|  |
| --- |
| *Министерство образование и науки*  *Российской федерации*  Федеральное агентство по образованию  Курганский государственный университет |
| Кафедра «Безопасность информационных и автоматизированных систем» |
| Реферат на тему:  **«Война на украине глазами западных сми: уроки маниПуляции»** |
| Выполнил \_\_\_\_ Бутенко А.Ю.  Принял \_\_\_\_\_\_ Полякова Е.Н. |
|  |
| Курган 2016 |

**Оглавление**

[Манипуляция сознанием 2](#_Toc467424007)

[Область воздействия СМК 2](#_Toc467424008)

[Телевидение 5](#_Toc467424009)

[Способы манипуляции посредством телевидения 12](#_Toc467424010)

[Уровни воздействия на психику 14](#_Toc467424011)

[Западные СМИ 16](#_Toc467424012)

[Хаос на Украине – дело рук Путина 16](#_Toc467424013)

[Как западные СМИ оценивают Украину. Анализ 10000 заголовков. 17](#_Toc467424014)

[Противостояние Российских и Украинских СМИ. Освещение “По понятиям”. 20](#_Toc467424015)

[Фейки 21](#_Toc467424016)

[Фейки рулят… 21](#_Toc467424017)

[Фейки Украины 22](#_Toc467424018)

[Фейки России 23](#_Toc467424019)

[Список литературы 24](#_Toc467424020)

# Манипуляция сознанием

*«Вот выводы ученых о том, какую pоль сыграло ТВ как важнейший сегодня инструмент инфоpмации и культурного воздействия на человека. Первый и поистине поразительный вывод: ТВ обладает свойством устранять из событий пpавду . Именно глаз телекамеры, передающей событие с максимальной пpавдоподобностью, пpевpащает его в «псевдособытие», в спектакль».*  
С.Г.Кара-Мурза

*«Радио— и телевизионные программы постоянно прерываются для передачи рекламы. …постепенное увеличение промежутка времени, когда дети концентрируют внимание на чем-то одном, может стать фактором, с помощью которого можно управлять развитием их умственных способностей».*  
Г.Шиллер

*Методы воздействия на психику через СМИ.*

*— средства массовой коммуникации, информации и пропаганды.*

*— манипулирование массовым сознанием и СМИ.*

## Область воздействия СМК

Средства массовой коммуникации (СМК) включают в себя расширенный арсенал способов воздействия на психику индивида и масс с целью внедрения в подсознание психологических установок и формирования паттернов поведения в бессознательном психики. К средствам массовой коммуникации помимо СМИ (средств массовой информации: телевидение, пресса, радио, и т.д.) относятся также кинематограф, театр, цирк, все зрелищные мероприятия и литература, видеофильмы, компьютер, различные виды рекламы, видео и звукозапись и т.п., с помощью чего можно воздействовать на массовую аудиторию. Коммуникация — это информация, сообщение. Средства коммуникации — способы передачи сообщений на большие территории. Массовая коммуникация — означает вовлеченность в подобный процесс масс. По эффективности воздействия на психическое сознание масс средства массовой коммуникации и информации выходят на первое место. Становится возможным это по следующим причинам. Кратко рассмотрим как происходит процесс воздействия информации на психику индивида или масс.Головной мозг человека состоит из двух больших полушарий. Левое полушарие — это сознание, правое — бессознательное. На поверхности полушарий находится тонкий слой серого вещества. Это кора головного мозга. Под ней содержится белое вещество. Это подкорковые, сублиминальные, отделы мозга. Психика человека представлена тремя составляющими: сознанием, бессознательным и барьером между ними — т.н. называемой цензурой психики. Информацией является любое сообщение, которое поступает из внешнего мира в психику человека. Информация проходит через цензуру психики. Таким образом цензура психики стоит на пути информации, появляющейся в зоне восприятия ее индивидом (через репрезентативные и сигнальные системы), и является своего рода заградительным щитом, перераспределяя информацию между сознанием и бессознательным психики (подсознанием).Часть информации, в результате работы цензуры психики, поступает в сознание, а часть (большая по объему) вытесняется в подсознание.При этом заметим, что информация, которая перешла в подсознание, по прошествии какого-то времени начинает воздействовать на сознание, а значит через сознание, на мысли и на поведение человека. Напомним, что в подсознание откладывается любая информация, которая когда-либо проходила мимо индивида. Не важно, запомнил ли он ее или нет. Любая информация, которую человек мог увидеть или услышать, информация, улавливаемая психикой с задействованием органов зрения, слуха, обоняния, осязания и т.д., такая информация неизменно откладывается в подсознание, в бессознательное психики, откуда и начинает вскоре свое воздействие на сознание.

Как известно, главная роль в отражении контактов человека с реальностью, в восприятии этой реальности, принадлежит сознанию. Однако помимо сознания существует и подсознание или бессознательное психики. Таким образом психика человека состоит из двух слоев — сознания и бессознательного, подсознания. Именно от подсознания зависит реализация человеком скрытых, сублиминальных воздействий, или воздействий со стороны манипуляторов, которые разработанными психо-технологиями вводят в подсознание человека психологические установки. Подсознание или бессознательное в свою очередь тоже представлено двумя слоями. Это личное бессознательное и коллективное бессознательное (или т.н. филогенетическая память). Своим поведением представители массы, бессознательно выполняя заложенные в их психику установки, обязаны архетипическим составляющим психики, которые частично перешли к такому человеку филогенетическим путем (т.е. были сформированы до его рождения), а частично сформировались в результате личного опыта каждого человека. Т.е. личное бессознательное формируется при жизни человека посредством задействования его репрезентативных и сигнальных систем, а формирование коллективного бессознательного зависит от опыта предшествующих поколений. На информацию, поступающую из внешнего мира оказывает частичное влияние сам человек, а также среда обитания, которая формирует направленность его мыслей в спектре определенных знаний. Бессознательное психики — это багаж знаний, накопленный человеком в процессе жизни. Причем следует обратить внимание что информация личного бессознательного постоянно пополняется в течении жизни. Информация, поступающая из окружающего мира, со временем будет переработана с задействованием глубинных слоев бессознательного, а также находящихся в бессознательном архетипов и паттернов поведения, и далее эта информация перейдет в сознание в виде возникновения у человека определенных мыслей и как результат — совершения соответствующих поступков. Именно в бессознательном психики сосредоточены желания, инициативная составляющая поступков, да и вообще все, что позже переходит в сознание, т.е. становится осознанным тем или иным человеком. Таким образом, если говорить об архетипах бессознательного в факторе влияния на подсознание с использованием манипулятивных методик, мы должны говорить что это становится возможным посредством определенной провокации архетипических пластов бессознательного психики. Манипулятор в этом случае наполняет таким смысловым значением информацию, поступающую в мозг человека, чтобы путем задействования того или иного архетипа вызвать в психике человека соответствующие реакции, а значит и сподвигнуть последнего к выполнению установок, заложенных в его подсознание самим манипулятором. Кроме того, архетипы присутствуют не только в коллективном, но и в личном бессознательном. В этом случае архетипы состоят из остатков информации, которая когда-то попала в психику человека, но не была вытеснена в сознание или в глубины памяти, а осталась в личном бессознательном будучи обогащенной раннее полусформированными доминантами, полу-установками, и полу-паттернами; т.е. в свое время такая информация не явилась созданием полноценных доминант, установок или паттернов, но как бы наметила их формирование; поэтому при поступлении в последующем информации схожего содержания (т.е. информации со схожей кодировкой, или иными словами, схожими импульсами от афферентных связей, т.е. связей между нейронами мозга), раннее полусформированные доминанты, установки и паттерны доформировываются, в результате чего в мозге появляется полноценная доминанта, а в подсознании появляются полноценные установки переходящие в паттерны поведения; доминанта в коре головного мозга, вызванная очаговым возбуждением служит причиной надежного закрепления психологических установок в подсознании, а значит и появление соответствующих мыслей у индивида, переходящих в последующем в поступки вследствие предварительного перехода установок в подсознании в паттерны поведения в бессознательном. И тут нам следует отметить силу средств массовой коммуникации. Потому как именно с помощью подобного рода воздействия происходит психологическая обработка не отдельного индивида, а индивидов, объединенных в массы. Поэтому необходимо помнить, что если какая-либо информация поступает с помощью средств массовой коммуникации (телевидение, кино, глянцевые журналы, проч.), то такая информация непременно целиком оседает в психике индивида. Оседает независимо от того, успело сознание обработать хотя бы часть подобной информации, или не успело. Запомнил ли индивид поступаемую в его мозг информацию, или не запомнил. Сам факт наличия подобной информации уже говорит о том, что такая информация навсегда отложилась в его памяти, в его подсознании. И это означает, что такая информация может оказать свое воздействие на сознание как сейчас или завтра, так и через многие годы или десятилетия. Фактор времени в данном случае не играет роли. Подобная информация уже никогда не уходит из подсознания. Она может, в лучшем случае, лишь отодвигаться на второй план, скрываться до времени в глубинах памяти, потому что память индивида так устроена, что требует постоянного обновления имеющейся (хранящейся) информации, чтобы запоминать новые объемы информации. При этом не важно, прошла ли подобная информация через сознание или не прошла. При этом такая информация может усиливаться, если она была обогащена эмоциями. Любые эмоции, эмоциональная наполняемость смысловой нагрузки какой-либо информации, значительно усиливает запоминаемость, формируя доминанту в коре головного мозга, а через это и психологические установки в подсознании. Если информация «бьет по чувствам», то цензура психики уже не может оказывать свое воздействие в полной мере, потому как то, что касается чувств, эмоций, легко преодолевает защиту психики, и такая информация прочно усваивается в подсознание, надолго оставаясь в памяти.А чтобы как-то разделить информацию, поступаемую в подсознание через барьер психики (цензуру), и информацию, поступаемую в подсознание минуя цензуру психики, заметим, что в первом случае подобная информация откладывается в поверхностном слое личного бессознательного, т.е. откладывается не очень глубоко, тогда как во втором случае — проникает значительно глубже.При этом нельзя говорить, что в первом случае информация со временем перейдет в сознание быстрее, чем та информация, которая до этого через сознание (а значит через цензуру) не проходила. Тут нет особой взаимосвязи. На информацию, извлекаемую из подсознания, оказывает влияние множество различных факторов, в том числе архетипы коллективного и личного бессознательного. И тогда уже, как раз задействуя тот или иной архетип, становится возможным выведение информации из подсознания — и перевод ее в сознание. Из чего следует, что такая информация вскоре начнет оказывать влияние на поведение индивида, руководя его поступками.

