

УДК 32.019.5

Солонько И. В.,
*доктор философских наук,
 профессор кафедры «Менеджмент организации»,
 БГТУ «Военмех» им. Д.Ф. Устинова.*

Слинько Е. А.,
*аспирант,
 кафедра «Менеджмент организации»,
 БГТУ «Военмех» им. Д.Ф. Устинова.*

**«Значение медийного обеспечения военных конфликтов в XXI веке
 на примере вторжения США в Ирак в 2003 году»**

DOI: 10.33979/2587-7534-2025-3-151-166

В статье рассмотрена проблематика значения медийного обеспечения военного конфликта в реалиях XXI века на примере вторжения США в Ирак в 2003 году. Тема важности информационной поддержки военного конфликта рассматривается многими отечественными и иностранными экспертами, что подтверждает ее актуальность. Предметом данного исследования является контроль над СМИ через влияние «embedded journalism» и аналитического центра PNAC на освещение вторжения США в Ирак в 2003 году. В ходе компаративного и контент анализа авторы дают свою оценку успешности проведения информационного сопровождения вооруженного вторжения США в Ираке в 2003 году и сравнивают его с применением аналогичных инструментов Российской Федерации в начале специальной военной операции в 2022 году.

Ключевые слова: *информационное сопровождение, США, embedded journalism, контроль над СМИ, аналитические центры.*

Solonko I. V.,
*Grand PhD in Philosophy,
 Professor of the Department of Organization Management,
 Baltic State Technical University „Voenmeh“ named after D. F. Ustinov.*

Slinko E. A.,
*Graduate student,
 Department of Organization Management,
 Baltic State Technical University „Voenmeh“ named after D. F. Ustinov.*

The significance of media coverage for military operations in the 21st century: a case study of the US invasion of Iraq in 2003.

The article explores the significance of media coverage in military conflicts in the 21st century by examining the U.S. invasion of Iraq in 2003 as a case study. The importance of information coverage during military operations is a topic that has been discussed by numerous domestic and international experts, emphasizing its relevance.

The focus of this research is on media influence through the use of embedded journalism and PNAC think tanks' coverage of the U.S.'s 2003 invasion of Iraq. Through comparative and content analysis, the authors evaluate the effectiveness of information support provided during the U.S.-led armed intervention in Iraq in 2003 and compare it to similar efforts by the Russian Federation during its special military operation at the beginning of 2022.

Keywords: *information support, USA, embedded journalism, media control, think tanks.*

Информационное сопровождение любого значимого события в реализации внутренней или внешней политики государства имеет фундаментальное значение для формирования общественного мнения и актуальной информационной повестки в обществе [Солонько И. В., 2022]. Война или военный конфликт не является исключением и также нуждается в скоординированном медийном обеспечении.

В феврале 2022 года Российская Федерация начала проведение специальной военной операции (далее – СВО) на территории Украины. Официальными целями данной операции, озвученной Верховным главнокомандующим, были демилитаризация и денацификация Украины [Lenta, 2024]. После начала активных боевых действий выяснилось, что средства массовой информации (далее – СМИ) России оказались не готовы к эффективному информационному сопровождению столь значимого события не только в нашей стране, но и в международном медийном пространстве. Противники России воспользовались образовавшимся вакуумом в информационной среде и начали навязывать мировому сообществу свою трактовку, что в дальнейшем сыграло негативную роль не только с точки зрения имиджа России на мировой арене, но и отразилось на ходе боевых действий [Шатилов, 2022]. Данный тезис подтверждается наличием заметного числа, так называемых, «релокантов», массовым притоком добровольцев в вооруженные силы Украины, информационными атаками на Россию не только за ее пределами, но и внутри нее.

В первый год СВО информационное сопровождение конфликта со стороны западных СМИ, государственного секретаря США и преступного режима на территории бывшей Украинской ССР оказалось более эффективным по сравнению с Россией. С российской стороны были комментарии с посылом «мы не даем комментарии» или монотонное перечисление взятых населенных

пунктов с количеством уничтоженной техники противника, которое входило в каждодневный доклад руководителя Департамента информации и массовых коммуникаций Министерства обороны Российской Федерации.

Стоит отметить, что информационное сопровождение военного конфликта входит в более обширное понятие информационного противостояния или просто пропаганды. Донесение своего виденья, конечной цели, хода и причин военного противостояния является важнейшей задачей для каждой из противоборствующих сторон.

В научном сообществе тема информационного противоборства является не новой. Над ее раскрытием работали такие отечественные исследователи как: Н. Л. Волковский, А. В. Манойло, И. Н. Панарин, В. И. Цымбал, И. Э. Калоева, Д. Н. Щербин и др. Конкретно тематикой освещения конфликта, в котором принимали участие вооруженные силы США занимались: Е. Е. Бойцова, А. Е. Шагов и А. А. Теплов и др.

