**УДК 316**

**Качмазова Зарина Николаевна**

преподаватель кафедры журналистики

Юго-Осетинского государственного университета

им. А.А. Тибилова,

корреспондент республиканской общественно-политической газеты

«Южная Осетия»

Kachmazova Z.N.@yandex.ru

**Мамиева Бэла Юрьевна**

преподаватель кафедры журналистики,

помощник проректора по воспитательной работе

Юго-Осетинского Государственного Университета им. А.А. Тибилова

[MamievaB.Y@yandex.ru](mailto:MamievaB.Y@yandex.ru)

**Kachmazova** **Zarina Nikolaevna**

the teacher of the Department of Journalism of the South Ossetian

State University after A.A. Tibilov,

correspondent of the Republican socio-political newspaper

«Yuzhnaya Osetia»

Kachmazova Z.N. @ yandex.ru

**Mamieva** **Bela Yurievna**

the teacher of the Department of Journalism,

Assistant of the Vice-Rector for Educational Work

of the South Ossetian State University after A.A. Tibilov

[MamievaB.Y@yandex.ru](mailto:MamievaB.Y@yandex.ru)

**РОЛЬ СМИ В СОВРЕМЕННЫХ ВОЙНАХ: ТОЧКИ СОПРИКОСНОВЕНИЯ И БОРЬБА ЗА МАССОВУЮ АУДИТОРИЮ**

**ROLE OF MASS MEDIA IN MODERN WARS: COMMON GROUND AND STRUGGLE FOR MASS AUDIENCE**

***Аннотация.*** *Во все времена средства массовой информации, т.е. четвертая власть влияла на массовое сознание и общественное мнение. Понимание феномена повышенного внимания СМИ к актуальным военным событиям проливает свет на общегосударственную политику безопасности. Поэтому в данной научной статье анализируется функциональная роль СМИ в процессе освещения военных конфликтов, рассматриваются информационно-технологические возможности ТВ и прессы.*

***Ключевые слова:*** *общественное мнение, ментальные представления, идеологическая дефиниция, фреймирование, массовая аудитория, медийное пространство.*

***Annotation.*** *At all times, the mass media, i.e. the fourth power, influenced the mass consciousness and public opinion. Understanding of the phenomenon of increased media attention to urgant military events sheds light on the nation-wide security policy. Therefore, this scientific article analyzes the functional role of the media in the process of covering military conflicts, examines the information and technology capabilities of TV and the press.*

***Keywords:*** *public opinion, mental representations, ideological definition, framing, mass audience, media space.*

СМИ производят новостные сообщения, интерпретируя которые аудитория осознает текущие события, формирует о них мнение. Значительный объем подобных сообщений никак не соприкасается с личностным жизненным опытом адресата, однако является стабильным источником извлечения личностных смыслов о событиях, бесперебойно происходящих в рамках более широкого социально-политического сообщества (регионального, государственного или мирового масштаба). СМИ также можно рассматривать как канал, через которые аудитория «добывает» образы для поддержания чувства реальности, модификации объективной действительности на уровне ментальных представлений [1, с.17; 13; 29].

В данном отношении СМИ обладают следующими существенными характеристиками, важность которых усиливается в моменты острых кризисов и социально-политической напряженности:

● зеркальность – реальность детализируется через образы, транслируемые СМИ, получает определенную идеологическую дефиницию;

● свидетельствование – представления о демократических основах сообщества формируются исходя из того, как СМИ «видят» и «слышат» текущие события, обеспечивает их достоверность, действует в качестве «сторожевой собаки общественных интересов»;

● озвучивание различных мнений – СМИ функционируют как посредник между всеми группами людей, которые стремятся к самовыражению, ретранслирует образы разнообразных групп массовой аудитории (так называемый «эффект CNN») [2, с.87-89; 123].

Производство новостных сообщений предполагает следующие коммуникативные процедуры:

– фреймирование текущей событийности – выбор актуальной темы;

– анализ подлинности сообщения – проверка того, что инициируемые в СМИ сообщения поступили от указываемого источника и не были подвержены искажению до их обнародования в визуальной, вербальной и звуковой форме;

– фокусирование внимания аудитории – объяснение важности освещаемого события;

– реализация сообщения в свете идеологических воззрений, характерных для данных СМИ [3, с.119-121].

