

**ПРИМЕНЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ
ВЕДЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ
В БОРЬБЕ ЗА ВЛАСТЬ**
(на примере украинских реалий 2014 года)

Светлана Румянцева¹

Abstract

The article analyzes the possibility of applying the tools of information warfare to the electoral process of a state. The main tool of warfare is media. With its help, the manipulation of consciousness of the electorate and public opinion becomes as a whole possible. The distorted electoral technologies including media technology are used to achieve this purpose. Regarding the example of the Presidential and Parliamentary elections in 2014 in Ukraine, the author shows the technologies of information warfare and indicates a number of things: the imposition of the idea that the past (current) power is not able to govern the state, the formation of a negative attitude towards the opposition, unequal coverage of equivalent events and facts, unjustified generalizations, etc.

Keywords: information warfare, media, elections, electoral technology, media technology, the manipulation.

Весомой характеристикой XXI века стало существенное повышение роли информации и развития коммуникативной среды, объединяющей реципиентов и коммуникаторов из различных точек мира. На сегодняшний день информатизация достигла уровня, который сложно было представить еще несколько десятилетий назад. Более того, скорость формирования новых условий и возможностей работы внутри информационного поля растет, создавая новую реальность, пригодную для внедрения широкого ряда инструментов социальной, экономической и политической деятельности.

Роль, способы и методы влияния средств массовой информации на общество, их манипулятивные свойства и возможности рассматривались рядом ученых, таких как Д. Белл, П. Бурдьё, Дж. Клаппер, Б. Коэнон, У. Липпман, П. Лазарфельд, Э. Тоффлер, С. Кара-Мурза, Ю. Кашлев и другие. Особое внимание уделяется информационным войнам и пропаганде со стороны Дж. Аркилла, Д. Деннинг, К. Дормана, Р. Шафранского, М. Шмидта, Дж. Стейна, Г. Ратрея, Ф. Бомара, М. Либлицки, П. Тейлора, Р. Фоглемана, Ж. Элюля, Г. Емельянова, С. Гриняева, И. Завадского, С. Комова,

¹ Светлана Румянцева – аспирантка 3-го года обучения кафедры политологии философского факультета Харьковского национального университета им. В.Н. Каразина (Харьков, Украина).

А. Манойло, И. Морозова, И. Панарина, Г. Почепцова, Е. Полушина, А. Стрельцова, В. Цымбала и других.

Как отмечает профессор Ю. Кашлев, на протяжении многих веков существовало два тормоза на пути развития средств массовой информации. Первый – скорость, второй – объем². Он указывает, что скорость передачи информации длительное время не могла превысить скорость движения животных, использовавшихся в качестве средств передвижения, а несколько позже – парусных судов, железной дороги и подобного. Что касается объема передаваемой информации, то он изначально был невероятно скуден и мал. Немногие данные можно передать и распространить с помощью свиста, ударов в барабаны и даже в качестве писем или телеграмм. Только в конце XIX – начале XX века пользователи получили способы постигать информацию массово, используя такие инструменты передачи, как телеграфы, радио, печатную прессу и телевидение. Конец второго тысячелетия знаменовался новым витком развития информационных возможностей – появлением и открытием широкого доступа в Интернет. Мы не можем не согласиться с профессором в том, что появление техники и возможностей передачи большего объема информации приводит к увеличению объема знаний, который может получить пользователь. Кашлев называет следующие три причины постоянного роста и распространения способов передачи информации³.

Закономерность научно-технического прогресса, благодаря которому удовлетворяются запросы общества.

Информационно-коммуникационная глобализация, которая предусматривает в том числе и развитие коммуникационных систем с использованием космического пространства для передачи информации; рост глобальных информационных систем; компьютеризацию многих процессов жизнедеятельности общества и отдельных индивидуумов; создание глобальных систем управления в ключевых сферах жизни общества (бизнес, финансы, медицина, образование). Глобализация важна для развития транснациональных компаний и бизнеса, так как расширение мирового рынка тесно связано с организацией единого информационного пространства.