Немного остановившись на архетипах, заметим, что под архетипами понимается сформированность в подсознании неких образов, последующее воздействие на которые способно вызывать в психике индивида определенные положительные ассоциации, и через это оказывать влияние на информацию, получаемую индивидом «здесь и сейчас», то есть информацию, оцениваемую индивидом в настоящее время. Архетип формируется через планомерное поступление какой-либо информации (т. е. посредством поступления информации на протяжении какого-либо времени), причем чаще всего формируется в детстве (раннем детстве), или юности. С помощью того или иного архетипа бессознательное способно оказывать воздействие на сознание. К.Г.Юнг (1995) предполагал, что архетипы уже заложены в природе человека от рождения. Это положение находится в прямой взаимосвязи с его теорией о коллективном бессознательном. Кроме того, так как архетипы, находящиеся в бессознательном, и сами бессознательны, то становится объяснимым тот факт, что их воздействие на сознание не осознается, как не осознается в большинстве случаев любая форма влияния на сознание информации, хранящейся в подсознании. Вводя понятие коллективного бессознательного, Юнг (1995) отмечал, что поверхностный слой бессознательного называется личностным бессознательным. Кроме личного бессознательного (приобретаемого из личного опыта в процессе жизни), существует еще и врожденный и более глубокий слой, который называется коллективным бессознательным. Коллективное бессознательное включает в себя содержания и образы поведения, которые являются у всех индивидов одними и теми же.

## Телевидение

Из всех средств массовой коммуникации наивысшим манипулятивным эффектом выделяется телевидение. Существует определенная проблема подверженности современного человека к манипулированию посредством телевидения. Отказаться от просмотра телепередач для большинства индивидов невозможно, потому как специфика телесигнала и подачи материала построена таким образом, чтобы сначала провоцировать в индивиде симптомы психопатологии, а позже — снимать их, посредством телетрансляции, тем самым, обеспечивая устойчивую зависимость (сродни наркозависимости). Все, кто на протяжении длительного времени смотрел телевизор — находятся в подобного рода зависимости. Они уже не могут отказаться от просмотра телепередач, потому что, в случае избегания просмотра, у подобных индивидов могут начинаться состояния, напоминающие по своим характеристикам симптоматику невроза. На провоцировании в психике индивида симптоматики пограничной психопатологии основано значительное действие манипулятивных методик. Посредством телесигнала телевидение кодирует психику индивида. Основано такое кодирование на законах психики, согласно которым любая информация сначала поступает в подсознание, и уже оттуда оказывает воздействие на сознание. Таким образом, посредством телетрансляции становится возможным моделировать поведение индивида и масс. С.Г.Кара-Мурза (2007) отмечает, что телепродукция — это «товар» сродни духовному наркотику. Человек современного городского общества зависим от телевидения, потому что воздействие телевидения таково, что человек утpачивает свободу воли и пpоводит у экрана гораздо больше времени, чем тpебуют его потpебности в инфоpмации и pазвлечении. Как и в случае наркотиков, человек, потребляя современную телепрограмму, не может рационально оценить характер ее воздействия на его психику и поведение. Более того, поскольку он становится «зависимым» от телевидения, то продолжает потреблять его продукцию даже в том случае, если отдает себе отчет в ее пагубном воздействии.

Первое массовое вещание началось в фашисткой Германии, во время Олимпийских игр 1936 года (Гитлер первым понял и стал использовать манипулятивные возможности ТВ). Немногим ранее, в апреле 1935 года в Берлине появился первый телесалон на 30 человек с двумя телевизорами, а осенью 1935 года открылся телетеатр с проектором на 300 человек. В США в 1946 году телевизор имели только 0,2% американских семей. В 1962 году эта цифра возросла до 90%, а к 1980 году телевизоры имели почти 98% американских семей, причем некоторые семьи имели по два-три телевизора. В Советском Союзе регулярное телевизионное вещание началось в 1931 году из здания Московского радиоузла на Никольской улице (ныне Российская телевизионная и радиовещательная сеть — РТРС). А первый телеприемник появился в 1949г. (назывался КВН-49, был черно-белым,  экран был чуть больше размеров почтовой открытки, для увеличения изображения применялась линза, приставляемая к экрану, которая увеличивала изображение примерно в два раза.) До середины 80-х гг. в нашей стране существовало два-три канала, причем, если первый канал могли смотреть почти 96% населения страны, то два канала «ловилось» не у всех (в зависимости от региона), примерно 88% в масштабах страны. Три канала — было только у третьей части страны. Причем большинство телеприемников (на две трети) еще до 90-х годов оставался черно-белым.

