Министерство спорта, туризма и молодежной политики РФ

Государственного Образовательного Учреждения

Высшего Профессионального Образования

«Уральский Государственный Университет Физической Культуры»

Кафедра связей с общественностью

Реферат на тему:

«Информационная война в Чечне»

Выполнила:

Студентка IV курса

Кафедры связей с общественностью

Подпорина Н.

Проверил:

Преподаватель

психологии массовых коммуникаций

Байкалова О.А.

Челябинск – 2008

**Содержание**

Введение…………………..…………………………...……………...........…......3

1. Информация как новый способ ведения войны....................................…5
2. Информационная война в Чечне.........................………......................…..9
3. Публикации о чеченской войне в средствах массовой информации....15

Заключение……….............................................……………………..............…24

**Список используемой литературы…….…..........…..........................................26**

**Введение**

История человечества – это история войн. Эволюцию общества можно изучать, рассматривая различные виды вооружения и способы ведения боевых действий, характерные для каждой эпохи. Традиционно выделяется три типа обществ, которые эволюционно сменяют друг друга в развитии цивилизации. Это аграрное, промышленное и информационное общества. Каждому из них соответствует свой тип производства и, конечно, свой способ ведения войны. Промышленное и аграрное общества, которые все еще характерны для некоторых стран, ведут войну за пространство, основной метод, который они используют – это физическое разрушение противника. В конце 70-х – начале 80-х гг. новые технологии стали менять облик обществ индустриальных стран. Массовое индустриальное общество стало превращаться в информационное. С этого времени в лексикон человечества прочно входит выражение «информационная эра», и будущее планеты начинают связывать исключительно с дальнейшей информатизацией.

Поток информации в современном мире настолько разнообразен и противоречив, что отдельный человек самостоятельно разобраться в нем не в состоянии. Поэтому отбор наиболее важной информации и ее представление – важная задача всей системы СМИ, что, естественно, открывает широкие возможности для манипулирования массовым сознанием. СМИ имеют огромные возможности в сфере политических манипуляций и воздействии на массовое сознание через формирование у населения определенного общественного мнения о том или ином событии, человеке, явлении. Особенно актуальной эта проблема стала для России, страны, в которой грамотность населения в сфере массовых коммуникаций низка, а темпы развития информационных и политических технологий значительно опережают развитие законодательной базы в области информационной политики, ограничивающей возможности использования СМИ в манипулятивных целях.

В информационном обществе власть знаний и информации становится решающей в управлении обществом, оттесняя на второй план влияние денег и государственного принуждения. Непосредственными носителями и, особенно, распространителями знаний и другой политически значимой информации являются СМИ. Хотя масс-медиа призваны решать определенные задачи в политической системе и обществе, в реальной жизни они достаточно самостоятельны, имеют собственные, часто расходящиеся с потребностями общества цели деятельности и используют для их достижения различные методы. Влияние на политику СМИ осуществляют прежде всего через воздействие на информационный процесс, что в свою очередь позволяет определенным образом формировать общественное мнение.

Непосредственное обладание такой властью – прерогатива СМИ. Они не только отбирают сведения, поставляемые информационными агентствами, но и сами добывают и оформляют их, а также выступают их комментаторами и распространителями.

Основой политического манипулирования является создаваемая СМИ виртуальная реальность, которая может в корне изменить пропорции подлинной модели мира. Важной предпосылкой для манипуляции можно считать также и тот факт, что, обладая монополией на информацию, СМИ задают приоритеты событий. В мире происходят миллионы событий, но обсуждается только та их часть, которую СМИ вводят в сферу внимания респондента.

Широкое поле для политических манипуляций в информационном пространстве во время военных действий. Наряду со средствами вооружённой борьбы используется информационное воздействие на психику политической элиты и населения страны-противника и даже всего мирового сообщества. Так военный конфликт в Чечне явился испытанием не только для российских военных и политиков, но также и для средств массовой информации.

**1. Информация как новый способ ведения войны**

Информационный век принес новый способ ведения войн, который характеризуется использованием современных информационных технологий и минимальным числом человеческих жертв. Военные операции нового типа ведутся самыми развитыми в техническом плане государствами и требуют наличия больших интеллектуальных ресурсов. Термин «информационная война» впервые оказался в фокусе внимания в связи с войной в Персидском заливе в 1991 г. После нее, по мере распространения глобальных сетей, у информационной войны стали появляться свои теоретики. Пока не существует единого, всеми признанного определения этого явления. В одних исследованиях понятие информационной войны дается слишком широко. Например, «информационная война – это стратегия, операции, тактические действия, проводимые в мирное время, во время кризиса, конфликта, войны, в период восстановления мира между соперниками, конкурентами, врагами с использованием современных информационных технологий, чтобы достигать своих целей». Очевидно, что это определение слишком многозначно, так как предполагает почти все виды человеческой деятельности. Другие определения информационной войны, наоборот, слишком ограничены, они рассматривают какой-то узкий ее аспект, называя, например, информационной войной только компьютерные преступления. Более академическое, наиболее часто цитируемое определение было дано директором информационных войск министерства обороны США: «Информационная война состоит из действий, предпринимаемых для достижения информационного превосходства в обеспечении национальной военной стратегии путем воздействия на информацию и информационные системы противника с одновременным укреплением и защитой нашей собственной информации и информационных систем».

