

ВОЕННА АКАДЕМИЯ „ГЕОРГИ СТОЙКОВ РАКОВСКИ“

ФАКУЛТЕТ „НАЦИОНАЛНА СИГУРНОСТ И ОТБРАНА“

Катедра „Съвместни операции и подготовка“

ГАБРИЕЛА ДИМИТРОВА НАПЛАТАНОВА - РУСЕВА

**УПРАВЛЕНИЕ НА МЕДИЙНИТЕ ЕФЕКТИ И МЕДИЙНИ
ОПЕРАЦИИ ПО ВРЕМЕ НА ВЪОРЪЖЕН КОНФЛИКТ**

АВТОРЕФЕРАТ

на дисертационен труд

за присъждане на образователната и научна степен „доктор”
в област на висшето образование 9. „Сигурност и отбрана”,
професионално направление 9.1. „Национална сигурност”,
докторска програма „Военнополитически проблеми на сигурността”

Научен ръководител

Полк. доц. д-р полк. Стоян Стойчев

Рецензенти за предварителна защита:

1. Полк. проф. д.н. Димитър Илиев Недялков
2. Полк. доц. д-р Стоян Георгиев Стойчев

СОФИЯ • 2019

Дисертационният труд се състои от 216 страници

Основен текст - 207 страници

Литературни източници - 170

Приложения - 3

Фигури - 15

Таблицы - 2

Графики - 41

Брой на публикациите по дисертацията - 5

Автор: Габриела Димитрова Наплатанова – Русева

Заглавие: „Управление на медийните ефекти и медийни операции по време на въоръжен конфликт“

Тиражбр.

Излиза от печат на

Печат – Военна академия „Г. С. Раковски“

Дисертационният труд е обсъден на разширен катедрен съвет на катедра „Съвместни операции и планиране” от факултет „Национална сигурност и отбрана” на Военна академия „Г. С. Раковски” – София на 15.05.2019 г. и е насрочен за защита пред научно жури на.....

Авторът е докторант в самостоятелна подготовка в катедра „Съвместни операции и планиране”.

Защитата на дисертационния труд пред научно жури ще се състои на..... отч. в зала А3 на Военна академия „Г. С. Раковски”.

Материалите по защитата са на разположение на интересуващите се в стая № 303 на Военна академия „Г. С. Раковски” – София, тел. 02/92 26 576.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД.

Актуалност и значимост на изследването.

Нивото на изследване на проблема за ефективността на медийните ефекти и медийните операции в съвременните условия и наличният инструментариум за тях не отговарят в пълен обем на изискванията и динамиката на развитие на глобалната средата за сигурност и глобалната медийна среда, както и на промените в схващанията за използване на медиите и тяхното влияние в провежданите операции и кампании. Широкият международен отзвук на тези операции и кампании предполага различия и специфики при планиране и провеждане на различните информационни (медийни) дейности, обединени от общ замисъл.

Това налага допълнително изследване на различните медийни ефекти и на медийните операции като цяло с цел повишаване на тяхната ефективност и постигане на съвместни ефекти, синергия в действията на различните инструменти на националната, съюзната и коалиционната мощ – политически, икономически, военен, граждански. Необходимо е и систематизиране на насоките (методите) за усъвършенстване управлението на различните медийни ефекти и операции и прилагането им в съвременната глобална информационна среда.

Обект на дисертационния труд са съвременните конфликти и конкретно информационните операции, провеждани в тях.

Предмет на дисертационния труд са медийните операции и ефектите от тях – като част от информационните операции.

Отчитайки актуалността и своевременността за решаване на така поставения проблемен въпрос пред дисертационния труд е поставена следната **основна цел**: Да се изследват характеристиките на медийните ефекти и медийните операции и да се разкрият направления за повишаване на тяхната ефективност във военен конфликт, чрез усъвършенстване на процедурите по тяхното управление.

За постигане на така формулираната цел в дисертационния труд са поставени за решаване следните **научно-изследователски задачи**:

1. Да се анализират и разкрият характеристиките на медийното влияние и медийните операции, и да се представи теоретичен модел за тяхната класификация. Класификацията е по различни критерии като тенденции в различните военни конфликти.

2. Да се изследват и анализират съвременните подходи за оценка на ефективността на медийните ефекти и медийните операции във военните конфликти, и да се разкрият различните предизвикателства при създаването на медийните ефекти и медийните операции/стратегии.

3. Да се формулират насоки за усъвършенстване на управлението на медийните ефекти и медийните операции в един съвременен военен или въоръжен конфликт.