Современные войны испытывают настоятельную потребность в СМИ, точно также, как и СМИ сложно представить себе вне освещения актуальных вооруженных столкновений и интерпретации милитаристских стратегий, особенно в настоящий момент, когда «слово «война» витает в воздухе, и в мире это чувствуют» [4]. Без поддержки широких масс населения политические силы, вовлеченные в локальные и широкомасштабные военные конфликты, могут с трудом оправдать свои вероломные действия. Эта поддержка предопределяется непоколебимой верой в необходимость ведения войны, эмоциональным поощрением эскалации конфликта. Подавляющая масса гражданского населения – особенно незрелого возраста – не обладает непосредственно личным опытом активного участия в военных действиях, осознания истинных военных стратегий.

Представления и знания о данных сферах преимущественно формируется через восприятие сообщений СМИ, которые, в свою очередь, являются доминирующим источником конструирования, как повседневной реальности, так и ценностной позиции аудитории к текущим событиям, эволюционирования стандартизированного отношения к событийности как философской категории вообще. В частности, исследователи неоднократно продемонстрировали тот факт, что мнения о причинно-следственных основаниях военных действий предопределяется в значительной степени не столько реальными намерениями противоборствующих сторон, сколько их новостным освещением с опорой на аудиовизуальные образы и журналистские комментарии [5, с.90-94].

Структура индустрии новостных сообщений, жесткая конкуренция в этой сфере также предопределяют повышенное внимание СМИ к вооруженным столкновениям. Современное медийное пространство становится все более децентрализованным и конкурирующие новостные агентства, делая все возможное, чтобы удержаться на рынке, неизбежно дают широкомасштабное освещение активных боевых действий, насильственных и вероломных стратегий и тактик, которые при этом задействуются противоборствующими сторонами. Подобная тенденция, в свою очередь, выводит на новый уровень взаимоотношения СМИ и государственных, национальных служб безопасности. В погоне за право обладать вниманием аудитории новостные агентства зачастую воссоздают искаженную картину угрозы, исходящей от столкновений, принижают способность властей объяснить занимаемую в конфликте позицию, таким образом, освещая проблему вооруженных столкновений в выгодном для себя контексте.

В этой связи, исследователи все чаще сосредотачиваются на проблемах стиля и тональности с опорой, на которые СМИ освещают влияние текущих вооруженных столкновений на формирование отношения целевой аудитории к этим явлениям [6, с.14], поведенческих реакций массовой общественности [7, с.37], в том числе, избирателей как потенциальных сторонников противоборствующей стороны [8, с.200].

Накоплено достаточно эмпирического материала, свидетельствующего о том, что освещение военных событий в СМИ усиливает чувства страха, тревожности и беспокойства аудитории, а усиление негативных эмоций в обществе непосредственно предопределяет предпочтения представителей общественности к решительным антивоенным действиям, основанным на применении силы [9, с.134–147; 67–69].

В отдельных случаях другие тактики реагирования на атаки противоборствующей стороны оказываются несостоятельными, даже если приводят к превосходным результатам.

Статические исследования показали, что внимание СМИ к вооруженным конфликтам не способствует дальнейшей эскалации военных событий. Однако крупномасштабные активные боевые действия все же вызывают у СМИ повышенное внимание. Установлено, что внимание СМИ к текущему вооруженному конфликту ослабляется в периоды, когда одновременно происходят иные аналогичные конфликты. Данное положение согласуется с идеей о том, что массовая аудитория не обладает безграничным неослабевающим интересом к информации об активных боевых действиях [10, с.219]. Информационная деятельность СМИ оказывается чувствительной к предпочтениям массовой аудитории в случае, если та испытывает убывающую предельную полезность новостей о вооруженных конфликтах. В связи с этим, «каждая из противоборствующих сторон конкурирует друг с другом в плане привлечения внимания СМИ к своим насущным интересам, проявляет незамысловатую оригинальность в сценической постановке военных действий. Следовательно, внимание СМИ к той или иной воющей стороне оказывается величиной пропорциональной в отношении способности к воображению воюющих» [11, с.216].

В свете указанной проблемы вооруженные конфликты предстают серьезной политической проблемой, поскольку стороны, которые задействованы в конфликте, начинают прибегать к «новым» стратегиям и тактикам, расширять диапазон возможных мишеней для нанесения боевых ударов, активно противодействовать принимаемым против них контрмерам, т.е., в конечном счете, затягивать конфликт всеми возможными способами.