В качестве базового определения можно использовать определение Г.Г. Почепцова: «Информационная война – коммуникативная технология по воздействию на массовое сознание с кратковременными и долговременными целями. Целями воздействия является внесение изменений в когнитивную структуру, чтобы получить соответствующие изменения в поведенческой структуре».

Рассмотрим основные отличия информационной войны от обыкновенной.

1. Обычная война предсказуема и допускает применение оборонных мероприятий. В случае информационной войны возможны определенные операции по защите, «вакцинация» мышления против введения альтернативной точки зрения. Получив и обсудив ее заранее, человек по иному ведет себя в случае реального получения контраргументации. Однако в большинстве случаев возможность предугадать направление и инструментарий возможной атаки в информационной войне отсутствует.
2. При информационной войне возможен поэтапный захват, когда аудитория завоевывается частями. Вероятна отдельная работа с лидерами мнений, молодежью и т.д. В отличие от бомбы, которая разрушает всех, информационная война действует избирательно, охватывая по-разному различные слои населения.
3. При информационной войне существует возможность многократного захвата одних и тех же людей, что выражается в захвате различных тематических зон сознания.
4. Человек не в состоянии реагировать на невидимое действие, подобное радиации. Более того, это воздействие, по сути, может облекаться в доброжелательную форму, на которую человек не готов отвечать агрессивно. Главная опасность информационной войны – отсутствие видимых разрушений, характерных для войн обычных. Население даже не ощущает, что оно подвергается воздействию. В результате общество не приводит в действие имеющиеся в его распоряжении защитные механизмы. Информационная война выглядит как «мирная», поскольку может идти на фоне всеобщего мира и благополучия.
5. Пространство и расстояние не играет в новых войнах той роли, что раньше. В информационной войне нет ограничения в виде расстояния.
6. Изменяется роль воздействия: от чисто физической – разрушение объекта – к коммуникативной, сохраняющей объект. Задачей теперь становится изменение коммуникативной среды объекта. Войны, направленные на завоевание пространства, сменились войнами, направленными на завоевание знаний. «Информационные технологии позволяют обеспечить разрешение геополитических кризисов, не производя ни одного выстрела».

В информационных технологиях конечным звеном цепочки является человеческий разум. При этом в отношении армии противника ставится не просто задача разрушения информационных систем, а приведение ее к полной потере желания сражаться. Тем самым конфликт может быть разрешен не силовыми методами, а информационными. Новым объектом военного воздействия становится разум противника, а не просто его тело, как это было при предыдущих войнах.

Информационная борьба ведётся враждующими сторонами в форме проведениятайных информационно-психологических операций с применением информационного оружия.

Признаки информационно-психологической войны:

* деятельность с нанесением ущерба государственным интересам;
* тайные информационно-психологические операции как организационная форма такой деятельности;
* применение информационного оружия.

Последствия акций и ударов информационно-психологической войны способны изменить саму структуру информационного пространства (в частности маршруты следования потоков и положение узлов притяжения информационных потоков, а также приоритет и монополию в разработке и внедрении передовых информационных и телекоммуникационных технологий одних субъектов геополитической конкуренции относительно других), а ткже к отчуждению (экономическому, культурному, юридическому отделению) части территории государства и перераспределению других видов стратегически важных ресурсов. Такие изменения приводят к изменениям общей, стабильной картины геополитических отношений между субъектами геополитической конкуренции и нарушению баланса геополитических интересов, что обязательно отразится на состоянии безопасности каждого из рассматриваемых государств и территорий.

Информационную войну в гуманитарной сфере прежде всего связывают с психологической войной и пропагандой. Если военные действия в технической сфере направлены на физическое разрушение противника и имеют больше общего с силовым решением конфликта, то гуманитарные формы ставят целью изменить структуру мышления противника, ход его рассуждений и процесс принятия решений. В результате противник, подвергшийся информационно-психологическому воздействию, должен изменить поведение в соответствии с интересами инициировавшего войну. В большинстве случаев объект информационной атаки не догадывается, что он подвергался воздействию, ему кажется, что все решения он принимал самостоятельно и добровольно. В этом контексте становится понятной значимость СМИ, непосредственно через которые происходит формирование общественного мнения, осуществляется влияние на процесс принятия политических решений в стране. Журналистов используют в целях, которые требуются на данный момент. Таким образом, СМИ не столько объективно информируют общество о реальности, сколько интерпретируют ее в интересах организовавшего войну. В современном мире благодаря открытости обществ и последних информационных технологий были созданы благоприятные условия для широкого распространения информационных войн. Теперь информационно-психологическое воздействие является естественным компонентом любого политического конфликта как в международной, так и во внутренней политике. Информационные войны имеют много общего с коммерческой рекламой и пи-ар. Все эти операции используют в своей работе понятие «коммуникативной модели общества» и имеют схожие методы воздействия. Общность методов приводит к отличиям только в более серьезной технической подготовке, более существенной исследовательской базе по изучению целевой аудитории, масштабности и агрессивности. Для удобства дальнейшего изучения в данной работе предлагается использовать поддерживаемое некоторыми теоретиками разграничение понятия «информационная война» на психологическую войну, которая ведется против внешнего врага, и пропаганду – воздействие, осуществляемое на собственное население. «Аудитория, на которую направлены психологические операции, как правило, чужая, пропаганда направлена на свою аудиторию. Пропаганда более долговременна, поэтому может уделять больше внимания контексту, чем тексту, имеет множество целей. Психологические операции более кратковременны и ограничены в целях. Пропаганда нуждается во множестве текстов, для нужного результата в психологической операции достаточно одного».