Отдельно следует отметить кандидатскую диссертацию Е. Е. Бойцовой. Она раскрывает тему проведения информационно-психологических операций армии США в военном противостоянии с государством Ирак. В этом труде автор опирается на доктрину «Психологические операции, полевой устав 3-05.3» от 2000 года и объединенную доктрину «Информационные операции» от 1998 года. В выводах этого исследования автор приходит к тому, что на момент начала нового тысячелетия США являлись монополистом в сфере информационного противоборства. Однако, в будущем их позиции могут пошатнуться. Также автор указывает на общее осуждение мировой общественностью вторжения в Ирак в 2003 году, но упоминает тот факт, что благодаря качественной медийной поддержки США удалось нормализовать фон вокруг данного конфликта.

Е. Е. Бойцова уделила внимание не столько информационному противостоянию в целом, сколько важности медийного сопровождения любых боевых действий XXI века. Вторжение США в Ирак в 2003 году стало ярким примером того, как информационное сопровождение может определять восприятие военного конфликта как внутри страны, так и на международной арене.

До начала военной операции, была развернута масштабная кампания, направленная на обоснование необходимости вмешательства. Администрация США активно использовала такие инструменты, как медиакоммуникация, дипломатические заявления и доклады разведки, чтобы убедить мировое сообщество в существовании угрозы, связанной с якобы имеющимся у Ирака оружием массового уничтожения. Эта информационная стратегия продемонстрировала, как нарративы и пропаганда могут служить средством мобилизации поддержки и снижения сопротивления военным действиям.

Исследование заявленной темы позволяет понять механизмы управления общественным сознанием, а также выявить уроки и последствия, которые несет искажение информации в условиях глобальной нестабильности. На примере вторжения США в Ирак анализируется роль медиапространства, политической

риторики и манипуляций фактами в формировании общественного мнения и в процессе легитимации военных действий.

20 марта 2003 года вооруженные силы США начали вторжение в Ирак. Президент Джордж Буш аргументировал эту агрессию на суверенное государство тем, что Саддам Хусейн был причастен к нападениям на Соединенные Штаты 11 сентября 2001 года, не соблюдал требования Организации Объединенных Наций (далее ООН) о проверках вооружений и владел значительным арсеналом оружия массового уничтожения (далее ОМУ), которое он планировал использовать против США и передать террористам.

Однако последующие события показали, что утверждения Белого дома по каждому из этих пунктов оказались ложными. Возражения мировой общественности, обращение сенаторов США к Белому Дому с просьбой дать четкое обоснование необходимости начала боевых действий, коллективное обращение лидеров России, Германии и Франции были проигнорированы администрацией Джорджа Буша и не привлекли особого внимания прессы или телевидения в США. В ведущих СМИ было представлено очень мало альтернативных мнений. В частности, утверждалось, что в то время в этой атаке не было необходимости, поскольку инспекторы по вооружениям не обнаружили такого оружия и им требовалось больше времени для окончания работы. Также подчеркивалось, что уже введенные санкции продолжали действовать, а поиск ОМУ официально завершился 12 января 2005 года.

«...Успех «пиар-войны Буша» во многом зависел от лояльности прессы, которая безоговорочно повторяла почти все ложные заявления администрации о том, что Саддам Хусейн представлял угрозу для Америки» [John R, 2004]. Данная цитата принадлежит американскому издателю журнала Harper's Magazine, Джонну Маккартуру и она дает представление о влиянии СМИ на вторжение в Ирак в 2003 году.

Война в Ираке охватывала не только газеты, радио, телевидение, но и интернет. Это была первая война, развернувшаяся в условиях уже сформировавшейся эпохи 24-часового новостного цикла, когда такие каналы, как CNN, Fox News и BBC, круглосуточно транслировали события в режиме реального времени. Важным отличием войны в Ираке от всех остальных войн послужили так называемые «embedded journalists».

Под "embedded journalists" ("встроенная журналистика") понимается работа журналистов в составе военных подразделений во время вооруженных конфликтов. Эта практика использовалась в различных исторических контекстах, но впервые она получила широкое распространение при освещении вторжения в Ирак в 2003 году.

По некоторым данным число прикомандированных журналистов и фотографов к боевым подразделениям могло достигать порядка 800 человек. Прежде чем получить разрешение на официальную съемку коалиции нужно было пройти военно-учебный лагерь. Учебная программа журналистов включала в себя занятия по военной терминологии, а также по ядерной, химической и биологической защите. Помимо этого, журналистам требовалась освоить

посадку на вертолет, пройти курс физической подготовки, совершить пятикилометровый марш-бросок и освоить навигацию на местности.

"Embedded journalism" основывается на непосредственном опыте журналистов, которые испытывают весь спектр эмоций свойственный людям переживших боевые действия. Из-за стрессовых ситуаций репортер может допускать эмоции и личный мотив в свой репортаж, что может повлиять на объективность конечного результата. Бенефициаром нарушения журналистских принципов могла стать администрация Буша, которая и разрешила "embedded journalists" находиться на передовой вместе с боевыми подразделениями.