С появлением глобального телевидения и развитием дифференцированных стратегий паблик рилейшнз пропаганда в сфере военных действий переходит на новый профессиональный уровень, задействует потенциал субъективной составляющей языка («мы» атаковали «их»), таким образом, моделируя образ врага с опорой на исповедуемую идеологию и внедряя этот образ в сознание массовой аудитории, потребителя СМИ. Новостные сообщения концентрируют внимание адресата на текущих военных столкновениях, фактически, не озвучивая фоновой информации об исторических предпосылках конфликта. В результате массовая аудитория воспринимает актуальные события как борьбу добра со «злом», что, в свою очередь, наглядно демонстрирует важность коммуникативных стратегий в освещении хода военных действий. Роль коммуникации как доминирующего стратегического механизма воздействия находит оптимальную реализацию в потребностях СМИ представлять актуальные события впечатляющим и эффектным образом.

В этой связи появление мобильного вещания и телевидения, освещающего события в прямом эфире, создание соответствующей инфраструктуры становится для современного медийного мира позитивной тенденцией. Сообщения о военных действиях в рамках того или иного локального или международного конфликта, как правило, предварительно анонсируется в печатных и электронных телевизионных гидах. Освещение текущих военных событий осуществляется преимущественно в пиковое эфирное время, предполагающее максимальное количество телезрителей и радиослушателей. Подобные программы обладают своим логотипом, заставками и узнаваемым музыкальным («трагическим») сопровождением, создающим соответствующий эмоциональный климат освещения и восприятия актуальных событий, связанных с динамикой военных действий.

Важность СМИ заметно усиливается в свете изменяющейся природы информационной войны, успех которой измеряется не столько в милитаристских понятиях, сколько в политических терминах. В современную эпоху СМИ предстают действенным инструментом развязывания военных действий. Достижение победы в текущих войнах в значительной степени зависит от доминирующего общественного мнения, утвердившегося на местном и международном уровне в плане развивающегося вооруженного столкновения. Общественное осуждение агрессора фактически может быть приравнено к его поражению на поле сражений вне зависимости от стремления отдельных журналистских сообществ дать беспристрастную и сбалансированную оценку вспыхнувшего конфликта. Победа на полях сражений не может быть механически сведена к разгрому противника посредством вооруженных сил. В частности, разрешение военных конфликтов в Косово и Афганистане было достигнуто большей степени политическим урегулированием, чем активными боевыми действиями [12, с.164–174; 127–132].

Удержание военачальниками своих позиций как никогда достигается в настоящее время с опорой на контролирование СМИ, характер освещения конфликтов в выпускаемой ими продукции. Закономерности и конвенции ведения войны, однако, адекватно не отражают конструктивную роль СМИ в политическом урегулировании вооруженных конфликтов. Международное гуманитарное право требует, чтобы представители массмедийного сообщества обеспечивали права гражданского населения [13, с.62–84].

Проблема заключается в том, имеют ли участники вооруженных конфликтов право контролировать СМИ в процессе ведения активных вооруженных столкновений. Развязывание военных действий и их освещение в СМИ стало стабильной тенденцией современной эпохи. Новостные каналы функционируют 24 часа в сутки, политические руководители и военные лидеры осознают важность этого бесперебойного потока информации, направленного на массовую аудиторию. Это, в свою очередь, дает оптимальную возможность политикам и военачальникам (обеих противоборствующих сторон) использовать СМИ в целях освещения того, какие методы необходимо задействовать, чтобы вести войну [14, с.14].

Медийное освещение текущих вооруженных столкновений между Западом и другими государствами воссоздает в западных СМИ образ «чистой» войны, ведущейся с террористами с опорой на современные технологии, которые якобы минимизируют жертвы среди мирного населения, которые представляется как побочный ущерб, причиняемый военными действиями. Согласно независимым группам американских исследователей, специалистам в сфере воздействия СМИ на целевую аудиторию, в настоящий момент мало освещаются факты, связанные со смертоносным воздействием передового вооружения на жизнь безоружного человека. Вниманию адресата предлагаются, прежде всего «удачная» бомбардировка военных установок противника [15, с.45–64; 560].