**2. Информационная война в Чечне**

Конфликт в Чечне получил название «первой российской телевизионной войны». Первая кампания, как признают все исследователи, была проиграна Россией прежде всего в информационном плане. В качестве причин неуспеха приводят следующие. Во-первых, не работало оцепление, через него журналисты проходили к террористам, которые позировали и давали пространные интервью. Во-вторых, не был выделен представитель штаба для контактов с общественностью и СМИ: «Присутствие в зоне конфликта сразу нескольких высокопоставленных лиц противоречит принципам организации управления кризисной ситуацией».

В этом конфликте масс-медиа не были на стороне государства, СМИ освещали конфликт сочувственно по отношению к боевикам. Подобная многозначность не может приносить успеха при воздействии на массовое сознание, когда требуется преобладание одной точки зрения, а не возможность выбора из нескольких. Удар по зрителю нанесли реальные картины военных действий, которые до этого были доступны только для военного человека. Кроме того, есть мнение, что информационная кампания, направленная на создание негативного отношения к войне, спонсировалась заинтересованными лицами из Чечни и стран дальнего зарубежья. Покупались пи-ар компании в прессе, направленные на дискредитацию армии, политиков, поддерживающих операции федеральных войск в Чечне, сориентированные на развитие пацифистских идей и трансляцию в общественное сознание различных панических настроений. Это выражалось в том, что российские СМИ «усиленно оплакивали судьбы беженцев из Чечни, десятками штамповались репортажи о «бедных солдатиках», «несчастных срочниках, которых подставили мерзавцы-командиры» и одновременно о «зверях-контрактниках», уничтожающих мирное население». Старательно формировались образы «генералов-идиотов». Российских слушателей, зрителей и читателей убеждали в том, что «бюджет не выдержит военных расходов».

Исследования показали, что видеоряд, показывающий, например, последствия войны, оказывает сильнейшее воздействие на подсознание и восстанавливает общественное мнение против стороны, совершившей акт разрушения (независимо от того, являются ли справедливыми цели самой войны). Поэтому при освещении «миротворческих операций» западные СМИ всегда жестко дозируют показ разрушений и гибели людей.

Российские СМИ широко использовали психологический шок при освещении событий в Чечне. В 1996 году многие телеканалы (особенно НТВ) показывали очень много видеокадров с взрывами, разрушениями и гибелью людей - для того, чтобы внушить идею о ненужности войны. Напротив, в 1999-2000 годах цели стали диаметрально противоположными. Взорванные террористами дома, отрезанные головы российских солдат и западных журналистов должны были доказать, что чеченские боевики - выродки рода человеческого, поэтому «зачистка территорий» необходима.

Когда требуется постепенно сформировать нужное мировоззрение. Чтобы «промыть мозги» целому обществу, совершить над ним крупную программу манипуляции и отключить здравый смысл нескольких поколений, надо в первую очередь разрушить историческую память.

Этот эффект в действии можно видеть на примере воздействия на аудиторию так называемых «сепаратистских сайтов» Чечни - СМИ, издаваемых террористами. В них вся история взаимоотношений Чечни и России преподносится как одна жестокая, кровавая и бессмысленная бойня, осуществляемая «имперскими приспешниками» и русскими «великодержавными шовинистами». Вне внимания аудитории остаются реальные исторические факты, подтвержденные многочисленными исследователями, и на поверхности виден лишь сильный эмоциональный накал, сдерживаемый (или не сдерживаемый) тонкой пленкой событий, реально имевших место.

Следует отметить, что в последние годы в России предпринимаются кое-какие шаги в данном направлении. В первую очередь они связаны с формированием благоприятного общественного мнения относительно действий власти по разрешению чеченского конфликта. Для этого, в частности, активно используется и масс-культура. Примером служат снятые по прямому заказу российских органов спецпропаганды многочисленные телесериалы о спецназе, о милиционерах - о «наших ребятах», простых и справедливых, которые мужественно сражаются в Чечне «за нас с вами».

Во время второй военной кампании в Чечне правительство кардинально изменило свою информационную политику, взяв под жесткий контроль внутригосударственное циркулирование информации о конфликте. Секретарь Совета безопасности РФ Сергей Иванов призывал СМИ последовательно вести информационную войну против чеченских террористов. «Если СМИ не доверяют официальным источникам, могут использовать чеченских информаторов, то главное – не пускать их в прямой эфир. Пять лет назад мы проиграли в этом, сейчас нельзя наступать на те же грабли. Ведь и международное право, и мировой опыт на нашей стороне. Член Ирландской республиканской армии ни под каким видом не получит эфир в Великобритании. Так предписывает закон: террорист не должен использовать СМИ в своих целях. А у нас что получается? Бандиты дают интервью, выходят в прямой эфир».

Тем временем западные телекомпании периодически показывают кадры военных преступлений федеральных войск в Чечне. Эти акции считаются проявлениями информационной войны между Западом и Россией. «Крайне тенденциозной, а часто ложной и откровенно антирусской была осенью и зимой 1999/2000 г. та информация о войне в Чечне, которая публиковалась на страницах большинства западных газет и журналов. Очень редко публиковались сообщения официальных российских военных источников или даже не особенно объективных российских газет. Преимущество отдается до сих пор сообщениям из чеченских источников. В большинстве случаев эти сообщения являли собой дезинформацию, которую нет смысла опровергать».

