

ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОТИВОБОРСТВЕ В ВОЕННОЙ СФЕРЕ

Сухинин В.В.¹

DOI:10.21681/3034-4050-2025-3-59-64

Ключевые слова: визуальные образы, информационное противоборство, психологическое воздействие, визуальное мышление, информационное превосходство.

Аннотация

Цель работы — проанализировать роль визуальных образов в информационном противоборстве, выявить основные механизмы их воздействия на массовое и индивидуальное сознание, проследить историческую эволюцию их использования в военных конфликтах, а также рассмотреть современные методы их применения и способы противодействия в условиях цифровой эпохи.

Метод исследования:

в данной статье применён комплексный междисциплинарный подход, сочетающий элементы визуального анализа, историко-сравнительного метода и методов критического дискурсивного анализа. Исследование основано на изучении визуальных материалов (фотографий, видеозаписей, карикатур, плакатов, дипфейков и т.д.), используемых в информационном противоборстве, с целью выявления их функций, приёмов и механизмов воздействия на массовое и индивидуальное сознание.

Результаты исследования: в результате проведенного исследования подтверждена ключевая роль визуальных образов в информационном противоборстве — как в формировании общественного мнения, так и в деморализации противника, мобилизации населения и дезинформации. Проанализированы современные технологии визуального воздействия, включая дипфейки, нейросети, фоторедакторы и социальные медиа, активно используемые в текущих военных конфликтах. Выявлена необходимость системного противодействия визуальной дезинформации, включая развитие критического мышления, обучение техническому анализу и создание оперативных контрматериалов.

Практическая ценность: выработан комплексный подход к анализу визуальных образов как инструмента информационного противоборства — объединяются исторический, политологический и медиавизуальный аспекты, рассматривая визуальные средства не только как форму коммуникации, но и как стратегическое оружие. Введение понятия «визуальный фронт» информационной войны, подчёркивающее значимость борьбы за восприятие образов и символов в массовом сознании. Предложение практических направлений противодействия визуальной дезинформации, что может быть использовано в разработке стратегий информационной безопасности.

Введение

В условиях современного информационного противоборства визуальные образы приобретают особую значимость, как инструмент воздействия на сознание людей. Их роль очень часто становится ключевой для формирования общественного мнения о сторонах, причинах и ходе конфликта, для дезинформации противника, укрепления боевого духа «своих» и, соответственно, деморализации «чужих». Развитие цифровых технологий и социальных медиа значительно усилило влияние визуального контента, позволяя донести его до каждой единицы целевой аудитории, таким образом превратив визуальные образы в ключевой элемент инфор-

мационной войны. Использование фотографий, видеоматериалов и других визуальных средств, как правдивых, но преподнесенных зрителю «в нужном ключе», так и сфабрикованных, частично или полностью искусственно созданных и оперативно распространенных с помощью технологий, позволяет оказывать психологически точное воздействие на массы людей, вызывая у них яркий эмоциональный отклик, формируя в сознании стереотипы и внедряя навязанный «образ врага». В данной статье мы рассматриваем механизмы воздействия визуальных образов на человека, их историческую эволюцию, современные методы их использования, а также способы защиты от них.

¹Сухинин Вячеслав Викторович, доцент Военного учебного центра при Южном федеральном университете, г. Таганрог, Россия. E-mail: Slavec1405@mail.ru

1. Визуальные образы в информационном противоборстве: цели и функции

Современная война далеко выходит за пределы традиционного поля боя, привычного человечеству. Значительная ее часть успешно переместилась в информационные сферы, появилось понятие «гибридной» войны». Так, например, в 2012 году в США была подписана «Основополагающая концепция ведения совместных операций», где важнейшая роль отводится именно силам информационного противоборства, на которые возложено решение задач «по нарушению информационных связей между органами военного и государственного управления, уменьшению возможностей по добыванию достоверной информации с помощью космических средств разведки, систем предупреждения о ракетном нападении и контроля космического пространства, по воздействию на массовое и индивидуальное сознание лиц, принимающих решения, для снижения возможностей боевого потенциала ВС РФ» [1]. Таким образом, мы видим, насыщение информационных потоков стало одной из важнейших стратегий, а визуальные образы - мощным оружием, способным не только управлять эмоциями «обычных» людей, но и влиять на принятие решений, как военного командования, так и политического руководства страны. В современном мире визуальная информация становится во главу угла во всех сферах, не только военной. Мы живем в мире, где царит эпоха визуального мышления, визуальных образов, визуального контента. Роль визуальности в современном глобализованном обществе невозможно недооценить. Отсутствие языковых барьеров в области визуальности, увеличение скорости передачи визуальных текстов и развитие электронных и медийных средств коммуникации стало предпосылкой триумфа «визуального» над «вербальным». Примерно, 80 % людей воспринимают и организуют свой опыт и мышление, в первую очередь, с помощью зрительных образов, которые запускают сразу нескольких информационных потоков, подключают для создания «целой картины» воображение, фантазию, социальную память [2]. Поэтому именно визуальные образы завоевывают все более широкие сферы, не ограничиваясь только мирными целями. Они становятся эффективным методом ведения напряженной информационной борьбы. В военном противостоянии визуальные образы выполняют сразу несколько функций. Перечислим сейчас основные из них.

