

ТЕХНОЛОГИИ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ: ЗАРУБЕЖНЫЕ СМИ В ОСВЕЩЕНИИ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРОВ В РОССИИ В 2024 Г.

Аннотация

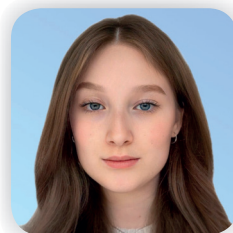
В современном мире средства массовой информации являются одним из основных инструментов формирования общественного мнения, поэтому исследование манипулятивных технологий, применяемых в СМИ, особенно актуально в условиях быстрого развития цифровых платформ. Целью исследования является выявление особенностей применения манипулятивных технологий в политических новостных сообщениях зарубежных СМИ в период выборов президента России в 2024 году. С помощью контент-анализа было проанализировано 28 новостных сообщений зарубежных СМИ: Bloomberg, The Guardian, The New York Times. В результате были выявлены и описаны манипулятивные технологии, применяемые в зарубежных изданиях для освещения политической ситуации вокруг президентских выборов в России.

Ключевые слова: средства массовой информации, Интернет, коммуникации, информационная война, манипулирование, технологии манипулирования, выборы.

Авторы

Бахтугараева Анна Романовна

Студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета
Санкт-Петербург, Россия



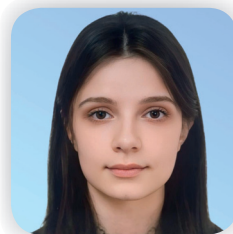
Грошева Ирина Дмитриевна

Студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета
Санкт-Петербург, Россия



Хомиченкова Виктория Андреевна

Студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета
Санкт-Петербург, Россия



Введение

Глобальная коммуникационная сеть предоставила безграничные возможности для получения информации, одновременно создавая новые вызовы для государственного регулирования. Информация, превратившись в стратегический ресурс, стала мощным инструментом, способным как объединять людей, так и манипулировать ими. Люди потребляют все больше контента из СМИ [12], стремительно возрастает влияние масс-медиа на аудиторию, вследствие чего повышается значимость информационных технологий в политике и воздействии медиа на сознание в отношении политических вопросов. Развитие информационных технологий стало причиной появления термина «информационная война». Информационные войны стали войнами нового поколения, использующими специальное структурирование информации, манипулирование и другие способы воздействия. Особенно актуальным становится вопрос распространения информации и ее достоверности.

Появление и концептуализация термина «информационная война» принято связывать с именем Т. Рона, называвшего информацию самым слабым звеном вооруженных сил и обороны. Впервые данный термин был употреблен им в отчете «Системы оружия и информационная война» в 1976 г. для компании «Боинг» [11]. С развитием информационных технологий данное понятие переходит из профессионального в обиходный дискурс. Начинается обсуждение технологий воздействия на противника посредством информационного давления, появляются методы направленного воздействия на общественное мнение [7]. Один из основных способов ведения информационной войны — ведение информационно-психологической войны, основанной на манипулировании информацией [8].

Феномен ведения информационных войн необходимо изучать в контексте

применения в СМИ манипулятивных технологий, которые оказывают воздействие на население и заставляют определенным образом оценивать политические решения. Методы политического манипулирования используются в медиа для оказания влияния на аудиторию для достижения политических целей.

Необходимо отметить, что манипуляции все чаще приобретают вид последовательной совокупности методов воздействия, применение которых становится возможным благодаря современным средствам передачи и обработки информации. Манипулирование общественным мнением из скрытого воздействия на аудиторию превращается в более явное и принимает все более агрессивные формы. Исследователи все чаще рассматривают дискурс СМИ не только как способ воздействия, но и как манипулятивный инструмент, который подавляет рациональное восприятие информации и навязывает адресату определенные смыслы сообщений [7].

Прежде чем перейти к рассмотрению технологий манипулирования, необходимо определить, что понимается под понятием политического манипулирования в научной литературе. Как отмечает Г.В. Пушкарева, «манипулятор всегда прибегает к скрытому воздействию, лишая тем самым человека возможности критически воспринимать информацию, самостоятельно рассуждать и принимать решения» [9]. Политическое манипулирование можно определить как скрытое воздействие и управление сознанием и поведением с целью побуждения к определенным действиям в интересах субъекта манипуляции [2].