При проведении телетрансляции происходит воздействие на психику посредством активации различных форм передачи информации; одновременное участие органов зрения и слуха оказывает мощный эффект на подсознание, за счет чего осуществляются манипуляции. Через 20-25 минут просмотра телевизионной передачи мозг начинает впитывать любую информацию, которая поступает посредством телетрансляции. Один из принципов манипуляции массами — внушение. На этом принципе основано действие телерекламы. Например, человеку показывается какой-нибудь рекламный ролик. Предположим, поначалу у такого человека происходит явное отторжение демонстрируемого материала (т.е. его представление об этом товаре другое). Такой человек смотрит, слушает, оправдывая себя тем, что ничего подобного покупать не будет. Этим как бы успокаивает себя. На самом деле, если на протяжении длительного времени в информационное поле человека попадает какой-нибудь сигнал, то информация неизбежно откладывается в подсознании. А значит, если в последующем станет выбор между тем, какой товар купить, такой человек бессознательно отдаст предпочтение тому товару, о котором уже «что-то слышал». Более того. Именно этот товар в последующем будет вызывать в его  памяти положительный ассоциативный ряд. Как чего-то знакомого. В итоге, когда человек становится перед выбором товара, о котором ему ничего не известно, и товара, о котором он уже «что-то слышал» — то инстинктивно (т.е. подсознательно) потянется к знакомому товару. Причем в данном случае зачастую важен фактор времени. Если на протяжении длительного времени перед нами проходит информация о каком-то товаре, он уже автоматически становится чем-то близким нашей психике, а значит, человек бессознательно может сделать выбор в пользу такого товара (подобной марки товара, бренда). При телевизионном сигнале, особенно во время рекламы, используется три основных принципа технологии пассивного транса (гипноза): релаксация, концентрация внимания и внушение. Расслабившись и сосредоточившись перед экраном телевизора, человек поглощает всю внушаемую ему информацию, а так как у человека, в отличие от животных, две сигнальные системы, то это значит, что люди одинаково реагируют как на реальный чувственный раздражитель (правое полушарие мозга), так и на человеческую речь (левое полушарие мозга). Другими словами, для любого человека слово является таким же реальным физическим раздражителем, как и все остальные. Транс усиливает действие слов (левое полушарие мозга) и эмоционально воспринимаемых картинок-образов (правое полушарие мозга), поэтому, отдыхая у телевизора, любой человек именно в этот момент и в этом состоянии становится чрезвычайно психофизиологически уязвимы, так как сознание человека переходит в гипнотическое состояние, так называемое «альфа-состояние» (состояние, которое нейрофизиологически сопровождается альфа-волнами на электроэнцефалограмме коры головного мозга. Кроме того, телевизионная реклама обязательно часто повторяется. В этом случае применяется еще один важный принцип гипноза. Повторение резко усиливает силу внушения, низводя в итоге поведение многих людей до уровня обычных рефлексов нервной системы.

Л.П.Гримак (1999) отмечает, что современное телевидение выступает в качестве самого эффективного средства формирования гипнотической пассивности зрителя, которая способствует прочному закреплению создаваемых психологических установок, поэтому именно телевизионная реклама считается наиболее действенным способом программирования покупателей и потребителей услуг. Во время просмотра телепередач зритель погружается в поверхностный гипноз. В этом случае программирование зрителя осуществляется по типу постгипнотического внушения, когда заданная установка активируется в назначенный срок после выхода из транса, т.е. через время после просмотра телепередачи, у человека появляется навязчивое желание сделать покупку. Поэтому в последние годы появилось новое психическое заболевание — мания покупок. Свойственна она в основном людям, страдающим от одиночества, комплексов неполноценности, низкой самооценки, не видящих смысла своего существования. Болезнь проявляется в том, что попав в супермаркет, такой человек начинает покупать буквально все подряд, пытаясь избавиться от некоего внутреннего беспокойства. Явившись с приобретениями домой, и сам покупатель и его близкие оказываются в шоке, будучи поражены величиной денежных расходов и явной ненужностью покупок. Особенно часто страдают этой болезнью женщины, т.к. они более внушаемы. Установлено, что 63% людей, не способных удержаться от покупок, даже если понимают, что этот предмет им не нужен, страдают депрессией. Особую опасность являет просмотр телевидения для ребенка. Одна из причин гипнотизирующего действия телепередач заключается в том, что просмотр телепередач сопровождается очень большим расходом энергии. Человеку кажется, что он сидит и физически отдыхает, однако быстро сменяющиеся на экране зрительные картины непрерывно активируют в его долговременной памяти множество образов, составляющих опыт его индивидуальной жизни. Сам по себе зрительный ряд телеэкрана требует непрерывного осознания визуального материала, порождаемые им ассоциативные образы требуют определенных интеллектуальных и эмоциональных усилий по их оценке и затормаживанию. Нервная система (особенно у детей), будучи не в силах выдержать такой интенсивный процесс осознавания, уже спустя 15-20 минут формирует защитную тормозную реакцию в виде гипноидного состояния, которое резко ограничивает восприятие и переработку информации, но усиливает процессы ее запечатления и программирования поведения. (Л.П.Гримак, 1999).

Не меньшую опасность телевидение оказывает на психику женщин-домохозяек, а также мужчин и женщин, которые после рабочего дня приходят домой и включают телевизор. Связанна такая опасность с тем, что телевидение имеет сильный суггестивный эффект. При просмотре телепередач любой направленности у человека работает преимущественно правое полушарие головного мозга. Правое полушарие мыслит образами, и отвечает за комплексное видение мира, т.е. компонует отдельные кадры увиденного в единую целостную композицию. При этом выключается работа левого полушария, с его аналитическим мышлением. Таким образом вся увиденная посредством просмотра телевизора информация беспрепятственно проникает в подсознание, где формирует соответствующие психологические установки и паттерны поведения. В результате этого спонсоры телеканалов программируют население страны на выполнение заданных действий, не оставляя человеку шансов к сопротивлению. Против профессионалов-манипуляторов необходимо учиться бороться, овладевая специальными знаниями, которые значительно затрудняют, а при должном подходе и сводят на нет усилия манипуляторов. В отношении манипулятивного воздействия направленного на детей (значительное количество телепередач) следует говорить что у ребенка в силу возраста не сформирован навык перевода информации из правого полушария в левое, т.е. навык осмысления информации, которая подается посредством телепоказа. Телевидение с его огромным потоком зрительной информации оказывает воздействие главным образом на правое полушарие мозга. Быстрая смена изображений, невозможность вернуться назад и еще раз просмотреть недостаточно понятые кадры (а значит осмыслить их), это признаки динамического искусства, коим является телевидение. Осмысление увиденного, т.е. передача информации из правого (чувственного, образного) полушария в левое (логическое, аналитическое), происходит посредством перекодирования увиденных на экране образов в слова. Для этого требуется время и навык. У детей подобный навык еще не сформирован. Тогда как при чтении книг — работает преимущественно левое полушарие, поэтому и ребенок, который читает книги, имеет интеллектуальное преимущество перед теми, кто смотрит телевизор в ущерб чтению. А.В.Федоров (2004) приводит данные негативного влияния средств массовой коммуникации на психику подрастающего поколения, отмечая что в настоящее время в России один из самых высоких в мире уровень преступности. Ежегодное количество убийств (на 100 тысяч населения) в России — 20,5 чел. В США эта цифра составляет — 6,3 чел. В Чехии — 2,8. В Польше — 2. По этому показателю Россия делит первое место с Колумбией. В 2001 году в России было совершено 33,6 тысяч убийств и покушений на убийство, 55,7 тысяч случаев причинения тяжкого вреда здоровью, 148,8 тысяч грабежей, 44,8 тысяч разбойных нападений. При этом подростковая преступность приобретает масштабы национального бедствия. После отмены цензуры в средствах массовой информации, на кино/теле/видео/компьютерных экранах стали демонстрироваться (без соблюдения возрастных ограничений) тысячи отечественных и зарубежных произведений, содержащих эпизоды насилия. Насилие, демонстрируемое с экранов, связано с коммерциализацией телевидения и отмены государственной цензуры. Сценами насилия часто заменяют слабый сюжет картины, т.к. сцены насилия оказывают воздействие сразу на подсознание, задействуя чувства, а не на разум.Демонстрацией секса и насилия манипуляторы с помощью СМИ добиваются деградации подрастающего поколения, у представителей которых нарушаются способности адекватно воспринимать реальность. Такой человек начинает жить в своем вымышленном мире. Причем телевидение и кино (как и вообще все средства массовой коммуникации) формируют в психике подростка установки и паттерны поведения, в соответствии с которыми на ту или иную жизненную ситуацию такой подросток уже будет реагировать в соответствии с теми установками, которые оказались у него сформированы посредством просмотра телепередач и кинофильмов. Явно выделяется конечно же телевидение и кино, т.к. в отличие от печатных или электронных СМИ, в данных видах воздействия на психику наибольший манипулятивный эффект достигается еще и от сочетания музыки, картинки изображения, голоса диктора или героев фильма, и это все значительно усиливает смысловую нагрузку, которую заложили манипуляторы массовым сознанием в сюжет той или иной картины. Еще один манипулятивный эффект заключается в вовлеченности зрителей в происходящее на экране. Наступает своего рода идентификация зрителя с героями киноленты или передачи по ТВ. В этом кроется одна из особенностей популярности различных передач. Причем эффект от подобного рода демонстрации весьма значителен, и базируется на механизме воздействия (намеренного или бессознательного) происходящего на экране на подсознание, с особого рода вовлечением архетипов личного и коллективного (массового) бессознательного. Кроме того мы должны помнить о такой категории воздействия на психику, как подключенность к источникам информации. Если вы смотрите какую-либо передачу по ТВ, то даже если вы при этом находитесь один, вы входите в некое информационное биополе масс, т.е. подключаетесь к психическому сознанию тех, кто тоже смотрит эту же передачу; таким образом вы образуете единую массу, на которую распространяются механизмы манипулятивного воздействия свойственные массообразованиям.