Осознание важности информационного взрыва международным сообществом, в подтверждение чему в 2000 году в Окинаве была принята Хартия глобального информационного общества⁴. Документ официально признал информационно-коммуникативные технологии одним из наиболее важных факторов, влияющих на формирование общества XXI века.

² *Информация. Дипломатия. Психология*, под ред. Ю. Кашлева, М: Известия 2002, 16.

³ Там же, 18.

⁴ *Окинавская хартия глобального информационного общества*. Режим доступа: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/998_163. Дата доступа 23.08.2016.

Каждая указанная причина формирования роста скорости распространения информационных технологий оправдывает себя. В работе «Информационная война и мир» И. Панарин сузил их, выделяя перечень составляющих критериев, которые он считает основной движущей силой развития информационных процессов:

- неуклонное возрастание скорости передачи сообщений;
- увеличение объема передаваемой информации;
- ускорение обработки информации;
- все более полное использование обратных связей;
- увеличение объема добываемой новой информации и ускорение ее внедрения;
- наглядное отображение информации в процессах управления;
- бурный рост технической оснащенности управленческого труда⁵.

Вне зависимости от первопричин и оснований для последующего развития информационного пространства коммуникационные технологии глубоко внедрились в современную политическую жизнь общества, отыгрывая одну из ведущих ролей, в особенности в период ведения предвыборных избирательных кампаний. Борьба, которая разворачивается между субъектами политической элиты и их командами, проходит на разных уровнях, но наиболее заметной становится в информационной сфере с использованием средств массовой информации и коммуникации.

Политолог Р. Мюнх аргументированно считает политику творческим актом. Для ведения деятельности нужно иметь творческий потенциал, который направляется на реализацию новых целей и обеспечение поддержки общественности с помощью представления правильных и желаемых для аудитории аргументов. Постоянное развитие и переход на новые уровни средств массовой коммуникации позволяет успешно применять их в политической сфере, увеличивая свой политический капитал, ведя «информационное противоборство», которое чаще называют информационной войной между политическими силами внутри одного государства либо с выходом на международную арену.

Цель представленной работы – проследить взаимосвязь информационной войны, средств массовой информации и технологий, используемых в предвыборный период на примере украинских реалий 2014 года.

Прежде всего необходимо остановиться на рассмотрении концепции информационной войны и ее взаимосвязи со средствами коммуникации. Определение информационной войны на сегодняшний день уже насчитывает не один десяток значений.

Существуют мнения, что акцент в словосочетании должен ставиться на слове «война». Так, И. Свиридов считает, что оно несет основную смысловую нагрузку, в то время как приставка «инфор-

⁵ И. Панарин: *Информационная война и мир*, Москва: Олма-Пресс 2003, 15.

мационная» отыгрывает роль качественной характеристики⁶. Важность военных мероприятий отмечает и А. Манойло, который видит в информационной войне «комплекс мероприятий и операций, проводимых вооруженными силами государств и другими (как правительственными, так и частными) организациями, направленными на обеспечение информационного превосходства над противником и нанесение ему материального, идеологического или иного ущерба»⁷. Позицию поддерживает и С. Комов, предлагая понимать под информационной войной комплекс информационной поддержки, информационных контрмер, мер информационной защиты, предпринимаемых в соответствии с единым планом и нацеленных на достижение и поддержание информационного превосходства над противником во время боевых действий⁸.

С точки зрения геополитического развития государств, информационная война выступает в качестве решения внешнеполитических и международных проблем. И. Панарин указывает на то, что геополитическое информационное противоборство представляет собой одну из современных форм борьбы между государствами, а также является системой мер, проводимых одним государством с целью нарушения информационной безопасности другого государства, при одновременной защите от аналогичных действий со стороны противостоящего⁹.

Еще одним из популярных и достаточно четких определений информационной войны является предложенное М. Либицки, который закладывает основы теории информационных войн: «использование информации для атаки на информацию»¹⁰. Одним из первых российских ученых, работавших над концепцией информационных войн, был С. Расторгуев, трактовавший понятие как «открытые и скрытые целенаправленные информационные воздействия информационных систем друг на друга с целью получения определенного выигрыша в материальной сфере»¹¹.