Таким образом, существующие определения, в том числе приведенные Е.Л. Доценко [5], С.Г. Кара-Мурзой [6], сходятся в том, что политическое манипулирование — это скрытое информационно-психологическое воздействие,

мотивирующее объект на политическое действие, задуманное манипулятором, и основанное на игнорировании интересов объекта манипуляции.

В научной литературе для описания технологий манипулирования представлен ряд различных классификаций. Для исследования большую значимость представляют классификации методов политического манипулирования, сформулированные С.Г. Кара-Мурзой [6], Н.В. Демьяненко [3], С.В. Володенковым [1], И.М. Дзялошинским [4].

В соответствии с классификацией, предложенной И.М. Дзялошинским, технологии манипулирования могут быть определены в зависимости от воздействия на сознание аудитории. Автор приводит следующую классификацию приемов манипулятивного воздействия: 1) использование психологических автоматизмов; 2) манипуляция посредством управления информационными потоками или информационной средой; 3) манипуляция посредством актуализации ценностных представлений аудитории (ценностно-эмоциональное манипулирование); 4) манипулирование рациональными, убеждающими аргументами [4].

С.В. Володенков предлагает следующие приемы манипулятивного воздействия: 1) метод повторения; 2) метод наклеивания ярлыков; 3) метод «спирали молчания»; 4) метод утечки секретной информации; 5) метод семантического манипулирования; 6) метод объективного подхода; 7) метод «общего вагона»; 8) метод универсальности; 9) управляемое искажение фактов [1].

Таким образом, информационное пространство в условиях информационной войны становится глобальной ареной применения манипуляций со стороны политических акторов. Технологии манипулирования могут использоваться СМИ в любой момент, однако их применение приобретает большее значение во время избирательных кампаний. В этот период политические

силы активно используют различные стратегии и приемы для воздействия на общественное мнение.

Методология и результаты

Цель исследования — выявить особенности применения манипулятивных технологий в политических новостных сообщениях зарубежных СМИ в период освещения выборов президента РФ в 2024 году.

Эмпирическая база исследования включает в себя политические новостные сообщения наиболее популярных зарубежных СМИ: Bloomberg [13], The Guardian [14], The New York Times [15]. Анализируемые медиа отобраны в первую очередь по критерию политизированности, то есть в выборку вошли зарубежные СМИ, которые вовлечены в освещение политических событий и, в частности, российско-американских отношений. Также данные СМИ входят в число наиболее влиятельных новостных изданий в мире, что подтверждается их широкой аудиторией как на национальном, так и на международном уровне. Данные факты делают анализируемые медиа одними из ключевых акторов в процессе формирования общественного мнения.

Период исследования — март 2024 года. Поскольку предметом анализа являются манипулятивные технологии, то временные рамки исследования объясняются тем, что в указанный период проводились выборы президента РФ. Были изучены все опубликованные новостные сообщения в названных СМИ за указанный период, после чего они были отобраны по критерию упоминания в них президентских выборов в России. Таким образом, объем выборки составил *28 политических новостных сообщений*, выборочная совокупность представляет собой полный набор политических сообщений в представленных изданиях на данную тематику.

В качестве метода эмпирического исследования был использован *качественный контент-анализ* для выявления используемых манипулятивных технологий в политических новостных сообщениях. Контент-анализ основан на *индуктивном подходе*, который не предполагает опоры на предварительно установленный набор категорий анализа. Набор манипулятивных технологий выявлен непосредственно в ходе анализа материалов зарубежных СМИ. Для выявления особенностей и тональности текстов была использована *методика критического дискурса* на теоретических разработках Н. Фэрклоу [10].

В результате анализа были выделены следующие манипулятивные технологии (см. рис. 1), которые оказались наиболее частотными при освещении выборов президента РФ вошедшими в выборку зарубежными СМИ.