«Коммерческое кино сознательно и методично, с дьявольской изощренностью устраивает для зрителя ловушки на экране», — отмечает К.А.Тарасов, который приводит для примера такой факт: в 1949-1952 гг. создатели первого в мире криминального телесериала «Человек, противостоящий преступности» (США) получали от своего руководства инструкцию следующего содержания: «Было установлено, что интерес аудитории можно поддерживать наилучшим образом в том случае, когда сюжет разворачивается вокруг убийства. Поэтому кто-то обязательно должен быть убит, лучше в самом начале, даже если по ходу фильма совершаются другие виды преступлений. Над остальными героями все время должна висеть угроза насилия». Главный же герой с самого начала и на протяжении всего фильма должен подвергаться опасности.

Показ насилия в коммерческом кино нередко оправдывают тем, что в финале картины торжествует добро. При этом подразумевается квалифицированное прочтение фильма. Но есть и другая реальность восприятия, особенно в подростковом и юношеском возрасте: социально значимым является смысл, который приписывают фильму зрители, а не намерения автора.

Выделяются пять типов последствий восприятия экранного насилия.

Первый тип — катарсис. В его основе лежит представление о том, что неудачи индивида в повседневной жизни вызывают у него состояние фрустрации и развивающееся отсюда агрессивное поведение. Если оно не реализуется через восприятие соответствующих героев популярной культуры, то может проявиться в антисоциальном поведении.

Второй тип последствий — формирование готовности к агрессивным действиям. Имеется в виду установка на агрессивное поведение, происходящая в результате, с одной стороны, возбуждения зрителя от сцен насилия, а с другой — представления о допустимости насилия в межличностных отношениях под влиянием сцен, в которых оно выступает как нечто вполне оправданное.

Третий тип — научение посредством наблюдения. Имеется в виду, что в процессе идентификации с киногероем зритель вольно или невольно усваивает определенные образцы поведения. Информация, полученная с экрана, в дальнейшем может быть использована им в реальной жизненной ситуации.

Четвертый тип последствий — закрепление существующих у зрителей установок и образцов поведения.

Пятый тип — это не столько насильственное поведение, сколько эмоции — страхи, беспокойство, отчужденность. В основе этой теории лежит идея, что масс-медиа, прежде всего ТВ, создают некую символическую среду, куда люди погружаются с детства. Среда формирует представления о реальной действительности, культивирует определенную картину мира.

Поэтому следует вывод, что образы насилия влияют на общеличностную идентичность по трём направлениям: 1) формирование готовности к агрессивным действиям в результате закрепления или возникновения представления о допустимости физического насилия в межличностных отношениях. 2) научение посредством наблюдения. В процессе идентификации с киногероем зритель вольно или невольно усваивает определенные образцы агрессивного поведения. Полученная информация в дальнейшем может быть использована в реальной жизненной ситуации. 3) закрепление у зрителей существующих установок и образцов поведения. Таким образом, в детском развитии современное экранное искусство способствует формированию агрессивности как составляющих общеличностной идентичности человека.(К.А.Тарасов, 2003)У большинства ученых нет разногласий по поводу негативного влияния неконтролируемого потока сцен экранного насилия на детскую аудиторию и необходимости создания продуманной государственной политики по отношению к защите прав ребенка в области медиа. (А.В.Федоров, 2004).

В вопросе воздействия на психику ребенка следует обратить внимание, что такая структура психики как цензура (барьер критичности на пути информации, поступаемой из внешнего мира), у ребенка еще не сформирована. Потому почти любая информация из телевизора закладывает в психике ребенка установки и паттерны последующего поведения.Иного не дано. В этом заключается сильный манипулятивный  эффект телевидения, когда человек может даже не понимать смысла информации, которую видит на экране ТВ; содержимое телепередачи может даже представлять из себя набор смешных историй со скандальным оттенком (усиливавшим суггестивный эффект, потому как любая провокация эмоций разрушает барьер критичности психики), и внешне как будто явного негатива не просматривается. Такой негатив становится заметен после, когда подросток начинает демонстрировать поведение, смоделированное раннее в результате просмотра ТВ. «Культ жестокости, насилия, порнографии, пропагандируемый в СМИ, печатных изданиях неограниченной продажи, а также в компьютерных играх и др., ведет к неосознаваемому порой желанию у подростков и молодежи подражать этому, способствует закреплению таких стереотипов поведения в их собственных привычках и образе жизни, снижает уровень пороговых ограничений и правовых запретов, что, наряду с другими условиями, открывает путь для многих из них к правонарушениям», —отмечает В. Н. Лопатин.

Говоря об установках, мы должны говорить, что выражаются такие установки в запрограммированных моделях поведения. Выделяя одну их характеристик установки, Т.В.Евгеньева (2007) отмечает, что установкой называется состояние внутренней готовности индивида реагировать запрограммированным образом на объекты действительности или на информацию о них. Принято выделять несколько функций установки в процессе познания и мотивации поведения: познавательную (регулирует процесс познания), аффективную (канализирует эмоции), оценочную (предопределяет оценки) и поведенческую (направляет поведение). Рассматривая подобные функции, Т.В.Евгеньева приводит пример понимания различий между установками, известный как «[парадокс Лапьера](http://psyfactor.org/lib/paradox_lapierre.htm)». Вкратце суть такова. В 1934 году Р.Лапьер провел эксперимент. Он решил объехать множество различных гостиниц в небольших американских городках, взяв с собой двух студентов-китайцев. Везде, где компания останавливалась на ночлег, хозяева гостиниц их встречали очень радушно. После того как Лапьер с китайцами возвратился на базу, он написал письмо всем владельцам гостиниц, с вопросом, может ли он приехать к ним с компанией, в которой будут китайцы. Почти все владельцы гостиниц (93%) ответили отказом. На этом примере можно увидеть, что оценочная установка по отношению к представителям конкретной расовой группы в ситуации, требующей поведенческой реакции, была вытеснена поведенческими установками хозяина гостиницы по отношению к клиенту. Т.В.Евгеньева (2007) отмечает хаотичный характер российских СМИ, которые ориентируются на рейтинг и привлечение рекламодателей, и дополняет приведенные установки еще одной: установкой барьера. Заметим, что подобная установка лежит в плоскости психоанализа, и обозначает собой тот факт, что информация поступаемая из внешнего мира, которая не наталкивается на предварительно заложенные в подсознание архетипы или паттерны поведения, не будет воспринята сознанием индивида, а значит до срока отправляется в подсознание. Но не исчезает. Об этом необходимо помнить. Потому как любая информация из внешнего мира, которая оказалась не воспринятая сознанием и вытесненное им в подсознание (в бессознательное), на самом деле по прохождении определенного времени начинает оказывать свое воздействие на сознание. Таким образом установки, внедряемые в подсознание, и направленные на формирование соответствующих мыслей, желаний и поступков индивида и масс, весьма устойчивые по времени, и растворяясь в бессознательном (как личном, так и коллективном) в виде образования соответствующих архетипов, оказывают ключевое влияние на жизнь человека. Мы уже отмечали повышенное восприятие любой информации детской психикой. Фактически любая информация, поступаемая в психику в детском возрасте откладывается в подсознание, а значит по прошествии времени начинает оказывать воздействие на сознание. Таким образом с помощью СМИ  манипуляторы от бизнеса и власти программируют сознание масс на долгие годы, потому что взрослые люди живут установками, полученными в детстве.