Война – как и другие формы конфликта и напряженности – привносят в повседневную жизнь общества (в том числе, и демократического) стрессовые настроения [16, с.508-522]. На карту ставятся не только деятельность, финансовое положение политиков противоборствующих сторон, но и повседневность гражданского населения, которое может потерять некоторые свои свободы и испытать риск для своей жизни. Перед лицом военной угрозы усиливается тенденция к сплочению вокруг своего лидера, созданию единого фронта.

В рамках многочисленных военных конфликтов международного характера зафиксированы неоднократные попытки властей противоборствующих сторон оказать влияние на новостное освещение событий в СМИ. В частности, администрация Дж. Буша выплачивала гонорары журналистам и ПР-компаниям за распространение выгодной информации. Подобные случаи были выявлены, когда в сентябре 2006 г. оплатила анти-Кастровскую деятельность десяти журналистам телерадиокомпании «Марти», которая ведет вещание на Кубу [17, с.13].

США также субсидировали иракских журналистов за возможность определять политический тон новостных публикаций в Ираке. Важность фреймирования и определения содержания новостных сообщений, их возможные эффекты на формирование общественного мнения были озвучены американскими военными лидерами в Багдаде при подписании контракта на 20 миллионов долларов. Данный контракт предоставлял американской стороне право в течение двух лет осуществлять мониторинг ближневосточных и американских СМИ в целях обеспечения позитивного освещения новостей из Ирака. Цель проекта состояла в том, «развить коммуникативные стратегии и тактики, определить возможности для иракского правительства и коалиционных сил в сфере эффективной коммуникации» [18, с.18]. Указанные решительные попытки оказывать влияние на массмедийное освещение текущего развития иракского конфликта свидетельствует о политической слабости американской администрации и иракского руководства, попытке заручиться внутригосударственной поддержкой своих действий.

СМИ играют ведущую роль в идеологическом освещении военных конфликтов разных масштабов, форм и интенсивности проявления, причин вспыхивания [19, с.137-142]. При этом главным элементом, как представляется, является эксплуатация образа врага. Та сторона конфликта, которой данные СМИ покровительствуют, репрезентируется в терминах позитивных моральных мотивов, героического поведения. Врагу как противоборствующей стороне приписывается зло и трусость, его образ принижается, за счет чего усиливается идеологическое несходство между участниками конфликта, «друзьями» и «недругами».

Эффективность образа врага, конструируемого СМИ, оказывается зависимой от таких предварительных условий, как:

● общая тенденция индивида основывать оценки о другом индивиде на упрощенных поверхностных впечатлениях о нем [20, с.14-15];

● актуальность для индивида дихотомического в аксиологическом отношении образа мира (плохие люди / хорошие люди) [21, с.113];

● страх индивида перед представителем иной культуры [22, с.134;11];

● романтизация зла и насилия [23, с.55]: образ врага, представляемый в СМИ, завоевывает широкую популярность у аудитории, которой «нравится» лицезреть этот образ и испытывать от этого негативные эмоции, что, в свою очередь, объясняется спецификой внутригруппового / внешнегруппового мышления в терминах потребности к эмоциональному возбуждению в условиях потенциального отсутствия реальной угрозы.

При этом сам образ врага конструируется с опорой на следующие социально-политические и психологические механизмы, негативно характеризующие мишень:

1) противоборствующая сторона описывается как однородная социальная масса, в которой фактически отсутствуют индивидуальные различия, а также в терминах уничижения и абсурдности;

2) сложность социально-политической организации противоборствующей стороны сводится к упрощенным, примитивным характеристикам;

3) в экстремальных случаях противоборствующая сторона «дегуманизируется», наделяется отрицательными коннотациями, получает метафорические номинации из сфер животного мира («свиньи», «крысы») и абстрактных объектов («империя зла») с целью достижения согласия в обществе относительно необходимости атаковать «врага»;

4) в визуальном плане указанные в п.3 характеристики заметно преувеличиваются в карикатурах, пропагандистских фильмах и плакатах;

5) страны, покровительствующие противоборствующей стороне, персонифицируются как монолитный враг («русские», «американцы»), лидеры этих стран представляются как олицетворение этих стран (Путин олицетворяет Россию, Обама – США, Саддам Хусейн – все арабские страны);