Манипулятивная технология «ограничение выбора» акцентирует внимание на том, что мнение населения не повлияет на результат выборов в России и он предreshен, участие В.В. Путина в выборах не признается мировым сообществом, что создает негативный образ кандидата и ставит под сомнение законность его прихода к власти («Президент воспользуется своей неизбеж-

ной победой на выборах» — *The Guardian*, 15.03.2024). Сообщения ведут к тому, что оппозиция будет отсутствовать в бюллетене, а власть рассматривается как субъект, реализующий необходимый сценарий для достижения своих целей («Владимир Путин идет на выборы, зная, что результат предreshен, а основные внутренние противники устранены» — *Bloomberg*, 15.03.2024). Технология способствует формированию устойчивого негативного представления о действующем президенте как кандидате на текущих выборах.

Технология «использование пугающих тем и сообщений» выражается в изображении России и В.В. Путина как объектов угрозы международной безопасности и дестабилизирующих элементов в системе международных отношений, которые влияют на эскалацию напряженности посредством военного присутствия на территориях других государств (освещение российско-украинского конфликта). Использование пугающих сообщений о затяжном конфликте и военной угрозе является инструментом манипуляции, который формирует негативный образ России на международной арене и способствует созданию чувства страха и необходимости защиты от внешней угрозы («Путин готов к гораздо более



Рис. 1. Манипулятивные технологии в зарубежных СМИ в период освещения выборов президента РФ в 2024 году

длительному конфликту, который может растянуться на годы, если не на десятилетия» — *The Guardian*, 15.03.2024; «Это все больше расходится с реальностью, в которой регулярно звучат сирены воздушной тревоги» — *The New York Times*, 15.03.2024).

Зарубежными СМИ используется и технология «создания образа врага» — В.В. Путин и его сторонники позиционируются как преступники. Применяется устойчивая мифологическая конструкция «свой-чужой», которая усиливает разделение на «друзей» и «врагов». Просматривается явная попытка представить В.В. Путина как угрозу, что создает у аудитории чувство страха и недоверия к лидеру РФ («Эти методы дополняют инфраструктуру репрессий, созданную Путиным» — *The New York Times*, 15.03.2024).

Технология «осмеяние» применяется с целью дискредитации конкретного лица и/или его взглядов, действий, что достигается через создание шуточного и несерьезного отношения к объекту манипуляции. Она используется для отрицательной характеристики выборов, сравнения их с «пародией» на электоральный процесс («Эта пародия на выборы запомнится, если вообще запомнится, циничной методичностью» — *The Guardian*, 17.03.2024). Можно отметить ироничное отношение к В.В. Путину как лидеру государства, что направлено на ослабление его позиции в глазах общественности («Он любит символику чисел, <...> так и хочется поддразнить его этим небольшим напоминанием» — *The Guardian*, 18.03.2024). Использование технологии направлено на подрыв авторитета российской власти через ироничные комментарии.

Технология «использование контрастов» позволяет сформировать мнение о политическом событии с помощью тщательно подобранных контрастных данных. В СМИ часто указывается, что россияне отрицают военные действия на территории Украины («Ресто-

раны в Москве и Санкт-Петербурге по-прежнему переполнены, создавая видимость нормальной жизни» — *The Guardian*, 15.03.2024). Активно используется следующий контраст: В.В. Путин не принимает участия в предвыборной гонке, но при этом его присутствие в информационном поле остается значительным через освещение политических достижений действующей власти. Подобные контрасты направлены на отбор фактов, не соответствующих общепринятым практикам предвыборной борьбы («Российский лидер принял участие лишь в нескольких официальных мероприятиях предвыборной кампании, <...> однако на российском телевидении ежедневно появлялись репортажи о его работе» — *The New York Times*, 17.03.2024). Создание параллелей в новостных сообщениях используется для привлечения внимания аудитории и «углубления» понимания событий: преподнося контрастирующие данные, СМИ подчеркивают определенные элементы, чтобы вызвать у аудитории сильные эмоциональные реакции и сформировать предвзятое мнение.