Говоря о современных средствах массовых воздействий на аудиторию, мы должны говорить о сочетании рекламы и средств массовой коммуникации. Воздействуя на подсознание индивида, реклама приводит к тому, что человек уже не принадлежит самому себе. Он подчиняется навязываемым ему принципам и нормам жизни. И даже если сознательно он еще противится некоторым из них, подсознательно он уже делает выбор в пользу той или иной психологической установки со стороны манипуляторов.

Кроме того манипуляторами формируется комплекс неполноценности у определенных групп населения, не имеющих возможности купить тот или иной товар. Товар, соответствующий тому или иному стилю жизни. Например, телевидение посредством передач определенной направленности формирует образ успешных людей, имеющих средства, чтобы покупать себе любые товары. Народ желает приблизиться к такому же уровню потребления, отсюда рост кредитов со стороны банков, и в целом — рост невротических зависимостей и озлобленности в обществе, кредиты не всегда удается отдавать.

Выделяют пять стадий взаимодействия социума и телевидения. Первая стадия — интерес к источнику информации (т.е. к телевизору). Вторая стадия — оценка информации. Кроме того, обладание телевизором на этой стадии отмечается человеком как повышение собственного социального статуса. Третья стадия характеризует собой развитие массового телевидения. Телеприемник могут себе позволить приобрести многие семьи. На четвертой стадии — взрослые уже не только проводят значительное количество времени перед телевизором, но и телевизор уже начинает строить их жизнь посредством полученной когда-то информации посредством телепросмотра. Пятая стадия характеризует собой появление кабельного телевидения, а значит, растет избирательность в получении той или иной информации. (Я.Н.Засурский, 2001). При этом современный этап развития телевидения характеризует собой изменения, происходящие от простого просмотра телепередач через телеприемник (как это происходило в 20 веке), к таким разновидностям телевидения, как спутниковое (всемировое), кабельное (абонентское), кассетное (ТВ посредством лазерных дисков), титровое телевидение (видеотекст, телетекст). Кроме того, мы должны говорить и о том, что манипулирование психическим сознанием масс заложено в любой телетрансляции. Как отмечает А.Н.Фортунатов (2007), в специфике телевизионной информации заложена необходимость восприниматься некритично, соответствовать ожиданиям аудитории, ее стереотипам и устойчивым представлениям о реальности. Телепрограмма с первых же секунд должна сигнализировать зрителю о том, что она адресована именно ему, отвечает его потребностям. После этого такие импульсы должны повторяться с достаточной периодичностью, чтобы у сидящего перед экраном человека не появилось мотивов переключить канал. Зритель выступает своеобразным «резонатором» между собственными представлениями о мире и тем, что он видит по телевизору, получая из телевизора подтверждения правильности своего выбора.

При этом следует говорить об информационном управлении (посредством телевидения в частности, и средств массовой коммуникации в целом). Причем, рассматривая вопрос управления, можем заметить (основываясь на пример Перестройки и разрушения вследствие этого социального уклада советского общества), что эффективность подобных действий строилась на методологической базе Антонио Грамши, считавшим, что для разрушения общества массовая революция будет слишком сложна, так как является изменением «базиса», что в современных условиях относительно сложно. И легче в таком случае изменить «надстройки», то есть другими словами — направить манипулятивное воздействие на интеллигенцию, потому как изменение ее мировоззрения — окажется заметно выигрышнее, в том числе, и по времени, нежели чем пытаться изменить сознание всего общества сразу.

## Способы манипуляции посредством телевидения

Рассмотрим манипуляции посредством телевидения. (С.К.Кара-Мурза, 2007).

1) Фабрикация фактов.

В данном случае эффект манипулирования происходит в результате мелких отклонений, используемых при подачи материала, но действующих всегда в одном направлении. Манипуляторы говорят правду, только когда правда может быть легко проверена. В остальных случаях — стараются преподнести материал в нужном им ключе. Причем ложь становится наиболее эффективной, когда опирается на заложенный в подсознание стереотип.

2) Отбор для материала событий реальности.

В данном случае эффективным условием программирования мышления является контроль СМИ с целью подачи единой информации, но различными словами. При этом допускается деятельность оппозиционных СМИ. Но деятельность их должна быть подконтрольна и не выходить за рамки разрешаемого им вещания. Кроме этого СМИ используют т. н. принцип демократии шума, когда ненужное манипулятором сообщение просто должно погибнуть под мощным выбросом разносторонней информации.

3) Серая и черная информация.

Во второй половине ХХ века СМИ стали использовать технологии психологической войны. Американский военный словарь 1948 г. дает психологической войне такое определение: «Это планомерные пропагандистские мероприятия, оказывающие влияние на взгляды, эмоции, позиции и поведение вражеских, нейтральных или дружественных иностранных групп с целью поддержки национальной политики». В руководстве (1964) говорится, что цель такой войны — «подрыв политической и социальной структуры страны… до такой степени деградации национального сознания, что государство становится не способным к сопротивлению».

4) Большие психозы.

Тайными задачами СМИ является превращение граждан нашей страны в единую массу (толпу), с целью общего регулирования распространения потока информации, которой обрабатывается сознание и подсознание людей. В итоге, такой толпой легче управлять, а средний обыватель беспрекословно верит самым нелепым утверждениям.

5) Утверждение и повторение.

В данном случае  информация подается в виде готовых шаблонов, которые активно задействуют имеющиеся в подсознании стереотипы. Утверждение в любой речи означает отказ от обсуждения, поскольку власть идеи, которая может подвергаться обсуждению, теряет всякое правдоподобие. В мышлении человека сложился т.н. мозаичный тип культуры. СМИ являются фактором укрепления такого типа мышления, приучая человека мыслить стереотипами, и не включать интеллект при анализе материалов СМИ. С помощью повторения информация внедряется в глубины подсознания, туда, где зарождаются мотивы последующих действий человека. Чрезмерное повторение притупляет сознание, заставляя любой информации практически без изменений откладываться в подсознании. А из подсознания, через определенный промежуток времени, такая информация переходит в сознание.

6) Дробление и срочность.

В данной методике манипулирования используемой СМИ, целостная информация разделяется на фрагменты, чтобы человек не смог соединить их в единое целое и осмыслить проблему. (Например статьи в газете разбиваются на части и помещаются на разных страницах; текст или телепередача разбиваются рекламой.) Разрывая на кусочки информацию о важном событии, удается резко снизить воздействие сообщения или вообще лишить его смысла.

7) Упрощение, стереотипизация.

Данный вид манипуляции основан на том факте, что человек — продукт мозаичной культуры. Его сознание создано СМИ. СМИ, в отличие от высокой культуры, предназначены именно для массы. Поэтому в них были установлены жесткие ограничения на сложность и оригинальность сообщений. Оправданием для этого служит то правило, что представитель массы способен адекватно усваивать только простую информацию, поэтому любая новая информация подгоняется под стереотип, чтобы человек воспринимал информацию без усилий и внутреннего анализа.

8) Сенсационность.

В данном случае сохраняется принцип такого преподнесения информацию, когда из отдельных частей невозможно или очень затруднительно составить единое целое. При этом выделяется какая-либо псевдо-сенсация. А уже под прикрытием ее — замалчивается по настоящему важная новость (если эта новость по каким-то причинам является опасной для кругов, контролирующих СМИ). Непрерывная бомбардировка сознания, особенно «плохими новостями», выполняет функцию поддержания в обществе необходимого уровня «нервозности». Такая нервозность, ощущение непрерывного кризиса, резко повышает внушаемость людей и снижает способность к критическому восприятию.

9) Изменение смысла слов и понятий.

