### ОГЛАВЛЕНИЕ

# Введение

Глава 1. Использование СМИ в региональных геополитических конфликтах (исторический аспект)

1.1. Региональные конфликты в западных СМИ. Становление и развитие методов пропаганды

1.2. Развитие методов пропаганды во второй половине ХХ столетия. Роль CBS в освещении конфликтов

Глава 2. Роль средств массовой информации в освещении второй ливанской войны

2.1. Использование печати в ходе ведения вооруженного конфликта

2.2. Телевидение, радиовещание, интернет и иные каналы воздействия на сознание общества во время второй ливанской войны

Заключение

Библиографический список используемой литературы

### ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность выбранной темы.** Средства массовой информацией играют важную роль в жизни общества. Изначально созданные для информирования общественности о ключевых событиях в жизни страны и властных структур, они постепенно стали выполнять еще одну не менее важную функцию - воздействие на сознание своей аудитории с целью формирования определенного отношения к сообщаемым фактам, явлениям действительности. Это воздействие осуществлялось при помощи методов пропаганды и агитации, разрабатываемых на протяжении не одной тысячи лет.

В скором времени СМИ заняли важное место в жизни государств, а с развитием техники и технологии стали активно использоваться и на международном уровне с целью приобретения каких-либо преимуществ контролируемым им государством. В наши дни особое внимание следует уделить роли СМИ в международных конфликтах, в том числе и геополитического характера, поскольку в последние годы наряду с классическими видами оружия все чаще применяется информационно-пропагандистское, в основе которого – работа с различными средствами массовой информации.

**Цель и задачи исследования.** Целью данной работы является изучение роли средств массовой информации в освещении геополитических конфликтов. В качестве примера взята ситуация, сложившаяся во время второй ливанской войны.

Реализация данной цели предполагает постановку и решение следующих задач:

* определить значение средств массовой информации в региональном политическом процессе;
* проследить развитие методов и технологий освещения политики государств в СМИ на протяжении всего ХХ столетия;
* дать объяснение наиболее практической функции любого СМИ – осуществлению пропаганды и агитации;
* проанализировать геополитический конфликт 2006г., получивший название «Вторая ливанская война», и сопровождавшую его кампанию в различных типах средств массовой информации;
* сделать выводы о важности внимания к средствам массовой информации не только локального, но и глобального уровня в ходе проведения современных военных операций.

**Объектом исследования** является процесс взаимодействия власти и средств массовой информации в период их участия в геополитических конфликтах.

**Предметом исследования** следует считать роль средств массовой информации в геополитических конфликтах современности.

**Хронологические рамки исследования** охватывают период с начала первой мировой войны до 2007г., что объективно обусловлено возникновением нового этапа в развитии средств массовой информации, методов их влияния на сознание аудитории, а также повышением роли СМИ в политических и геополитических конфликтах.

**Объем и структура работы.** Работа состоит из двух глав, введения, заключения и библиографического списка используемой литературы. Общий объем работы составляет 50 страниц.

ГЛАВА 1. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СМИ В РЕГИОНАЛЬНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ КОНФЛИКТАХ (ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ).

* 1. Региональные конфликты в западных СМИ. Становление и развитие методов пропаганды.

В целом региональный конфликт представляет собой не что иное, как результат конкурентного взаимодействия двух и более государств, оспаривающих друг у друга распределение властных полномочий, территории или ресурсов. Это взаимодействие может проводиться разными путями: дипломатических переговоров, включением третьей стороны, вооруженным вмешательством и т.д. ХХ век был самым разрушительным, кровопролитным в истории человечества. Первая и вторая мировые войны унесли миллионы жизней. Не менее сложным стал период «холодной войны».

Современный социолог и исследователь М. Кастельс в своей знаменитой книге «Информационная эпоха: экономика, общество и культура» не оставил без внимания и вопросы вооруженных конфликтов. Особый интерес представляет часть под названием «Мгновенная война». М Кастельс сразу же предупреждает читателя о том, что его понимание войны и социального контекста боевых действий навеяно книгой, являющейся самым древним военным трактатом по стратегии: «Об искусстве войны» (505-496 гг. до н.э.) китайца Сунь Цзы. Вот отрывок из текста книги:

«Искусство войны жизненно важно для государства. Это вопрос жизни и смерти, дорога либо к безопасности, либо к краху. Поэтому оно является предметом исследования, которым ни в коем случае нельзя пренебрегать. Затем, искусство войны управляется пятью постоянными факторами, каковые следует принимать во внимание в своих размышлениях всякому, кто стремится определить условия, которые он получит на поле. Это факторы следующие: 1) Моральный Закон; 2) Небо; 3) Земля; 4) Военачальник; 5) Метод и дисциплина. Моральный закон служит причиной полного согласия людей со своим правителем, так что они будут следовать за ним, не заботясь о своих жизнях. Небо обозначает ночь и день, холод и тепло, сроки и времена года. Земля заключает в себе расстояния большие и малые, опасность и безопасность, открытое пространство и узкие проходы, шансы выжить и умереть. Военачальник символизирует добродетели мудрости, искренности, щедрости, отваги и строгости. Под Методом и Дисциплиной должны подразумеваться выстраивание армии в соответствии с присущими ей подразделениями, традиция рангов у офицеров, поддержание дорог, по которым запасы могут попасть в армию, и контроль за военными расходами»[[1]](#footnote-1).

Далее Кастельс пишет о результатах исследований в демократических странах, сформулированных в виде трех правил ведения войны:

1. Она не должна затрагивать простых граждан, т.е. должна вестись профессиональной армией, к принудительному набору нужно прибегать только в случае действительно чрезвычайных обстоятельств, а онипредполагаются маловероятными.

2. Она должна быть короткой, даже мгновенной, чтобы результаты не заставляли себя ждать, истощая человеческие и экономические ресурсы и поднимая вопрос об оправданности военной акции.

3. Она должна быть чистой, хирургической, с разумной величиной разрушений (даже у противника) и скрытой от взгляда общества настолько, насколько это возможно, что приводит к тесной связи обработки информации, создания образов и ведения войны.

Впечатляющие прорывы в области военной технологии, происшедшие в течение последних двух десятилетий, дают средства воплотить в жизнь эту социовоенную стратегию. Хорошо обученные, хорошо экипированные, посвящающие все свое время службе, профессиональные вооруженные силы не требуют массового вовлечения населения в военные дела. Оно лишь должно наблюдать и приветствовать из своих гостиных отмеченное глубокими патриотическими чувствами шоу.

Профессиональное управление подачей новостей в СМИ может привести в дома людей в прямом эфире войну с ограниченным восприятием убийства и страдания. Но важнее всего то, что технология связи и электронного оружия позволяет наносить противнику опустошительные удары за чрезвычайно короткое время. Так боевые действия в Персидском заливе были генеральной репетицией нового типа войны, а ее 100-часовая развязка, когда союзники расправились с большой и хорошо вооруженной иракской армией, стала демонстрацией решительности новых военных держав, когда ставкой является важный вопрос (в данном случае — снабжение Запада нефтью).

Державам, находящимся на одном технологическом уровне развития, было бы гораздо труднее получить друг от друга сатисфакцию. Однако при условии взаимного неприменения ядерного оружия основными военными державами их потенциальные войны и войны между их странами-сателлитами, скорее всего, будут зависеть от быстрых обменов ударами, определяющих истинное состояние технологического дисбаланса между воюющими сторонами. Массированное уничтожение или быстрая демонстрация возможности осуществить его за минимальное время, по-видимому, являются общепринятой стратегией ведения войн современного типа в информационную эпоху.

Однако этой стратегии могут придерживаться только державы, доминирующие в технологии, и она резко контрастирует с многочисленными, бесконечными внутренними и международными вооруженными конфликтами, заполнившими мир после 1945 г. Эта временная разница в ведении войн есть одно из самых ярких проявлений разницы в темпоральностях, характеризующих нашу сегментированную глобальную систему.

В доминирующих обществах, — считает Кастельс, — новая эпоха военного искусства оказывает значительное влияние на время и на понятие времени. Чрезвычайно насыщенные моменты принятия военных решений будут возникать как мгновения, определяющие форму долгих периодов мира или сдержанного напряжения. К примеру, согласно количественному историческому исследованию вооруженных конфликтов, проведенному для канадского Министерства обороны, продолжительность конфликтов в первой половине 1980-х годов сократилась в среднем более чем наполовину по сравнению с 1970-ми годами и более чем на две трети — с 1960-ми годами. Сократились и масштабы смертности в результате войн, особенно если их сравнивать с численностью мирного населения.

Однако, — замечает Кастельс, — необходимо «помнить себе, что мгновенные, хирургические, закрытые, технологические войны являются привилегией технологически господствующих наций. Повсюду в мире тянутся год за годом полузабытые жестокие войны, ведущиеся часто примитивными средствами, хотя глобальное распространение высокотехнологичного оружия захватывает и этот рынок…

Именно асимметрия стран в их отношении к власти, богатству и технологии определяет различие в темпоральности, особенно в сроках боевых действий. Кроме того, одно и то же государство может переходить от вялотекущих войн к мгновенным войнам в зависимости от своих взаимоотношений с мировой системой и интересами доминирующих держав. Иран и Ирак семь лет вели жестокую войну, подпитываемую западными странами, поддерживающими обоих участников сражений (США и Франция — помогая Ираку; Израиль — Ирану; Испания — продавая химическое оружие и тем и другим), с тем, чтобы взаимное уничтожение подорвало бы способность каждого из них подвергать опасности поставку нефти.

Когда Ирак с хорошо экипированной, закаленной в бою армией решил упрочить свое лидерство в регионе (на деле рассчитывал на снисходительность западных держав), он столкнулся с технологией мгновенной войны при демонстрации силы, задуманной как предупреждение мировому беспорядку будущего. В другом случае затяжная, бесчеловечная война в Боснии… Страны НАТО разрешили свои противоречия и переключили технологический режим на несколько избирательных, разрушительных ударов, которые нанесли урон боеспособности боснийских сербов. Когда конфликт попадает в высокоприоритетные планы мировых держав, его темп становится другим.

Конечно, — заключает Кастельс, — даже для доминирующих обществ конец войны не означает конец насилия и насильственной конфронтации с политическими аппаратами различного рода. Трансформация войны вводит новые формы насильственного конфликта, главной из которых является терроризм. Потенциальный терроризм, когда фокусом действия являются средства массовой информации, вероятно, станет формой боевых действий в развитых обществах.

Мгновенные войны и их темпоральности, порожденные технологией, - атрибут информационных обществ, они характеризуют формы господства в новой системе, вплоть до исключения стран и событий, которые не являются центральными для возникающей, доминантной логики[[2]](#footnote-2).