В исследовании «Информационная война» Дж. Стейн подчеркивает, что ее «целью является человеческий разум, особенно тот, который принимает ключевые решения войны и мира, а также тот, который принимает решения относительно того, где, когда и как применить потенциал и возможности, которые существуют в их

⁶ И. Свиридов: Информационная война: определения, подходы, взгляды // *Безопасность информационных технологий*, 4 (1998), 25.

⁷ А. Манойло: *Государственная информационная политика в условиях информационно-психологической войны*, 2-е изд., Москва: Горячая линия – Телеком 2007, 203.

⁸ С. Комов: Информационная борьба в современной войне: вопросы теории // *Военная мысль*, 3 (1996), 73.

⁹ И. Панарин: *Информационная война за будущее России*, Москва: Горячая линия – Телеком 2008, 256.

¹⁰ M. Libicki: *What is information warfare?* Access mode: <http://www.iwar.org.uk/iwar/resources/ndu/infowar/a003ch01.html>.

¹¹ С. Расторгуев: *Информационная война*, Москва: Радио и связь 1998, 36.

стратегических структурах». Сама же информационная война рассматривается им как достижение национальных целей с помощью информации¹². Р. Шафрански также подчеркивает важность влияния на разум человека, указывая на важность знаний о ценностях противника, которые позволяют использовать его репрезентативную систему и «общаться» с мозгами на вербальном и невербальном языке врага¹³.

Любопытно, что рассматриваемая дефиниция, как отмечает Г. Почепцов¹⁴, существует в основном в научно-публицистическом или политическом дискурсах. Военные же употребляют понятие «операции», ссылаясь на то, что их можно проводить в мирный период, в отличие от войны, которая автоматически его исключает. Имея в виду этот факт, ученый предлагает понимать информационную войну в качестве коммуникативной технологии по воздействию на массовое сознание с кратковременными и долговременными целями¹⁵.

Проанализировав концепции понимания информационных войн, предложенные рядом исследователей, Г. Почепцов сформировал ее типовую модель, которая включает:

1) ситуацию, настоящую или искусственную, которая четко интерпретируется в качестве негативной;

2) отдельный факт, установившийся в качестве закономерности;

3) акцент, делающийся на негативных последствиях (потерпевших или убытках)¹⁶.

Профессор указывает на факторы, позволяющие рассмотреть в предоставляемой информации специально разработанную информационную кампанию¹⁷:

- интенсив, указывающий на то, что упоминание события не случайно;

- внезапное начало или окончание;

- системность обсуждения, проявляющаяся, к примеру, в обсуждении темы на большом количестве каналов;

- заранее известные журналисты, команды, каналы специализируются на этой тематике;

¹² G. Stein: *Information warfare*. Режим доступа: http://www.airpower.maxwell.af.mil/airchronicles/apj/apj95/spr95_files/stein.htm. Дата доступа: 24.08.2016.

¹³ R. Szafranski: Neocortical warfare? The acme of skill, in: *Athena's camp*, Santa Monica 1997, 32.

¹⁴ Г. Почепцов: *Информационные войны: тенденции и пути развития*. Режим доступа: <http://psyfactor.org/psyops/infowar7.htm>. Дата доступа: 24.08.2016.

¹⁵ Г. Почепцов: *Информационные войны*, Москва: Рефл-Бук 2000, 20.

¹⁶ Г. Почепцов: *Информационные войны: базовые параметры*. Режим доступа: <http://psyfactor.org/psyops/infowar9.htm>. Дата доступа: 06.08.2016.

¹⁷ Г. Почепцов: *Информационные войны: базовые параметры*. Режим доступа: <http://psyfactor.org/psyops/infowar7.htm>. Дата доступа: 06.08.2016.