Тем не менее, в этот раз Россия одержала безусловную победу в информационной войне, результатом которой стало то, что, по данным социологических опросов, среди россиян растет количество сторонников ввода федеральных войск в Чечню, а также тех, кто считает Чечню частью России. Несмотря на значительные людские потери со стороны военнослужащих и мирного населения, на возникновение сложной гуманитарной ситуации и постоянного давления (порой предвзятого и субъективного по своей сути) со стороны Запада, это существенным образом не сказывается на общественном мнении россиян в понимании ими предпринимаемых действий.

К числу нового инструментария второй чеченской компании следует отнести четкий вербальный отбор слов для описания ситуации. Таким новым словом стала «зачистка». Весьма симптоматично его комментирует журнал «Итоги»: «Когда мы говорим очистить, уместно спросить себя: от чего? А слово зачистить даже грамматически устроено так, что такого вопроса не предполагает. Зачистить – и все тут. Поэтому человек, слыша в «Новостях» по сто раз на дню, что что-то там опять зачистили, и имея полное ощущение, что он в курсе событий, может в сущности весьма туманно представлять себе, что именно происходит». Петр Вайль перечисляет также другие замены: «Это не война, а антитеррористическая операция», «Идет освобождение территорий», «Федеральные войска заняли, федералы продвинулись». Сюда же можно добавить пример с употреблением/неупотреблением слова «граница» по отношению к Чечне. Поскольку пересечение границы предполагает акт агрессии, это слово быстро исчезло из лексикона.

Чечня-2 показала возможности контроля масс-медийного пространства по следующим параметрам:

* контроль вербальных обозначений, еще одним примером чего служат «ковровые/точечные бомбометания», которые, как и «зачистка», убирают из поля сознания смертоносный характер;
* контроль визуальной картинки, в соответствии с которым на телеэкране отсутствует изображение раненых, потери техники со стороны федеральных войск;
* контроль единства интерпретации, в данном случае было отдельное указание министерства Лесина, запретившего показ на телеэкране интервью со стороны боевиков.

Соответственно, для западной аудитории активно порождалась идеология антитеррористической операции, что удачно вписывается в модель мира западного человека.

Первый этап данной войны еще не характеризовался подобной четкостью. На экране промелькнули интервью Хаттаба и других боевиков. Возникли трения с некоторыми субъектами Федерации по поводу отправки в Чечню новобранцев. Все это было исправлено. Картинка войны стала такой, какая требуется для военных. К числу методов, в том числе и психологического воздействия, следует причислить и акцент на непризнании Масхадова в качестве законного президента, разного рода «заигрывание» с оппозицией ему. Дестабилизация лидера достаточно часто используется в подобных ситуациях.

Одна из главных задач пропагандистской войны - лишить противника возможности публично высказать свою позицию. Так поступало российское правительство, лишая широкую общественность возможности услышать, кроме как через альтернативные источники, точку зрения и требования сил, противостоящим Российской Федерации в Чечне.

Информационная блокада всегда тесно связана с информационным доминированием. Это две стороны одной медали. К ним прибегают как в случае военных действий, так и в мирное время (например, во время выборов). Имеет место создание информационного вакуума по какому-то вопросу с последующим распространением тенденциозно подобранной информации о нем.

Для создания информационного вакуума российские власти, в частности, использовали Федеральный конституционный закон от 30.01.2002 №1-ФКЗ «О военном положении», принятый Государственной Думой 27 декабря 2001 года, одобрен Советом Федерации 16 января 2002 года. В статье 1 «Военное положение» этого закона сказано, что под военным положением понимается особый правовой режим, вводимый на территории Российской Федерации или в отдельных ее местностях в соответствии с Конституцией Российской Федерации. Президентом Российской Федерации в случае агрессии против Российской Федерации или непосредственной угрозы агрессии, а целью введения военного положения является создание условий для отражения или предотвращения агрессии против Российской Федерации.

Использование этого закона фактически позволило ввести цензуру в российских средствах массовой информации, ограничить их деятельность и подчинить их нуждам государства. Следствием стала полная неинформированность российского, а затем и мирового сообщества о реальном ходе войны в Чечне.

**3. Публикации о чеченской войне в средствах массовой информации**

«Восстановление конституционного порядка в Чечне» глубоко задело российское общество, сформировало у значительной его части резко негативное отношение к конкретным решениям власти. Все это стало поводом для самых разных по характеру попыток разобраться в роли участия в событиях – и их оценке общественным мнением – российских СМИ.

Чеченский кризис расколол СМИ. На одном берегу оказались те, кто поддерживает позицию власти, на другом – те, кто против нее возражает.

Со временем информация из Чечни стала все более скудной и односторонней. Из противоречивых сообщений военных и других официальных лиц невозможно было понять, что же там происходит: одержана победа над основными силами противника и осталось подавить лишь мелкие очаги сопротивления, или ситуация серьезна и угрожающа? Наблюдатели-правозащитники, для которых объективность и беспристрастность – основополагающие принципы, фиксировали нарушения прав человека обеими противоборствующими сторонами, давая им соответствующую оценку.