Изследването на научния проблем се основава на следната **работна хипотеза**: усъвършенстването на цялостния процес по управление на медийните ефекти и медийните операции, чрез оптимизиране на техниките и процедурите по събиране, анализ, отсяване и разпространение на информацията свързана с хода на военния конфликт (операция или кампания), ще позволи вземане на адекватни на промените в информационната средата решения, както и преглед и адаптиране на плановете в частта им за информационния домейн (операции), което ще доведе до повишаване ефективността при отразяване и представяне на операциите и кампаниите пред широката международна общественост.

Теоретико-методологична основа, инструментариум и литературни източници.

За постигането на набелязаната цел и решаването на посочените задачи са използвани общо-научните **методи на изследване**: литературен обзор; исторически анализ; системен подход; анализ и синтез; експертна оценка, сравнение и моделиране.

За решаването на научно-изследователските задачи, по-голяма целенасоченост, конкретност и задълбоченост на разработката изследванията се извършват при следните ограничения, допускания и дисциплиниращи условия:

1. При изследването на съвременните военни операции и кампании вниманието е съсредоточено върху медийните ефекти и медийните операции, а не върху самото участие на военния компонент в тях.

2. Анализират се на медийното отразяване на 25 годишен период от участието на НАТО, ръководени от НАТО коалиции на желаещите с участие на по-голямата част от страните-членки на ЕС и Българската армия във военни мисии зад граница. Не са разглеждани операции и кампании от предшестващи „класически“ периоди.

3. Анализират се основно моделът за управление на медийните ефекти и медийните операции, прилаган в медиите на англосаксонския свят, който е използван и от НАТО.

II. СТРУКТУРА И СЪДЪРЖАНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД.

Структурата на дисертационния труд се състои от увод, три глави, заключение и приложения.

В увода е обоснована актуалността на темата, нейната теоретическа и практическа иновативност и значимост, формулирани са целите и задачите на дисертацията, изложени са основните подходи и методи при осъществяване на изследването и ограниченията при изследване.

ПЪРВА ГЛАВА: АНАЛИЗ И ХАРАКТЕРИСТИКИ НА МЕДИЙНОТО ВЛИЯНИЕ И НА МЕДИЙНИТЕ ОПЕРАЦИИ

В първата глава се разглежда теоретично как различните видове влияния се отразяват върху медиите, изследват се параметрите на отразяването, медийните операции, както и инструментите за осъществяване на комуникационните стратегии и новите фактори на медийния фронт. Задават се модели за съвременна класификация на медийните операции.

Разкрито е също така как работи спиралата на научаването и влияе на вземането на решение в съвременните въоръжени сили. Къде е мястото на медиите и как от пресата през телевизията, до социалните мрежи медийната среда се използва за осигуряване на превъзходство.

Влиянието се разглежда от аспекта на процесите, които формират редакционните политики в определена кризисна ситуация като влиянието на редактора, влиянието на технологиите, които правят отразяването мигновено и създават предизвикателства пред верифицирането на информацията и проверката ѝ от няколко независими източника, забързването на новинарския цикъл, което създава трудности пред генерирането на контекст, в който да бъдат обяснени събитията като част от процеси.

Обширният въпрос за връзката медии - военно командване, интернет като среда за медии и като бойно поле само по себе си, в което наблюдаваме класически дезинформационни кампании, получили новото определение „фалшиви новини“, чиито ефекти вече е предмет на многобройни научни изследвания и стратегии.

Новите технологии променят мисията и практиките както на военнослужещите така и на журналистите. Често смятани за безспорни до момента дори видеоматериали от въоръжени конфликти, свързани с това дали има или няма нарушение на международното право спрямо гражданско население е трудно да се дефинира еднозначно, поради нарастналите технически възможности за манипулиране на звук и видео. Интернет средата се превърна в бойно поле. Това създава огромно предизвикателство пред традиционните медии, които както вече отбелязахме трябва да влязат в ролята на проверители на факти, защото самите фалшиви новини не представляват опасност - опасни са ефектите, които предизвикват. Медийното влияние върху властите във време на криза или въоръжен конфликт има следните фази според Стромбак:

1) Медиация – посредничество, когато масмедията конституира най-важния източник на информация и канала на комуникация между гражданството и политическите институции и актьори;

2) Когато медията не предава безусловно съобщенията на няколко предпочитани източника и вместо това следва тяхната вътрешна логика;

3) Когато политическите актьори трябва да се адаптират и настроят спрямо медията и още повече да се нагласят и увеличат своите способности в мениджмънта и управлението на новините и така наречения „спининг“ и това прави съобразяването с медиите изключително важна част от взимането на политически решения;

4) Когато политиците и други социални актьори не само се адаптират към медийната воля, и към водещите и преобладаващи ценности на новините, но ги приема като свои и позволява на медийната логика да управлява и да служи като фундамент в процеса на управление. (Stromback, J 2008, Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics, The International Journal of Press/Politics, vol 13(3)p 239-240.)