- негатив переходит границы;
- включение «начальников» в качестве «говорящих голов»;
- богатая визуализация: множество картинок, передающих информацию из разных географических точек.

Таким образом, основной задачей информационной войны в данном случае становится влияние на массовое сознание посредством ряда заранее продуманных инструментов. Такая модель подтверждает уместность появления нового направления в понимании информационных войн, которое, по мнению Е. Полушина, касается средств корпоративной борьбы. Он отмечает, что информационное противоборство может осуществляться как между хозяйствующими субъектами одного государства, так и на международной арене¹⁸. При этом часто используются средства массовой информации, заказные материалы, способные повлиять на репутацию и деятельность компании и корпорации.

Ученый предлагает актуальную дефиницию информационной войны: это целенаправленные действия в информационном пространстве между двумя и более субъектами, выражающиеся в применении специальных средств и методов, которые направлены на достижение превосходства над противником в информационном пространстве¹⁹.

Таким образом, информационная война может существовать на различных уровнях: глобальном (на уровне международных отношений – между отдельными государствами), а также национальном (внутри страны – между ее субъектами). В роли таких субъектов выступают представители как экономической, культурной, так и политической сферы. Также понятие может использоваться для описания действий и операций, ведущихся на территории одной страны в рамках электорального процесса.

Из вышеуказанного вытекает очевидный факт: инструментами информационного противоборства является не что иное, как информация в любом ее проявлении. На сегодняшний день средства массовой коммуникации (далее – СМК) являются наиболее весомым способом ее распространения, что делает их важным игроком на «информационном» полигоне. Во время развития конфликта, противостояния или конкуренции деятельность и поведение массмедиа играют важную роль, так как именно они имеют возможность постоянно влиять на формирование общественного мнения о явлении, процессе, его развитии и возможных последствиях. Средства массовой информации, освещая ту или иную проблему, способны не только раскрыть факт ее существования, но и повлиять на то, каким образом данная проблема будет воспринята общественностью. Как отмечает Э. Пудефат в материалах ООН «СМИ: предотвращение конфликтов и постконфликтное восста-

¹⁸ Е. Полушин: *К вопросу о понятии и сущности информационной войны*. Режим доступа: <http://www.vestnik-mgou.ru/Articles/Doc/6501>. Дата доступа: 10.08.2016.

¹⁹ Там же.

новление», медиа предоставляют безопасное поле для битвы, на котором могут происходить неразрушающие конфликты. Именно поэтому независимые СМИ рассматриваются как важный элемент формирования демократического общества²⁰.

Факты, которые освещаются СМК с акцентами на определенные явления или аспекты противостояния, стимулируют выработку необходимой у зрителей реакции. С их помощью можно превратить небольшой конфликт, малоизвестную проблему или непопулярного человека в великое противостояние, значительное известие и звезду экранов соответственно. Так же просто обратить такие процессы вспять и нивелировать размах событий и значимость людей. Таким образом, от отношения массмедиа к грядущему, происходящему или прошедшему событию, а также от их предвзятости и ангажированности во многом зависит ход развития события.

Рассматривая СМК в качестве оружия информационной войны, следует указать на их основные функции, такие как информирование аудитории; развлечение аудитории; навязывание точки зрения своих собственников или рекламодателей, целью чего является перепрограммирование поведения аудитории²¹.

Общественное мнение направляется средствами коммуникации с помощью внедрения ряда форм дезинформирования и манипулирования информацией. В. Петрик указывает на то, что в современном мире существует несколько традиционных форм манипулирования, которые повсеместно используются для достижения целей:

- тенденциозное изложение фактов. Это специфическая форма дезинформации, которая заключается в предвзятом освещении фактов или другой информации с помощью специально подобранных «правдивых» данных. Как правило, этот метод предусматривает ситуацию, когда специально сформированная информация предлагается аудитории дозированно, вызывая постоянно растущее напряжение;

- дезинформация «от обратного». СМК предоставляют правдивые сведения в искаженном виде либо таким способом, чтобы аудитория подсознательно восприняла данные как ложные. Таким образом, возникает ситуация, когда зритель фактически знает правдивую информацию о намерениях или конкретных действиях противоположной стороны, но воспринимает ее неадекватно и не готов противостоять негативному влиянию;

- терминологическое «минирование». Данная форма манипулирования заключается в искривлении первичной правильной сути принципиально важных базовых терминов общемировоззренческого характера;

²⁰ *СМИ: предотвращение конфликтов и постконфликтное восстановление*. Режим доступа: http://www.unesco.kz/publications/ci/media_conf_ru.pdf. Дата доступа: 15.08.2016.