Журналистов, которые освещали вторжение в Ирак, не будучи прикрепленными к вооруженным подразделениям, называли "независимыми журналистами". Эти журналисты предпочитали действовать независимо, чтобы избежать ограничений, налагаемых военными, а иногда даже сами сталкивались с ограничениями. Они также сделали это из-за опасений, что, находясь под защитой войск коалиции, возглавляемой США, они могут предвзято относиться к своим репортажам в пользу коалиционных сил.

Различия между "embedded journalists" и "независимыми журналистами" играли важную роль в освещении и создании нужной Вашингтону повестки. Исследователи "embedded journalists" утверждают, что "независимые журналисты" уделяют особое внимание человеческому аспекту, тем кто пострадал, а в войне в Ираке они видели пострадавшей стороной, в первую очередь, граждан Ирака, а не американских солдат [Aljazeera, 2023].

"Embedded journalists" наоборот же не могут не отражать точку зрения солдат, которых они сопровождают. Основным аспектом, из-за которого "embedded journalists" подвергается критики является подход освещения конфликта, в котором вмешивается цензура, навязанная военными. Журналистами высказываются опасения, что повсеместное использование практики "embedded journalists" приведет к тому, что новостная повестка и журналисты в целом станут обслуживающим персоналом армии, а не объективным взглядом со стороны.

Ранее в статье была приведена цитата американского издателя журнала Harper's Magazine, который выразил мнение, что успех войны в Ираке строится на полной лояльности СМИ президенту Бушу и его администрации. В подтверждение данной проблемы можно привести официальное признание Пентагоном данных о том, что программа "embedded journalists" была реализована в рамках информационной войны против Саддама Хусейна [Kuypers & Cooper, 2005].

Авторы работы с названием: «Встроенные против независимых: видеть – значит не верить» даже изобрели уничижительный термин для "embedded journalists" – *presstitutionin*. Они сравнивают журналистов, прикомандированных к боевым подразделениям, с проститутками, сопровождавших армию в средние века [Brent, 2003].

Опираясь на вышеизложенное, можно констатировать, что "Embedded journalism" внесла огромный вклад в освещение войны в Ираке и поддержке Вашингтонских нарративов о правильности начала боевых действий.

В подтверждение данного тезиса стоит привести примеры социологических опросов, сделанных Knowledge Networks и PIPA (Program on International Policy Attitudes). С января по сентябрь 2003 года были проведены 7 различных исследований, связанных с восприятием обычных американцев войны в Ираке [Ramsay & Subias, 2003].

В ходе опросов было выяснено, что значительная часть респондентов имела неверные представления об Ираке и их мнение противоречило данным независимых журналистов и экспертов в области разведки. Так, например, согласно результатам январского опроса большинство опрошиваемых согласилось с тезисом о причастности Ирака к теракту 11 сентября 2001 года, а некоторые опрошиваемые даже заявили, что видели «убедительные доказательства» помощи Ирака в осуществлении теракта.

На протяжении всех 7 исследований мнение респондентов о так или иначе причастности Ирака к теракту 2001 года не менялись. Такое мнение могло сформироваться у респондентов благодаря СМИ, а именно телевидению, которое было самым популярным видом развлечения в американских семьях на момент вторжения США в Ирак.

Главным телеканалом, освещающим военные действия США в Ираке, оказался Fox News, который в то время принадлежал предпринимателю Руперту Мэрдоку, поддерживающего начала военной операции против Садама Хуссейна [Jaramillo, 2009]. Во время всех прямых репортажей Fox News о войне в левом верхнем углу экрана появлялась анимация развевающегося флага, а внизу был заголовок «Операция "Свобода Ирака"». После терактов 11 сентября в верхнем левом углу появилась анимация американского флага.

Исследование, проведённое в 2003 году организацией «Справедливость и точность в репортажах» (FAIR), отслеживало частоту выступлений провоенных и антивоенных комментаторов в крупных сетях. Результаты показали, что в подавляющем большинстве случаев комментаторы высказывались в поддержку войны.

Даже после официального подтверждения Бушем о том, что крупные боевые операции в Ираке завершены и война закончилась победой коалиции, люди все равно продолжали верить в то, что войска США борются с терроризмом в Ираке. Они были готовы отдать свой голос за Буша на ближайших выборах. Так прокомментировал свой выбор Буша один из избирателей: «Он ведёт борьбу с террористами... Я люблю своих детей. Я хочу, чтобы мои дети были в безопасности» [Black & Smith, 2016].

Телеканал MSNBC также транслировал на экраны американский флаг и регулярно показывал программу «Храбрейшие в Америке», в которой были представлены фотографии, присланные семьями военнослужащих, находившихся в Ираке.

За месяц до начала вторжения MSNBC уволил Фила Донахью, известного либерального телеведущего, который критиковал политику Буша в отношении Ирака. Вскоре после увольнения Донахью телеканал MSNBC нанял Майкла Сэвиджа – скандально известного консервативного ведущего ток-шоу на радио, выходящего в эфир в субботу днём. Хотя шоу Донахью имело более низкие рейтинги, чем некоторые другие программы на других каналах, и в большинстве сообщений о его увольнении причиной назывались именно эти показатели, на момент своего закрытия оно было самым рейтинговым в прайм-тайм на MSNBC.