6) агрессивные намерения приписываются исключительно противоборствующей стороне, внутригрупповые действия «своей» стороны направлены лишь только на самозащиту;

7) СМИ, представляющие противоборствующие стороны конфликта, задействуют зеркальные образы и стереотипы, наиболее популярным из которых являются Гитлер и агрессивность германских войск во Второй мировой войне;

8) актуальные факты интерпретируются на избирательной основе и в упрощенном контексте, что, в свою очередь, порождает однобокое видение проблемы, программирует соответствующим образом когнитивную систему верований в обществе; для доказательства необходимости в «превентивных» атаках преувеличивается боеспособность противника, активно обнародуется идея о раскрытии стратегических планов противоборствующей стороны;

9) жертвы, которые несет противоборствующая сторона, не получают должного освещения или обнародуются в абстрактных терминах, что потенциально предотвращает любое проявление эмпатии по отношению к противнику;

10) между этническими характеристиками и специфическим поведенческими моделями, якобы свойственных противоборствующей стороне, неявно устанавливается причинная зависимость.

Указанные механизмы, как свидетельствуют наши наблюдения, активно задействуются современными СМИ, особенно в ситуациях острого военного кризиса, затяжных конфликтов.

Значительный сдвиг в «коммуникации о военных действиях» происходит одновременно с многоплановой актуализацией факта вездесущности насилия в аудиовизуальных СМИ [24, с.15-20; 34]. Освещение физической агрессии предстает важным компонентом коммуникативной деятельности СМИ. В частности, на каждом телеканале американские программы (согласно данным еще 1991 г.) ежечасно транслируют десять актов насилия, европейские программы – пять актов [25, с.40]. На американском телевидении запущен круглосуточный эксклюзивный «военный» канал, который освещает милитаристские действия, имеющие место во всем мире.

Пользуясь высокими рейтингами у целевой аудитории, освещение военных событий превращается в своеобразную индустрию СМИ. При этом визуальные эффекты и прямой эфир с места событий оказываются более важными, чем анализ причин вспыхивания конфликта. В этом отношении между телевизионными культурами и отдельными каналами, конечно же, обнаруживаются заметные различия, однако, усиливающееся влияние глобальных телерадиокорпораций новостной материал репрезентируется во всем мире более унифицированным способом.

В частности, в качестве стабильной тенденции можно рассматривать «беллетризацию» сообщений о военных действиях, в рамках которой практически невозможно разграничить драматургию постановки и собственно новостной дискурс [26,с.43-49]. Использование роликов со специфическими визуальными эффектами, музыкального сопровождения, образов из видеоигр блокируют возможность осознания того, что военные столкновения сопровождаются большими жертвами, в том числе, среди мирного населения.

Таким образом, СМИ оказываются «зажатыми» между информационной деятельность различных политических субъектов, вовлеченных в военный конфликт, что предстает прямым следствием изменений в текущем понимании такого понятия, как «достижение мира в современной войне». Указанное понятие все чаще приобретает политическую окраску, нежели указывает на способность разгромить армию противника на поле военных сражений. Участники военного конфликта и стоящие за ними политические субъекты предпринимают решительные попытки оказать влияние на СМИ и определить характер выпускаемых ими новостных сообщений. Вооруженные столкновения неизбежно провоцируют страх, беспокойство и напряжение в обществе, предопределяют активную поддержку аудитории контрмер против противника, основных на применении военной силы. Подобная реакция аудитории, в свою очередь, формируется как результат восприятия эмоционального содержания медиа-сообщений о военных конфликтах.

***Литература:***

*1. Скворцов Л.В. Информационная культура и цельное знание. – М.: Изд-во МБА, 2011. – С. 17; Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию и исследования. – М.: Авантиплюс, 2003. – С. 13; Желтухина М.Р. Тропологическая суггестивность массмедиального дискурса: о проблеме речевого воздействия тропов в языке СМИ. – М.: Ин-т языкознания РАН; Волгоград: ВФ МУПК, 2003. – С. 29.*

*2. Кирия К.Д. Новостной телевизионный текст: структура, стратегия, экспрессивность: дис. … канд. филол. наук. – М., 2007. – С. 87-89; Рабой М., Дагенис Б. (ред.) СМИ. Кризис и демократия: массовые коммуникации и нарушение общественного порядка. - L .: Sage, 1992. - С. 123.*