СМИ стояли на разных позициях: патриотизма или пацифизма. Инструктивное письмо «О порядке освещения в СМИ событий вокруг чеченского конфликта и его информационное обеспечение» опиралось на старые и действующие мифологемы, показывающие чересчур грубый патриотизм. Например:

* «Показывать, что у российской державности в лице нелояльных чеченцев имеется неисправимый враг, выпестованный и поддерживаемый из-за рубежа и фашиствующими элементами из стран СНГ».
* «Избирать уничижительную форму изложения при описании руководителей противника, выявляя всю их примитивность, озлобленность, жестокость и звериную сущность».
* «Создавать информационные массивы, отмечающие мощь и дух российской армии, силу русского оружия. Раскрывать меркантильный интерес чеченских боевиков-бандитов и присущий им страх».

Профессиональный язык военных, претендующих на право толковать войну, нацелен на то, чтобы скрыть самый большой секрет войны: смерть. «Потери» – это то, что можно найти. «Зачищать» – делать чистым. «Живая сила» – это не люди. А «нелюди» – это та сторона. Они же отщепенцы, бандиты, отморозки, т.е. изгои, на которых никакие законы не распространяются, с которыми переговоры невозможны по определению, «не с кем там вести переговоры».

Набор «медиологем» войны оказался крайне скуден. При попытке составить такой словник выясняется, что он «исчерпывается тремя разделами: разделение на «добрых» (наших) и «злых» (ненаших); весьма неизощренные подмены всех слов, обозначающих смерть и физическое страдание; попытки прикрыть убийство людей правовой терминологией, подменить его восстановлением справедливости, в варварском понимании – местью».

Как-то по-своему осмыслив уроки первой чеченской войны, власть пыталась внедрить в сознание людей представление, а точнее – идеологическое клише: журналист – прежде всего гражданин своей страны. И вот уже введено понятие: журналист не своей профессией занимается, а «участвует в информационной войне». Иначе говоря, власть приучает журналистов к представлению о том, что надо быть прежде всего защитником своей страны.

В начале 90-х гг. пресса воспринимала себя как «четвертую власть», т.е. как самостоятельный общественный институт. Это означало, что главные редакторы и журналисты чувствовали свою ответственность перед обществом и полагали, что пресса может и должна критиковать власть тогда, когда она допускает ошибки. С точки зрения прессы и той «демократической» печати, которая ранее, до данного локального конфликта, поддерживала президента, не говоря уже об оппозиционной печати, война в Чечне была «совершенно бездарной и бессмысленной авантюрой. Войны вообще редко бывают разумными. В чеченской войне толка было столько же, сколько в операции «Лиса в пустыне», а жертв значительно больше. Кроме того, следует помнить, что именно чеченская война дала козыри в руки сторонников расширения НАТО».

Ситуация изменилась во второй кампании. У солдат, в отличие от первых дней, когда не было понятия, почему, в кого нужно стрелять, зачем нужно стрелять, что это за война, появляется мотивация для ожесточенных военных действий: отомстить за товарищей, которые легли рядом, уничтожить ненавистных чеченцев. Аркадий Удальцов, главный редактор еженедельника «Литературная газета» по этому поводу сказал: «И прессе тут надо бы тонко поработать, потому что такая мотивация может действительно армию повернуть в античеченское русло, против нации как таковой… Пресса должна много еще сделать для того, чтобы в обществе наконец окончательно созрела мысль, что переход армии на профессиональные рельсы, как бы дороги они ни были, – это единственно правильный путь».

В порвой кампании в вину многим журналистам ставилось освещение войны с чеченской стороны. Журналист должен быть объективен, он должен и у «врага» работать, если такой враг описуем в соответствующих рамках. Он же должен работать и у «своих», если под «своими» подразумевают российские войска. Как отметил Павел Гусев, «но если там не дают работать, а у чеченцев работать дают и, наоборот, способствуют этому, то здесь возникает вопрос: кто виноват в том, что российские журналисты не могут давать, по мнению властей, более объективную и более убедительную информацию со стороны российских войск».

Условия, при которых приходилось работать журналистам во время войны в Чечне, не способствовали тому, чтобы общество осуществляло своё законное права на получение информации. Необходим механизм, с помощью которого интересы общества и журналистов будут информационно защищены.

Главным для всех журналистов стало «неприятие войны как средства решения политических проблем». О неготовности прессы можно говорить в той степени, в какой не было готово общественное мнение к этой ситуации. Общественное мнение пережило шок, и пресса отразила этот шок.

Существует множество вопросов, на которые можно ответить, используя профессиональные нормы. Например, какой уровень насилия показывать на телеэкране? Как показывать жертвы конфликта? Как показывать трупы? С одной стороны, этого нельзя не демонстрировать, особенно когда это превращается в чудовищную проблему, с другой стороны, это ведет к некоторому «одеревенению» аудитории, когда публика становится настолько бесчувственной, что каждую новую долю насилия она воспринимает все спокойнее. Это, кстати, тяжелая проблема, и на сегодняшний день она не до конца разрешена.

Многие общественные организации, как, например, общество «Мемориал», Комитет солдатских матерей, Фонд «Гласность», общество «Международное ненасилие» и другие, подписали обращение к мировой общественности, в котором выражали свое негативное отношение к военным действиям в Чечне. «Действия российских войск в Чечне превратились к настоящему моменту в бессмысленное и жестокое кровопролитие, равного которому еще не знала новейшая история нашей страны. Нет нужды излагать подробности – они широко освещаются средствами массовой информации во всем мире… Варварское насилие сопровождается массированной дезинформацией, грубой и откровенной ложью о событиях в Чечне, исходящей от высших должностных лиц государства…».