В общем зачёте Fox News занимал первое место, за ним следовали CNN и MSNBC. Популярность данных телеканалов среди обычных американцев можно объяснить в форме подачи материала. Война в Ираке была показана американской и международной аудитории в формате военной программы или серии репортажей. В этих репортажах использовались образы и язык, которые сочетали в себе отсылки к текущему конфликту с воспоминаниями о прошлых войнах. Отсылки к предыдущим войнам являются важной частью манипуляций, так как каждая новая война во многом зависит от образов, символов, языка и опыта, связанных с предыдущими конфликтами. Это включает демонизацию противника, обоснование необходимости ведения войны и социальные и политические выгоды, которые она может принести [Altheide, 2005].

Важно отметить, что с развитием информационных технологий люди хотели быть участниками того или иного события, показанного в новостях. Вторжение в Ирак предоставило широкой публике окунуться в пучину боевых действий и почувствовать себя участниками, не вставая с дивана. Массовое передвижение сухопутной техники, пуск ракет, пролёты авиационной техники и реальные кадры боевых действий приводили обычных граждан США в восторг, что тоже влияло на поддержку военной компании.

Чарльз Дэвис, директор Центра свободы информации при Школе журналистики Университета Миссури, заметил, что просмотр видеоматериалов о войне в режиме реального времени был похож на просмотр через соломинку. Зрители видели лишь несколько конкретных фрагментов боевых действий, но не могли получить полного контекста или понимания того, что и как происходит. Этот ограниченный обзор был соединён с более широкой картиной [Altheide, Snow. 1991].

Дэвис также отметил, что большая часть журналистских интервью, которые проводились, состояли из разговоров репортеров с другими репортерами. Это были «инсайдеры, разговаривающие с инсайдерами», что вряд ли является целью журналистских интервью.

Если проанализировать причины эффективности пропагандистских компаний по продвижению войны в Ираке, то стоит обратить внимание на следующее:

1. В стране существовал хорошо организованный аналитический центр – PNAC (Project for the New American Century или проект «Новый американский век»), в состав которого входили правительственные чиновники и издатели, направлявшие новостные репортажи.

2. Пресса была достаточно лояльной, поскольку имела доступ к ключевым должностным лицам администрации и другим официальным источникам новостей, многие из которых были связаны с PNAC.

3. После терактов 11 сентября в стране царила атмосфера поддержки и взаимной озабоченности. Политические лидеры и журналисты объединили свои усилия для защиты Соединенных Штатов.

4. Деятельность СМИ умело координировалась PNAC, который своей целью ставил продвижения идеи усиления американского глобального лидерства и распространения демократических ценностей и свободных рынков по всему миру. PNAC сыграл значительную роль в формировании внешнеполитического курса США в конце 1990-х и начале 2000-х годов, особенно в период президентства Джорджа Буша-младшего.

Авторы статьи «War Programming: The Propaganda Project and the Iraq War», Дэвид Л. Альтхейде и Дженнифер Н. Граймс считают, что PNAC, работая совместно с соответствующими СМИ, разработала, продала, реализовала и оправдала войну с Ираком.

Дэвид Л. Альтхейде и Дженнифер Н. Граймс считают, что PNAC разработал следующую программу действий для вовлечения зрителей в контекст происходящего и поддержке транслируемых Вашингтоном нарративов:

1. Репортажи и визуальные материалы о последней войне (или двух).
2. Предвидение, планирование и подготовка аудитории к возможной войне, включая "демонизацию" отдельных лидеров, таких как Хусейн.

3. Освещение различных этапов текущей войны с использованием самых современных визуальных эффектов для передачи ключевых сцен и тем, связанных с фронтами, тылом, освещением событий в СМИ, международной реакцией и ожиданиями последствий войны.

4. Послевоенный период: реакция журналистов на различные правительственные ограничения, их размышления и предложения на будущее.

5. Дневники журналистов и ученых, биографии, разоблачения, критика и исследования о войне, а также более широкое освещение событий в средствах массовой информации. Сообщения СМИ о таких исследованиях часто воспринимаются весьма негативно и могут привести к широкому распространению мнения о том, что, возможно, в войне не было необходимости, что были доступны другие варианты и что цена была слишком высока. Всё это может быть полезно для освещения следующей войны и создания видимости по поводу рефлексии о продолжении текущей.

Считается, что PNAC разработал некую игровую структуру, в которой транслирование противоположных основному нарративу мнений является выигрышной позицией. Критика, направленная на устранение войны, настолько подавлена такого рода программами, что вряд ли будет иметь решающее значение, а если и будет, то ей не дадут развиваться и задавят в зародыше.

Помимо нововведений в виде прикомандированных репортеров к боевым подразделениям, всевозможном продвижении войны, как развлечения с помощью телеканалов и видимости критики вторжения нужно обратить

внимание на главный аспект, который позволил всему вышеперечисленному работать сообща, а именно – координирующей деятельности аналитических центров.