Манипуляторы от СМИ в этом случае вольно интерпретируют слова любого человека. При этом меняется контекст, часто принимая форму прямо противоположную или как минимум искаженную. Пример: когда римского папу во время визита в одну из стран спросили как он относится к домам терпимости, тот удивился, что, мол, разве они есть. После этого в газетах появилось экстренное сообщение: «Первое, что спросил папа, ступив на нашу землю, есть ли у нас дома терпимости?»

Мы уже заметили, что телевизионная трансляция служит некой ежедневной дозой духовного наркотика, позволяющей на время снимать невротическую зависимость. Избавление от зависимости происходит путем подключения к коллективному разуму. Как мы уже заметили, если определенное количество людей занимаются одним и тем же делом (например смотрят телевизор), то они объединяются в массу. А значит над такими людьми распространяются законы толпы (внушаемость, заразительность, подражание и проч.), и управлять такими людьми можно как бы из единого «командного центра». Какое-либо противостояние манипуляциям со стороны СМИ практически исключено. Все люди проживают в социуме, т.е. находясь между равномерно излучаемых друг от друга сигналов, взаимодействуют друг с другом в рамках одного общества схожего социального устройства, а значит имеют почти одинаковые страхи и радости, заботы и проблемы и т.п. Причем первоначальное подключение разума отдельных людей в единый разум происходит еще в детском саду и школе (т.н. дисциплинарных пространствах). Таким образом с детства в психике человека формируются механизмы, воздействие на которые в последующем позволяет объединять людей в массы и подчиняться вождю (главе государства) А что такое подчинение? Подчинение это снятие невроза. Делая как все, человек не подвергается давлению со стороны своих руководителей. В ином случае на него обрушивается поток критики, бессознательно провоцирующий в психике различного рода невротические зависимости (беспокойство, чувство вины, страх, тревожность, неуверенность в себе, и т.п.). Снятие таких зависимостей происходит путем объединения отдельных индивидов в единую массу, когда человек начиная играть по принятым в обществе правилам, перестает выделяться, а значит у него исчезает и симптоматика невротической зависимости. В результате чего мозг человека запоминает подобное, и в последующем, когда такой человек хочет сделать что-то отличное от общепринятого, он становится перед выбором: сделать это сознательно и пойти по пути противостояния обществу (а значит вновь ввергнуть себя в невроз), или делать все так как все, и относительно счастливо жить дальше. Большинство выбирает последнее. Поэтому когда вечером показывают развлекательные передачи — люди смотрят их, потому что кроме всего прочего знают что и другие, придя с работы, тоже смотрят эти же самые передачи.

## Уровни воздействия на психику

Кроме того, СМИ оказывают психологическое воздействие на следующие сферы психики:

1) Потребностно-мотивационную (знания, убеждения, ценностные ориентации, влечения, желания).

2) Интеллектуально-познавательную (ощущения, восприятия, представления, воображение, память и мышление).

3) Эмоционально-волевую сферу (эмоции, чувства, настроения, волевые процессы).

4) Коммуникативно-поведенческую (характер и особенности общения, взаимодействия, взаимоотношений, межличностного восприятия). (В.Г.Крысько, 1999).

При этом психологическое воздействие имеет свои закономерности:

— если оно направлено на потребностно-мотивационную сферу людей, то его результаты сказываются на направленности и силе побуждений (влечений и желаний) людей;

— Если направлено на эмоциональную сферу психики, то это отражается на внутренних переживаниях, а также на межличностных отношениях;

— сочетание воздействий на потребностно-мотивационную и эмоциональную вместе — позволяет влиять на волевую активность людей и таким образом управлять их поведением;

— влияние на коммуникативно-поведенческую сферу (специфику взаимоотношений и общения) позволяет создавать социально-психологический комфорт и дискомфорт, заставлять людей сотрудничать либо конфликтовать с окружающими;

— в результате психологического воздействия на интеллектуально-познавательную сферу у человека изменяются в нужную манипуляторам сторону представления человека, характер восприятия им вновь поступающей информации и, в итоге, его «картина мира». (Проект Россия, 2006).

Таким образом телевидение и другие средства массовой культуры (кинематограф, глянцевые журналы и проч.) изменяют привычки людей, вводя им в подсознание новые установки, инициируемые властью и (или) капиталом. Происходит своеобразное зомбирование массового сознания. И закодированные таким образом люди начинают действовать в интересах правящей элиты, об этом даже не подозревая.

Д.А.Волкогонов (1983) приводит основные характеристики подобной тактики, отмечая, что наиболее характерными особенностями ее являются высокая степень избирательности воздействий, быстрая перестройка аргументации в зависимости от меняющейся обстановки, комплексное применение различных методов и приемов психологической войны, концентрация усилий на том или ином объекте, конкретной дате, регионе, социальной группе и т.п.

Выделяют три уровня воздействия на психику:

1) Усиление существующих в сознании людей нужных установок, идеалов, ценностей, норм. Закрепление этих элементов сознания в мировоззрении и жизненных установках.

2) Частные и малые изменения взглядов на то или иное событие, что оказывает воздействие на позицию и эмоциональное отношение человека к конкретному явлению.

3) Коренное, кардинальное изменение жизненных установок на основе сообщения драматических сведений и необычных новых данных.

Реализации первых двух установок достигается с помощью манипулирования в быстрый период времени, а третий уровень, характеризующий собой кардинальное изменение установок в моделях поведения масс, становится возможным в результате длительного воздействия на психику. (Д.А.Волкогонов, 1983)

# Западные СМИ

## Хаос на Украине – дело рук Путина

Многие эксперты указывают на роль Евросоюза и США в беспорядках на Украине, однако большинство западных медиа обвиняют в случившемся кризисе Россию. Об этом сейчас пишут ведущие мировые СМИ, несмотря на то что президент Путин с самого начала дистанцировался от происходящего на Украине. Рассказывает корреспондент RT Анастасия Чуркина.

Западные СМИ с поразительной настойчивостью повторяют одни и те же обвинения.

«Повсюду видно, что этот хаос — дело рук Путина», — говорит корреспондент FOX NEWS.

«Очевидна роль Путина», — говорит корреспондент CNN.

Кровавые антиправительственные столкновения в Киеве стали очередным поводом для критики России, что не удивительно.

«Освещение событий на Украине иллюстрирует отношение американских СМИ к России, которое осталось на уровне холодной войны»,- рассказывает директор Центра мира и свободы при Независимом институте Иван Иланд.

Такой риторики СМИ придерживаются уже несколько десятилетий.

«Американские СМИ винят Путина во всех грехах: от угрозы международного терроризма до глобального потепления. Теперь винят и за происходящее на Украине», — говорит американский специалист по России Стивен Коэн.

СМИ критикуют Путина, словно одержимые.

«США изо всех сил пытаются вести пропаганду среди своего населения, выставляя врагом Россию и особенно Путина, при том что Путин на самом деле следит за ситуацией на Украине со стороны. К тому же, Россия собирается вложить в Украину огромные деньги», — говорит геополитический аналитик Эрик Дрейцер.

Никто не уделяет внимания фактам и не проводит глубокого анализа, а заявления часто вырывают из контекста.  
«Никто не говорил о словах Путина: «Почему им нужно выбирать? Почему в тяжелые для экономики Украины времена ей не может помочь и Россия, и Европа»? Но на Западе этого не услышали», — добавляет американский специалист по России Стивен Коэн.

И в очередной раз нетерпящие Россию СМИ искажают картину, привлекая внимание общественности к незначительным вещам.

Чаще всего это происходит при освещении событий, которые происходят так далеко от США и так близко к России.  
«Большинство аудитории американских СМИ ничего не знают об Украине. Они вообще мало что знают о бывших советских республиках», — говорит аналитик СМИ Ти Джей Уолкер.

«Я сомневаюсь, что от американских журналистов, в том числе от меня, о Владимире Путине поступали недостоверные сведения», — говорит Билл О’Рейлли.

Весьма спорное утверждение, учитывая словесную войну против одного человека, которая в ущерб достоверности ведётся западными СМИ.