Технология «придание информации эмоционального окраса» позволяет вызывать у аудитории определенные чувства, что может привести к желаемым реакциям на новостные сообщения. Следует отметить наличие в СМИ крайне негативного описания будущих результатов президентских выборов в РФ («Кремлевская избирательная машина пыталась повысить его долю голосов и явку почти до абсурдного уровня» — *The Guardian*, 17.03.2024; «Результаты выборов — это фасад прогнившего режима, который по сути пуст» — *The Guardian*, 18.03.2024), описание жестокости, которая, согласно журналам, лежит в основе российской политики («Под репрессивным, параноидальным руководством Владимира Путина россияне возвращаются в прошлое» — *The Guardian*, 18.03.2024; «Избирательная система отсеивает нежелательных кандидатов, а активисты оппозиции

либо вынуждены бежать, либо оказываются в российских тюрьмах» — *The New York Times*, 17.03.2024). Используются сильный эмоциональный окрас и речевые обороты, которые должны сформировать у аудитории представление о системной несправедливости в России и отрицательное отношение к российской власти.

Технология «подбор аргументов» предполагает приведение неопровержимых фактов, склоняющих аудиторию к принятию аргументов как единственно правдивых («Не только Россия, Китай, Иран, Северная Корея и Сирия, но и государства по всей Азии и Африке регулярно подвергаются критике как тиранические, террористические или совершающие геноцид» — *The Guardian*, 22.03.2024; «Критики говорят, что система может затруднить выявление фальсификаций в результатах» — *Bloomberg*, 15.03.2024). Технология акцентирует внимание на определенных фактах и игнорирует другие, создавая искаженное восприятие предмета обсуждения.

Технология «исторические аналогии» основывается на проведении параллелей между историческими и современными событиями, что позволяет влиять на восприятие темы аудиторией. Формируется устойчивая ассоциация, которая усиливает негативное восприятие происходящего, сравнивая его с определенными историческими событиями («Одной из любопытных особенностей Советского Союза было то, что его лидеры придавали большое значение проведению выборов. Зачем это делать в условиях диктатуры?» — *The Guardian*, 18.03.2024; «Когда в понедельник он праздновал свою победу перед восторженной толпой на Красной площади, мы увидели в Путине нового Ивана Грозного» — *The Guardian*, 22.03.2024).

Технология «представление единичного случая как массового» используется для формирования искаженного представления реальности, что

включает в себя выбор конкретного события, которое затем обобщается для создания иллюзии его массовости. На основе яркого события, зачастую не отвечающего требованиям репрезентативности, подбираются факты, которые являются выгодными для психологического воздействия и создают из отдельных инцидентов общую тенденцию («В воскресенье некоторые россияне выстроились в длинные очереди на избирательных участках <...> выразить свое недовольство в последний день голосования, прислушавшись к призывам оппозиционных активистов» — *The New York Times*, 17.03.2024).

Выводы

Таким образом, в результате исследования были выделены следующие наиболее частотные технологии манипулирования в зарубежных СМИ: «ограничение выбора», «использование пугающих тем и сообщений», «осмеяние», «использование контрастов», «придание информации эмоционального окраса», «подбор аргументов», «исторические аналогии» и «представление единичного случая как массового». Указанные технологии направлены на делигитимацию президентских выборов в России, формирование негативных убеждений, акцентирование внимания на том, что государство преследует собственные цели. В результате применения манипулятивных технологий формируется определенное общественное мнение, которое влияет на восприятие России за рубежом, что также может способствовать усилению политической поляризации и конфронтации в условиях нынешней информационной войны.

Существуют определенные меры противодействия манипулятивным технологиям в СМИ: их предупреждение, особенно в контексте формирования негативного общественного мнения, требует комплексного подхода:

I. Законодательное регулирование.

Существующее законодательство РФ затрагивает проблему манипулирования общественным мнением. В России разработаны и внедрены методы защиты от информационных воздействий, которые закреплены в нормативных документах последних лет. К ним относятся «Стратегия развития информационного общества», «Стратегия национальной безопасности», «Доктрина информационной безопасности» и «Концепция информационной безопасности детей». Эти документы формируют основу государственной политики в области информационной безопасности и направлены на защиту интересов общества и государства. Отраслевые документы позволяют сфокусироваться на действиях, направленных на преднамеренное искажение реальности и побуждение к действиям, противоречащим интересам общества.