Аналитические центры являются ключевыми участниками в разработке пропагандистских компаний, изменении направлений внешней политики или сотрудничеству со СМИ. Малькольм Спектор и Джон Китсюз в своей работе «Конструирование социальных проблем» пишут следующее: «Исследования в области социальных наук показывают, что социальные проблемы и движения зависят от внимания средств массовой информации и дискурсов, которые отражают интересы их защитников» [Spector, Kitsuse, 2001].

Важно отметить, что на Западе аналитические центры уже давно занимаются продвижением социальной политики. По разным оценкам только в США их насчитывают более полутора тысяч [Мирзаян, 2011].

Конечно, не все аналитические центры могут быть приближены к таким решениям, как начало боевых действий с другой страной, но РНАС был именно таким. Он мог влиять на формирование повестки дня, управление новостями и общественным мнением, а в конечном итоге – на социальную политику по различным вопросам, от глобального потепления до политики в области образования и при этом оставаться в тени.

РНАС также связывают со сделкой между Пентагоном и британской фирмой, которой заплатили более полумиллиарда долларов за проведение секретной пропагандистской программы в Ираке. Бывший председатель правления этой фирмы подтвердил, что он работал на основании секретных соглашений с высокопоставленными американскими военными и отчитывался перед ЦРУ, Пентагоном и Советом национальной безопасности США [Stevens, 2003].

Цель фирмы заключалась в том, чтобы взять на себя управление страной, способствовать проведению демократических выборов и проводить информационные и психологические операции, получая за это многомиллиардные выплаты. Все эти данные были обнародованы Бюро журналистских расследований (BJR), что может говорить о подтверждении обвинения США в отсутствие каких-либо притязаний на создание свободного доступа к получению информации о вторжении в Ирак.

Важную роль в подготовке общественного мнения к войне и во время нее сыграл государственный секретарь США Колин Пауэлл.

После теракта 11 сентября 2001 года тогдашний Министр обороны США Дональд Рамсфелд потребовал начать военную операцию против режима Садама Хуссейна, так как безосновательно подозревал его в участии в террористической атаке на США [Livingston & Hebert, 2005]. Атаку на Ирак в 2001 году удалось остановить тогдашнему государственному секретарю Колину Пауэллу, который убедил Джорджа Буша в неподготовленности общественного мнения для начала вторжения. Следующие полтора года были потрачены на подготовку общественного мнения, которая включала в себя возможность определять и использован термин «терроризм».

После начала войны в Ираке СМИ, как печатные, так и электронные, стали уделять больше внимания роли PNAC в формировании внешней политики Буша. Особенно это было заметно в иностранной прессе, которая, как правило, была более критичной по отношению к PNAC и внешней политике США. Отчасти это можно объяснить тем, что США являются страной, наиболее широко освещаемой СМИ в мире [Kellner, 2003].

Крупнейшие информационные агентства в США, и особенно телевизионные сети, ограничили освещение роли PNAC в развязывании войны в Ираке. Эти пропагандистские усилия предпринимались по мере того, как различные члены PNAC становились обычными источниками новостей, особенно в новостных сообщениях телевизионных сетей, ориентированных на информационно-развлекательную деятельность.

Новостные организации явно и неявно используют новостные источники для решения определенных проблем. Один из редакторов журнала «Columbia Journalism Review» отметил следующее: «Сейчас, несомненно, настало время для серьезной переоценки методов работы прессы, потому что нравится нам это или нет, СМИ были соучастниками того, что Америка оказалась втянутой в эту незаконную войну» [MacArthur, 2003].

"Нью-Йорк Таймс" также признала, что они систематически следили за официальными источниками новостей и были зависимы от них. Оглядываясь назад, они сожалеют, что не были более настойчивы в пересмотре своих заявлений по мере появления новых доказательств. "Таймс" сообщила, что публиковала статьи с тревожными заявлениями об Ираке, которые привлекали больше внимания, чем последующие статьи, опровергающие эти заявления. Во многих статьях использовалась информация, полученная от иракских эмигрантов и критиков Саддама Хусейна.

После окончания «горячей фазы» вторжения журналисты массово начали присоединяться к обсуждению освещения войны в Ираке в новостях. Многие ли американцы хотя бы слышали о некоторых из возможных негативных последствий перед войной? Из 574 сюжетов об Ираке, которые были показаны в вечерних новостных программах NBC, ABC и CBS в период с 12 сентября (когда Буш выступал в ООН) по 7 марта (за полторы недели до начала войны), только в двенадцати затрагивались возможные последствия [Wu, 2000].

Война в Ираке по праву считается образцово показательной с точки зрения медийного освещения. США за время «горячей фазы» войны, а она длилась около двух месяцев, потратила на освещение событий около 500 млн. долларов и это не считая денег, которые выделялись на подготовку общественного мнения до вторжения.

Одним из главных нововведений данного военного конфликта XXI века стали "embedded journalists". Внедрение журналистов в военные подразделения позволило обеспечить оперативное освещение событий непосредственно с линии фронта, что способствовало повышению уровня информированности аудитории и созданию эффекта «присутствия» на поле боя. Однако такая

практика также породила ряд критических вопросов, связанных с объективностью, независимостью и этической стороной журналистской работы.