## Как западные СМИ оценивают Украину. Анализ 10000 заголовков.

В заголовках западных медиа слово Украина чаще можно встретить рядом со словами, описывающими конфликт на востоке страны – война, конфликт, атака, чем, например, рядом со словами реформы или борьба с коррупцией.

Как воспринимают Украину в Европе и США? Из новостей, которые описывают ситуацию в нашей стране. Поставив перед собой задачу исследовать, что и как писали об Украине наиболее влиятельные и авторитетные западные СМИ, мы столкнулись с важным вопросом, пишет редактор VoxData Дмитрий Остапчук.

Разве большинство людей читают все эти статьи?

Скорее всего, нет, в памяти остается лишь небольшая часть информации – заголовки и основные идеи. Именно эти короткие тексты и формируют восприятие Украины.

И если в одном заголовке журналист или редактор могут сильно гиперболизировать или перекрутить суть статьи, то если речь идет о тысяче заглавий в десятках наиболее авторитетных западных СМИ, такой массив данных мог бы адекватно отражать тенденции по конкретной теме.

Первая проблема – где найти 10 000 заголовков статей об Украине?

Эту информацию я получил у проекта "Око", за что им очень благодарен. "Око" с  помощью автоматизированных инструментов ежедневно собирает, сортирует и обрабатывает материалы сотен СМИ, в которых упоминается Украина.

Такие данные представляют большую ценность для ученых, журналистов и всех, кто имеет отношение к информационной безопасности Украины.

Анализ данных позволяет определить: в каком контексте СМИ говорят об Украине, как меняется частота и тональность сообщений, какие источники и каналы распространение новостей наиболее влиятельны и эффективны.

Говоря прямо – неоценимый инструмент в условиях информационной войны, в которую оказалась втянута Украина.

За последние 2,5 года в базе "Око" накопилось около миллиона статей на 8 языках. Реалистично оценивая собственные ресурсы, мы ограничили выборку данных следующими параметрами:

— Анализировались данные с конца октября 2014 до середины августа 2016 года.

— Анализировались только заголовки на английском языке;

— Из наиболее авторитетных и часто цитируемых западных медиа;

— Заголовки, содержащие слово "Ukraine" или "Ukrainian".

Первый всплеск активности за отслеживаемый период приходится на газовые переговоры осенью 2014-го ("gas talks") между Украиной и Россией ("Ukraine-Russia Gas Talks Deadlocked in Brussels" – abcnews.go.com, "Ukraine and Russia Reach Deal on Natural Gas Supplies" – nytimes.com).

Газовые дебаты между соседями интересны западным медиа по той причине, что от их результата зависит стабильность поставок российского газа в Европу и они напрямую влияют на макроэкономические показатели Украины: размер украинского долга и способность Украины его обслуживать (Ukraine sees Russia gas price at $365-378, ready to pay off debts – reuters.com).

Помимо газовых переговоров, западные СМИ уделяли повышенное внимание переговорам "нормандской четверки" в Минске (февраль 2015), гибели 32 человек на шахте им. Засядько (начало марта 2015), внесению изменений в Конституцию в части децентрализации (конец августа – начало сентября 2015), "украинским диверсантам" в Крыму (первая половина августа 2016).

В эти периоды количество публикаций за день превышало средний показатель в 16 публикаций в 3-4 раза. 

Однако данный анализ позволяет посмотреть на "образ Украины в СМИ" более детально. В каком контексте пишут про Украину и как это делают крупнейшие печатные издания, онлайн-СМИ и телеканалы? Иными словами, почему в мировых СМИ "Putin" звучит чаще, чем "Poroshenko" или "Ukraine president"?

В заголовках западных газет и новостных агентств, содержащих слова "Ukraine" или "Ukrainian", больше всего таких слова, как "fight" (сражение), "kill" (убивать), "conflict" (конфликт), "war" (война), "attack" (атаковали), "Russia" (Россия) и меньше "cease-fire" (прекращение огня) и "peace" (мир).

Чуть реже встречаются слова "separatist" (сепаратист), "soldier" (солдат), "troop"  (военный отряд), "rebel" (повстанец), "Donetsk" (Донецк), "east" (восток). Очень редко упоминается слово "Crimea" (Крым).

В заголовках вещательной компании BBC можно чаще встретить слово "crisis" (кризис). Это объясняется тем, что у bbc.com все новости, относящиеся к конфликту на востоке Украины (а также крымскому вопросу), публикуются под рубрикой "Ukraine crisis" (Украинский кризис).

Например, "Ukraine crisis: Crimea in the dark in Russia power row" или "Ukraine crisis: "Russian soldier's" lawyer found dead.

Отдельно стоит рассмотреть результаты Reuters как крупнейшего поставщика новостей об Украине (судя по количеству заголовков). 46% заголовков анализируемой выборки принадлежат reuters.com и его поддоменам (uk.reuters.com, in.reuters.com и т.д.).

Аналогично западным газетам и вещательным компаниям, Reuters активно употребляет слова, описывающие конфликт на востоке Украины.

Больше внимания уделяется вопросу долга – в 7% заголовков встречается слово "debt" (долг) (Reuters – поставщик деловой информации). Также в заголовке вероятнее встретить слово "Putin", чем, например, "Poroshenko" или "Ukraine president".

**Промежуточный вывод**:  в заголовках западных медиа слово "Ukraine" или "Ukrainian" вероятнее встретить рядом со словами, описывающими конфликт на востоке Украины ("war" (война), "conflict" (конфликт), "attack" (атаковать), etc.), чем, например, реформы или борьбу с коррупцией.

Во второй половине 2015 и 2016 уровень негатива и тревожности сократился, а количество позитивных заголовков несколько увеличилось: "Ukraine Deserves Debt Relief (wsj.com) или "Ukraine Rating Raised to B- by S&P on Debt Exchange, Reform Plan" (bloomberg.com).

С другой стороны, есть гипотеза, что Украина (государство и гражданское общество) делает недостаточно, чтобы донести до мира информацию о немногочисленных успехах и прогрессе в реформах.

Слово "reform" (реформа) употреблялось только в 1% заголовков.

Более того, львиная доля этого одного процента отражает опасения западных медиа относительно продвижения реформ. Например, "Ukraine political crisis deepens as another reformer resigns" (ft.com) или "IMF Warns Proposed Legislation in Ukraine Threatens Reforms" (wsj.com).



О чем может сказать анализ полных текстов статей? Сегодня у исследователей, журналистов, "коммуникационщиков" и просто интересующихся людей есть доступный набор инструментов по анализу текстовых данных. Например, компания IBM Watson предлагает сервис по лингвистическому анализу, который классифицирует текстовые данные по тональности. Данный сервис основан на алгоритмах машинного обучения и исследованиях в психолингвистике.

Анализ статей (новостей, заметок, колонок) об Украине даст возможность составить полную картину того, как наша страна воспринимается зарубежными СМИ и, соответственно, какой имидж у нее формируется.

Это не только вопрос престижа и конкуренции за симпатии потенциальных туристов и инвесторов, для Украины положительный имидж — важный элемент в информационной войне, которую ведет Россия.

## Противостояние Российских и Украинских СМИ. Освещение “По понятиям”.

Освещение информационной войны на Украине, как, впрочем, и в любом ином регионе мира, идет «по понятиям». Собственно, в их хороводе и формируется основная ударная сила подобной войны.  
  
«Евромайдан». В основном потоке украинские и западные СМИ не тиражировали присутствующие на нем свастики и нацистские приветствия. Российские СМИ — наоборот. Но они практически не упоминали о том, что на Майдане хватало и адекватных людей.  
  
«Колорады», «ватники» — так в подавляющем большинстве украинских СМИ называют пророссийских активистов. «Хунта», «бандеровцы» — такие определения украинской власти и военных звучат в российской прессе.  
  
События в Крыму. Украина описывает референдум «под дулами автоматов «зеленых человечков», аннексию, оккупацию полуострова, Россия — честное волеизъявление народа и присоединение.  
  