Мировые войны являются кульминационным моментом борьбы между ведущими державами за новые рынки сбыта и сферы выгодного приложения капитала. Так и главным вопросом первой мировой войны был о том, кому удастся выжить в этой борьбе и какие выгоды можно будет извлечь из неизбежно следующей за войной перекройкой границ. «Эта война вполне разоблачила себя, как империалистическая, реакционная, грабительская война и со стороны Германии и со стороны капиталистов Англии, Франции, Италии, Америки, которые теперь начинают ссориться из-за дележа награбленной добычи, из-за дележа Турции, России, африканских и полинезийских колоний, Балкан и т.п. Лицемерные фразы Вильсона и «вильсонистов» о «демократии» и «союзе народов» разоблачаются удивительно быстро, когда мы видим захват левого берега Рейна французской буржуазией, захват Турции (Сирия, Месопотамия) и части России (Сибирь, Архангельск, Баку, Красноводск, Ашхабад и т.д.) французскими, английскими и американскими капиталистами, — когда мы видим все усиливающуюся вражду из-за дележа награбленной добычи между Италией и Францией, между Францией и Англией, между Англией и Америкой, между Америкой и Японией»,- писал В.И.Ленин в своем «Письме к рабочим Европы и Америки»[[3]](#footnote-3).

Конфликты между крупными державами не помешали их объединению против пролетарского государства, чтобы воспрепятствовать распространению идей коммунизма, — отмечает историк Э.Иванян. Для усиления воздействия подключаются второстепенные страны, которым даются конкретные указания воздействия на врага. Например, Швейцарии говорили, не дадим хлеба, если не начнете борьбу против большевизма, Голландии — не смейте допускать к себе советских послов. В крови были потоплены Баварская Советская республика и Венгерская Советская республика[[4]](#footnote-4).

Известный политолог Д.А.Волкогонов пишет в своей книге: «По существу первая мировая война 1914-1918 гг. была тем военным столкновением, где впервые были широко использованы печатные средства воздействия на противника. Именно в этой войне были использованы средства и методы психологической войны, которую стали вести друг против друга империалистические коалиции. Одновременно англо-франко-русская и австро-германо-итальянская коалиции в целях усиления шовинизма, ура-патриотизма в своих странах широко прибегали к социальной, национальной, религиозной демагогии. Каждая из коалиций изображала свое участие в войне, как вынужденное, носящее сугубо оборонительный характер…

По мере затягивания войны руководство коалиций приходило к выводу о необходимости усиления духовного воздействия на противника. При штабах воюющих армий создавались соответствующие отделы и подразделения, призванные организовать «войну слов» — агитацию противника. Особенно активно вела психологическую войну с помощью печатной продукции Англия. Были выпущены миллионы листовок, которые разбрасывались авиацией и с помощью воздушных шаров над позициями противника. Кроме того, английское правительство создало специальные органы, снабжающие печатные издания других стран британскими версиями о ходе войны. Было налажено издание журнала «Война в иллюстрациях», информационных бюллетеней, выпускались военные фильмы о положении на фронтах.

По распоряжению французского командования распространялись листовки среди населения и войск противника. За время действия службы пропаганды французской армии в первой мировой войне на германские города и позиции войск было сброшено около 30 млн. экземпляров листовок, газет и брошюр. В конце войны Антанта сделал первые шаги по координации своих пропагандистских усилий: возник специальный штаб по разложению вражеских войск. Россия в этой пропагандистской войне участвовала с меньшим размахом, так как была слабо технически подготовлена. Тем не менее психологическая война, которую вели страны Антанты, сыграла определенную роль в поражении кайзеровской Германии и ее союзников.

В свою очередь Германия также пыталась вести пропагандистскую войну против франко-русской коалиции, широко используя методы запугивания, обмана, дезинформации. Так, в листовках, которые разбрасывались с германских цеппелинов на Восточном фронте в 1915 году, утверждалось, что англо-французские войска на западе разгромлены и такая же участь уготована русским войскам, поэтому, чтобы избежать «ненужного кровопролития», русским солдатам предлагалось организованно сдаваться в плен[[5]](#footnote-5).

Первая мировая война была первой войной, в ходе которой широко использовались подрывные средства для деморализации войск и населения противника. Впервые были использованы специальные подразделения пропаганды, стали создаваться техника распространения печатной агитации, формировались органы «войны слов»[[6]](#footnote-6).

С. Беглов, автор книги «Внешнеполитическая пропаганда: Очерк теории и практики», пишет: «В странах Антанты механизм пропаганды прошел целый ряд перестроек. В Англии дело началось с создания бюро военной пропаганды при МИДе, привело к созданию Министерства информации во главе с газетным магнатом лордом Бивербруком и Департамента пропаганды на противника во главе с другим лордом печати Нортклифом. Во Франции это был «Дом прессы» и неофициальная организация «Альянс Франсе». У американцев создана «Психологическая подсекция» при штабе армии в Европе. Однако наиболее известна деятельность Комитета общественной информации (КОИ), созданной в США во главе с личным другом президента Вильсона Дж. Крилем. К моменту назначения Криль уже имел большой опыт пропагандиста-газетчика. Большое внимание уделено специализации по видам пропаганды. Секция новостей, иноязычных газет, гражданского просвещения, кинофильмов, военных выставок, ярмарочных экспозиций, отношений с промышленниками, «союза труда и демократии», лекторов, рекламы и карикатур.

Дело было поставлено по-американски — на конвейерную основу. Интеллигенция, писатели, художники, журналисты изготавливали массовую продукцию пропаганды, расходившуюся во все концы США и мира. Криль писал: «Три тысячи историков находятся в нашем распоряжении, готовые по первому зову написать нужные брошюры; секция рекламы пользуется услугами каждого крупного эксперта в этой области США; в рядах спикеров числится около 50 тысяч человек»[[7]](#footnote-7).

Лайнбарджер П. В своей книге «Психологическая война» делает упор на два главных ожидаемых эффекта от операции «психологической войны»: первый — конверсия, отсюда «конверсионная пропаганда полный переворот в ценностной ориентации человека или групп; второй — эффект раскола рядов противника. Отсюда «разделительная пропаганда».

Функция — деморализующая, эффект — дестабилизирующий. Примеры: «Траур» т.е. угроза смерти (над японскими позициями сбрасывались стихи о смерти); «голод» — сбрасывались красочные открытки, изображающие различные кушанья и деликатесы; «проигранное дело» — внушение противнику. Что его дело безуспешно; «неизбежное падение» — внушение мысли о бессмысленности его сопротивления; «прелести плена» — доведение свидетельств бывших соратников, сдавшихся в плен, которые рады тому, что для них война кончилась и т.д[[8]](#footnote-8).

Примером организации пропагандистской компании может служить деятельность американской Рузвельтовской администрации в период Второй мировой войны. Отрывок из книги Н.Н.Яковлева показывает, как Рузвельт начал работать над созданием пропагандистского штаба в своей стране[[9]](#footnote-9): «6 января 1942 года Рузвельт приехал в Капитолий, чтобы прочитать конгрессу ежегодное послание о положении страны. В послании было много удачных фраз — «мир слишком мал, чтобы предоставить достаточное жизненное пространство Гитлеру и богу» — стала крылатым лозунгом американо-английской пропаганды. Ф. Рузвельт закончил: «Никакой компромисс не завершит этот конфликт. Никогда нельзя достигнуть удовлетворительного компромисса между Добром и Злом. Только тотальная победа может вознаградить сторонников терпимости и приличия, свободы и веры».

Послание Рузвельта произвело значительное впечатление на американский народ. Тот, кому оно было адресовано, счел возможным скинуть со счетов Америку. 7 января 1942 года Гитлер подробно рассказал в своем тесном кругу, почему он не верит в силу США: «У американцев нет будущего. На мой взгляд, эта страна находится в упадке. У них расовая проблема и проблема неравенства…Как можно ожидать, чтобы эта страна устояла, — 80 процентов ее доходов поступает из кармана народа, ведь в ней все построено на долларе!». Германской пропаганде Гитлер отдал указание — «по всем станциям возможно чаще говорить о пьянице Черчилле и преступнике Рузвельте». С точки зрения Гитлера, «преступление» Франклина Рузвельта заключалось в том, что США взяли сторону СССР.

Японцы совершили нападение на Перл-Харбор. В Соединенных Штатах нарастало смятение. Тогда Рузвельт объявил, что в «беседе у камелька» он объяснит соотечественникам военную обстановку. Выступление в 1942 году попадало на воскресенье, а Рузвельт давно отказался от выступления по воскресным дням — церковные люди жаловались, что это отвлекает верующих из храмов, — «беседа у камелька» была назначена на 23 февраля. Вечером того дня американцы услышали голос главнокомандующего. Он предложил им развернуть карты мира и взглянуть на них (газеты получили указание напечатать карту в этот день). Рузвельт очень внимательно и спокойно подсчитывал расстояния, которые оказались виновными в том, что американцы не могли оказать должного сопротивления на Тихом океане, — до их баз было далеко. Например, существовало мнение, что Перл-Харбор подготовил успех японской кампании на Филиппинах. «Это не так, — сказал Рузвельт. — Если бы даже не было нападения, на ваших картах видно, что было бы безнадежно попытаться направить флот на Филиппины — следовало покрыть тысячи миль океана, в то время как все базы на островах находятся под японским контролем». Что же касается поражений, то Рузвельт напомнил, что во время войны за освобождение в ХVШ веке «в течение восьми лет генерал Вашингтон и его армия стояли перед лицом значительно превосходившего их врага и несли непрерывные поражения». Он предложил черпать из прошлого уверенность в будущем. «В Берлине, Риме и Токио о нас говорят как нации «слабаков», «торгашей», которые нанимают английских, русских и китайских солдат сражаться за нас. Пусть повторят это теперь! Пусть скажут это генералу Макартуру и его людям! Пусть они скажут это матросам, дерущимся в отдаленных водах Тихого океана! Пусть они скажут это мальчикам в «летающих крепостях»! Пусть они скажут это морской пехоте!». «Но, — предупредил Рузвельт в заключение, «тиранию, так же как ад, победить нелегко». Эти слова, написанные Томасом Пэном на барабане во время освободительной войны в 1776 году, уместно прозвучали в суровый 1942 год.

Рузвельт отлично понимал значение тайной войны. Он с тревогой наблюдал за распространением пораженческих настроений и принял меры, чтобы пресечь их, опираясь на разведку и контрразведку. Еще 18 июня 1941 года по указанию Рузвельта было создано управление координатора информации во главе с генерал-майором У.Донованом, который отвечал за свою деятельность только перед президентом. 13 июня 1942 года Рузвельт разделил эту организацию на управление военной информации под руководством Э.Девиса и управление стратегических служб под командованием генерала У.Донована. Первое занялось пропагандой и контрпропагандой, второе — шпионажем и диверсиями. Отделом пропаганды на зарубежные страны стал ведать Р.Шервуд.

