**Аннотация выпускной квалификационной работы**

**Вализер Карины Искандеровны**

**«ТЕХНОЛОГИИ ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ (НА ПРИМЕРЕ КОНФЛИКТА МЕЖДУ РОССИЕЙ И УКРАИНОЙ)»**

**Н. рук. – Минтусов Игорь Евгеньевич, доцент**

**Кафедра связей с общественностью в политике и государственном управлении**

**Заочная форма обучения**

**Актуальность данной работы** заключается в необходимости исследований в области информационных войн, определения методов и каналов воздействия на общественное мнение. Эта необходимость объясняется несоответствием темпов развития специальных технологий информационно-психологической агрессии и технологий психологической защиты сознания, а также системы ценностей и психологического здоровья общества в целом. Дело в том, что в сознании граждан еще не совсем сформировалось понимание угрозы, которую могут нести современные коммуникационные технологии при их скрытом информационно-психологическом воздействии, особенно если использовать их в политических целях. Наглядным примером использования таких технологий является освещение в СМИ и сети интернет конфликта вокруг референдума о статусе Крыма 16 марта 2014 г. и продолжающихся до сих пор политических и экономических последствий этого конфликта.

**Цель работы** – выявить методы и технологии ведения информационных войн, использованные во время подготовки и проведения референдума о статусе Крыма.

Для ее осуществления будут решены следующие **задачи**:

1. изучить историю возникновения феномена «информационная война» с помощью специальной литературы;
2. рассмотреть понятие «информационная война»;
3. на основе изученной литературы выявить основные методы ведения информационной войны, воздействующие на общественное мнение;
4. выявить используемые основные методы ведения информационных войн в видеороликах на тему «Референдум в Крыму» за время его проведения, подготовки и подведения итогов;
5. проанализировать количество результатов поиска по запросам, имеющим различную смысловую нагрузку в нескольких поисковых системах в странах, непосредственно участвующих в конфликте вокруг референдума о статусе Крыма, странах, участвующих в нем опосредованно и относительно нейтральных;
6. по результатам анализа поисковых запросов выявить разницу в общественном мнении между поисковыми системами, «подконтрольными» разным сторонам конфликта вокруг референдума в Крыму.

**Объектом** исследования являются технологии информационных войн в современном мире.

**Предметом** исследования являются методы и технологии ведения информационных войн, использованные во время подготовки и проведения референдума о статусе Крыма 16 марта 2014 года, влияющие на общественное мнение.

Соответственно цели и задачам в рамках системно-диалектического подхода

были использованы такие теоретические **методы исследования,** как изучение литературы, анализ и синтез, и эмпирические – наблюдение и сравнительный анализ.

**Эмпирическая база** исследования представлена видеороликами в сети интернет на тему референдума о статусе Крыма 2014 г. за период его подготовки, проведения и оглашения итогов, а также результатами поисковых запросов, имеющих различную субъективную оценку этого события, в поисковых системах «Google», «Yahoo», «Яндекс» за 16 и 17 марта 2014 года.

**Структура дипломной работы** состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложения.

Первая глава посвящена теоретическому обзору истории феномена «информационная война» и основных технологий ведения информационных войн в современном мире.

Во второй главе описывается процесс выбора: стран, непосредственно участвующих в конфликте вокруг референдума о статусе Крыма, участвующих в нем опосредованно и относительно нейтральных стран; видеороликов, в которых используются методы и технологии ведения информационных войн; поисковых систем для проведения исследования разницы общественных мнений; поисковых запросов, имеющих различную смысловую нагрузку.

В третьей главе представлена таблица, подтверждающая использование основных методов ведения информационных войн в видеороликах в сети интернет во время подготовки, проведения и оглашения результатов референдума о статусе Крыма 16 марта 2014 года, и изложен анализ исследования разницы общественного мнения на примере результатов поисковых запросов в трех поисковых системах («Google», «Yahoo», «Яндекс») в разных странах, демонстрирующей использование технологий воздействия на общественное мнение.

На основании теоретического обзора и практического исследования, представленных в вышеописанных главах, были сделаны выводы, сопоставимые с задачами данного исследования.