²¹ С. Кара-Мурза: *Экспорт революции. Ющенко, Саакашвили...*, Москва: Алгоритм 2005, 397.

- «серое» дезинформирование, при котором предусматривается использование синтеза правдивой информации с дезинформацией;

- «черное» дезинформирование, при котором преимущественно используется ложная информация²².

Формирование взглядов, отношения аудитории к ситуации – это мощный инструмент ведения информационной войны, который повсеместно применяется в избирательных гонках между политическими силами в странах переходной демократии, в том числе и в Украине. Особенно отчетливо это было выражено в периоды двух революций, а также во время избирательных процессов того времени, когда средства массовой информации становились главным инструментом поддержки происходящего.

Говоря об использовании средств коммуникации в электроном процессе, необходимо вспомнить о субъектах, получающих от этого определенные выгоды. Для ведения информационного противоборства в политической сфере необходимо заинтересованное медиaprостранство. Процветание ангажированности средств массовой информации объяснял П. Бурдьё, указывая на высокий уровень зависимости и внешнего контроля над медиа. Он описывает процесс производства информации традиционными медиа, подчеркивая увеличение зависимости медиасферы. СМИ попадают под непрерывно растущее влияние и контроль как политической, так и экономической элиты. Так, символическая власть – возможность создавать и навязывать определенные социальные представления, модели желаемого устройства общества и государства, власть наименований и классификаций, которая в большинстве стран еще недавно была отделена от политической и экономической, в настоящее время все более концентрируется в руках одних и тех же людей²³. Вышеуказанное является причиной того, что средства массовой коммуникации остаются основными инструментами в борьбе за голоса электората во время предвыборных гонок, а также против политических конкурентов.

СМК участвуют в избирательном процессе не только в качестве наблюдателей и информаторов, но и в качестве способа внедрения электоральных технологий. Как отмечает М. Варий, это средства практического достижения поставленных целей; специфические инновационные инструменты творчества, организации различных типов влияния на избирателей, социальную, политическую, психологическую, экономическую и другую деятельность, с помощью

²² В. Петрик: Сущность информационной безопасности государства, общества и личности // *Юридический журнал*, 5 (2009), 122–134.

²³ П. Бурдьё: *О телевидении и журналистике*, Москва: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии 2002, 12–13.

чего моделируются и становятся феноменом социальной реальности процессы влияния на электорат²⁴.

Внедрение электоральных технологий через СМК получило название медиатехнологий, под которыми понимается совокупность методов, операций и способов передачи и представления информации или данных заинтересованными субъектами избирательного процесса с целью влияния на сознание избирателей для получения необходимой поддержки через их голосование на выборах. Именно посредством медиатехнологий политические силы и могут использовать СМИ в качестве инструмента информационного противоборства с оппонентами.

Обращая внимание на связь манипулятивных технологий и информационной войны, следует отметить существование цикла психологических операций, состоящего из таких элементов, как оценка, планирование и исполнение. Данный цикл практически с точностью можно переложить на цикл внедряемых современных политических технологий в избирательном процессе, который состоит из сбора разведывательной информации, анализа целевой аудитории, разработки продукта, выбора медиа, создания медиа и распространения²⁵.

Безусловно, каждый элемент цикла базируется на ряде принципов и закономерностей, которые также можно применять для ведения избирательного процесса на манипулятивной основе. К ним можно отнести, к примеру, определение наиболее благоприятной «почвы» для распространения необходимой информации либо разжигание эмоций и чувств аудитории на основе поданных новостей. А охват как можно большего количества избирателей – это задача, с которой призваны справиться каналы средств массовой коммуникации.