Пропагандистская функция: предполагает формирование общественного мнения путем создания героических образов, которые нужны для

поддержки национального духа и укрепления боевого настроения «защитников». Но одновременно, происходит и дискредитация противника через создание противоположных - демонизирующих образов, для чего используются карикатуры и мемы, искаженные фото- и видеоматериалы, задевающий за живое, а порой и откровенно провокационный контент. Ярким примером может служить политическая сатира, характерная для журнала «Шарли Эбдо». «Сложность карикатурного образа обусловлена законами острашения: пародийное, сатирическое изображение представляет собой измененную форму исходного образа, в которой сигнальные аспекты, необходимые для идентификации этого объекта, сохранены, но изменены взаимоотношения ключевых опор когнитивной карты его восприятия» [3]. Политическая и/или религиозная карикатура, в данном случае, является тем же оружием дискредитации противника путем создания негативного образа его лидеров, как политических, так и духовных, а в итоге – от единичного к общему - отрицательного образа целой страны. С другой стороны, путем пропаганды создается позитивный имидж «своего» государства, как на международной арене, так и внутри.

Следующая функция психологическая: визуальные образы способны влиять на эмоции людей, вызывая страх, ненависть, сострадание, гордость... Качество восприятия визуальных потоков напрямую зависит от индивидуальных психофизиологических, социокультурных особенностей, создатели контента обращают внимание на возраст, социальные, профессиональные качества целевой аудитории привлекая элементы (яркие контрастные цвета, геометрические формы, анимационные эффекты, прямые культурные визуальные ассоциации и пр.) для того, чтобы усилить эффект [4]. Визуальный поток активно используется для деморализации войск противника, например, через распространение кадров их военного поражения, массовых тяжелых военных потерь; для усиления чувства угрозы у населения в целях оправдания агрессивных действий собственной армии и побуждения к милитаризации общества путем внедрения в его коллективное сознание старательно вылепленного «образа врага». Основные механизмы психологического воздействия включают в себя такие инструменты, как апелляция к эмоциям (использование шокирующих, трагических, героических сцен), эффект повторения (многократное воспроизведение визуальных образов для закрепления их в памяти населения), стереотипизация (формирование определенных образов через визуальные символы).

Дезинформационную функцию визуальных образов в военном противоборстве представляет распространение ложных или манипулятивных изображений для введения общества в заблуждение. Здесь поле деятельности для создателей визуальных потоков – при широчайших современных возможностях – чрезвычайно обширно и ограничивается лишь их фантазией. Наиболее часто используется подтасовка или фабрикация фото и видео (в ход идет использование графического редактора, постановочных кадров и пр.), манипуляция контекстом, то есть представление реальных событий в искаженном свете, создание дипфейков и другие возможности нейросетей.

Наконец, мобилизационная функция подразумевает под собой стимулирование у народа патриотических чувств, укрепление мотивации как военных, так и гражданского населения, для чего широко используются бесприкрытые, зарекомендовавшие себя с течением времени символы, такие как национальные флаги, визуальные образы национальных религий, изображение исторических героических и/или победных событий, военачальников, государственных лидеров, имеющих статус непобедимых героев, других уважаемых исторических лиц. Чувство причастности к указанным образам помогает поднять боевой дух современных защитников и усиливает поддержку гражданского населения, подавая ему «благородный пример».

