

Ложь как средство пропаганды: манипулятивные стратегии украинских СМК

Научный руководитель – Мандрикова Галина Михайловна

Батырбаев Данила Олегович

Студент (бакалавр)

Новосибирский государственный технический университет, Факультет гуманитарного образования, Кафедра филологии, Новосибирск, Россия

E-mail: god.goding@mail.ru

Пропаганда, будучи открытой самоорганизующейся системой, зародившейся в глубокой древности, успела пережить множество внешних и внутренних преобразований, связанных с информационно-коммуникационным развитием общества. Исторический анализ пропаганды позволил выделить так называемые точки бифуркации - точки напряжения системы. В эти периоды данный феномен претерпевает качественные и количественные изменения, связанные с повышенной потребностью общества в пропагандистской деятельности. Считается, что ступени в эволюции пропаганды совпадают с моментами общественного напряжения: войны, революционные настроения, глубокий экономический кризис, ставя под удар психологическое здоровье граждан, провоцируя усиленную работу пропагандистских механизмов [Мозолин 2006: 141]. Иногда эта потребность - закономерная необходимость, но иногда создается искусственно. По нашему мнению, именно сейчас система пропаганды находится в очередной точке напряжения, однако не эволюционирует, а примитивизируется и деградирует, становясь неприкрытой ложью. Поэтому наша работа посвящена наиболее популярному средству «черной пропаганды» (используемой украинскими спецслужбами в целях дестабилизации российского общества) - фейкам, трансляции и констатации ложных сведений [Бизюков 2016: 154].

Рассмотрим примеры пропагандистского воздействия украинских и западных СМК, применив в ходе анализа основные принципы традиционной пропаганды. По мнению С. [U+202F] «пропаганда - это распространение и внушение взглядов, идей и мнений с целью позитивно или негативно настроить аудиторию и стимулировать её реакцию в желательном для пропагандиста направлении» [Свечникова 2006: 37]. Главная функция пропаганды - «целенаправленное формирование особой картины мира, которая сможет побудить общество на требуемые от него конкретные действия» [Там же: 37].

С. [U+202F] Г. [U+202F] Кара-Мурза выделяет три разновидности пропаганды как приема манипуляции сознанием: «белую», «серую» и «черную», где «черная пропаганда» предполагает констатацию заведомо ложной информации. Будучи сложной и многосоставной стратегией, «черная пропаганда» включает различные тактические приёмы. По данным, полученным в результате нашего исследования, к ним можно отнести следующие:

- использование социальных ботов в информационном поле интернет-платформ. На седьмой день военной операции редакторы сетевого СМИ «ТОК» сообщили о «беременных ботах», атакующих комментарии. От лица несуществующих людей были оставлены сотни текстов с похожими, а иногда и повторяющимися словами: «мой отец пропал на Украине, гибнут наши дети», «мой отец погиб на Украине, наших детей убивают каждый день», «мой брат пропал на Украине, сколько можно молчать?» и т.п.

- распространение ложных сведений через специально созданные страницы социальных сетей. Мнимая безопасность платформы Telegram привлекла украинские спецслужбы огромным спросом на «новости 18+» со стороны российских граждан, желающих первыми увидеть эксклюзивную информацию о военной спецоперации. Итог: множество «вбросов», связанных, например, с количеством погибших военнослужащих РФ. 3 марта Telegram-

канал «ЧП» сообщил: «Зеленский: 9000 убитых российских солдат за 1 неделю». В этот же день в Минобороны РФ сообщили о 498 погибших российских военнослужащих.

- подмена понятий, манипуляция-«маскировка», когда одни события выдаются за другие. В 2022 году информвойна с Россией идёт не только со стороны Украины - её «союзники» (страны ЕС и США) также «подкармливают» своих граждан фейками, разжигая антироссийские настроения по всему миру. Канал «Breaking updates» опубликовал фото бегущих людей с подписью «украинцы бегут от русских бомб». На самом деле это фото со съёмки фильма «Калейдоскоп» 2013 года, сделано в Бирменгеме (Великобритания).

-распространение агитационных плакатов, содержащих ложные сведения. Плакатная пропаганда, прошедшая через множество изменений, постепенно перешла в интернет-формат. Некоторые блогеры-миллионники, например, в Instagram, продолжают получать коммерческие предложения о публикации постов с иллюстрациями за крупные суммы. С таким предложением обратились и к пользователю с псевдонимом «adubrovskaya», которая сообщила: «Каждый день мне поступают запросы за большие деньги разместить информацию про Украину, что там якобы творится». Нередко материалы содержат ложные сведения о подрывах детских садов и школ ВС РФ, а иногда и вовсе являются изображениями, на которых Владимир Путин предстает в образе Адольфа Гитлера.

- разворачивание тезиса «спецоперация против мирных людей». С начала военной операции отечественное информационное поле наводнилось сведениями, в корне противоречащими официальным. Многие российские блогеры сознательно искажают цели и задачи боевых действий в Украине, называя их геноцидом украинского населения. В частности М. [U+202F] Ходорковский, совместно с группой соратников, опубликовал в своем сообществе во ВКонтакте «Заявление Российского антивоенного комитета», в котором назвал спецоперацию «карательной». В этом сообщении также утверждается: «Российские войска не смогли осуществить блицкриг и перешли к непрерывным обстрелам мирного населения». Эта информация в корне противоречит действительности, а потому является продуктом «черной пропаганды».

В настоящей работе нет возможности показать все тактические приёмы, с помощью которых Украина пытается «воодушевить» своих граждан и подорвать моральный дух россиян. Однако, опираясь даже на неполный список представленных нами манипулятивных стратегий, можно говорить о том, что сегодня пропаганда как система переживает очередную точку высшего напряжения, будучи основной «боевой мощью» современной информационной войны. Кроме этого, претерпев некоторые изменения, она всё чаще использует ложь как самое доступное и простое средство, с помощью которого можно транслировать массам нужные и удобные когнитивные установки, следствие которых - конкретные действия людей.

Источники и литература

- 1) Бизюков Н. [U+202F] В. Черная пропаганда в современных украинских СМИ как манипулятивная стратегия (на материале публицистического дискурса) // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. 2016. №3 (37). С. 154.
- 2) Мозолин А. В. Пропаганда как открытая самоорганизующаяся система / А. В. Мозолин // Новые идеи в теории и практике: сборник научных трудов. СПб.: Роза мира, 2006. С. 141.
- 3) Свечникова С. В. Образ фашистской Италии в национал-социалистической пропаганде: механизм воздействия на немецкое общество. 1933-1939. Диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук. М., 2006. С. 37.