Таким образом, можно говорить об однообразии методов и способов информационно-психологического воздействия в ведении «гибридной» войны между государствами и информационной войны между политическими силами за голоса электората. Одним из эффективных средств «войны», используемой в предвыборных кампаниях Украины 2014 года (хронологически последние парламентские и президентские выборы), выступило нейролингвистическое программирование (НЛП), которое вводилось посредством традиционных (печатная пресса, телевидение и радио) и новых СМИ (Интернет, цифровое вещание, мобильная связь). К приемам манипуляции НЛП можно отнести:

- установку-приказ – высказывания, которые не имеют четкого обоснования, но способны остаться в памяти и вызвать сомнения или уверенность;
- эффект связи – трансляция и описывание ситуаций с использованием чужих достижений в отдельных сферах, но приписываю-

²⁴ М. Варий: *Політико-психологічні передвиборчі та виборчі технології*, Киев: Ельга, Ника-Центр 2003, 96.

²⁵ Почепцов: *указ. соч.*, 20.

щихся кандидатам, политическим силам или другим необходимым личностям. Эта же технология может действовать в обратную сторону, связывая оппонентов с негативными событиями;

- иллюзию выбора – формирование у избирателей иллюзии того, что они действительно имеют реальный выбор. Этот прием может использоваться для «успокоения» масс²⁶;

- понятный язык – использование понятного для широких масс простого языка создает миф о том, что кандидат находится «ближе к народу»;

- эмоциональную и звуковую нагрузку – комбинирование подаваемой устной информации, видео- и аудиосопровождения может создать необходимую для манипулятора реакцию, вызывая положительные либо отрицательные эмоции избирателя.

Во время президентских и парламентских выборов 2014 года в Украине также использовались технологии ведения информационной войны с помощью средств массовой коммуникации, среди них:

- навязывание идей о том, что прошлая (нынешняя) власть не способна управлять государством, принимать верные рациональные решения, выбрала не тот вектор развития и тому подобные идеи (особенно бросались в глаза рекламные политические ролики представителей оппозиции, а также трансляции дебатов и обсуждения на телевидении и радио);

- формирование уверенности в существовании единственно верного выбора среди кандидатов (как это было на последних президентских выборах в Украине 2014 года, когда повсеместно звучал лозунг о необходимости выбора лидера государства уже в первом туре, тем самым отводя внимание от незарекламированных кандидатов на выборную должность);

- формирование негативного отношения к оппозиции через отнесение их к деятельности и ошибкам прошлого, отождествления определенных политических сил с отрицательными явлениями в обществе (например, проведением неблагоприятных для общества реформ, усугублением экономического кризиса в стране, повышением цен на продукты и коммунальные услуги и подобное);

- привязка конкретных субъектов политической деятельности к сделкам, договорам и ситуациям, которые вызывают отрицательную или положительную реакцию электората (в период избирательных кампаний 2014 года в Украине активно использовался факт ведения антитеррористической операции на востоке страны – популярными становились ролики и «джинсовые» новости о кандидатах-волонтерах, воинах и др.);

- распространение идеи о невозможности существования без поддержки внешних сил, включая международные организации или «братские народы» (в Украине ярким примером являлся «за-

²⁶ Т. Бойко: *Информационные войны – новая эра политических технологий на выборах*. Режим доступа: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/6617/1/40.pdf>. Дата доступа: 23.07.2016.

брошенный» в украинские СМИ месседж о сложной грядущей зиме без российского газа и о необходимости примирения с восточным соседом).