2. Исторические примеры использования визуальных образов в военных конфликтах

Конечно, раньше такого разнообразия передачи визуальных образов не было. Одним из первых доступных средств эффективного воздействия на широкие массы была уже упомянутая политическая сатира. Традиционно она носила негативный характер, поскольку была адресована и направлена на чужого, врага. Самые яркие образцы политической карикатуры появились в периоды Первой и Второй мировых войн в средствах массовой информации стран-участниц, где использовался весь стандартный набор «пропаганды вражды»: на первый план выводились отрицательные этнические стереотипы, гиперболизировались негативные черты национального характера, представители культуры противоположной вражеской стороны демонизировались и изображались, как варвары. В ход шел весь доступный арсенал художественных средств, таких, как гиперболизация, перемещение верха и низа, пародия [5]. Первая мировая война явилась важной вехой в развитии новых возможностей визуальной пропаганды. Помимо печатной продукции – открыток, плакатов, листовок, журнальной гра-

фики, особую роль в освещении боевых действий на фронтах получают кинематограф и кинохроника, репортажная фотография, картографические карикатуры, достигшие пика популярности в 1914–1915 гг. Так, спустя чуть более месяца с начала боевых операций издательство «Johnson, Riddle & Co» в Лондоне публикует сатирическую карту «Слушай! Слушай! Собаки лают!», на которой отображено текущее положение на военных фронтах. Страны Антанты и Центральные державы изображены в виде грызущихся собак различных пород, а Россия – в виде канонического медведя [6]. Зооморфные образы, отличающиеся выразительностью присущих животным характерных повадок, очень часто используются создателями визуального оружия информационной войны, но не всегда приносят нужный эффект. Во время Русско-японской войны 1904–1905 гг. отечественные СМИ нередко «рисовали» японцев «макаками», представляя последних, как отсталую нацию. Подобные образы порождали в военных и гражданских кругах соответствующее отношение к этой нации, как к низшей, побуждая не слишком-то опасаться ее [7]. Все мы знаем к какому итогу такое обесценивание врага привело.

Во время Второй мировой войны и Великой Отечественной использование визуальных образов использовалось еще более активно. Стороны применяли плакаты, агитационные фильмы, карикатуры. Многие видели ставший символом мобилизации населения в Советском Союзе плакат с собирательным образом матери – «Родина-мать зовет!», созданный художником Ираклием Тоидзе в самые первые сутки войны. В дальнейшем часто использовалось обращение к символике, ассоциировавшейся со славным историческим прошлым России, историческими победами великих полководцев (таких, как Александр Невский, Суворов, Нахимов), что в целом, воспринималось обществом вполне позитивно, однако некоторой его частью – «твердолобыми большевиками» – ощущалось как сдача идейных позиций. В целом же советская патриотическая пропаганда, построенная в том числе на визуальной символике, была сложной комбинацией большевистских и дореволюционных культурных кодов и явилась в итоге мощным оружием, позволив отстоять страну от врага [8]. В США в этом отношении консолидаторам общества было проще – они использовали образ Дяди Сэма с призывом «I Want You for U. S. Army» («Я хочу, чтобы ты служил в армии США»). А во время периода Холодной войны, продолжавшейся, по сути, на протяжении очень длительного периода времени (1947–1991 гг.), когда на арену вышло противостояние двух противоположных

по устройству супердержав – СССР и США, важнейшими визуальными инструментами идеологического противоборства стали телевидение и кинематограф. Американские фильмы и передачи часто изображали СССР как агрессивную тоталитарную империю, угрожающую демократическому свободному миру, эксплуатировали страхи населения перед ядерной войной и экспансией в мире коммунистической пропаганды. В Голливуде появились фильмы о советских агентах, таких, например, как в «Красной угрозе» (1949 г.) или в сюжетах о Джеймсе Бонде, где советские персонажи сплошь играли роли злодеев. Телевидение США активно использовалось для демонстрации превосходства американского образа жизни, показывая большие комфортные дома и полные магазины, свободу слова и выезда за границу, контрастирующие с жизнью и цензурой в СССР. В свою очередь, и советский кинематограф не отставал, рисуя Запад, как мир агрессивного и несправедливого диктата капитализма. Телевидение в СССР показывало трудности жизни в США, расовую дискриминацию, протесты против войны во Вьетнаме, безработицу и уличную преступность, в свою очередь, подчеркивая яркий контраст. Визуальные образы времен Холодной войны стали фактором, повлиявшим на то, как миллионы людей – с обеих сторон – стали воспринимать политическую реальность, и в конечном итоге, «сделали свое дело» в ослаблении идеологического влияния СССР, частично обусловив его дальнейший распад.