«Российская газета», например, еще во время первой чеченской войны заявила о своей позиции и опубликовала открытое письмо коллектива редакции. Приведем выдержки из этого документа: «Да, мы скорбим, как и все нормальные люди, скорбим по погибшим на Северном Кавказе. И слезы матерей разрывают наши сердца. Газета не раз выступала и выступает с резкой критикой того, как была организована операция. Но мы не можем печатать так называемых правозащитников, которые призывают военных к дезертирству, призывают русских собирать деньги на оружие для чеченских боевиков, которые зовут натовские самолеты бомбить Москву. Считаем подобную защиту человеческих прав изуверством и патологией… А мы живем в России и умрем на Родине. Нам бежать некуда. Мы любим нашу Родину и не будем ее продавать… И, защищая все, что нам дорого, мы печатаем правду о сотнях тысяч изгнанных из Чечни россиян, о леденящих душу фактах изуверства, когда бандиты кастрируют раненых, насилуют детей. И это факты не только сегодняшнего дня, это – три года ужасов». Таким образом, «Российская газета» заявила, что она за права «человека», а не «бандита», считая неуместным, что большинство газет, теле- и радиоканалов «почему-то на стороне боевиков».

Чеченский кризис в очередной раз продемонстрировал российской общественности, что «четвертая власть» в нашей стране куда сильнее и даже могущественнее исполнительной, законодательной и судебной властей. Именно она вместо «объективного отражения общественного мнения взялась за решительное и массированное его формирование и в очередной раз доказала, что телевидение, радио и пресса – это самостоятельная политическая сила, диктующая стране не только концепцию государственного строительства, но и формы, методы его осуществления».

Реакция населения на чеченский конфликт, особенности его отражения в средствах массовой информации стали предметом исследования, проведенного в 1995 г. Всероссийским институтом печати и массовой информации. Социологические исследования свидетельствовали о «провале информационно-пропагандистского освещения чеченских событий». Выделяется две причины этого провала. Во-первых, очевидное падение интереса населения к политическим проблемам вообще (57% москвичей ответили, что не следят вовсе или следят не очень внимательно за событиями в Чечне). Во-вторых, в СМИ не появилось заблаговременно аналитических материалов, раскрывающих сложную ситуацию в Чечне и необходимость разрешения возникшего конфликта. Следовательно, общественное мнение не было готово к такому повороту дела. Начало военной акции стало полной неожиданностью для большинства россиян.

Сергей Кара-Мурза провел анализ западной прессы на предмет того, что она писала о Чечне, и сделал такие выводы: «Судя по масштабу всей кампании прессы, война в Чечне занимает в глобальной политике гораздо более важное место, чем мы думаем у себя дома. Видно, ее предполагают превратить в добивающий Россию удар… Чечне с первых же чисел декабря отводят по целой странице в ведущих газетах – вещь небывалая. Важный факт: демпресса и ТВ в Москве умалчивают о той роли, какую придает Чечне западная пропаганда». Согласно утверждению публициста Кара-Мурзы, вся западная пресса безоговорочно занимает сторону Дудаева, газеты представляют Чечню ареной войны христиан против мусульман и к тому же, идеализируя Дудаева, пресса фальсифицирует факты. Говорится: «Дудаев победил на выборах 27 октября 1991 г., получив 90,1% голосов… но Москва не признала первых демократических выборов в Чечне».

Война на Западе представлялась этнической – русские против чеченцев, и имперской – огромная Россия против маленького народа горцев. Ни слова не было ни о национальном составе Чечни, ни о способе сосуществования народов на Кавказе. Кара-Мурза сделал вывод, что чеченская трагедия России, согласно западной прессе, – «хорошо разыгранный спектакль. Актеры – Ельцин и Дудаев, Шахрай и Ковалевы, Клинтон и Ле Карре – вроде бы не связаны друг с другом, каждый играет свою роль. Но следуют одной невидимой нам дирижерской палочке».

Чеченский конфликт внес существенные изменения в противостояние СМИ. Демократические издания, забыв о своих недавних противниках – газетах «Завтра», «Советская Россия», нашли новый объект для массированного «обстрела» – правительственную «Российскую газету». Она в отличие от других изданий, включая и патриотические, и коммунистические, поддержала действия президента и федеральных войск, направленные на разгром дудаевских боевиков.

«Московский комсомолец» заявил, что вся нация безоговорочно осудила «чеченскую авантюру», одна лишь «Российская газета» противостоит всей нации. А.Н. Яковлев в интервью «Радио Свобода» «квалифицировал «Российскую газету» как профашистское издание и самую лживую газету в стране» (цит. по: *Грабельников* *А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: Монография. М., 2000. С. 164.*).

Часть публикаций отечественных СМИ носила откровенно провокационный характер. Например, журналист мог популярно объяснить призывникам, как уклониться от воинской службы с минимальной ответственностью за содеянное. Также можно вспомнить телерепортажи НТВ о том, как хорошо российским солдатам в плену у дудаевских боевиков: их здесь не бьют, кормят горячей пищей, разрешают писать письма матерям, чтобы те приехали и забрали домой своих сыновей.