У Рузвельта пробудился необычайный интерес и вкус к делам, которые почти не вошли в официальную историю войны. Он много занимался постановкой пропаганды, в том числе «черной» — дезинформации противников.

Когда в речи 23 февраля Рузвельт обрушился на «шептунов и злосчастных сплетников в нашей среде», он пересказал секретный меморандум, подготовленный разведкой. За речью президента последовала сосредоточенная инспирированная кампания печати и радио против «пятой колонны». Общественное мнение было создано. Рядом приказов пересылка по почте пропагандистских материалов «изоляционистов», лиц, симпатизировавших державам «оси», была запрещена. Затем были закрыты некоторые печатные органы, тридцать три их наиболее активных издателя посажены на скамью подсудимых, осуждены и угодили за решетку.

Поток специально подготовленных передач и статей обрушился на американцев. Моральный дух заметно возрос. Сам Рузвельт счел необходимым включать в свои выступления героические эпизоды — как «летающая крепость» отбилась от 18 японских истребителей, о подвигах экипажа подводной лодки «Сквалус». Президент успешно использовал старый прием, — если нет крупных побед, множество рассказов об индивидуальном героизме создает нужное настроение. Опросы общественного мнения показали, что Рузвельт стоит на верном пути.

В интересах пропаганды Рузвельт нанес мастерской удар. По его указу авианосец «Хорнет» скрытно подошел к японским островам. 16 бомбардировщиков, стартовавших с авианосца, сбросили бомбы на Токио. Рузвельт был удовлетворен. Налет породил крайне преувеличенные слухи о возможностях США, чего, собственно, и добивался Рузвельт»[[10]](#footnote-10).

В период второй мировой войны в ходу была так называемая компрометирующая пропаганда. В начале войны гитлеровская пропаганда пыталась подорвать влияние английского премьера Уинстона Черчилля о собственной стране, уронить его престиж в глазах англичан. «Разыскивается по обвинению в убийстве!» — так была озаглавлена одна из листовок, разбрасываемых над Англией. Почти всю страницу занимала фотография Черчилля с искусно вмонтированным автоматом, который он держал в руках наперевес. Но в самом штабе вермахта в глазах наиболее проницательных специалистов по пропаганде эта листовка расценивалась невысоко. В одном из немецких донесений говорилось: «Следует отметить в отношении листовки «Черчилль-гангстер», что оскорбление, осмеяние или превратное изображение Уинстона Черчилля в настоящее время окажет на английское население — «обратный эффект». В другом донесении также указывается, что использование образа «гангстера» применительно к лидеру способно вызвать лишь противоположную реакцию и «укрепит национальное сопротивление англичан, вместо того, чтобы ослабить его». Кроме того, в донесении отмечалось, что текст в языковом отношении является «литературно-книжным» и не употребим в обиходном языке англичан.

Более успешными были попытки скомпрометировать Гитлера. Вот одна из пропагандистских операций, рассчитанных на аудиторию собственной страны, ее союзниц, а также нейтральные страны. В 1940 г. в английской кинохронике фигурировали следующие кадры. Церемония капитуляции Франции в Компьенском лесу. Гитлер, приняв капитуляцию, исполняет танец, какое-то подобие «победной пляски». Оказывается, что один из английский кинематографистов, просматривая немецкую кинопленку, увидел, что Гитлер, после того как он принял капитуляцию, слегка подпрыгнул, приподнял правую ногу и на несколько секунд завел ее за левое колено. Это было несколько секунд. Момент, когда прыжок выглядел наиглупейшим образом, смонтирован подряд много раз и вот Гитлер уже танцевал «воинственную джигу». Благодаря искусной фальсификации, торжественный момент, запечатленный немецкой кинохроникой, был превращен в комедию[[11]](#footnote-11).

Важнейшее место в арсенале занимала «черная пропаганда», т.е. такой вид психологической диверсии, при которой местонахождение и принадлежность их источника приписывается «оппозиционным лицам» и «группам сопротивления в рядах противника». К разряду шедевров западные специалисты относят деятельность английского руководителя британских операций «Черной пропаганды» С. Делмера. Например, он разыгрывал в радиопередачах на германскую армию по вымышленному каналу (будто бы укрывшемуся где-то в лесах Тюрингии) роль старшего германского офицера. На волне позывных «Гехайм зендерайс» он ежедневно обращался к немецкой аудитории с размышлениями о положении дел на фронте и в стране (Германии). Изображая из себя ветерана, он не щадил в своих суждениях ни западных лидеров, ни фашистских главарей. Попутно он рассказывал анекдоты, слухи, компрометировавшие Гитлера. Радиоканал был настолько хорошо замаскирован, что даже в американской разведке некоторое время его принимали за истинный[[12]](#footnote-12).

## Вторая мировая война стала войной не только гигантской военной машины, но и огромным аппаратом «тотальной пропаганды», — пишет Волкогонов. Теоретические корни фашистской идеологии восходят к иррациональным, мистифицированным формам мышления. Фашистская идеология, будучи механическим соединением разнородных взглядов, теорий и т.п., исходит из романтизированной истории предков, философии истории, грубой силы, превознесения арийского «сверхчеловека». В этой идеологии фанатичная вера в божественное предназначение нацизма. Больше всего в этой идеологии почитали О.Шпенглера и Ф.Ницше. Один из главных тезисов Шпенглера заключался в том, что всемирная история — это не история народов — это история войн. Такой вывод нацисты считали методологической базой своей идеологии, что «война является естественным состоянием общества и в войне заложен высший смысл бытия». Философские афоризмы Ф.Ницше о «сверхчеловеке», призванном повелевать «недочеловеком», превратились в хрестоматийные основы фашистской идеологии. Ведомство Геббельса ввело отделы по пропаганде для воздействия на советскую аудиторию[[13]](#footnote-13).

Когда в 1933 году в Германии к власти пришел Гитлер, были запрещены все политические партии, кроме Национал-социалистической рабочей партии Германии (НСДАП). Гитлер культивировал социализм для избранной расы, основой которого был тоталитаризм, политический террор, национализм. Низшими расами были объявлены негры, евреи и славяне. Казалось бы, немецкая модель не должна иметь успеха — ведь люди в Германии достаточно культурны, чтобы понять, чем чреваты подобные призывы. Но в этом — загадка нацизма. Вот как обосновывал сам Гитлер необходимость именно такой жесткой идеологии: «Придавая пропаганде самый радикальный характер, я стремился добиться того, чтобы организация со временем получила только самый доброкачественный человеческий материал. Чем более радикальной и вызывающей была моя пропаганда, тем более отталкивала она всех слабых и колеблющихся и тем более мешала она таким людям проникать в ряды организации и ее основного ядра».

Таким образом, в фашистской идеологии насилие было объявлено не как необходимое зло, неизбежное в борьбе с врагами, а как высшая добродетель. Характерной чертой этой империи было то, что эта идеология пользовалась поддержкой подавляющего большинства населения. Следовательно, здесь существовала мощная система пропаганды и агитации.

Инициатором создания аппарата пропаганды был Геббельс. Внедряло все идеи Министерство народного просвещения и пропаганды. Главный идеолог нацизма — рейхсминистр пропаганды, доктор Йозеф Геббельс писал: «У пропаганды нет метода, а есть цель, причем цель эта в политике всегда заключается в завоевании масс», но, несмотря на это, в нацистской Германии была разработана стройная теория пропаганды, причем в ее создании принимали участие многие ведущие ученые. Так, профессора журналистики Берлинского университета классифицировали публицистику на следующие виды:

- Путеводная, или публицистика, отыскивающая идеи. Ее задача — привлечь на свою сторону небольшое число единомышленников, которые затем должны были расширять число сторонников идеи.

- Пропаганда. Она должна быть адресована массе и быть лишенной гуманности, когда собственная воля преподносится со всей страстью и самоотдачей личности. Язык порывает со спокойной, деловой сферой и наполняется силой, энергией, а часто — и патетикой слова

- Агитация. Это — пропаганда, адресованная врагам. Агитация достигает своей цели только тогда, когда полностью уничтоженный враг повержен на землю.

- Просвещение народа. Этот вид должен был сочетать в себе все предыдущие, но обязательно подкрепленные «убедительными фактами».

На основании этого деления ученые вывели основные законы пропаганды: закон умственного упрощения, закон ограничения и фильтрации материала, закон «вдалбливающего повторения» и закон эмоционального нагнетания. При этом предлагалось «выбросить за борт» понятие общественного мнения, ибо мнение массы должна формировать пропаганда. Отличие пропаганды от агитации: пропаганда — исключительно эмоциональная форма, «одобряющая и позитивная», а агитация — «негативная» по содержанию. Пропаганда обращена к единомышленникам, а агитация — к врагам, подлежащим уничтожению.

В стране был создан огромный аппарат для подготовки и проведения всевозможных агитационных и дезинформационных акций, начиная от массовых митингов и кончая целенаправленным воздействием на руководящие круги иностранных государств. В пропагандистском инструментарии нацистов решающее значение имели приемы маскировки и внезапности, лжи и обмана. Геббельс писал: «…можно расстреливать противника из пулеметов до тех пор, пока он не признает превосходства того, кто располагает этими пулеметами. Это более простой путь. Но нацию можно преобразовать и посредством революции духа и тем самым не уничтожить противника, а даже перетянуть на свою сторону. Мы, национал-социалисты, шли этим вторым путем и будем идти им и дальше».

В руки аппарата Геббельса к 1944 году перешли практически все издания: имущество издательств КПГ и СДПГ, издательских концернов Рудольфа Моссе и Ульштейнов, которые были крупными монополистами в Германии, а также концерна Альфреда Гугенберга — провинциального монополиста. Было создано «Немецкое информационное бюро», в которое объединили «Телеграфен-унион» Гугенбергаи телеграфное агентство Вольфа. Был создан «Имперский союз немецкой прессы» — кто в него не входил, не имел права работать в СМИ.

Основу «войск пропаганды» вермахта: составляли т.н. «роты пропаганды», укомплектованные лицами, которые были обязаны одинаково хорошо владеть как собственно журналистскими навыками, так и всевозможным боевым оружием. Они занимались напосредственной агитацией в частях, а также обеспечивали психологическую обработку войск и населения противника. Они создавали еженедельную кинохронику: даже в начале 1945 года в Берлин еженедельно присылали по 20 тыс. метров пленки. Большое внимание уделялось демонстрации этих выпусков за границей. В начале войны для этого изготавливалось 1000 копий еженедельно с дикторским текстом на 15 языках.

Система обнаружения инакомыслящих: устанавливали слежку за авторами подпольных газет и листовок. Когда в гестапо попадали листовки, их там тиражировали и разносили по домам. Все получившие обязаны были сдать листовку. Те, кто не сдавал — объявлялись антигитлеристами. Их арестовывали и репрессировали.