На следващо място в главата се разкриват параметрите на отразяването, които в постмодерната ера се променят драстично. Скоростта се увеличава многократно, благодарение на технологиите, а отразяването от ритмично става непрекъснато, което представлява сериозна трансформация на журналистическата практика и същевременно е допълнително обстоятелство, което създава нови предизвикателства пред професионализма на медиите.

Тъй като стъпката в отразяването на новините се забързва, забързва се и стъпката в събиране на реакции – всяка институция има на мониториите си основните телевизии и следи сайтовете на главните и най-масови издания – това означава, че времето за взимане на решение от управляващите също се компресира. Те може да отказват да бъдат притискани, но също се съобразяват с часовете за излъчване и графика на новинарите, защото от него също зависи ефектът върху аудиторията и оформянето на общественото мнение.

Затова държавното ръководство както и командирите в армията трябва да са подготвени да се сблъскат с напрежението, което само новинарския поток може да създава.

Медията от тази гледна точка е фактор, оформящ възгледи и очаквания, управляващ социалния хаос и сложност и създаваща по-непредсказуема връзка между правителство и общество. А най-бързо подобни мнения се формират и ползват чрез медийните операции.

Терминът медийни операции служи да осигури информиране на определени аудитории чрез медиите, за да се осигури подкрепа за целите на информационната стратегия на конкретното правителство или институция. Основното усилие на медийните операции е във всяка военна операция да комуникира и предава принципните послания на подходящата аудитория в преследване на желания ефект докато се отговаря на медийния интерес без да се застрашава операцията. Медийните операции са фокусирани върху нуждата да се поддържа обществена и политическа подкрепа, за да се осигури свобода на маневриране в операцията. Медийните операции биха имали и ефект върху противника, съюзника и върху аудиторията, която е неутрална и затова е важно персоналът, като осъществява медийните операции и екипът, който осъществява информационните операции да работят заедно, за да е сигурно, че точните съобщения отиват към точните аудитории. Това важи с особена важност за местните медии в зоната на операцията и за техните източници, които са влиятелни в конкретната зона. Медийните операции подчертават ползата от позитивен и проактивен подход отколкото към отбранителен и реактивен подход.

В медийните операции се наблюдават три ясно обособени нива на тяхното провеждане: стратегическо, оперативно и тактическо ниво.

В съвременни условия разликата между стратегическо, оперативно и тактическо ниво все по-често се замъгляват. През прожектора на медиите, дребни тактически събития могат да ескалират и да предизвикат стратегически

ефект като генерират нуждата от бърз отговор на стратегическо ниво - министри, министър-председател или президент. Понякога се налага при тактическо събитие от голяма важност да не се спира потокът от информация и да се информира директно стратегическото ниво.

Характеристики на медийните операции.

Изследванията на съвременните медийни операции ни разкриват, че същите имат няколко, ясно обособени и наблюдавани в почти всички медийни операции, създавани от различните медии характеристики. Най-ясно изразените и наблюдавани характеристики са:

Фокус на желания ефект - ключов елемент на по-широка стратегия, чрез който медийните операции черпят своите цели от стратегическата цел на кампанията или операцията.

Базиран върху ефекта медийни операции - медията е другото измерение на операцията и трябва заедно с другите аспекти на операцията в зоната да бъде подчинена на изпълнението на плана така, че да се постигне цялостният желан ефект.

Истината - всички контакти с медиите и отношенията с тях трябва да са базирани на истината. Трябва да се избягва целенасочено заблуждаване на медиите независимо какви тактически предимства може да осигури това.

Достоверност - медийните операции трябва да бъдат построени върху достоверни факти, сведения и събития.

Навременност - глобализацията на комуникациите налага нуждата от достоверна информация, нараства и цикълът на новините, реално непрекъсната 24 - часова работа с поддържане на готовност за извънредни новини като се предоставя бърз отговор.

Откритост - ключова функция на медийните операции е да обясни в ясен, а не завоалиран терминологичен език военната перспектива на операцията, това, което може да изглежда очевидно за военнослужещите не е ясно за медиите.

Борба с дезинформацията - по време на военни операции трябва да се предвиди, че противникът ще използва различни стратегии за дезинформация, за да опита да намали мотивацията или единството на разположените в зоната войски и да увеличи обществената подкрепа в своя полза.

Подготовка - извършването на медийна операция включва изграждането на отношение с журналистите и с членовете на организацията, консултиране с командирите и тренировка на тези, които ще бъдат включени в операцията.