С одной стороны, "embedded journalism" предоставил журналистам уникальный доступ к информации и возможность документировать военные действия в режиме реального времени. Это позволило избежать искажений, которые могли возникнуть при передаче информации через официальные каналы, и дало аудитории более детализированное представление о происходящем. С другой стороны, тесная интеграция журналистов с военными структурами привела к риску утраты критической дистанции, что могло повлиять на объективность освещения. Журналисты, находясь в непосредственной близости к солдатам, нередко испытывали эмоциональную привязанность к своим «хозяевам», что могло отразиться на тональности их репортажей.

Кроме того, практика "embedded journalism" вызвала вопросы о степени контроля со стороны военных над контентом, который производили журналисты. Ограничения на доступ к определенным зонам, цензура и давление со стороны командования могли привести к формированию односторонней картины событий, что противоречит принципам независимой журналистики. В этом контексте "embedded journalism" можно рассматривать как инструмент информационной войны, используемый для формирования общественного мнения в пользу военной кампании.

Таким образом, "embedded journalism" в войне в Ираке 2003 года представляет собой сложный и противоречивый феномен, который, с одной стороны, способствовал повышению оперативности и наглядности освещения военных действий, а с другой – поставил под сомнение независимость и объективность журналистской работы.

В России и странах СНГ "embedded journalists" принято называть военкорами. Именно на военкоров легла основная задача по освещению для широких слоев населения СВО начиная с февраля 2022 года и заканчивая сегодняшним днем. Важно уточнить, что наиболее популярной площадкой для освещения конфликта между Украиной и России в странах СНГ стал мессенджер Telegram, в котором такие военкоры как: Евгений Поддубный, Александр Коц, Александр Сладков, Семен Пегов, Юрий Котенок и Максим Фомин вели свою деятельность.

Вышеперечисленные военкоры старались донести позицию руководства Российской Федерации о причинах начала СВО до широких слоев населения не только в России, но и в Украине с помощью своих каналов в мессенджере Telegram. Конечно же десяток военкоров с активной гражданской позицией не могли заменить собой всю медиасистему такого огромного государства как Россия, что и способствовало отсутствию какого-либо системного и объективного освещения начала СВО.

Стоит отметить, что на начало боевых действий в Ираке на поле боя работало около 600 обычных журналистов и по некоторым данным от 150 до 300 "embedded journalists". Даже если сравнивать просто по количеству журналистов,

освещающих военные конфликты в Ираке и в Украине, то становится понятно, что правительство США озаботилось больше о медийном освещении конфликта на начальных этапах, чем ответственные за это структуры в Российской Федерации.

Следующим важным аспектом медийного освещения вторжения в Ирак стал контроль над основными американскими СМИ. К ним можно отнести телеканалы: FOX, CNN и MSNBC. Именно данные телеканалы транслировали нарративы о необходимости свержения режима Саддама Хусейна, акцентируя внимание на его предполагаемом обладании ОМУ и связях с террористическими организациями. Хотя эти утверждения впоследствии оказались несостоятельными, они сыграли ключевую роль в мобилизации общественной поддержки войны во время нее и оказали влияние на Президентские выборы в дальнейшем.

В отношении контроля над основными телерадиовещательными компаниями в России, стоит отметить, что это не может гарантировать эффективного медийного освещения того или иного события. В 2003 году, в отличие от 2022 года, не было альтернативы по источникам информации, когда на сегодняшний день есть разнообразие всевозможных социальных сетей, порталов, мессенджеров. Это не означает, что телерадиовещание не должно принимать участие в медийном освещении современных военных конфликтов напротив оно должно суметь сохранить и наращивать свою популярность среди населения, но и игнорировать альтернативные источники информации государство тоже не должно.

Например, стоит рассмотреть работу официального Telegram канала Министерства обороны Российской Федерации, который появился только на 3-ю неделю СВО. Это позволило противнику создавать на протяжении 3-х недель неограниченное количество каналов, которые могли мимикрировать под официальное Министерство обороны и провоцировать панику среди российского населения, которое искало информацию в альтернативных источниках.

В военных конфликтах старой формации еще до информационной революции контроль над главными источниками информации, а именно СМИ был крайне популярным явлением. В войне в Ираке альтернативную точку зрения на вторжение американцев пыталась выстроить катарская телекомпания Аль-Джазира, но их попытки оказались тщетными, так как сам телеканал был заблокирован на территории США, а по их офису в Багдаде нанесен ракетный удар.

Таким образом, контроль над СМИ в ходе войны в Ираке в 2003 году стал важным элементом стратегии США, направленной на достижение военных и политических целей. Однако такой подход поднял серьезные вопросы о роли журналистики в условиях военных конфликтов, ее независимости и способности объективно информировать общественность.

Аналитические центры, сыграли ключевую роль в продвижении идей, которые легли в основу оправдания военного вмешательства в Ирак. Их

деятельность оказала существенное воздействие на медийный ландшафт, способствуя созданию нарратива, который поддерживал интересы администрации США.