## В основе всей фашистской пропаганды были мировоззренческие мифы, конкретно-событийные измышления. Исходный прием — установление контактов с аудиторией посредством заверений в искренности и объективности в форме доверительных сообщений.

Геббельс требовал соблюдения следующих правил:

- никогда не использовать для засылки ложных сообщений официальный аппарат, информационные агентства и т.д.;

- источник лжи должен тотчас маскироваться ;

- радио и пресса в собственной стране вообще не должны компрометировать себя такой ложью;

- для лжи подходят только каналы, идущие за границу.

Были созданы радиоканалы для вещания на территории иностранных государств. Существовала сеть так называемых «черных» радиостанций, которые воздействовали на иностранную аудиторию. Они выдавали себя за рупоры оппозиции в различных странах. Одна из таких радиостанций вещала на СССР от имени «старой ленинской гвардии». В последние недели войны по идее Геббельса была создана радиостанция «Вервольф», вещавшая от имени «немецкого движения сопротивления», информационные тексты писал сам Геббельс. Специально инсценировались всякого рода накладки, чтобы исподволь уверить слушателя, что он имеет дело с совершенно бесхитростными, трогательно неуклюжими людьми, c целью вызвать у слушателей любовь к немецким программам и дикторам.

Организация Геббельса занималась задачей обработки иностранных журналистов во всевозможных формах. При германских посольствах в иностранных столицах по настоянию Геббельса были прикомандированы «атташе по вопросам пропаганды». Особое внимание уделялось пресс-конференциям, которые были фактически инструктажами для журналистов (с осени 1939г). Они проводились дважды в день, на них были обязаны являться специально аккредитованные представители всех берлинских, а также крупных провинциальных газет (в общей сложности около 100 человек). К середине 30-х годов гитлеровцы создали всемирную сеть своих изданий, включавшую 307 газет. Специальные сотрудники были обязаны прослушивать радиотрансляции крупных нацистских сборищ на оборудованных репродукторами площадях или в больших помещениях. Существовала спецорганизация занимавшаяся «пропагандой шепотом», то есть распространявшя слухи среди немецкого населения. Организация «Винета» вела работу среди военнопленных, так как вывезенные на территорию Германии, например, из СССР распространяли антифашистские идеи.

Пропагандистская работа велась как внутри страны, так и за ее пределами. Это отразилось и в структуре пропагандистских учреждений, рассчитанных на распространение дезинформации как среди иностранцев, так и среди соотечественников, причем предполагалось, что внутренняя дезинформация может иметь и международный резонанс.

Таким образом, основные методы: радиовещание на волне противника, распространение фальшивых листовок в лагерях противника, доверительные устные формы сообщения (распространение легенд и слухов), распространение небылиц и ложных пророчеств, ореол мистической потусторонности, вездесущности, непогрешимости вокруг СМИ (массовой аудитории не положено знать, как делается газета), подстраховка лживых сообщений правдивыми, подсовывание массовой аудитории грубейшие событийные аналогии, облеченные в форму исторических ссылок.

**1.2. Развитие методов пропаганды во второй половине ХХ столетия. Роль CBS в освещении конфликтов.**

После второй мировой войны появился «план Маршалла», который представлял собой обширную программу экспансии американских идей. Это потребовало коренного изменения работы СМИ. Одной из телекомпаний, которая активно внедряла новую политику США, стала Коламбиа Бродкастинг Систем, или Си-би-эс, которую возглавлял медиамагнат У.Пейли. Основой деятельности всех СМИ США стала речь Эйзенхауэра от 8 октября 1952 года: «Мы должны приспособить свою внешнюю политику к стратегическим последствиям «холодной войны».

Главным идеологом этой кампании стал Д.Ф.Даллес — создатель Информационного агентства США. Пейли был единомышленником Даллеса и восхищался его книгой «Война или мир», в которой тот писал: «За последние годы США истратили много миллиардов долларов, готовясь к возможной войне бомб, самолетов и пушек, но расходовали мало на войну идей, в которую мы вовлечены и в которой терпим неудачи, невозместимые никакой военной мощью».

Журналист Р.Расстрельников пишет в книге «В плену у телеспрута»[[14]](#footnote-14): «Пейли извлек из анналов истории материалы о печально известной организации под названием «Комитет общественной информации», созданной еще президентом В. Вильсоном во время первой мировой войны. Комитет печатал десятки миллионов листовок и забрасывал их в окопы противника. Сфабрикованные им фальшивки и провокационные слухи были призваны внести смятение в войска противника, лишить их боеспособности. Большое влияние на Пейли как главы пропагандистского треста оказали труды Фрейда, из которого он извлек идею о возможности использования влияния «иррационального» или «подсознательного», фактора на поведение людей, на их психику для манипуляции сознания масс. Другим идейным учителем Пейли стал профессор М. Чукас, который также специализировался на вопросах пропаганды, которая должна была быть запрятана в упаковку «беспристрастности» и «документальности».

По заданию Белого дома было подготовлено большое число рекламных пропагандистских материалов, разошедшихся по всему свету и подчиненных одной цели — создать благоприятный образ Америки. Однако Пейли не удалось скрыть свою связь с наиболее отъявленными реакционерами и ультра, например, как скандально известный сенатор Д. Маккарти.

Компания Си-би-эс всегда была составной частью военно-промышленного комплекса, постепенно вытесняла своих главных конкурентов Эн-би-си и Эй-би-си. Она стала крупным поставщиком продукции для Пентагона и для аэрокосмической промышленности. Эта связь корпорации У. Пейли с военно-промышленным комплексом, и особенно с калифорнийской монополистической группой, способствовала приходу к власти президента Рейгана, наложила отпечаток на всю экономическую и идеологическую деятельность Си-би-эс. Постоянными рекламодателями компании стали широко известные военные корпорации как «Дженерал электрик компани», «Форд мотор компани», «Дженерал моторс», «Боинг компани», «Американ телефон энд телеграф» и др. Именно эти компании финансируют сенсационные репортажи в различных «горячих точках», новые серии гангстерских фильмов и др. передачи. Всякий раз, когда в Америке начинался «бюджетный сезон» корпорация Си-би-эс сразу же включалась в систему всех газет и журналов, радио и телевидения, убеждающих население в необходимости ассигнований в военное производство.

С марта 1981 года в телепрограммах Си-би-эс началась серия передач, в которых содержались репортажи с места военных маневров в Гондурасе, в районе Тихого океана и других районах земного шара, многочисленные интервью с высокопоставленными деятелями Пентагона, которые были призваны доказать необходимость наращивания гонки вооружений перед лицом «угрозы Москвы». Круглосуточно в телепрограммах Си-би-эс демонстрируются короткие (15-20-секундные) рекламные передачи, в которых делается попытка показать «положительный образ» американского военнослужащего. Авторы этой телепродукции не жалели денег на то, чтобы с помощью разнообразных пропагандистских приемов показать привлекательность военной службы. Это сопровождалось показом новой военной техники, новых образцов оружия и т.д.

Началась серия передач, в которых журналисты пытались реабилитировать участников войны Корее, во Вьетнаме, прославить подвиги американских солдат в Гренаде, других «горячих точках» планеты. В этот период появились серии документальных и художественных фильмов, в которых внушалась мысль об американской исключительности. В середине 80-х годов в США вышла книга «Политика в общественной рекламе на телевидении». В ней содержится масса фактов, свидетельствующих о том, как телемагнаты используют свои информационные каналы для внушения населению представлений о неизбежности войны и роста военных расходов.

Вот, например, характерная информационная программа 80-х на Си-би-эс с точки зрения советского журналиста Р. Стрельникова. Вечерний выпуск вел известный всей стране журналист У. Кронкайт: «Экран буквально содрогался от грохота выстрелов. Шла перестрелка гангстеров, грабивших банк, с полицейскими. Падали убитые, лилась кровь. Эти кадры сменили картины о пожаре в многоэтажной гостинице «Хилтон» в Лас-Вегасе. Затем был сюжет об убийстве темнокожего жителя Атланты. Давалось интервью с мэром и шерифом, строились догадки о личности убийцы: «Кто он — расист или маньяк?» Затем зрители попадали в Сальвадор. Солдаты правительственных войск везли на грузовиках убитых бойцов Фронта национального освобождения имени Фарабундо Марти. Из кузова машины струилась кровь. Комментатор внушал телезрителям, что помощь оружием диктатору Сальвадора необходима для защиты демократии, свободы и национальной безопасности США в этом регионе. Затем кинокадры о грабителях ювелирного магазина, контрабандистах, перевозивших наркотики, затем фрагмент шоу с Бродвея, после чего по экрану стали проплывать громады кораблей ВМФ США. Они бороздили воды Персидского залива.

Вдруг на экране появилась окровавленная тюремная решетка, заполнившая собой весь экран. На ее фоне замаячил «американский флаг» «униженный Ираном». Это комментатор рассказывал об американских заложниках в Тегеране. Завершился выпуск интервью с американским генералом, который с тревогой говорил об отставании США в гонке вооружений с русскими», — так описывал вечерний выпуск советский журналист.

В тот период калейдоскоп событий действительно тщательно планировался спецслужбами пропаганды США. Но тяга к сенсационности характерна для современного телевидения тоже. Осенью 1999 года во время лекции, данной известным комментатором CNN Джуди Вудруфф по проблемам современной информации на телевидении в университете Дьюка штата Северная Каролина США, Джуди Вудруфф выделила главные, на ее взгляд, характерные черты современного телевидения: сенсационность, технологии и корпоративность, которые, как она считает, подрывают целостность и честность СМИ. Примером стали телевизионные сенсации — предрождественское убийство девочки Джонбенет Рамзей, скандал президента США с Моники Левински, многомесячный видеосериал о криминалальной истории актера и спортсмена Оу Джей Симпсона, которые изменили среду масс-медиа в США. Причины она видит в трех факторах: продолжающаяся технологическая революция, общественный аппетит на скандалы, конкуренция между информационными корпорациями. «Телевидение стало своего рода «национальным камином»», - заявила она. – «В новости все больше вовлекаются знаменитости: политики, финансисты, а журналисты пытаются искусственно драматизировать новости, создавать ажиотаж вокруг политически знаковых фигур. Все происходившее было лицемерно, непорядочно и разыграно по сценарию телевизионной мыльной оперы. Я думаю, мы навсегда понизили планку нашего телевидения. Увеличение числа репортеров, станций и сетей усилило соревнование, перемещая новости к большому бизнесу и доходности. Пришло время пересматривать нашу журналистику, потому что без доверия мы, как журналисты — ничто».