На телевидении, радио и в печатной прессе зачастую встречалось применение манипулятивных избирательных технологий, шедших вразрез как с журналистской этикой и законами, установленными в государстве, так и с принципами демократии:

- предоставление неоправданного преимущества малозначимым или искусственно созданным информационным поводам, а также перевод внимания аудитории на параллельно проходящие события в стране, в первую очередь на военные действия на востоке Украины;

- неравноценное освещение равнозначных событий и фактов, что было в особенности хорошо заметно на некоторых телеканалах и радиоволнах, отдающих предпочтение отдельным политическим силам;

- замалчивание критически важного бэкграунда;

- неоправданные обобщения, касающиеся как причастности кандидатов ко всем «грехам» их политической силы, так и наоборот. Отдельного внимания заслуживают обобщения, касающиеся оценки и прогнозирования: «аналитики считают...», «социологические исследования подтверждают...» и подобное;

- проведение преднамеренных ассоциаций между личностями кандидатов или политическими силами и положительными либо отрицательными явлениями и фактами.

Таким образом, несмотря на то, что независимые аналитики (в частности, Ассоциация «Общее пространство» и Комитет «Равенство возможностей», проводившие мониторинги освещения президентской и парламентской избирательной кампании в общенациональных и региональных СМИ) считают, что кампании в целом проходили достаточно вяло, а в информационном поле преобладали новости о событиях на востоке страны, можно сказать, что признаки ведения информационного противоборства между политическими силами все же присутствовали. Избирательные медиатехнологии манипулятивного характера отчетливо прослеживались в традиционных средствах массовой информации.

Что касается информационной войны, ведущейся в Интернете, то ее методы существенно отличаются. Основной причиной этого является наличие большого количества доступных для широкой аудитории источников информации, рассказывающих о событиях в политической жизни государства, в частности в электоральном процессе. Такая ситуация стала причиной появления множества коммуникативных цепочек, конкурирующих за внимание аудитории. Использование интернет-СМИ в качестве инструмента информационной войны является более сложным из-за присутствия преграды в выполнении задачи, описанной У. Липпманом, – созданием барьера между событиями и аудиторией. Проблемы возникнут потому, что практически всегда существует способ найти

материалы из первоисточников, изучив видеоконтент или отзывы очевидцев в социальных сетях. Еще одна сложность проявляется в невозможности реализовать задачу П. Лазарсфельда по нивелированию влияния на аудиторию «лидеров мнений», так как буквально каждое серьезное событие, происходящее в мире, стране или городе, обязательно получит оценку от лидеров общественного мнения в глобальной Сети. Для этого часто используются блоги, информационные сайты и социальные сети.

Существенным отличием интернет-медиа от традиционных СМИ является присутствие большого количества оппозиционных новостных сайтов. Так, если после революции 2013–2014 годов украинская власть запретила вещание 15 российских телеканалов, то в Интернете этот способ борьбы неприменим. Поэтому политические силы и лидеры выигрывают на распространении необходимой им информации посредством виртуальной Сети. При этом, разумеется, оценка событиям представляется под радикально разными углами.

Рассмотреть все примеры примененных манипулятивных избирательных технологий в средствах массовой информации в Украине практически невозможно. Мы ставили целью показать на примере Украины наличие взаимосвязи между информационной войной и возможностью ее ведения внутри единого электорального процесса субъектами политической деятельности, делая акцент на важность СМК как инструмента обоих процессов.

Применение манипулятивных технологий через СМК предусматривает информационно-психологическое воздействие на избирателя с целью создания необходимых для субъекта кампании условий. Существование такой связи указывает на присутствие проблем, которые требуют повышенного внимания, в частности касающихся информационной безопасности и внедрения принципов демократии в электоральном процессе государства.

К сожалению, описанные выше тенденции, которые сложились в украинском обществе и политике, будет очень трудно преодолеть, так как в дальнейшем прогресс в вопросе влияния на общественное мнение, изменяя информационное поле, будет создавать большие соблазны использовать СМИ и предоставляемые ими технологии для достижения личных целей в короткие сроки. Борьба с этим чрезвычайно трудно. Как показывает практика, информационные войны даже в качестве понятия международного масштаба не поддаются под действие международного гуманитарного права. Это означает необходимость в дальнейшем развитии права информационной безопасности и защиты информации.