Когда же центральная власть в лице Президента РФ решила в конце концов приостановить распад страны и направила в «независимую» Чечню войска, верные до этой поры демократические СМИ вдруг в одночасье стали оппозиционными. Телевидение – НТВ, РТР увеличили показ количества митингов в поддержку Чечни, даже если их участники составляли несколько десятков человек. Выступление на одном из митингов В. Новодворской, которая призывала москвичей собирать деньги на вооружение чеченских ополченцев и которая утверждала, что дезертирство – святой долг каждого уважающего себя гражданина России, информационная программа на канале «2х2» показывала каждый час в течение всего дня.

Корреспондент «Российской газеты», комментируя эти передачи, не мог скрыть своего возмущения: «Говорить что угодно и где угодно – личное дело и право любого гражданина России. В том числе и госпожи Новодворской. Она уже немало повеселила соотечественников в последние годы. Но выбирать в качестве информации призывы к дезертирству из Российской армии и сбору средств на вооружение боевиков, а затем многократно тиражировать эти призывы по всем телевизионным каналам – это уже, на мой взгляд, преступление, которое называется изменой Родине» (цит. по: *Грабельников* *А.А. Русская журналистика на рубеже тысячелетий. Итоги и перспективы: Монография. М., 2000. С. 176*.).

Как пишет А. Грабельников, журналист «Российской газеты» не знает, что такое перепрограммирование, что означает заставить информационную систему-жертву (в данном случае – телевизионную аудиторию) «смотреть на мир чужими глазами», глазами информационной системы-агрессора, стать похожей на нее. Это хорошо видно на примере освещения военного конфликта в Чечне: в среднем чеченская тематика занимала в программах НТВ от 10 до 18 мин. в одном информационном выпуске (в «Вестях» – 3–7 мин.).

Анализ публикаций «Московского комсомольца» и «Известий» показал, что лишь в одном из четырех материалов упоминалась или раскрывалась точка зрения федерального командования на происходящие события. Остальные материалы носили прочеченский характер, героизируя боевиков, преувеличивая их возможности. Опросы общественного мнения, проводимые НТВ, возможно, с целью проверки эффективности данного способа перепрограммирования, подтверждали, что для среднестатистического гражданина, регулярно смотрящего телевизор, отношение к собственной армии изменилось в худшую сторону, а цели боевиков стали «ближе и понятнее»

Известный политолог Алексей Кива, всегда защищавший действия российской демократической интеллигенции, вынужден был признать, что она в значительной своей массе изменяла своему прямому долгу говорить народу правду, стоять на страже закона, порядка, прав и свобод граждан. «Как бы ради того, чтобы насолить Правительству РФ, она берет сторону Дудаева, искажает саму суть чеченской проблемы, совершает грубые подмены. Интересы группировки Дудаева выдаются за интересы чеченского народа».

Вместо поддержки и защиты собственной армии шла постоянная ее дискредитация. СМИ старались целенаправленно разрушать веками сложившееся доброе отношение русского человека к русскому ратнику, солдату, офицеру. Все репортажи были наполнены трупами российских бойцов, разбитой техникой, но почти не было потерь со стороны дудаевских боевиков. Те немногие издания, которые поддерживали действия правительства, подвергались в демократических СМИ травле и осмеянию. В их числе «Российская газета», которую критиковали за то, что она печатала материалы, выдержанные в официальном русле.

В заявлении руководителей демократических СМИ («Московский комсомолец», «Новая газета», «Общая газета» и др.) говорилось: «Мы прекрасно понимаем, что не дело средств массовой информации организовывать акции гражданского протеста. Но все обычные способы вразумления власти, которыми располагали СМИ, уже использованы. О варварстве и бесперспективности этой войны сказано и написано все, что можно, а конвейер человекоубийства работает как ни в чем не бывало».

Т.о. существовали различные точки зрения на военные действия в Чечне: кто-то их оправдывал, кто-то осуждал. СМИ разделились на два лагеря: демократически настроенная пресса сообщала о подробностях чеченской бездарной кампании, о многочисленных жертвах среди военнослужащих; в правительственных изданиях (в частности, в «Российской газете») был представлен образ Президента РФ как национального лидера.

Первая информационная война была проиграна нашим государством, но ошибки были учтены и исправлены, что позволило выиграть вторую акцию. Сейчас с уверенностью можно утверждать, что общая информационная война в Чечне завершилась благополучно для России. Имидж страны в геополитическом пространстве стабилен, что подтвердилось во время Юго-Осетинского конфликта. Нужно отметить высокий уровень специалистов занимающихся информационной защитой России.

**Заключение**

Современные информационные технологии преобразовали почти каждую сферу человеческой деятельности, в том числе они произвели революцию и в военном искусстве. Традиционная война дополняется принципиально новыми формами противоборства, в которых победа будет достигаться путем массированного использования новых средств информационного оружия. Сегодня это оружие приобретает свойства, позволяющие ему заменить и даже превзойти оружие массового поражения.

Во всем мире налицо очередная «гонка вооружений», только уже информационных. Намечается тенденция по более активному противодействию – разрабатываются способы обороны в информационной войне, появляются сторонники идеи ограничения распространения информационного оружия на международном уровне.