Однако в 80-90-е годы многие телепередачи, фильмы были направлены на рост военного вооружения, создание космического щита в случае нападения агрессора. Телекомпания Пейли стала выпускать фильмы «короля страха» режиссера А. Хичкока. Супермены и супервумены были наделены силой мифологических титанов. Пропаганда насилия в фильмах как например «Калигула», вероятно, исподволь внедряет мысль о неизбежности войн. Серия передач телевидения стала выражением направляемых Белым домом программы «Истина», «Демократия и публичная дипломатия», «Директива № 138» и др. Начался поиск новых телегероев. Этим фильмом стал «Даллас», выпущенный Си-би-эс. Он вызвал рекордный интерес зрительской аудитории и принес кампании новые миллионы долларов.

Фильм был показан в 57 странах, в том числе и Казахстане. Эта своеобразная сага о многочисленном клане Юингов, создавших свое финансовое благополучие с помощью афер, лжи, убийств. Особенно стали популярны фильмы Джорджа Лукаса «Звездные войны», «Империя наносит ответный удар», «Далекий космос» и др.

Одновременно с выходом кинофильмов о звездных войнах, телезрителям навязывается мысль о возможном «вероломстве», ядерном ударе и в Пентагоне начинает развертываться «звездная лихорадка» — пропагандистская машина начинает действовать. Кадры фильма «Оборона Соединенных Штатов» показывают, как взмывают в небо бомбардировщики с ядерным оружием, погружаются в глубины океана атомные подлодки. Фильм «Нападение на обе Америки» стал типичным милитаристским фильмом.

Через телезвезду Си-би-эс Дэна Разера телекомпания получила серию репортажей из Пакистана и Афганистана, позже он вел свои знаменитые репортажи с Персидского залива. Со своим помощником и кинооператором Д.Разер снял на видеопленку трагическую расправу над афганцами. Хотя советский журналист Стрельников откровенно возмущается кровавыми сценами документального фильма, снятого Разером, не менее кровавым был фильм о чеченской войне Санкт-Петербургского журналиста, который вел ежедневно программу «600 секунд».

Новый ведущий программы «60 минут» Дэн Разер (ранее был У.Кронкайт) сразу начал вести передачи из «горячих точек» — Афганистана, Гренады, Центральной Америки — Никарагуа и Сальвадора. Конечно, журналист подвергался опасности, находясь в среде вооруженных людей. Однако стремление одних — рассказать о своих целях и устремлениях, а телегруппы — показать сенсационные сюжеты о жизни в опасных зонах, помогало находить общий язык. А компании Си-би-эс, наряду с идеологическими задачами, это помогает решать финансовые вопросы[[15]](#footnote-15).

ГЛАВА 2. РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ОСВЕЩЕНИИ ВТОРОЙ ЛИВАНСКОЙ ВОЙНЫ.

К ХХI столетию человечеству все же не удалось научиться решать возникающие разногласия мирным путем. Силовые методы остаются предпочтительными в целом ряде ситуаций, при решении политических разногласий и достижении политических целей. Так произошло и в 2006 г., 34 дня которого пришлись на ливано-израильскую войну. 12 июля 2006 г. участники базирующейся в Ливане шиитской группировки «Хизбалла» перешли ливано-израильскую границу и совершили вооруженное нападение на патруль израильской армии, убив 8 солдат и взяв в плен двоих. Лидер группировки шейх Хасан Насералла заявил, что захваченные израильские военнослужащие находятся «в безопасном месте» и единственным условием их освобождения является проведение прямых двусторонних переговоров. Он также подчеркнул, что военная операция не поможет Израилю возвратить солдат, удерживаемых «Хизбаллой».

В ответ руководство Израиля заявило о невозможности проведения каких бы то ни было переговоров с террористами. Вооруженные силы страны получили приказ войти на территорию юго-западных районов Ливана, нанести удар по опорным пунктам «Хизбаллы» и принять меры к поиску возможного места нахождения захваченных солдат. Эта локальная по своему характеру военная операция быстро переросла в крупномасштабный военный конфликт, получивший в Израиле название Второй ливанской войны. Израильская армия встретила неожиданно стойкое сопротивление со стороны вооруженных формирований «Хизбаллы», применивших для нанесения ударов по территории Израиля неуправляемые ракеты различной дальности. Численность ракет на порядок привысила данные израильской разведки. В начальный период войны авиация Израиля нанесла ракетно-бомбовый удар и уничтожила резиденцию и дом лидера «Хизбаллы» Хасана Насераллы в населенном шиитами южном районе Бейрута, после чего лидер «Партии Бога» объявил войну Государству Израиль.

Начав войну под предлогом необходимости освобождения захваченных ливанской шиитской организацией «Хизбалла» израильских военнослужащих, имеющий беспрецедентно низкий рейтинг премьер-министр Израиля Э. Ольмерт хотел продемонстрировать свою решительность и непреклонность в вопросах защиты израильтян и государственных интересов в целом. Выражение «действия по освобождению капрала Г. Шалита» предполагалось сделать лозунгом и символом победоносной войны. В решении Э. Ольмерта эксперты и аналитики увидели также психологический аспект: «научить» новое поколение не видавших войны израильтян побеждать арабов.

Неотъемлемой составляющей 34-дневного ливано-израильского вооруженного конфликта стали проводимые обеими сторонами мероприятия информационно-психологического противоборства. Армия обороны Израиля организовывала и осуществляла психологические операции в форме печатной, телевизионной и радиопропаганды (в том числе методами электронного включения в ливанские телеканалы и радиостанции), а также при помощи мобильной телефонной связи.

1. **Использование печати в ходе ведения вооруженного конфликта.**

Действующими на территории Ливана частями и подразделениями израильской армии практически ежедневно распространялись большие тиражи различных тематических листовок и других материалов печатной пропаганды. В качестве основных средств их доставки применялись специальные авиационные боеприпасы (авиабомбы, листовочные контейнеры, парашютная тара), сбрасываемые самолетами штурмовой авиации, боевыми и вспомогательными вертолетами, а также специальные артиллерийские снаряды, использовавшиеся как артиллерией сухопутных войск, так и кораблями ВМС Израиля. Данный факт нашел подтверждение в международных СМИ, опубликовавших снимки с фрагментами специальных артиллерийских снарядов американского производства, применявшихся израильской армией для распространения листовок на территории Ливана.

Армия обороны Израиля использовала печатную пропаганду и в ходе прошлых военных конфликтов, проходивших с ее участием, однако в июле-августе 2006 г. эта форма информационного противоборства была развернута в значительно больших масштабах. Командование ЦАХАЛ приняло решение отмобилизовать Формирование психологических операций, находящееся в мирное время в резерве. По израильскому телевидению неоднократно транслировалась телепередача о работе этого подразделения, в которой офицер спецслужбы майор Йотам демонстрировал готовые листовки, а гражданский специалист (женщина-художник) представляла проекты печатных материалов психологического воздействия.

Операции по залистованию территории Ливана стали проводиться авиацией ЦАХАЛ сразу после начала активных боевых действий 12 июля 2006 г. Главной тематикой материалов печатной пропаганды стали дискредитация «Хизбаллы» и ее лидера Хасана Насераллы в глазах населения и руководства Ливана, а также предупреждение жителей городов и населенных пунктов Ливана о предстоящих бомбардировках с воздуха.

Так, 13 июля 2006 г. самолеты ВВС Израиля сбросили на южные районы Бейрута несколько тысяч экземпляров текстовой листовки, адресованной мирным жителям ливанской столицы: «Из-за террористической деятельности, развернутой группировкой «Хизбалла», армия Израиля проводит на территории Ливана операцию по защите граждан Израиля. Для вашей же безопасности и во избежание жертв среди мирного населения старайтесь не приближаться к объектам, занимаемым «Хизбаллой». Помните, что продолжение террористической деятельности, направленной против Израиля, подобно обоюдоострому мечу нанесет вред Ливану и его гражданам. Государство Израиль».

16 июля 2006г. в южных районах Ливана самолеты ВВС Израиля распространили два вида листовок, призванных дискредитировать Хасана На-сраллу в глазах граждан Ливана. Одна из листовок изображала его сидящим в бункере, в то время как мирные ливанцы гибнут под бомбежками. Другая листовка показывала «марионеточный» характер деятельности «Хизбаллы» и ее лидера, «пляшущего под дудку» военно-политического руководства Сирии, Ирана и палестинской группировки ХАМАС (на листовке были представлены президенты Башар Асад и Махмуд Ахмадинежад, а также лидер ХАМАС Халед Мешааль). Несмотря на активизацию частей и подразделений ЦАХАЛ, призванных обеспечивать информационно-психологическую поддержку военной операции на территории Ливана, основные СМИ арабских стран подчеркивали в целом ряде публикаций невосприимчивость населения Ливана к израильской пропаганде. Так, на страницах местных газет и в телепередачах часто проходили материалы о том, что ливанцы собирают и сжигают израильские листовки. Эти факты косвенно подтверждали и израильские источники. В частности, на заявления представителей «Хизбаллы» и ливанского новостного агентства о том, что 17 июля около Бейрута был сбит израильский истребитель-бомбардировщик F-16 (по другим данным - ударный вертолет) пресс-служба ЦАХАЛ ответила, что объект, останки которого догорали перед телекамерами ливанского телевидения, являлся не чем иным, как специальным авиационным контейнером, использовавшимся самолетами ВВС Израиля для доставки листовок на территорию Ливана.

По словам пресс-секретаря ЦАХАЛ бригадного генерала Мири Регев, выступавшей на израильском телевидении 18 июля 2006 г., в этот день на территории южного Ливана было начато распространение листовок, призывающих ливанцев покинуть районы, где вооруженными силами Израиля проводится военная операция. В текстовых листовках, сброшенных 19 июля на населенные пункты Аль-Базурия и Авасия на юге страны, в частности говорилось о том, что в качестве основных целей для нанесения ракетно-бомбовых ударов израильские ВВС будут рассматривать места базирования пусковых установок ракет, а также любые грузовые автомобили, фургоны и пикапы, передвигающиеся по дорогам южнее реки Эль-Литани, «которые могут использоваться террористами для транспортировки или пуска ракет».

В этот же день над Бейрутом было отмечено распространение израильских листовок следующего содержания: «Жители Ливана! В целях обеспечения безопасности граждан государства Израиль Армия обороны Израиля вынуждена форсировать боевые действия против продолжающей свои террористические вылазки группировки «Хизбалла». Для вашей же безопасности и во избежание жертв среди мирных жителей старайтесь не приближаться к объектам, используемым «Хеизбаллой» для нанесения ударов по Государству Израиль, в том числе: местам базирования пусковых ракетных установок; базам хранения вооружений и военной техники «Хизбаллы»; местам дислокации боевиков «Хизбаллы» в южных пригородах Бейрута и районах юга Ливана, контролируемых « Хизбаллой». «Армия обороны Израиля призывает население и личный состав вооруженных сил Ливана воздержаться от оказания любой поддержки группировке «Хизбалла». Каждый, кто помогает террористам, подвергает свою жизнь опасности. Помните, что присутствие на территории Ливана террористических сил, деятельность которых направлена против Государства Израиль, угрожает и благосостоянию вашей страны. Государство Израиль».