Современные военные конфликты и цифровая эпоха

С развитием интернета визуальные образы стали распространяться по миру мгновенно. Войны в Ираке, Сирии, специальная военная операция на Украине всю демонстрируют, как фото- и видеоматериалы эффективно используются для ведения информационной войны. В ход идут как известные методы, например, «старые добрые» постановочные кадры, так и последние разработки современных ученых, позволяющие создавать разнообразие дипфейков, широко используя искусственный интеллект. Главной целью информационного противоборства в военной сфере, по мнению генерала-майора в отставке Х. И. Сайфетдинова, является завоевание и удержание информационного превосходства над вооруженными силами противника и создание благоприятных условий для подготовки и применения своих Вооруженных Сил. Главным принципом достижения цели является комплексное воздействие сил и средств информационного противоборства по объектам противника в тес-

ном сочетании и взаимодействии с действиями войск [1]. И действительно, что касается визуальных методов информационной борьбы, тот тут в ход идет все: фоторедакторы и монтаж, позволяющие изменять реальность, создавая нужное впечатление; дипфейки и искусственный интеллект, способные генерировать реалистичные, но полностью фальшивые изображения и видео; социальные сети, ускоряющие распространение контента, делая его доступным для неограниченного количества лиц, в том числе, целенаправленные кампании в социальных сетях; мемы и инфографика – простые, но эффективные способы передачи идеологических эмоциональных посланий; использование алгоритмов персонализированной дезинформации, позволяющих адаптировать визуальные образы под конкретные группы населения как своего государства, так и государства-врага. К сожалению, вопросам информационного противоборства наше военное командование долгое время уделяло недостаточно своего внимания [1]. Любая война – это противостояние двух (как минимум) версий событий. То, что при освещении спецоперации в западных СМИ с самого начала возобладали именно украинский нарратив, обусловлено очень хорошо подготовленной «почвой», а также профессиональным подходом к информационному противостоянию с ее первых минут. Так, к примеру, только во французских средствах массовой информации в течение года с конца февраля 2022-го до конца февраля 2023-го украинский конфликт был упомянут 2 296 325 раз. То есть в среднем это более четырех материалов в минуту. И практически во всех абсолютно доминирует именно украинское изложение событий, при котором специальная военная операция представлена беспричинной агрессией, целью которой является захват Украины и последующее завоевание европейских земель [9]. В современных условиях возникновения конфликтов крайне важно серьезное отношение к подобной угрозе, умение противостоять иррегулярным атакам и наращивание сил в информационной войне. На Западе в последние несколько лет подобные стратегии называют популярным термином «гибридные войны». В российской военной доктрине эта тема специально не разрабатывалась, но тема ненасильственной смены власти и широкого применения невоенных методов противоборства имеет традиции. Например, в идейном наследии Е. Э. Месснера, полковника Русской императорской армии и профессора военных наук, есть такие слова: «В прежних войнах важным почиталось завоевание территории. Впредь важнейшим будет почитаться завоевание душ во враждующем государстве. В будущей вой-

не воевать будут не на линии [фронта], а на всей поверхности территорий обоих противников, потому что позади окружного фронта возникнут фронты политический, социальный, экономический; воевать будут не на двухмерной поверхности, как встарь, не в трехмерном пространстве, как было с момента зарождения военной авиации, а в четырехмерном, где психика воюющих народов является четвертым измерением» [10].

Сегодня души людей завоевываются с помощью мощных информационных (в большей степени, визуальных потоков), и чтобы нейтрализовать их влияние, на государственном уровне разрабатываются стратегии, направленные на то, чтобы обучить население, как военное, так и гражданское, критическому восприятию

полученной информации, техническому анализу, позволяющему выявить фальсификацию или дипфейк. Важнейшим методом нейтрализации влияния того или иного визуального фейка является оперативное реагирование на него, а именно распространение контрматериалов, опровергающих враждебную пропаганду, которую данный образ несет. В эпоху цифровых технологий роль информационных визуальных потоков возрастает по мере развития этих технологий все больше и больше, соответственно требуя непрерывного совершенствования методов защиты и противодействия им. Страны, которые эффективно используют визуальные технологии, получают преимущество в информационной войне.

Литература

1. Сайфетдинов Х. И. «Информационное противоборство в военной сфере» // Военная мысль. 2014. № 7. С. 38–41.
2. Муромцева М. Ю. Визуальные коммуникации в современном информационном обществе // Культура и образование: научно-информационный журнал вузов культуры и искусств. 2023. № 3 (50). С. 46–52.
3. Смирнова У. В. Противостояние двух сознаний на примере религиозной карикатуры журнала Шарли Эбдо // Всероссийская конференция по когнитивной науке КИСЭ-2017: материалы Всероссийской конференции (Казань, 30 октября – 3 ноября 2017 г.). – Казань: издание Казанского ун-та, 2017. – 566 с.
4. Болбат О. Б., Шкоркина Т. Б. Психология визуальных коммуникаций // Образование и проблемы развития общества. 2024. № 4 (29). С. 13–17.
5. Зазаева Н. Б. «Пропаганда как явление политической культуры в информационном обществе» // Вестник Поволжского института управления, 2015. № 5 (50).
6. Чижикова А. М. Визуальный образ врага и союзника в сатирических картах стран Антанты 1914–1917 гг. // Гуманитарный акцент. 2024. № 1. С. 55–64.
7. Воробьева Э. А. Конструирование и визуализация образа врага в России в период Русско-японской войны 1904–1905 гг. // Научный диалог. 2024. Т. 13. № 9. С. 355–378.
8. Лившин А. Я. Советская пропаганда периода Великой Отечественной войны: образ врага и образ союзника // Человеческий капитал. 2019. № 12 (132), С. 22–29.
9. Руткевич Н. А. Реконструкция образа Врага в новых условиях // Россия в глобальной политике. 2023. Т. 21. № 4. С. 160–178.
10. Коньшев В. Н., Парфенов Р. В. Гибридные войны: между мифом и реальностью // Мировая экономика и международные отношения. 2019. Т. 63. № 12. С. 56–66.

