

БАЛАКИНА Ю. В.

**Национальный исследовательский университет Высшая школа
экономики (г. Нижний Новгород)**

МУЛЬТИМОДАЛЬНАЯ МЕДИЙНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ВОЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

*Исследование выполнено за счет гранта
Российского научного фонда № 24-28-00204*

Аннотация. Мультимодальная коммуникация в форме фотографий, видео, мемов и карикатур является неотъемлемой частью современной войны. Влияние на общественное мнение и принятие решений, легитимация/делегитимация действий, демонизация противника и другие функции эффективно реализуются за счет распространяемого достоверного мультимодального контента или дезинформации.

Ключевые слова: мультимодальный текст, военный конфликт, легитимация, дезинформация, стратегическая коммуникация.

BALAKINA J. V.

National Research University Higher School of Economics (Nizhny Novgorod)

MULTIMODAL MEDIA COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF MILITARY AND POLITICAL CHALLENGES

Abstract. Multimodal communication in the form of photographs, videos, memes and cartoons is an integral part of modern warfare. Influencing public opinion and decision-making, legitimizing/delegitimizing actions, demonizing the enemy, and other functions are effectively implemented through the dissemination of reliable multimodal content or disinformation.

Keywords: multimodal text, military conflict, legitimization, disinformation, strategic communication.

В контексте военно-политических вызовов мультимодальная коммуникация может использоваться для передачи как достоверной информации о ходе конфликта, военных операциях и политических решениях, так и дезинформации, способствуя формированию общественного мнения и поддержки определенных политических решений. Результаты исследований показывают, что визуальные формы представления информации вызывают больше доверия у аудитории, и, соответственно, являются более эффективными в контексте убеждающей коммуникации [1], что делает изображения главными элементами кампаний по дезинформации.

Мультимодальная дезинформация может принимать различные формы и распространяться в двух направлениях: снизу-вверх, когда обычные пользователи, «народные журналисты», манипулируют фактами, используя простые методы редактирования (замедление звуковой дорожки, де-/реконтекстуализация визуальной информации и т. д.). Второе направление – сверху-вниз, когда, например, политические деятели могут распространять ложную информацию и дезинформацию среди своих последователей через социальные сети и, таким образом, быстро охватить большую аудиторию, минуя основные средства массовой информации [2].

Военный конфликт России и Украины называют первой войной социальных сетей, где журналисты и пользователи делятся фотографиями и видео с места событий в реальном времени, формируя образы, которые могут быть использованы для легитимации/делигитимации военных действий. Как отмечает Линфилд [3], в данном случае фотографии или видео насилия больше не являются «формами свидетельства, а, скорее, формами самой войны», в то время как визуальное фреймирование посредством фотографий играет важную роль в формировании понимания конфликтов и ролей ключевых игроков в международных отношениях. Кроме того, мультимодальные тексты также выступают эффективным инструментом конструирования национальной идентичности. Например, украинские медиа представляют Украину как молодую, красивую и смелую женщину, в то время как в российском мультимодальном дискурсе Украина предстает в образе старой, усталой и «жаждущей освобождения» бабушки [4]. В то же время мемы являются инструментом репрезентации и формирования определенных отношений к воюющим сторонам. Таким образом, очевидно, что большинство доступных широкой аудитории мультимодальных текстов активно используются сторонами конфликта, а также другими акторами для достижения своих целей, то есть они встроены в стратегическую коммуникацию.

Исследования подтверждают эффективность нарративов и образов войны, формируемых с помощью мультимодального контента, что обусловлено, в первую очередь, эмоциональной откликом, который они формируют у аудитории [6]. Именно эта особенность позволяет политическим акторам и другим заинтересованным лицам манипулировать аудиторией в целях, например, поднятия боевого духа солдат, противодействия усталости от войны, демонизации противника и многих других. Особенно эффективно подобные цели могут быть достигнуты с помощью техник мультимодальной дезинформации.

Литература

1. Weikmann T., Lecheler, S. Visual disinformation in a digital age: A literature synthesis and research agenda / T. Weikmann, S. Lecheler // *New media & society*. – 2023. – № 25 (12). – P. 3696–3713.
2. Dan V., Paris B. Visual mis-and disinformation, social media, and

democracy / V. Dan, B. Paris, J. Donovan, M. Hameleers, J. Roozenbeek, S. van der Linden, C. von Sikorski // *Journalism & Mass Communication Quarterly*. – 2021. – № 98 (3). – P. 641–664.

3. Linfield S. Perpetrators / S. Linfield In Bleiker R. (Ed.) // *Visual global politics*. Routledge, 2018. – P. 224–230.

4. Ushchyna V. From conflict of discourses to military conflict: multimodality of identity construction in Russo-Ukrainian war discourse / V. Ushchyna // *East European Journal of Psycholinguistics*, 2022. – № 9 (2). – P. 130–143.

5. Crilley R., Chatterje-Doody P. N. Emotions and war on YouTube: Affective investments in RT's visual narratives of the conflict in Syria / R. Crilley, P. N. Chatterje-Doody // *Cambridge Review of International Affairs*. – 2020. – № 33 (5). – P. 713–733.