PNAC, основанный в 1997 году, стал платформой для неоконсервативных идеологов, которые выступали за усиление американского влияния в мире и продвижение демократии силовыми методами. Через публикации, доклады и тесные связи с политическими элитами PNAC смог продвинуть идею о необходимости свержения режима Саддама Хусейна как части более широкой стратегии по переустройству Ближнего Востока. Эти идеи нашли отражение в медийном пространстве, где аналитические центры, связанные с PNAC, активно участвовали в создании и распространении контента, оправдывающего военное вмешательство.

Аналитические центры, такие как American Enterprise Institute (AEI), Heritage Foundation и другие, играли роль «фабрик идей», предоставляя экспертные оценки, данные и рекомендации, которые использовались СМИ для формирования общественного мнения. Их публикации и выступления экспертов часто цитировались в новостных репортажах, что придавало вес аргументам в пользу войны. Особое внимание уделялось тезису о наличии у Ирака оружия массового уничтожения (ОМУ) и связях режима Хусейна с террористическими организациями. Хотя эти утверждения впоследствии оказались несостоятельными, они стали основой для медийной кампании, которая убедила значительную часть американской общественности в необходимости войны.

Роль PNAC и аналитических центров в медийном освещении войны в Ираке подчеркивает важность взаимодействия между политическими элитами, экспертами и СМИ в формировании информационной повестки. Их деятельность демонстрирует, как идеи, разработанные в узких кругах, могут быть масштабированы и использованы для влияния на массовое сознание. Однако такой подход также вызывает вопросы о прозрачности, объективности и этичности использования экспертного знания в интересах политических целей.

Что касается российских аналитических центров, то здесь отметить следующие: российский институт стратегических исследований (далее – РИСИ), Изборский клуб и совет по внешней и оборонной политике (далее – СВОП). Если выявлять общую характеристику выше представленных аналитических центров, то объединяет негативное отношение к антиконституционному перевороту на Украине в 2014 году. Все указанные аналитические центры так или иначе продвигали свои идеи через открытые источники: выступление на телевидение, публикацию аналитических статей, выступление на форумах и конференциях, а также теневую дипломатию.

Важное место в формировании ключевых политических ориентиров Российской Федерации занимает председатель Президиума СВОП, научный руководитель факультета мировой экономики и мировой политики ГУ-ВШЭ Сергей Караганов. Он регулярно дает комментарии по поводу политики Украины и ее партнеров в лице Запада. Современную Украину он обосновано считает антироссийским проектом, направленным на ослабление влияния

Москвы и занимает радикальную позицию по отношению к Киеву, начиная с 2022 года. Все транслируемые Сергеем Карагановым нарративы близки или даже более радикальны основной позиции Кремля, что дает основания полагать об определённом влиянии СВОП на внешнюю политику Российской Федерации.

РИСИ – еще один аналитический центр, который оказывает влияние на внешнюю политику России. Он выступает за жесткую политику не только по отношению к Украине, но и к Западу в целом. Члены данного аналитического центра считают Украину исконно российскими землями, например, экс-директор, Леонид Решетников считал, что Украина должна перейти обратно в сферу влияния России или быть разделена. После начала СВО эксперты РИСИ предлагают продвигать российскую версию событий на европейские государства с помощью правых партий, например, через немецкую партию «альтернатива для Германии» или «национальное объединение» во Франции.

Изборский клуб скорее можно охарактеризовать как экспертное сообщество нежели, чем аналитический центр. В него входят такие личности как: Сергей Глазьев, Александр Дугин, Александр Проханов и др. Позиция экспертов клуба по событиям на Украине, начиная с 2014 года последовательна и неизменна. По обоснованному мнению, членов клуба, начиная с 2014 года Украина – это марионеточное государство, созданное для борьбы с Россией. Отметим позицию Александра Дугина, который является одним из главных идеологов неоевразийства. Неоевразийство – это идейное течение, которое выделяет Российскому государству лидерскую позицию на суше, то есть Евразии, а морскую – атлантическую США. Данная трактовка не учитывает реальные приоритеты конкурирующих центров за мировое лидерство.

Обобщая вышеизложенное, можно резюмировать, что аналитические центры и РНАС, в частности, сыграли значительную роль в создании медийного нарратива, который оправдывал войну в Ираке. Их влияние на общественное мнение и информационную повестку подчеркивает важность критического анализа источников информации и понимания механизмов формирования медийных сообщений. Опыт войны в Ираке остается важным уроком, который напоминает о необходимости отведения значимой роли для медийной подготовки и освещения военных конфликтов.

Список литературы

Мирзаян, 2011 – *Мирзаян Г. В.* Аналитические центры и процесс принятия решений в США / Россия и Америка в XXI веке. 2011. № 3. URL: <https://gtmarket.ru/library/articles/4567> (дата обращения: 10.02.2025)

Солонько, 2022 – *Солонько И. В.* Социальные технологии, применяемые в СМИ, как проблема национальной безопасности / Аналитика на службе Отечеству. 2022. № 6. С. 38-43.