*3. Бигнелл Дж. Медиа семиотика: введение. - Манчестер: издательство Манчестерского университета, 1997 год. - С. 119-121.*

*4. Леонид Решетников: «США висят на волоске» //* [*http://www.aif.ru/politics/world/leonid\_reshetnikov\_ssha\_visyat\_na\_voloske*](http://www.aif.ru/politics/world/leonid_reshetnikov_ssha_visyat_na_voloske)*.*

*5. Авдонина Н.С. Роль масс-медиа в создании публичной сферы обсуждения вооруженных конфликтов // Вестник Поморского университета. Серия Гуманитарные и социальные науки. – 2011. – № 7. – С. 90–94.*

*6. Корсунская М.В. Динамика взаимодействия СМИ и аудитории: Контент-анализ российской прессы в экстремальной ситуации: дис. … канд. социолог.наук. – М., 2005. – С. 14.*

*7. Калоева И.Э. Вооруженные конфликты и СМИ. – Владикавказ: ОГУ, 2008. – С. 37.*

*8. Хельд В. СМИ и политическое насилие // Журналы этики. - 1997. - No. 1. - С. 200.*

*9. Быховец Ю.В. Представления о террористическом акте и переживание террористической угрозы жителями разных регионов РФ: дис. … канд. психол. наук. – М., 2007; Зудин Д.И. Влияние телевидения на национальную безопасность России в информационной сфере: дис. … канд. социолог.наук. – Нижний Новгород, 2006. – С. 134–147; Гесс С. Кальб М. (Ред.) СМИ и война с терроризмом. - У.: Институт Брукингса, 2003. - С. 67-69.*

*10. Скотт Дж. Л. Медиа-заторы ограничивают терроризм СМИ // Экономика обороны и мира. - 2001 год - № 12 (2). - С. 219.*

*11. Там же. С. 216.*

*12. Косово: международные аспекты кризиса / Под ред. Д. Тренина и Е. Степановой. – М.: Гендальф, 1999. – С. 164–174; Бурлинова Н.В. НАТО в Афганистане: проблемы выработки и реализации политической стратегии: дис. … канд. полит.наук. – М., 2010. – С. 127–132.*

*13. Международное гуманитарное право: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Юриспруденция» / под ред. И.И. Котлярова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. – С. 62–84.*

*14. Авдонина Н.С. Журналистика и политика вооруженного конфликта: сравнительный анализ американской и отечественной прессы: автореф. дис.… канд. филол. наук. – СПб., 2012. – С. 14.*

*15. Дэлли Карпини М., Уильямс Б.А. Телевидение и терроризм: модели представления и распространения. С 1969 по 1980 год // Западная политическая ежеквартальная. - 1987. - № 40 (1). - P. 45-64; Hoffman A.M., Jenelley D.H.A., Duncan N., Buehler M., Rees M.L. Как бизнес новостей влияет на освещение терроризма? Данные из Washington Post и USA Today.*

*16. Стоун М. Ответы на освещение средствами массовой информации терроризма // Журнал разрешения конфликтов. - 2000 год. - № 44 (4). - С. 508-522.*

*17. Гуднова А. США заплатили 10 журналистов за антикоррупционные отчеты // Washington Post. - 2006. - 31 августа - С. 13 // www.washingtonpost.com.*

*18. Симонс Г. СМИ и битва за общественное мнение в глобальной войне с террором: насилие и легитимность в Ираке // Восприятие. - 2008. - Весна-Лето. - С. 88.*

*19. Базанов А.А. Социологический анализ идеологических структур гегемонного и контргегемонного дискурсов СМИ: дис. … канд. социол. наук. – Нижний Новгород, 2005; Ивченко М.С. Модели функционирования современных российских СМИ: дис. … канд. социол. наук. – Саратов, 2010. – С. 137–142; Михальченко И.А. Информационные войны и конфликты идеологий в условиях геополитических изменений конца XX века: дис. … канд. полит.наук. – СПб, 1998.*

*20. Гудков Л. Идеолог «врага»: «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции // Образ врага. - М .: ОГУ, 2005. - С. 14-15. // Терроризм и политическое насилие. - 2010. - № 22 (4). С. 560.*