II. Повышение медиаграмотности населения.

Сами по себе законодательные меры зачастую являются недостаточными. Ключевым элементом борьбы с манипуляциями является повышение медиаграмотности населения. Необходимыми шагами станут разработка и внедрение образовательных программ, нацеленных на развитие навыка критической оценки информации и распознавания манипулятивных технологий, а также проверки источников получаемой информации. Критическое мышление — это важный инструмент противодействия технологиям манипулирования в условиях информационной перегрузки и распространения дезинформации.

Аналитический подход к восприятию информации позволяет быть менее уязвимыми к дезинформации и принимать более обоснованные решения.

Необходимо задавать вопросы о том, что представлено в информационном сообщении: «Для чего сформулировано сообщение?», «Какие могут быть скрытые мотивы?». Это помогает глубже понять контекст и содержание материала, а также снижает возможность быть подверженным манипулированию со стороны СМИ.

III. Разработка технологических решений.

Технологии играют ключевую роль как в распространении дезинформации, так и в борьбе с ней. В данной сфере эффективным решением может стать создание и внедрение информационно-аналитических систем, подобным системе обнаружения применения искусственного интеллекта для генерации текста. Внедрение технологий способных отличать фейковые новости и осуществлять мониторинг информационного пространства с целью идентификации применения в тексте манипулятивных методов упростит восприятие новостных сообщений.

Борьба с манипулятивными технологиями — сложная и многогранная задача, требующая совместных усилий государства, общественных организаций, технологических компаний и самих пользователей. Комплексный подход, сочетающий законодательные меры, просвещение населения и разработку эффективных технологических решений, позволит создать более безопасную и информационно-прозрачную среду в российском сегменте интернета.

Литература

1. Володенков С.В. Управление современными политическими кампаниями. — М.: Изд-во МГУ, 2012. — 312 с.
2. Володенков С.В. Технологии манипулирования общественным сознанием в интернет-пространстве как инструмент политического управления // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — 2017. — Т. 13, № 3. — С. 57–69.

3. Демьяненко Н.В. Использование манипулятивных технологий в СМИ как реальная проблема // Российский академ. журн. / Ростов, гос. экон. ун-т «РИНХ». — 2012. — № 1. — С. 20–27.
4. Дзялошинский И.М. Манипулятивные технологии в масс-медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2005. — № 1. — С. 29–55.
5. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. — М.: Юрайт, 1996. — 44 с.
6. Кара-Мурза С.Г. Манипуляция сознанием — М.: Алгоритм-ЭКСМО, 2000. — С. 47.
7. Озюменко В.И. Медийный дискурс в ситуации информационной войны: от манипуляции к агрессии // Russian Journal of Linguistics. — 2017. — Т. 21. — № 1. — С. 203–220.
8. Панарин И.Н., Панарина Л.Г. Информационная война и мир. М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. — 382 с.
9. Пушкарева Г.В. Политическое поведение: теория, методология и практические возможности когнитивного подхода: Дисс. ... д-ра полит наук. — М., 2004. — С. 4–69.
10. Fairclough N. A Dialectical-Relational Approach to Critical Discourse Analysis // Methods of Critical Discourse Analysis / Ed. by R. Wodak, M. Meyer. — London: Sage, 2009. — P. 162–186.
11. Ron T.P. Weapon Systems and Information War. Boeing Aerospace Co., Seattle, WA, 1976.
12. Медиаландшафт в 2023 году: аудитория, контент и генераторы повестки // Интерфакс. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://scan-interfax.ru/blog/medialandshaft-v-2023-godu-auditoriya-kontent-i-generatory-povestki> (дата обращения: 20.11.2024).
13. Bloomberg.com Website Analysis for October 2024 // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.similarweb.com/website/bloomberg.com/#overview> (дата обращения: 23.11.2024).
14. Theguardian.com Website Analysis for October 2024 // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.similarweb.com/website/theguardian.com/#overview> (дата обращения: 23.11.2024).
15. Nytimes.com Website Analysis for October 2024 // [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.similarweb.com/website/nytimes.com/#overview> (дата обращения: 23.11.2024).