Шатилов, 2022 – *Шатилов А. Б.* Информационное и PR – сопровождение специальной военной операции России на Украине: основные тренды и уроки первого этапа / Актуальные социально-политические исследования. 2022. С. 1-6.

Керсипова, 2024 – *Керсипова Е.* Начало специальной военной операции (СВО) России на Украине: причины и цели, хронология первых дней, 2024 / Lenta.ru. 2024. URL: <https://lenta.ru/articles/2024/02/24/nachalo-svo/> (дата обращения: 10.02.2025).

Aday, Livingston, Hebert, 2005 – *Aday. S., Livingston S., Hebert M.* Embedding the Truth: A Cross-Cultural Analysis of Objectivity and Television Coverage of the Iraq War / Press Politics. 2005. 20 p.

Altheide, 2005 – *Altheide D. L.* War Programming: The Propaganda Project and the Iraq War / Sociological Quarterly. 2005. P. 617-643.

Altheide, Snow, 1991 – *Altheide D. L., Snow R. P.* 1991. Media Worlds in the Postjournalism Era / New York: Aldine de Gruyter. 1991. 274 p.

Black, Smith, 2016 – *Black C., Smith A.F.* Fake News and False Flags: How the Pentagon Paid a British PR Firm \$500 Million for Top Secret Iraq Propaganda // The bureau of investigative journalism. 2016. URL: <https://labs.thebureauinvestigates.com/fake-news-and-false-flags/> (дата обращения 14.02.2025).

Cunningham, 2003 – *Cunningham B.* Re-Thinking Objectivity / Columbia Journalism Review. 2003. July. P. 24-32.

Kull, Ramsay, Subias, Lewis, Warf, 2003 – *Kull S., Ramsay K., Subias S., Lewis E., Warf F.* Misperceptions, The Media and The Iraq War / The American public on International issues. 2003. 31 p.

Kellner, 2003 – *Kellner D.* Spectacle and Media Propaganda in the War on Iraq: A Critique of U.S. / Broadcasting Networks. 2003. URL: <https://pages.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/papers/mediapropaganda.htm> (дата обращения 18.02.2025)

Jaramillo, 2009 – *Jaramillo D. L.* Ugly war, pretty package: How CNN and fox news made the invasion of Iraq high concept / Bloomington: Indiana University Press. 2009. P. 254.

Kuypers, Cooper, 2005 – *Kuypers J., Cooper, S.* A Comparative Framing Analysis of Embedded and Behind-the-Lines Reporting on the 2003 Iraq War / Qualitative Research Reports in Communication. 2005.

MacArthur, 2003 – *MacArthur J. R.* The Lies We Bought: The Unchallenged «Evidence» for War / Columbia Journalism Review. 2003. May. P.17-19

MacArthur, 2004 – *MacArthur J. R.* The Liars War / Revolutionary Worker Online. 2004. URL: <https://revcom.us/a/1228/iraq.html> (дата обращения 10.02.2025).

Caputi, Hil, 2023 – *Caputi R., Hil R.* How US propaganda won Iraq's battlespace / Aljazeera. 2023. URL: <https://www.aljazeera.com/amp/opinions/2023/3/20/the-difficult-truth-us-propaganda-has-won-iraqs-battlespace> (дата обращения 10.02.2025).

Spector, Kitsuse, 2001 – *Spector M., Kitsuse J. I.* Constructing Social Problems / New York Routledge INC. 2001. P. 196

Stevens, 2003 – *Stevens R.* BBC was most pro-war of British networks /World Socialist Web Site. 2003. URL: <https://www.wsws.org/en/articles/2003/07/bbc-j10.html> (дата обращения 16.02.2025)

Wu, 2000 – Wu D. H. Systematic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries / Journal of Communication. 2000. P. 21.

УДК 32.019.5

Громов Р. С.,

*аспирант кафедры политического анализа
и социально-психологических процессов,
РЭУ им. Г.В. Плеханова.*

**Место и роль патриотического дискурса в современной российской
публичной политике**

DOI: 10.33979/2587-7534-2025-3-166-176

Статья посвящена исследованию патриотического дискурса как отдельного поля дискурсивных исследований в рамках политической науки. Автор рассматривает роль и место патриотического дискурса в современной российской публичной политике, анализируя его влияние на формирование общественного мнения, консолидацию общества и мобилизацию граждан. Особое внимание уделяется связи патриотического дискурса с ключевыми событиями, такими как специальная военная операция, присоединение Крыма и другие геополитические изменения. Автор определяет патриотизм как чувство любви к Родине и исследует его проявления в политической риторике, подчеркивая его значение как инструмента легитимации власти и формирования национальной идентичности. Автор приходит к выводу, что патриотический дискурс играет важную роль в укреплении единства общества, но при этом может использоваться как политическая технология для достижения конкретных целей.

Ключевые слова: патриотизм, политический дискурс, патриотический дискурс, идеология, политические технологии, публичная политика.

Gromov R. S.,

*Graduate student, Department of Political Analysis
and Socio-Psychological Processes,
Plekhanov Russian University of Economics.*

**The Place and Role of Patriotic Discourse in Contemporary Russian Public
Politics**