VISUAL IMAGES AS A TOOL OF INFLUENCE IN INFORMATION WARFARE IN THE MILITARY SPHERE

Sukhinin V.V.¹

Keywords: visual images, information warfare, psychological impact, visual thinking, information superiority.

Abstract

The purposes of the work are to analyze the role of visual images in information warfare, to identify the main mechanisms of their impact on mass and individual consciousness, to trace the historical evolution of their use in military conflicts, and to consider modern methods of their application and methods of counteraction in the conditions of the digital age.

The research method:

This article uses a comprehensive interdisciplinary approach that combines elements of a visual analysis, a historical-comparative method and methods of critical discourse analysis. The research is based on the study of visual

¹Vyacheslav V. Sukhinin, associate Professor of the Military Training Center at the Southern Federal University, Taganrog, E-mail: Slavet1405@mail.ru

materials (photographs, videos, cartoons, posters, deepfakes, etc.) which are used in an information warfare, with the aim of identifying their functions, techniques and mechanisms of influence on mass and individual consciousness.

The results of the study: the study confirmed the key role of visual images in information warfare — both in shaping a public opinion and in demoralizing the enemy, mobilizing the population and disinformation. Modern technologies of visual influence were analyzed, including deepfakes, neural networks, photo editors, and social media, which are actively used in current military conflicts. The need for a systemic counteraction of visual disinformation was identified, including the development of critical thinking, training in technical analysis and the creation of operational counter-materials.

Practical value: The comprehensive approach to the analysis of visual images as a tool of information warfare has been developed - historical, political and media-visual aspects are combined, considering visual means not only as a form of communication, but also as a strategic weapon. The introduction of the concept "a visual front of the information war" emphasizes the importance of the struggle for the perception of images and symbols in the mass consciousness. The proposal of practical directions for counteracting visual disinformation can be used in the development of information security strategies.

References

1. Sayfedinov H. I. "Information warfare in the military sphere" // Military thought. 2014. No. 7. S. 38-41.
2. Muromtseva M. Y. Visual communications in the modern information society // Culture and education: scientific and informational journal of universities of culture and arts. 2023. No. 3 (50). S. 46-52.
3. Smirnova U.V. The confrontation of two consciousnesses on the example of the religious caricature of the Charlie Hebdo magazine // All-Russian Conference on Cognitive Science KISE–2017: proceedings of the All-Russian Conference (Kazan, October 30 - November 3, 2017). – Kazan: Kazan edition. University, 2017. – 566 s.
4. Bolbat O. B., Shkorkina T. B. Psychology of visual communications // Education and problems of society development. 2024. No. 4 (29). S. 13-17.
5. Zazaeva N. B. "Propaganda as a phenomenon of political culture in the information society" // Bulletin of the Volga Institute of Management", 2015. № 5 (50).
6. Chizhikova A.M. The visual image of an enemy and an ally in the satirical maps of the Entente countries of 1914-1917. // Humanitarian accent. 2024. No. 1. S. 55-64.
7. Vorobyeva E. A. Constructing and visualizing the image of the enemy in Russia during the Russian-Japanese war of 1904-1905 // Scientific dialogue. 2024. Vol. 13. No. 9. S. 355-378.
8. Livshin A. Ya. Soviet propaganda of the period of the Great Patriotic War: the image of the enemy and the image of an ally // Human capital. 2019. No. 12 (132), S. 22-29.
9. Rutkevich N. A. Reconstruction of the image of the Enemy in new conditions // Russia in global politics. 2023. Vol. 21. No. 4. S. 160-178.
10. Konyshchev V. N., Parfenov R. V. Hybrid wars: between myth and reality // World economy and international relations. 2019. Vol. 63. No. 12. S. 56-66.