*21. Белоусова Ю.В. Создание образа врага на страницах российских СМИ (на примере российско-грузинского конфликта в августе 2008 г.) // Вестник ВГУ. Серия: Филология, Журналистика. – 2011. – № 1. – С. 113.*

*22. Савельев А.Н. Образ врага расология и политическая антропология. – М.: Белые альвы, 2007. – С. 134; Сенявская Е.С. Противники России в войнах XX века: Эволюция «образа врага» в сознании армии и общества. – М.: РОССПЭН, 2006. – С. 11.*

*23. Семенова А.В., Корсунская М.В. Анализ медиаконтента: проблемы и опыт применения, Под ред. В.А. Мансуров. - М .: Институт социологии РАН, 2010. - С. 55; Депутат Михеев предлагает бороться с романтизацией насилия в СМИ //* [*https://lenizdat.ru/articles/1120271/*](https://lenizdat.ru/articles/1120271/)*.*

*24. Гебнер Г. Насилие и террор в средствах массовой информации // Доклады и доклады по массовой коммуникации. - No. 102.- Unesco, 1988. - С. 15-20; Ван Дейк Т.А. Сегодня средства массовой информации: дискурсы доминирования или разнообразия? // Jannost / The Public (Любляна). - 1995 год. - № 2 (2). - С. 34.*

*25. Вайманн Г. Театр террора // Джорнал оф коммюникейшн. - 1991. - № 33. – С. 40.*

*26. Тусу Д.К., Фридман Д. (ред.) Война и СМИ: Отчетность конфликтов. - Лондон: Sage, 2003. - С. 43-49.*

***Literature:***

*1. Skvortsov L.V. Information Culture and Whole Knowledge. - Moscow: Publishing house of the IBA, 2011. - P. 17; Nazarov M.M. Mass Communication and Society. Introduction to Theory and Research. - Moscow: Avantiplyus, 2003. - P. 13; Zheltukhina M.R. Tropological Suggestibility of Massmedial Discourse: on the Problem of Speech Influence of Tropes in the language of the Media. - Moscow: Institute of Linguistics RAS; Volgograd: VF MUPK, 2003. - P. 29.*

*2. Kiriya K.D. News Television Text: Structure, Strategy, Expressiveness: Dis. ... Candidate of Philology. - M., 2007. - P. 87-89; Raboy M., Dagenais B. (Eds.) Media. Crisis and Democracy: Mass Communication and the Disruption of Social Order. - L .: Sage, 1992. - P. 123.*

*3. Bignell J. Media Semiotics: An Introduction. - Manchester: Manchester University Press, 1997. - P. 119-121.*

*4. Leonid Reshetnikov: «The USA Hangs by a Thread»//* [*http://www.aif.ru/politics/world/leonid\_reshetnikov\_ssha\_visyat\_na\_voloske*](http://www.aif.ru/politics/world/leonid_reshetnikov_ssha_visyat_na_voloske)*.*

*5. Avdonina N.S. The Role of Mass Media in Creating a Public Sphere for the Discussion of Armed Conflicts // Bulletin of the Pomor University. Series Humanities and Social Sciences. - 2011. - No. 7. - P. 90-94.*

*6. Korsunskaya M.V. Dynamics of Interaction Between the Media and the Audience: Content Analysis of the Russian Press in an Extreme Situation: Dis. ... Candidate of Sociology - M., 2005. - P. 14.*

*7. Kaloeva I.E. Armed Conflicts and Media. - Vladikavkaz: OSU, 2008. - P. 37.*

*8. Held V. The Media and Political Violence // Journal of Ethics. - 1997. - No. 1.-P. 200.*

*9. Bikhovets Y.V. Representations About a Terrorist Act and the Experience of a Terrorist Threat by Residents of Different Regions of the Russian Federation: Dissertation ... Candidate of Psychol. Sciences. - M., 2007; Zudin DI The Influence of Television on Russia's National Security in the Information Sphere: dis. ... Candidate of Sociology - Nizhny Novgorod, 2006. - P. 134-147; Hess S. Kalb M. (Eds.) The Media and the War on Terrorism. - W .: The Brookings Institution, 2003. - P. 67-69.*

*10. Scott J.L. Media Congestion Limits Media Terrorism // Defense and Peace Economics. - 2001 - No. 12 (2). - P. 219.*

