

**Методы информационно-психологического воздействия российских СМИ (на примере освещения вооруженного конфликта в Сирии)**

**Научный руководитель – Веселов Василий Александрович**

*Денисенко Кристиана Яновна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра международной безопасности, Москва, Россия

*E-mail: dkristiana@mail.ru*

На сегодняшний день мир находится в условиях обострившегося информационного противостояния. Глобальное медиа-пространство начала XXI века усеяно информационными схватками, и с каждым годом их число только возрастает. Современные реалии таковы, что нарушается один из верховных принципов средств массовой информации, а именно: объективность и непредвзятость. Масс-медиа все больше становятся инструментом международной политики, межгосударственных институтов, а также борьбы политических сил или столкновения интересов финансовых структур. Таким образом, СМИ стали одним из основных средств информационного противоборства со своими собственными методами и приемами воздействия на сознание людей.

В рамках данной работы автор выявляет основные методы информационно-психологического воздействия российских масс-медиа на примере освещения вооруженного конфликта в Сирии. Данный конфликт вызвал широкий резонанс и послужил ареной не только для вооруженных столкновений международных акторов, но и для информационной войны между ведущими государствами.

Вначале автором сформирована актуальная классификация методов информационно-психологического воздействия в международных отношениях на основе анализа уже существующих классификаций российских и зарубежных исследователей, включая классификации Г. Вирена [1], Г. Грачева, И. Мельника М. [2], а также Григорьева [3]. Так к методам, которые вошли в авторскую классификацию, относятся: использование авторитетов (групп влияния), упрощение проблемы, имитационная дезинформация, прямое опровержение, наклеивание ярлыков замена источника сообщения и другие. Всего порядка 16 методов, которые на современном этапе наиболее часто используются современными средствами массовой информации на практике. Кроме того методы подбирались еще и по итогам проведенного в данной работе анализа русских масс-медиа на предмет освещения сирийского конфликта. Также стоит отметить, что отобранные для классификации методы информационно-психологического воздействия были разбиты на две категории: лексические и фактические. Подобное деление по группам было произведено для упрощения восприятия методов читателем.

Автором статьи также был проведен анализ публикаций российских СМИ, прямо и косвенно посвященных вооруженному конфликту в Сирии на предмет наличия в них методов информационно-психологического воздействия на читателя. В ходе исследования были рассмотрены новостные материалы, опубликованные на сайте информационного агентства РИА-Новости. Данный ресурс был выбран, исходя из рейтинга «Топ-3 самых цитируемых информационных агентств в соцмедиа». РИА-Новости не покидали лидирующие позиции на протяжении долгого времени, сохранив первенство и в последнем рейтинге за январь 2018 года [4]. Для научного исследования была разработана специальная методика, основанная на контент-анализе публикаций.

Промежуточные итоги исследования показали, что российское информационное агентство склонно использовать фактические, а не лексические методы воздействия, манипулируя общественным сознанием при помощи самого материала, а не способа его подачи. Также автором был сделан вывод, что только 10% от всего материала не несло каких-либо признаков использования методов информационно-психологического воздействия на читателя.

### Источники и литература

- 1) Вирен Г. Современные медиа. Приемы информационных войн // М.: АСПЕКТ ПРЕСС. – 2017. – С. 16-80.
- 2) Грачев Г., Мельник И. Манипулирование личностью. Организация, способы и технологии информационно-психологического воздействия // М.: Алгоритм. – 2002. – 208 с.
- 3) Григорьев М. Методы ведения информационных войн, [Электронный ресурс]. URL: [http://mcpt.narod.ru/pr\\_war.html](http://mcpt.narod.ru/pr_war.html) (дата обращения: 28.02.2018).
- 4) Медиалогия. Федеральные СМИ: январь 2018 [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mlg.ru/ratings/media/federal/5830> (дата обращения: 28.02.2018).