С 21 июля 2006 г. Израиль начал распространение текстовой тематической листовки, озаглавленной «Все для Ливана». Листовка обещала «значительное материальное вознаграждение» лицам, сообщившим информацию, способствующую «борьбе Израиля против «Хизбаллы». В целом, содержание данной листовки полностью повторяло израильский пропагандистский сайт www.A114Lebanon.org: «Это обращение ко всем жителям Ливана. Мы взываем к тем, кто желает помочь Ливану освободиться от засилья «Хизбаллы» и стать по-настоящему независимым и суверенным государством. Вы можете связаться с нами по телефонным номерам: 00-41-79-7886237, 00-88-16-214-65627, либо написать на адрес электронной почты Info@all4Lebanon.org. Мы не просим называть ваши личные данные. При этом гарантируется полная конфиденциальность, а также денежное вознаграждение. Мы будем очень признательны за получение любой информации, способствующей более эффективному противоборству с терроризмом. Помогите нам, и мы поможем вам оградить Ливан от этого зла и восстановить мирную жизнь в стране. Ради вашего блага, старайтесь связываться с нами из мест, где вас никто не знает».

Довольно часто материалы печатной пропаганды, распространяемые Израилем на население южного Ливана, содержали противоположную информацию, и выполнение условий, изложенных в одних листовках, прямо противоречило требованиям, предъявляемым в других. Так, на население ливанских городов и населенных пунктов, расположенных южнее реки Эль-Литани, были распространены листовки с предложением как можно скорее покинуть этот район, поскольку «части ЦАХАЛ вынуждены провести контртеррористическую операцию непосредственно в данной местности». Однако ранее израильтяне предупреждали об угрозе нанесения ударов по всем грузовым транспортным средствам, движущимся по дорогам южнее Эль-Литани. Кроме того, самолеты ВВС Израиля в начальный период конфликта уничтожили несколько переправ через реку, практически отрезав этот район от остальной части Ливана.

В конце июля - начале августа 2006 г., с дальнейшей эскалацией вооруженного конфликта, при распространении материалов печатной пропаганды с воздуха израильская авиация стала охватывать все большее количество городов не только южного, но и восточного, и даже северного Ливана. Так, 2 августа 2006 г. в городе Набатия, расположенном севернее реки Эль-Литани, были распространены листовки, в которых Израиль призывал членов «Хизбаллы» к прекращению сопротивления под угрозой уничтожения «в любом месте, где бы вы ни скрывались». Днем раньше израильский спецназ взял штурмом госпиталь в городе Баальбек, в результате которого, как сообщили израильские источники, были убиты 10 и захвачены в плен 5 боевиков «Хизбаллы». Поэтому в листовках, распространявшихся 2 августа в Набатни, израильская пропаганда использовала результаты успешной спецоперации в Баальбеке: «Прошлой ночью части ЦАХАЛ уничтожили отряд «Хизбаллы», укрывшийся в Баальбеке. Помните, что вам нет спасения ни на земле, ни под землей. Вы будете уничтожены, где бы вы ни скрывались. Ваши командиры обманывают вас. Они посылают вас на верную смерть ради интересов иностранных сил, а сами в случае опасности готовы бежать за рубеж. Сейчас для вас единственная возможность выжить - это сдача в плен».

В номере за 4 августа 2006 г. газета «Индепендент» писала, что израильская авиация нанесла мощный ракетно-бомбовый удар по южной части Бейрута, «где высока плотность боевиков «Хизбаллы». Авианалет сопровождался распространением листовок, призывавших мирное население покинуть этот район города. Как отмечала газета, 2 августа командование ЦАХАЛ заявило, что кабинет министров Израиля рассматривает вопрос о возобновлении бомбардировок густонаселенных районов на юге Бейрута.

3 августа израильские военные самолеты действительно разбрасывали над Бейрутом листовки следующего содержания: «Жители Бейрута! В связи с тем, что боевики «Хизбаллы» продолжают бесчеловечные ракетные удары по территории Государства Израиль, части ЦАХАЛ вынуждены расширить масштабы военной операции в Бейруте. Жители районов и пригородов Харет-Хрейк, Бир Эль-Абед, Хэй-Мади и Альвейс! Ради сохранения жизни и здоровья! Покиньте районы проживания и не приближайтесь к местам дислокации боевиков «Хизбаллы» и их террористических структур. Внимание! Эскалация террористической деятельности «Хизбаллы» приведет к самым пагубным последствиям и нанесет ущерб не только Хасану Насералле и его преступникам. Государство Израиль».

5 августа в городе Сайда авиация Израиля распространила текстовые листовки похожего содержания. Пресс-служба ЦАХАЛ подчеркнула, что листовки были обращены к мирному населению, поскольку военное командование Израиля приняло решение об уничтожении пусковых установок ракет, развернутых «Хизбаллой» в этом городе. Листовка, в частности сообщала: «Жители Сайды! С территории вашего города «Хизбалла» проводит преступные террористические акции, осуществляя пуски ракет по территории Государства Израиль. В целях обеспечения собственной безопасности покиньте город и отправляйтесь в северную часть страны. Для оставшихся сохраняется риск погибнуть. Армия Израиля намерена обратить всю мощь своего оружия против террористов. Государство Израиль».

8 августа в районе города Тир было отмечено распространение израильской авиацией текстовых листовок: «Граждане Ливана, проживающие южнее реки Эль-Литани! Внимательно прочитайте и точно следуйте этим инструкциям! Армия Израиля проводит мощную военную операцию против террористических сил, которые используют вас в качестве живого щита, осуществляют пуски ракет по территории государства Израиль непосредственно из ваших домов. Любые транспортные средства, независимо от их типа, передвигающиеся по дорогам южнее реки Эль-Литани отныне будут расцениваться как подозреваемые в перевозке грузов военного назначения и подвергаться бомбардировкам с воздуха. Помните, что каждый, передвигающийся в автомобиле, подвергает свою жизнь опасности. Государство Израиль».

10 августа израильская авиация нанесла ракетно-бомбовый удар по нескольким районам Бейрута. Одновременно на жителей ливанской столицы были распространены листовки с требованиями покинуть центр Бейрута: «Жители районов Хей Эль-Саллом и Бурж Эль-Баражна! Для вашей же безопасности немедленно покиньте эти районы Бейрута, а также места, где члены «Хизбаллы» планируют свои террористические операции. Знайте, что расширение группировкой «Хизбалла» террористической активности вызовет со стороны армии Израиля дополнительные меры по изоляции бандитов и убийц из «Хизбаллы», что может привести к пагубным последствиям для ливанцев. Государство Израиль».

В этот же день впервые с начала ливано-израильского конфликта самолеты ВВС Израиля разбросали листовки на севере Ливана — во втором по величине городе страны Триполи, в 25 км от границы с Сирией, и над лагерем палестинских беженцев Беддави. Текстовая листовка сообщала: «Любой грузовой автомобиль или пикап, передвигающиеся по дорогам Ливана после 8 часов вечера, будут уничтожены, как подозреваемые в перевозке военных грузов и членов террористических группировок. Помните, что, передвигаясь в грузовом автомобиле или пикапе, вы подвергаете свою жизнь опасности. Государство Израиль».

12 и 13 августа 2006 г. над Бейрутом израильская военная авиация разбросала листовки, направленные на дискредитацию действий лидера «Хизбаллы» в глазах ливанцев: «Насералла - главный источник бед жителей Ливана. Сбросьте со своих плеч гнет этого убийцы, и пусть запах кедра вновь благоухает над всем Ливаном». Необходимо отметить, что большинство листовок, сброшенных самолетами ВВС Израиля 13 августа, были унесены в море сильным южным ветром. Кроме того, в эти же дни в столице Ливана были распространены листовки с перечислением имен 180 боевиков «Хизбаллы», якобы ликвидированных армией Израиля. Перед длинным списком имен был помещен заголовок: «Насералла вводит вас в заблуждение относительно истинных масштабов потерь в рядах «Хизбаллы». Ниже приводится список убитых членов «Хизбаллы», гибель которых Насералла отрицает...» Текст данной листовки был озвучен и в ходе подготовленных аппаратом спецслужбы армии Израиля нескольких включений в трансляции телеканалов и радиостанций, принадлежащих группировке «Хизбалла».

В соответствии с соглашением о прекращении огня, заключенным между сторонами вооруженного конфликта, все боевые действия должны были прекратиться, начиная с 5 часов 14 августа 2006 г. За два часа до этой даты израильская авиация разбросала над Бейрутом листовки следующего содержания: «Группировка «Хизбалла» обслуживает интересы своих иранских и сирийских спонсоров. Зачем вам идти на поводу у «Хизбаллы» и платить столь высокую цену за чужие деяния? Части и подразделения ЦАХАЛ еще вернутся и накажут любого, кто посмеет угрожать Государству Израиль с территории Ливана».

Жители юга Ливана начали возвращаться в свои дома сразу после объявления о вступлении в силу соглашения о прекращении огня. Однако командование израильской армии посчитало небезопасным нахождение мирных жителей в южных районах Ливана после вывода частей ЦАХАЛ и поспешило предостеречь ливанцев от возвращения в свои дома вплоть до установления контроля над этими территориями ливанской армией и миротворческими силами ООН. Уже после заключения перемирия, 15 августа 2006 г. в городах Тир и Набатия были распространены листовки следующего содержания: «Мы просим вас не возвращаться в южные районы Ливана до того, как туда войдут вооруженные силы, способные обеспечить вашу безопасность. Ситуация в этом регионе будет оставаться очень сложной и взрывоопасной до того момента, пока правительство Ливана не примет решение о вводе сюда ливанских войск и международных миротворческих сил».

После окончания вооруженного конфликта «Хизбалла» подготовила и выпустила собственные листовки с поздравлениями ливанцев с «великой победой» и выражениями признательности за поддержку «Хизбаллы» в 34-дневной войне с Израилем: «Поздравляем вас с великой победой, достигнутой благодаря помощи Аллаха, усилиями моджахедов и с вашей поддержкой». В городах южного Ливана «Хизбалла» также распространялись листовки с инструкциями на случай обнаружения мирными жителями неразорвавшихся боеприпасов и другого оружия.