*11. Ibid. P.216.*

*12. Kosovo: International Aspects of the Crisis / Ed. D. Trenin and E. Stepanova. - Moscow: Gendalf, 1999. - P. 164-174; Burlinova N.V. NATO in Afghanistan: the Problems of Developing and Implementing a Political Strategy: dis. ... Candidate of Political Science. - M., 2010. - P. 127-132.*

*13. International Humanitarian law: a Textbook for University Students Studying in the Specialty «Jurisprudence» / ed. I.I. Kotlyarova. - M .: UNITY-DANA: Law and Law, 2012. - P. 62-84.*

*14. Avdonina N.S. Journalism and the Policy of Armed Conflict: a Comparative Analysis of the American and Russian Press: the Author's Abstract. Dis. ... cand. Philol. Sciences. - St. Petersburg, 2012. - P. 14.*

*15. Delli Carpini M., Williams B.A. Television and Terrorism: Patterns of Presentation and Occurrence. 1969 to 1980 // Western Political Quarterly. - 1987. - No. 40 (1). - P. 45-64; Hoffman A.M., Jenelley D.H.A., Duncan N., Buehler M., Rees M.L. How does the Business of News Influence Terrorism Coverage? Evidence from The Washington Post and USA Today.*

*16. Stone M. Responses to Media Coverage of Terrorism // Journal of Conflict Resolution. - 2000. - No. 44 (4). - P. 508-522.*

*17. Goodnough A. US Paid 10 Journalists for Anti-Castro Reports // Washington Post. - 2006. - Aug. 31. - P. 13 //* [*www.washingtonpost.com*](http://www.washingtonpost.com)*.*

*18. Simons G. Mass Media and the Battle for Public Opinion in the Global War on Terror: Violence and Legitimacy in Iraq // Perceptions. – 2008. – Spring-Summer. – P. 88.*

*19. Bazanov A.A. Sociological Analysis of the Ideological Structures of Hegemonic and Counter-Hegemonic Discourses of the Media: diss. Candidate of Sociology. Sciences. - Nizhny Novgorod, 2005; Ivchenko M.S. Models of Functioning of Modern Russian Media: Dissertation. Candidate of Sociology- Saratov, 2010. - P. 137-142; Mikhalchenko I.A. Information Wars and Conflicts of Ideologies in Conditions of Geopolitical Changes of the end of XX Century: dis. ... Cand. Political Science. - St. Petersburg, 1998.*

*20. Gudkov L. The Ideologue of the «Enemy»: «Enemies» as a Mass Syndrome and the Mechanism of Socio-Cultural Integration // Image of the Enemy. - Moscow: OSU, 2005. - P. 14-15. // Terrorism and Political Violence. - 2010. - No. 22 (4). P. 560.*

*21. Belousova Y.V. Creation of the Image of the Enemy on the Pages of Russian Media (on the Example of the Russian-Georgian Conflict in August 2008) // Vestnik VSU. Series: Philology, Journalism. - 2011. - No. 1. - P. 113.*

*22. Savelyev A.N. Image of the Enemy of Race Stydy and Political Anthropology. - M .: Belie Alvi, 2007. - P. 134; Senyavskaya E.S. Opponents of Russia in the Wars of the 20th Century: Evolution of the "Enemy Image" in the Minds of the Army and Society. - Moscow: ROSSPEN, 2006. - P. 11.*

*23. Semenova A.V., Korsunskaya M.V. Media Content Analysis: Problems and Experience of Application, Ed. V.A. Mansurov. - Moscow: Institute of Sociology RAS, 2010. - С. 55; Deputy Mikheyev Proposes to Fight Against Romanticization of Violence in the Media //* [*https://lenizdat.ru/articles/1120271/*](https://lenizdat.ru/articles/1120271/)*.*

*24. Gebner G. Violence and Terror in the Mass Media // Reports and Papers on Mass Communication. - No. 102.- Unesco, 1988. - P. 15-20; Van Dijk T.A. The Mass Media Today: Discourses of Domination or Diversity? // Jannost / The Public (Ljubljana). - 1995. - No. 2 (2). - P. 34.*

*25. Weimann G. Theater of Terror // Journal of Communication. – 1991. – № 33. – P. 40.*

*26. Thussu D.K., Freedman D. (eds) War and the Media: Reporting Conflict. – London: Sage, 2003. – P. 43–49.*