Мария Николаевна Клинцова

Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского (Симферополь)

mariya.kats@gmail.com

**Медийное конструирование реальности как инструмент информационной войны (на примере ресурса-иноагента «Крым.реалии»)**

В статье анализируются особенности конструирования реальности ресурсом-иноагентом «Крым.Реалии». Создаваемые журналистами данного ресурса образы Крыма и России являются частью информационной войны против РФ, направленной на дезинтеграцию российского государства, нарушение его территориально целостности и конструирование образа врага в лице России.

Ключевые слова: информационная война, конструирование реальности, образ врага, Крым, Россия.

В современном обществе взгляд человека на окружающий мир зависит от ресурса, с которого он черпает информацию. СМИ формируют в сознании человека модель мира, которая в последующем определяет его деятельность. Воздействие средств массовой информации на сознание человека очень велико и имеет важное значение для социальных практик, которые направлены на конструирование социальной реальности.

В средствах массовой информации реальность «удваивается», создается гиперреальность, запускается «фабрика мифов». Создаваемые мифы, образы псевдодействительности, являющиеся симулякрами, в определенных случаях представляют собой элемент информационной войны, которая представляет собой «целенаправленное широкомасштабное оперирование смыслами: создание, уничтожение, модификация, навязывание, блокирование носителей смыслов информационными методами для достижения поставленных целей» [3: 8]. Примечательно, что в войнах, в том числе и информационных, Россия занимала и занимает оборонительную позицию, поэтому применительно к России будет справедливо рассматривать информационную войну как управляемый процесс «дезорганизации нашего внутреннего устройства с попытками проникновения в самую его суть» [4: 20].

Мифы и симулякры, сконструированные в ходе информационной войны, направлены на создание образа врага, его закрепление в сознании на индивидуальном и массовом уровнях, поляризацию общества, разобщение людей на основе различных представлений о действительности, героях и антигероях, добре и зле и порождают конфликт идеологий. Создавая определенный тип реальности, СМИ формируют определенную логику событий и, следовательно, задают соответствующую ей логику поведения.

Созданием симулякров и конструированием реальности занимаются журналисты проекта «Крым. Реалии», созданного в марте 2014 г. после референдума о статусе Крыма. Интернет-ресурс позиционирует себя как альтернативное крымское СМИ и освещает события «в странах, где свободная пресса запрещена властями или еще не укоренилась» [2]. Проект является частью службы НКО «Радио Свобода» и финансируется из зарубежных некоммерческих организаций. Его основная аудитория – жители Украины, следящие за новостями Крыма. По данным сотрудников редакции, «в регионах Республики Крым остались журналисты, которые под псевдонимами регулярно публикуются на сайте “Крым.Реалии” с крымскими новостями в негативном ключе, в которых Крым представлен как “зона бедствия”. При этом делается упор на антироссийскую риторику. Также информацию, фото и видео материалы редакция получает от крымских проукраински настроенных активистов» [1: 83]. В 2017 г. Министерством Юстиции РФ проект «Крым.Реалии» был внесен в перечень СМИ, выполняющих функцию иноагентов. «Крым.Реалии» по сути обеспечивает медийное сопровождение всех антикрымских акций, создавая мифы, смысл которых сводится к тому, что все, связанное с переходом Крыма из состава «незалежной» Украины в Россию, является незаконным, преступным и не соответствует истинным устремлениям большинства крымчан.

Анализ материалов ресурса «Крым.Реалии» показал, что размещенные там статьи дезинформируют читателей, лишены четкой аргументации, содержат неполную информацию и подмену фактов, лексику с негативной эмоциональной окраской и ориентируют читателя на эмоциональное постижение действительности. Расчет делается на то, что частое повторение в СМИ лжи начинает восприниматься как правда.

Материалы ресурса «Крым.Реалии» можно охарактеризовать как идеологическое манипулятивное воздействие, направленное, с одной стороны, на создание искаженного образа действительности у людей, живущих за пределами Крыма, и формирование образа России как врага и агрессора; с другой стороны – на подрыв доверия жителей Крыма к власти на всех уровнях в решении социально-экономических, политических и культурных задач, стоящих перед Республикой. В связи с этим разоблачение форм и методов работы медиаресурса «Крым.Реалии» и создание объективного медиаобраза действительности приобретает особую значимость.

Литература

1. Клинцова М. Н. Конструирование медиаобраза Крыма в рамках проекта «Крым.Реалии» // Журналистика в 2021 году: творчество, профессия, индустрия. М., 2022. С. 82–84.

2. Крым.Реалии. О нас. URL: <https://ru.krymr.com/p/5612.html>. (дата обращения: 19.02.2022).

3. Курицын А. Н., Лемэр Л. Г., Меликов Э. Э., Семеновых К. О. Информационная война против России. Часть 1. Конструирование образа врага. М., 2020.

4. Макаров Е. Б. Информационная война – проблема определения // Информационные войны. 2021. № 2 (58). С. 17–20.