Таким образом, с окончанием боевых действий ни Израиль, ни «Хизбалла» не отказались от проведения в отношении друг друга мероприятий информационно-психологического воздействия. Более того, свои печатные пропагандистские материалы начали выпускать и распространять на территории Ливана различные структуры ООН и иностранные неправительственные организации, развернувшие работу в стране. Большинство подготовленных ими листовок и плакатов были посвящены предупреждению мирных жителей об опасности неразорвавшихся боеприпасов, поскольку, по оценкам специалистов ООН, на территории Южного Ливана после войны осталось 8-9 тыс. мин, снарядов и авиабомб. Только действующими в Ливане структурами ЮНЕСКО было распространено более 50 тыс. листовок, которые вкладывались в продовольственные пайки, для жителей Ливана, пострадавших в результате конфликта.

Что касается эффективности мероприятий информационного противоборства, проводимых сторонами ливано-израильского вооруженного конфликта, то, по мнению зарубежных экспертов, выигрывая в масштабности проводимых психологических операций и используя самые современные средства пропаганды, Израиль, тем не менее, проиграл информационную войну группировке «Хизбалла» в содержательном плане. Сегодня можно говорить о том, что главные цели израильских спецслужб - внесение раскола между членами «Хизбаллы» и населением Ливана, дискредитация Хасана Насераллы как политического деятеля - Израилем не были достигнуты. В Ливане в период конфликта был отмечен небывалый подъем патриотических настроений, и «Хизбалла» не только приобрела еще большую популярность, но и стала ведущей политической силой в стране. Израиль, напротив, выглядел стороной, проигравшей в морально-психологическом плане - произошло падение авторитета политического руководства страны и военного командования, а вооруженные силы страны утратили имидж непобедимой и одной из самых боеспособных армий в регионе.

1. **Телевидение, радиовещание, интернет и иные каналы воздействия на сознание общества во время второй ливанской войны.**

Печатные средства массовой информации были далеко не единственным каналом осуществления информационно-пропагандистских операций. Серьезное внимание уделялось радиовещанию, телевидению, сети интернет, а также иным методам (в частности, технологиям сотовой связи). В первый же день военных действий израильские военно-воздушные силы попытались нанести бомбовый удар и уничтожить главную антенну телевизионной станции «Аль-Манар», принадлежащей ливанской шиитской организации «Хизбалла». Однако цель не была достигнута. В связи с этой бомбардировкой Всемирная федерация журналистов подвергла резкой критике и осудила действия Израиля. Последний в знак протеста вышел из этой организации, однако был вынужден, учитывая складывающуюся вокруг страны неблагоприятную информационную ситуацию в международном сообществе, прекратить бомбардировки «Аль-Манар». В то же время израильские вооруженные силы не прекращали попытки препятствовать нормальной работе этого телеканала, особенно выходу в эфир теленовостей.

Большое внимание уделялось и пропагандистскому радиовещанию. Так, вооруженными силами Израиля была восстановлена деятельность радиостанции «Голос Ливана», принадлежавшей так называемой «Армии юга Ливана» генерала Антуана Лахуда, ранее сотрудничавшего с израильтянами во время оккупации Ливана. В 2000 г. станция была уничтожена отрядами «Хизбаллы», однако теперь возобновила работу в диапазоне FM 103,7 мГц.

Кроме того, израильской армией с помощью специальной аппаратуры, развернутой на борту кораблей ВМС и вдоль границы с Ливаном, проводились мероприятия по включению и трансляции своих пропагандистских материалов на волнах спутникового телеканала «Аль-Манар» и радиостанции «Аннур», принадлежащих «Хизбалле». В ходе таких включений израильтяне передавали для населения Ливана кадры захваченных частями ЦАХАЛ командных пунктов и ракетных баз «Хизбаллы», другие материалы, демонстрирующие «непобедимость» ЦАХАЛа и решимость уничтожить «Хизбаллу» и ее лидера. Так, одна из таких 90-минутных трансляций показывала Хасана Насераллу в прицеле снайперской винтовки, сопровождалась несколькими выстрелами и голосом за кадром: «Твои дни уходят, уходят, уходят...».

В другом видеоролике было использовано одно из публичных выступлений лидера «Хизбаллы» с наложением звукового сопровождения - якобы Насералла говорит: «Несомненно, израильские ВВС — сильнейшие в регионе, у нас нет возможности противостоять им». Далее видеоряд сменяется на кадры, снятые с борта израильского истребителя-бомбардировщика, наносящего ракетные удары по целям на территории Ливана, с комментарием: «Насералла знает правду, но, несмотря на это, продолжает вводить в заблуждение ливанцев и обрекать их на бомбежки и страдания».

В еще одном видеовключении в программы телеканала «Аль-Манар» израильтяне демонстрировали тело человека в военной форме с пояснением, что «труп принадлежит бойцу спецназа «Хизбаллы»; погибших в ее рядах много, но Насералла скрывает от вас истинные масштабы потерь».

В тот период американская газета «Нью-Йорк Сан» опубликовала интервью с пожелавшим остаться неизвестным представителем высшего командования ЦАХАЛ, который признался, что одной из целей подобных трансляций было устрашение боевиков «Хизбаллы», углубление противоречий между членами группировки для склонения их к отказу от активного сопротивления военной операции Израиля. Вместе с тем, крайне важно было показать способность Израиля контролировать информационные структуры «Хизбллы» - основной инструмент пропаганды «Партии Бога». «Можно было уничтожить телеканал «Аль-Манар», который действительно является для «Хизбаллы» средством формирования морально-психологического климата в Ливане, однако гораздо важнее было использовать его против своих хозяев», - подчеркнул высокопоставленный израильский военный.

Израильская сторона проявляла активность и в интернет-пространстве. В дни войны МИД Израиля поручил студентам дипломатических курсов чаще участвовать в различных интернет-форумах, помещать благоприятные для Израиля сообщения в интернет-дневниках. Подобные технологии применяют и подразделения психологической войны американских и китайских вооруженных сил, однако израильтяне заметно усовершенствовали их. «Международный союз еврейских студентов» разработал особую программу, позволяющую через Интернет объединить всех членов этого союза в единую «сеть». Таким образом, если один из членов союза на каком-либо сайте заметит антиизраильские публикации, запросы по военной тематике или голосования, то об этом автоматически будут информированы остальные члены «сети» (примерно 15 тысяч человек), которые и отреагируют соответствующим образом.

Так лондонская газета «Таймс» в номере за 28 июля 2006 г. сообщила, что руководство Израиля официально призвало еврейскую молодежь вести в интернете мониторинг политических сайтов и форумов и активно участвовать в виртуальных дискуссиях по рассматриваемой проблеме, отстаивая точку зрения Израиля и пропагандируя взгляды его руководства. Как стало известно газете, более 5 тыс. членов так называемого Всемирного союза еврейских студентов скачали из интернета программу «Мегафон», позволявшую при определенных настройках автоматически отслеживать в глобальной сети сайты с антиизраильскими высказываниями и оперативно включаться в чаты и форумы для убеждения оппонентов в обратном.

Кроме этого, предположительно израильской разведкой в сети интернет был создан пропагандистский сайт «Все для Ливана» по адресу www.all4Lebanon.org, якобы принадлежащий некой организации, выступающей за свободу Ливана - по крайней мере, в оформлении интернет-страницы присутствовала только ливанская национальная символика. Данный сайт был элементом так называемых «серых» психологических операций, проводимых Израилем в глобальной сети. Вот одно из характерных обращений, размещенных на этом сайте: «Каждый, кто выступает за освобождение Ливана от пагубного засилья «Хизбаллы» и возвращение его независимости, свободы и процветания, каждый, кто располагает информацией, способствующей достижению этих целей, может связаться с нами одним из удобных для вас способов, приведенных ниже. Вы можете сообщить свои личные данные или остаться анонимным. Конфиденциальность и вознаграждение гарантируются. Приветствуется любая информация, способная помочь нам более эффективно и избирательно бороться с терроризмом в регионе. Окажите помощь в борьбе с этим злом и в деле восстановления мирной жизни для всех людей, проживающих в нашем регионе».

Во время военных действий израильтяне широко использовали альтернативные методы воздействия, в частности, провокационно-пропагандистские телефонные звонки, направляемые арабам через израильские телефонные сети «Alfa Mtc» и «Touch», а также SMS-сообщения. Все эти действия были хорошо спланированы и координировались израильской армией. Основной целью этих телефонных звонков и SMS было психологическое давление и формирование негативного отношения к «Хизбалле», которую представляли источником всех бед и несчастий арабской нации. Вместе с тем с определенного момента подобные телефонные технологии против Израиля начали применять и арабы.

Многие абоненты ливанских сотовых сетей в тот период регулярно получали голосовые сообщения подобного содержания: «Жители Ливана! Не верьте обещаниям «Хизбаллы»! Только законное правительство Ливана может помочь вам вернуть заключенных, находящихся в израильских тюрьмах». Или «Говорит Государство Израиль! Бессмысленное сопротивление «Хизбаллы» привело к тому, что вы вынуждены отсиживаться в своих домах словно крысы». «Кто подвергает вашу жизнь опасности? Тот, кто использует вас в качестве живого щита».

Мероприятия информационно-психологического воздействия на противника активно проводились не только аппаратом спецслужбы вооруженных сил Израиля, но и пропагандистскими структурами группировки «Хизбалла». По сообщению газеты «Нью-Йорк Сан», в составе организации уже довольно давно сформирован и активно действует специальный отряд пропаганды. Он тесно сотрудничает с телеканалом «Аль-Манар», решает задачи создания положительного облика «Хизбаллы» в глазах общественности, подрыва морально-психологического состояния населения и личного состава войск Израиля. Одно из подразделений отряда, в частности, занимается видеосъемкой «повседневной деятельности» членов этой организации, публичных выступлений и заявлений Хасана Насраллы, которые в последствии распространяются в СМИ всего мира. Так, ракетно-бомбовый удар израильской авиации по населенному пункту Кана был использован пропагандистской службой «Хизбаллы» как удобный информационный повод для международной дискредитации действий армии Израиля, поскольку, как сообщили арабские телеканалы, в результате авианалета погибли более 50 мирных жителей, большинство из которых — дети. Практически весь мир облетел репортаж, в котором ливанский мужчина, показывая лежащее на земле тело дочери, говорит: «Разве это боевик «Хизбаллы»? Толпа вокруг скандирует: «Это Америка и Израиль убивают наших детей!» События в Кане действительно привели к подъему антиизраильских настроений не только в Ливане, но и во всем арабском мире. В то же время, по данным некоторых СМИ, «массовые убийства в Кане» были не чем иным, как прекрасно срежиссированной и сфабрикованной «Хизбаллой» пропагандистской акцией, направленной на подрыв политики Израиля.

Вообще же мировые СМИ во второй ливанской войне в большинстве своем осудили агрессию Израиля. Формированию негативного общественного мнения по отношению к Израилю в значительной степени способствовало распространение информации о погибших в Ливане мирных жителях и детях. В частности, правозащитная организация Amnesty International обвинила Израиль в военных преступлениях. Следует также отметить, что арабская сторона иногда представляла информационным агентствам поддельные кадры и данные.