Живущий в Тель-Авиве журналист и политолог Виктор Коцев написал в конце мая на whowhatwhy.com: «Российские СМИ сообщили о том, что большинство украинских сил на полуострове перешло на российскую сторону, в то время как большинство западных СМИ сосредоточилось на тех, кто не хотел переходить. Российские СМИ трубили о неконституционном характере революционной власти в Киеве, в то время как западные СМИ сосредоточились на неконституционности «народных» мэров, парламентов и избирательных комиссий в Крыму, а позже — в Восточной Украине».  
  
Как и за обычной войной, за информационной стоит геополитика. Пустить в свое подбрюшье, в Крым, американскую военную базу (натовские телодвижения в регионе не оставляли иллюзий) Россия, конечно, не могла. То, что ее «не без оснований тревожит такая перспектива», подметил даже «закадычный друг» Збигнев Бзежинский.  
  
В разгар «Евромайдана» Крым и юго-восток Украины молчали. «Евромайдан» революционным способом вымел одну власть, поставил другую. Европа с Америкой признали и способ, и власть. Когда заговорил Юго-Восток, поначалу просто предъявив свои требования, Киев слушать не захотел. Тогда Донбасс взял на вооружение «евромайдановские» методы, поставив во главе самопровозглашенных республик свою власть. На этот раз Европа с Америкой не признали ни методы, ни власть.  
  
«Сепаратисты», «террористы» — так Украина и Запад называют бойцов на юго-востоке. «Ополченцы» — эти же бойцы в интерпретации России. Украинская сторона не дает слова силам юго-востока, не согласным с политикой Киева, российская — не показывает жителей самопровозглашенных Донецкой и Луганской народных республик, не согласных с ними.  
  
Украина и Запад: в Донбассе идет антитеррористическая операция (АТО). Россия — против Донбасса идет карательная операция.  
  
Последние события в Славянске официальная Украина и солидарные с нею СМИ объявляют «победой», самопровозглашенные республики — «стратегическим отходом».  
  
Euronews сообщил 9 июля из Краматорска, что в городе идет «восстановление коммуникаций», однако ни один кадр в этом сюжете не подтвердил этого, показали лишь, как разбирают бетонные блоки заграждений.  
  
Для сторон характерно и замалчивание тем. К примеру, Россия дала информацию о том, что Евросоюз осудил нападение на российское посольство в Киеве, агентство УНИАН — нет.  
  
На украинском телевидении вы не увидите темы жителей юго-востока, массово бегущих в Россию, Российские телеканалы не показывают, как беженцев принимает, скажем, Закарпатье. Эстонский МИД сообщил о том, что выделит 70 тысяч евро на предоставление гуманитарной помощи беженцам из Восточной Украины. Средства будут перечислены через Управление верховного комиссара ООН по делам беженцев, по данным которого, общее число переселенцев внутри Украины составляет почти 80 тысяч человек. Это известие эстонские СМИ растиражировали, но они молчат о том, что на встрече с директором Европейского бюро Управления верховного комиссара ООН по делам беженцев Винсентом Коштелем глава Федеральной миграционной службы России Константин Ромодановский заявил, что за статусом беженца или временным убежищем в ФМС России обратились 30,5 тысяч граждан Украины.

## Фейки

## ****Фейки рулят…****

Фейк (от англ. Fake — подделка) — царь и Бог в нынешнем кровавом противостоянии на Украине.  
  
В том же майском материале журналист Виктор Коцев напомнил, как газета The New York Times и другие ведущие западные СМИ опубликовала фотографии, которые якобы доказывали, что Россия воюет на Украине. «Пока не выяснилось, что один из ключевых снимков был мистификацией, и многие другие были сомнительными, чтобы не сказать больше», — отметил Коцев. На фото был российский солдат сил специального назначения на войне в Грузии в 2008 году.  
  
По словам Коцева, The New York Times показала пальцем на Государственный департамент США, который предоставил фотографии, а Госдеп включил отговорку, что это был некий «черновой вариант» для брифинга. Коцев подчеркнул, что каких-либо фактических следов воинских российских подразделений западные репортеры так и не обнаружили.  
В мае же телеканал «Россия 1» использовал в сюжете об убийствах в Славянске мирных жителей бойцами Национальной гвардии Украины кадры двухгодичной давности, демонстрирующие операцию в Баксанском районе Кабардино-Балкарии.  
  
«Я этот сюжет не видел, но то, что там было, — это ошибка. Ошибка, но ни в коем случае не манипуляция», — заявил тогда заместитель гендиректора ВГТРК Дмитрий Киселев.  
  
Вместе с коллегой Артуром Захаровым мы отследили, может быть, самые броские в последнее время фейки Украины и России.

Фейки Украины

Организация Amnesty International сообщила о применении пыток обеими сторонами конфликта на юго-востоке Украины. Информационное агентство УНИАН информацию дает, но пытки со стороны украинской армии вообще не упоминаются. Тему обходят стороной.  
  
2 июня, удар по Луганской облгосадминистрации. Пресс-центр АТО: «Наиболее вероятной причиной взрыва было неосторожное и неумелое обращение со стрелковым оружием и взрывчатыми веществами». Генштаб украинской армии: ракета из ПЗРК, выпущенная ополченцами, которая навелась на кондиционер. Украинский канал ТСН защищает эту версию.  
  
Украинские СМИ: ООН подтвердила причастность российских спецслужб к трагедии в одесском Доме профсоюзов.  
  
Украинские СМИ: ополченцы получили в свое распоряжение российские танки. Министр внутренних дел Украины Арсен Аваков сказал, что речь идет о Т-72, которых у украинской армии нет. Главный редактор портала «Цензор», а потом и другие издания — что танки завезли из Крыма, то есть россияне передали ополчению бывшую украинскую технику. Противоречие! Аналогичную ошибку в репортаже делает канал ТСН.  
  
Через неделю Совет национальной безопасности и обороны Украины повторил, что танки и БТР — из Крыма. Это подхватили украинские СМИ и Радио Свобода. При этом и.о. министра обороны Украины Коваль еще 11 апреля говорил о том, что Россия вернула 41 танк в хорошем состоянии (Т-64). Упоминаний в прессе о том, что Россия чего-то не вернула, до сих пор не было.  
  
В июле снова объявили о том, что танки из России пересекли украинскую границу. Утверждают, что это Т-72, фото- или видеоподтверждений не имеется. Позже появились снимки T-64 под российским флагом, однако известно, что в России они уже не эксплуатируются.

Фейки России

Российские СМИ: украинские СМИ выдали танковую игру за «российское вторжение». На самом деле украинцы указали, что видео снято на полигоне под Москвой. В то же время танки Т-64БВ были выданы за танки Т-72, которые не состоят на вооружении украинских ВС.  
  
Российские СМИ: Псаки сказала, что украинские беженцы — не беженцы, а туристы, едущие отдыхать в ростовские горы. Известный журналист агентства Associated Press Мэтт Ли опроверг это полностью.  
  
ОРТ: на выборах побеждает Ярош. На самом деле результаты еще не могли быть опубликованы, а сайт не работал.  
  
Российские СМИ: ополченец-шахтер бросился под танк. На самом деле этот человек умер в 2011 году.

# Список литературы

* А.Н. Фортунатов. Проблемы истории телевидения: философский и культурологический подход. Курс лекций. Нижний Новгород. 2007.
* Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб. М. 2002.
* А.Н. Фортунатов. Проблемы истории телевидения…. Нижний Новгород. 2007.
* Система средств массовой информации России. Учебное пособие для вузов. Под ред. Я.Н.Засурского. М. 2001
* Тарасов К.А. Насилие в фильмах: катарсис или мимесис? Российская наука: “Природой здесь нам суждено…”. Под ред. акад.  В.П.Скулачева. М. 2003.
* Лопатин В.Н. Информационная безопасность России: Человек. Общество. Государство. СПб. 2000.
* Евгеньева Т.В.. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. СПб. 2007.
* Грамши А. Тюремные тетради. Избранные произведения в трех томах. М. 1957.
* Информационные технологии и их воздействие. Аналитическая справка для Общественной палаты РФ.Эксперт Совета Федерации и Комитета по безопасности Госдумы, старший научный сотрудник ИСЭПН РАН, Н.Е.Маркова.