Как показала практика, наша страна, российская власть и российская политическая система во время ведения войны в Чечне были наиболее уязвимы на знаково-смысловом поле. Российская политическая элита попросту не была готова к ведению серьезных конфликтов на информационном уровне. А поскольку именно знаково-смысловое пространство имеет стратегическое значение в эпоху информационных обществ, то неудивительно, что самые тяжелые поражения Москва терпела именно на фронтах информационно-смысловых, информационно-знаковых войн. Во время первой чеченской военной кампании 1994-1996 гг. федеральный центр проиграл информационную войну в Чечне и, как потом отмечали аналитики, этот проигрыш во многом повлиял и на весь исход военных действий России в мятежном регионе.

В целом разница в освещении военных действий во время 1й и 2й кампании аналогична ситуации с освещением войны в Чечне. В 1й кампании среди населения было более сильным недовольство действиями правительства, критика в его адрес, имидж силовых структур занижался. Во время 2й кампании со страниц газет исчезла критика армии,чиновниками разных рангов активно стал создаваться миф о ее боеспособности, высоком патриотическом духе бойцов.

С одной стороны, СМИ, публикуя информацию о высоком моральном духе солдат, сплоченности союзников, высокой боеготовности армии, воздействовали на общественное мнение, чтобы подавить страх и панику, повысить уровень доверия к правительству. С другой стороны, это было необходимо и для того, чтобы воздействовать на противника, который так или иначе тоже получал эту информацию. По существу, военная сила может не соответствовать распространенной точке зрения о ней, но если противник принимает ее на веру и отказывается сражаться, то война оказывается выигранной информационно, а не традиционным путем, когда побеждает физически более сильный противник.

Важным достижением для правительства стало вынесение конфликта за рамки религиозной тематики, в иное информационное поле, где атаки на них могли быть более оправданными. Для этого боевиков перестали трактовать как религиозных фанатиков, борцов за веру, поскольку такой образ мог вызывать симпатию у определенных кругов населения. Позиционировать войну как столкновение светского строя и религиозных группировок было опасно. Поэтому их стали представлять как наемников, отрабатывающих деньги международных террористов, заинтересованных в контроле над наркотрафиком, для которых религия – только прикрытие.

Информационные войны заставляют по-новому взглянуть на профессию журналиста и функционирование масс-медиа в обществе. К сожалению, практика показывает, что не существует независимых масс-медиа. Даже самые крупные СМИ в современном обществе не сумели достигнуть того уровня независимости, который бы им позволил оставаться нейтральной стороной в любом конфликте. Неосознанно или умышленно они встают на сторону одного из противоборствующих участников, позволяя манипулировать собой и общественным мнением в чьих-то интересах. Не означаетли это то, что мы находямся в состоянии информационной войны постоянно?

**Список используемой литературы**

1. Актуальность новых подходов к регулированию информационных отношений/ Е.В.Михайленко// Юрист. — 2004. — №4. — С. 42-45;
2. Война «времён глобализации»/ В.В.Серебрянников// Власть. — 2004. — №3. — С. 35-38;
3. Григорьев М. Методы ведения информационных войн. http://mcpt.narod.ru/pr\_war.html
4. Завадский И.И. Информационная война – что это такое? http://www.fbr.donetsk.ua/InfoWar/text01.shtmll
5. Защищайтесь, господа!/ А.Тепляков// Наука и инновации. — 2006. — №9. — С. 14-17;
6. Информационная борьба в системе национальной безопасности/ Василий Кириленко// Обозреватель. — №12. — С. 67-72;
7. Информационная война и её влияние на современную политику/ А. Галактионов// Государственная служба. — 2007. — №5. — С. 143-149;
8. Информационная война XXI века: готова ли к ней Россия?/ И.Н.Панарин // Власть. — 2000. — №2. — С. 100-105
9. Информационная и психологическая безопасность в СМИ: монография в 2 т./ Моск. Гос. ун-т им. М.В. Ломоносова, Фак-т психологии, Фак-т Журналистики; ред. А.И. Донцов и др. — М.: Аспект-Пресс, — 2002. — Т.1. — 334с.;
10. Информационно-психологическая война и государственная информационная политика/ А.М.Петренко// Закон и право. — 2004. — №4. — С.9-12;
11. Информационно-психологический фактор выживаемости России/ А.М.Егоров// Национальная безопасность и геополитика России. — 2001. — №1(18). — С. 29-34;
12. Информационное противоборство в условиях психологической войны/ А.В.Манойло// Закон и право. — 2003. — №12. — С. 31-34;
13. Лимит доверия/ Николай Степанов// Мир безопасности. — 2008. — №11.— С. 8-26;
14. Манойло А.В. Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны/ А.В. Манойло, А.И. Петренко, Д.Б. Фролов. — М.: Горячая линия Телеком. — 2003. — 541с.;
15. Медиа и власть в современной России/ М.М. Назаров// Социально-гуманитарные знания. — 2004. — №2. — С. 16-29;
16. Не воевать с народом/ Геннадий Гудков// Стратегия России. — 2008. — №8. — С. 19-21;
17. Новые угрозы безопасности: информационная война и информационное оружие/ Д.Б. Фролов// Проблемы информатизации. — 2000. — №2. — С. 48-51;
18. Почепцов Г.Г. Информационные войны. – Москва: Рефл бук, 2000. — 573 с.
19. Сущность информационного аспекта национальной безопасности Российской Федерации/ А.Ю. Кирьянов// Государственная власть и местное самоуправление. — 2005. — №6. — С. 20-22.
20. Шафрански Р. Теория информационного оружия. –http://msnhomepages.talkcity.com/ReportersAlley/fatekhvergasov/\_private/Inform\_War.htm