Комментарии телекомпаний CNN и Euronews, касающиеся боевых действий ВС Израиля против ливанской шиитской организации «Хизбалла», существенно различались: если первая была четко ориентирована против «Хизбаллы», то вторая проявляла уравновешенные подходы, акцентируя гуманитарную составляющую вопроса. ВВС приняла более сбалансированную позицию, равнозначно критикуя «Хизбаллу» и Израиль.

В целом, на начальном этапе войны инициатива в информационном противоборстве принадлежала Израилю. Однако ход дальнейших событий изменил ситуацию. Одной из причин можно считать жесткость израильской военной цензуры (запрещалось сообщать о количестве жертв, последствиях ракетных ударов и т.д.), требованиям которой неукоснительно подчинялись журналисты, что порождало дополнительное недовольство действиями Израиля (главный цензор страны в условиях войны имеет право закрыть любую газету, телеканал или может приказать вообще приостановить освещение военных действий).

Совершенно иную тактику в отношении СМИ применили власти Ливана и «Хизбалла», давшие журналистам почти полную свободу на контролируемых ими территориях. Во время конфликта активными были арабские телеканалы, особенно «Аль-Джазира», информационно-пропагандистские средства Ирана и «Хизбаллы». В частности, они смогли решить следующие задачи:

- были пресечены планы противника по внесению раскола между шиитской организацией «Хизбалла» и суннитским населением Палестины и Ливана, что являлось стратегической целью Израиля;

- исламскому миру и, частично, международному сообществу внушили иллюзию неоспоримой победы арабов и тем самым развенчали полувековой миф о непобедимости Израиля;

- своими действиями способствовали процессу идеологического сплочения расколотого арабского мира.

Однако самой масштабной информационной акцией в ходе всего военного конфликта можно считать раскрытие террористической сети, планирующей взрывы самолетов в Великобритании 10 августа. Не исключая наличия такой сети и возможности терактов, необходимо констатировать, что информационное вещание на эту тему приняло глобальный характер и протекало в определенном, выгодном для США и Израиля контексте, т.к. борьба последних также квалифицируется как антитеррористическая. Информационный поток о террористах, как и обсуждение множества вопросов, связанных с авиарейсами, вытеснили из информационного поля сообщения об арабо-израильском противостоянии, которые на тот момент уже были неблагоприятными для Израиля: в Ливане бомбовым ударам подвергались жилые кварталы, где гибли мирные жители, а израильская армия несла потери в живой силе и бронетехнике. Таким образом, сюжет о британских террористах имел целью отвлечь внимание мирового сообщества от событий, происходящих на Ближнем Востоке. Особенно много сообщений о британских воздушных террористах было в американских средствах массовой информации. В итоге в США почти перестали освещать ближневосточные проблемы (Ирак, Иран, военное противостояние израильской армии и «Хизбаллы»). Это послужило поводом для беспрецедентного марша-протеста против недостатка информации об арабо-израильском конфликте в средствах массовой информации США.

В ходе ливано-израильской войны погибли 1.347 человек (1.187 ливанцев и 160 израильтян). Ранены 4.193 человека (4.092 ливанца и 101 израильтянин). Заместителем главы политбюро Хизбаллы Махмудом Комати признаны гибель 250 боевиков (по данным Израиля, погибли 700 боевиков, 180 тел опознаны). По независимым источникам, в Израиле были ранены около 2.800 человек, в том числе более 700 военнослужащих. В течение всей войны по Израилю было выпущено 3.970 ракет. При этом по территории Ливана выпущено около 100 тысяч снарядов, израильской боевой авиацией совершено более 12 тысяч самолето-вылетов и при этом нанесены удары по 7 тысячам целей[[16]](#footnote-16).

Фактически получается, что Израиль выиграл эту войну в техническом плане, понес меньше потерь, одержал победу силой оружия. Однако вместе с тем эта война показала, что в современном мире недостаточно победить соперника, нужно еще и убедить мировое сообщество в том, что победителем является именно ваша страна. И следует согласиться с выводом Анатолия Цыганока, руководителя Центра военного прогнозирования РФ: «Весьма существенно и то, что пропаганда, направленная только на «своих», без учета мнения мирового сообщества, ведет в целом к информационному поражению».

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В целом региональный конфликт представляет собой не что иное, как результат конкурентного взаимодействия двух и более государств, оспаривающих друг у друга распределение властных полномочий, территории или ресурсов. Это взаимодействие может проводиться разными путями: дипломатических переговоров, включением третьей стороны, вооруженным вмешательством и т.д. ХХ век был самым разрушительным, кровопролитным в истории человечества. Первая и вторая мировые войны унесли миллионы жизней. Не менее сложным стал период «холодной войны».

Первая мировая война была первой войной, в ходе которой широко использовались подрывные средства для деморализации войск и населения противника. Впервые были использованы специальные подразделения пропаганды, стали создаваться техника распространения печатной агитации, формировались органы «войны слов». В период же второй мировой войны особое распространение получила так называемая компрометирующая пропаганда. В годы подготовки к второй мировой войны в Германии был создан огромный аппарат для подготовки и проведения всевозможных агитационных и дезинформационных акций, начиная от массовых митингов и кончая целенаправленным воздействием на руководящие круги иностранных государств. В пропагандистском инструментарии нацистов решающее значение имели приемы маскировки и внезапности, лжи и обмана.

К ХХI столетию человечеству все же не удалось научиться решать возникающие разногласия мирным путем. Силовые методы остаются предпочтительными в целом ряде ситуаций, при решении политических разногласий и достижении политических целей. Так произошло и в 2006 г., 34 дня которого пришлись на ливано-израильскую войну. 12 июля 2006 г. участники базирующейся в Ливане шиитской группировки «Хизбалла» перешли ливано-израильскую границу и совершили вооруженное нападение на патруль израильской армии, убив 8 солдат и взяв в плен двоих. Именно этот случай послужил сигналом к осуществлению Армией обороны Израиля полномасштабных боевых действий против террористической организации «Хизбалла» и Ливана, в частности.

Печатные средства массовой информации были далеко не единственным каналом осуществления информационно-пропагандистских операций. Серьезное внимание уделялось радиовещанию, телевидению, сети интернет, а также иным методам (в частности, технологиям сотовой связи).

Фактически, Израиль выиграл эту войну в техническом плане, понес меньше потерь, одержал победу силой оружия. Однако вместе с тем эта война показала, что в современном мире недостаточно победить соперника, нужно еще и убедить мировое сообщество в том, что победителем является именно технически превосходящая страна.

В ходе написания данной работы была достигнута заявленная цель: осуществлено изучение роли средств массовой информации в освещении геополитических конфликтов. В качестве примера рассмотрена ситуация, сложившаяся во время второй ливанской войны.

Реализации поставленной цели способствовали постановка и решение следующих задач:

* определено значение средств массовой информации в региональном политическом процессе;
* прослежено развитие методов и технологий освещения политики государств в СМИ на протяжении всего ХХ столетия;
* дано объяснение наиболее практической функции любого СМИ – осуществлению пропаганды и агитации;
* проанализированы геополитический конфликт 2006г., получивший название «Вторая ливанская война», и сопровождавшая его кампанию в различных типах средств массовой информации;
* сделаны выводы о важности внимания к средствам массовой информации не только локального, но глобального уровня в ходе проведения современных военных операций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Внешнеполитическая пропаганда: Очерк теории и практики. Уч. пособие. — М.: Высшая школа, 1980. — 366 с.
2. Иванян Э.А. Белый дом: президенты и политика М.: Политиздат, 1975.- 432 с.
3. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М., 2000, - 423 с.
4. Костихин А.А. Информационно-пропагандистская и дезинформационная составляющие второй ливанской войны, - М., Институт изучения Израиля и Ближнего Востока. – Режим доступа: http://www.iimes.ru/rus/search.html

Ленин В.И. Полное собрание сочинений., М., 2002. - т.37, - 455 С.

1. Малышкин К.А. Проведение операций информационной войны участниками ливано-израильского вооруженного конфликта (июль-август 2006г.) – М., Институт изучения Израиля и Ближнего Востока. – режим доступа: http://www.iimes.ru/rus/search.html
2. Психологическая война: подрывные действия империализма в области общественного сознания — изд.2-е, доп. М.: Воениздат, - 1984.- 320 с.
3. Стрельников Р. В плену у телеспрута. М., 1985.- 78 с.
4. Цыганок А. Израильско-ливанская война: год 2006., - «Красная звезда» от 10.10.2007г. Режим доступа: http://www.redstar.ru/2007/10/10\_10/4\_02.html
5. Яковлев Н.Н. Франклин Рузвельт — человек и политик. - М., 1965. - 480 с.

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество, культура. М., 2000, 423 с. – С. 607. [↑](#footnote-ref-1)
2. Там же, С. 423-428 [↑](#footnote-ref-2)
3. В.И.Ленин Полное собрание сочинений., М., 2002. - т.37, - С. 455-456. [↑](#footnote-ref-3)
4. Иванян Э.А. Белый дом: президенты и политика М.: Политиздат, 1975.- 432 с. – С. 90-91 [↑](#footnote-ref-4)
5. «Психологическая война: подрывные действия империализма в области общественного сознания» — изд.2-е, доп. М.: Воениздат, - 1984.- 320 с. – С. 47-49. [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же, С. 48. [↑](#footnote-ref-6)
7. Внешнеполитическая пропаганда: Очерк теории и практики. Уч. пособие. — М.: Высшая школа, 1980. — 366 с. – С. 69. [↑](#footnote-ref-7)
8. Там же, С. 104. [↑](#footnote-ref-8)
9. Н.Н. Яковлев Франклин Рузвельт — человек и политик. - М., 1965. - 480 с [↑](#footnote-ref-9)
10. Там же, С. 426-429. [↑](#footnote-ref-10)
11. Там же, С. 105. [↑](#footnote-ref-11)
12. Там же, С. 106. [↑](#footnote-ref-12)
13. Волкогонов Психологическая война: подрывные действия империализма в области общественного сознания» — изд.2-е, доп. М.: Воениздат, - 1984. — 320 с. – С. 47-49. [↑](#footnote-ref-13)
14. Расстрельников Р. В плену у телеспрута. М., 985, - 78 с. – С. 19-20. [↑](#footnote-ref-14)
15. Стрельников Р. В плену у телеспрута. М., 1985.- 78 с. [↑](#footnote-ref-15)
16. А.Цыганок Израильско-ливанская война: год 2006., - «Красная звезда» от 10.10.2007г. Режим доступа: http://www.redstar.ru/2007/10/10\_10/4\_02.html [↑](#footnote-ref-16)