики и коммуникации Института международных отношений и мировой истории Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского; e-mail: sky-ellize@yandex.ru

*Sergey I. Grachev* – Doctor of Political Sciences, Professor, Professor of the Department of Applied Political Analysis and Modeling, Institute of International Relations and World History, National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky; e-mail: sig-nur@mail.ru

*Tatyana V. Baranova* – postgraduate student at the Department of Theory of Politics and Communication, Institute of International Relations and World History, National Research Nizhny Novgorod State University named after N.I. Lobachevsky; e-mail: sky-ellize@yandex.ru

**ПРАВИЛЬНАЯ ССЫЛКА НА СТАТЬЮ / FOR CITATION**

Грачев С.И., Баранова Т.В. Роль «новых медиа» в современных конфликтах // Вестник Московского государственного областного университета (электронный журнал). 2018. № 4. URL: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru)

Grachev S.I., Baranova T.V. The role of "new media" in contemporary conflicts. In: *Bulletin of Moscow Region State University (e-journal)*, 2018, no. 4. URL: [www.evestnik-mgou.ru](http://www.evestnik-mgou.ru)