Целта на медийните операции е да достави информация на определен набор от аудитории чрез медията в подкрепа на целите на информационната стратегия на правителството / политическото ръководство. Успешната медийна операция предлага точна и навременна информация както и правилното послание към правилната аудитория. Аудиториите на медийните операции се категоризират в пет групи:

- национална аудитория - осигурява и поддържа националната политическа и обществена подкрепа;
- международна аудитория - осигурява и поддържа международна подкрепа;
- аудитория в региона около зоната на операцията - поддържа регионална подкрепа;
- аудитория в зоната на операцията - поддържа местната подкрепа;
- вътрешна аудитория - поддържа бойния дух.

Медиите, чрез своите аудитории осигуряват нов терен за бойно поле, в което могат да се изпробват нови механизми за влияние, взаимодействие и контакт, които вече се смятат за подходящи, дори необходими. Самото присъствие на международната сцена означава битка за значението медиите са канали за комуникация, но и инструменти във войната на знаците, войната на значенията. Основни инструменти за осъществяване на комуникационните стратегии използвани и прилагани от медиите в съвременните въоръжени конфликти могат да бъдат сведени до два основни:

- от една страна това е звеното за връзки с обществеността, което се занимава със собствената аудитория и подготвя информация за медиите по честен и открит начин, така че да информира пълноценно националната публика;

- вторият „актьор“ е звеното за публична дипломация, което има за задача да комуникира посланията на правителството към гражданите в чужди държави и конкретно към държавата, в която е конфликта.

По-нататък в глава първа е разгледан и анализиран **моделът, през който си влияят медиите и властта**, погледнат от другата страна – като медийна операция е разгледан през теорията на познанието от Томас Рид (Rid Thomas, *War and Media Operations*, 2007, Routledge London and New York).

Той опитва да намери връзки и изгражда концепция как може да се използва теорията на Нонака за спиралата на научаването и отучването при управленските практики за работа с медиите и как от негативния опит за работа с медиите на американската армия от 90-те години се трансформира до стратегическа част от бойните планове.

Как изглежда моделът на Нонака за създаването на знанията във военните структури? Спиралата на познанието може се представя и като окръжност, разделена на четири зони, които представляват четири различни начина на преобразуване на знанието. Предаването от мълчаливо към мълчаливо знание – практическо знание се нарича социализация. От мълчаливо практическо знание чрез екстернализация – изваждане навън се преобразува знанието от практическо към експлицитно – ясно изразено, експлицитното знание се обработва чрез процеса на комбинация, а членовете на организацията прилагат практическо знание от натрупаното теоретично експлицитно знание чрез интернализация – въвеждане.

Ученето е това, което взиманият решение в организацията вярва, че ще подобри представянето на тази структура. Ако една организация е придобила позитивен опит и го е трансформирала в систематично познание, но не го е

използвала, значи не го е научила. Ако организация е имала негативен опит, изследвала го, трансформирала го е и го използва, за да подобри представянето си – значи го е научила. Организационното учене като процес обхваща всички знания, възможности и асоциации с минали действия, желаните ефекти от прилагането им и бъдещите действия, аргументира се в своето изследване Томас Рид.

Завъртане на модела. Отучване и култура.

Много организации от общественения сектор се изправят пред ситуации, в които трябва да променят начина, по който се представят, но концентрирани върху конкуренцията и подобрявайки наложени във времето работещи практики и технологии може да доведе до сложни капани пред компетентността. Успехът може да намали способността на организацията да забравя наученото и да се преориентира бързо според обстоятелствата.

Моделът на спиралата може да предизвиква впечатлението, че това е схема на натрупване и еволюция на знание, водещ до промяна на организационното поведение за постигане на оптимални резултати. Това не важи в този случай защото няма сигурна опция. Организациите, които функционират в турбулентна среда се сблъскват с проблема, че уроците, научени в миналото може да се окажат безполезни, защото междуременно светът твърде много се е променил.

Комуникационният модел на противника.

Каква е спиралата на действие на терористичните организации, подготвени ли е противникът и възможно ли е той да действа дори по-бързо във въвеждането на иновациите. Спиралата за учене на противника в усвояването на новото се прилага и от ислямските фундаменталисти и при тях очевидно завъртането на колелото се ускорява – това се случва на тактическо, оперативно и стратегическо ниво и най-важното на организационно ниво – нещо, което в Пентагона не са способни напълно да разкрият, разберат и противодействат.

Според израелските експерти Лиебес и Кампф дори самата журналистика се променя и спиралата на познанието на Нонака се завихря в обратна посока, когато медиите не са занимавани и организирани централно от правителството, което води войната те търсят своята ниша за представяне на събитията и това може да доведе до реципрочен ефект от внедряване при своите части до внедряване в редиците на противника.

Така журналистиката става журналистика на дълбоката емоционална свързаност. Кампф и Лиебес го наричат „журналист – изпълнител на сцена“, което носи конотацията на актьорско изпълнение и актьорска игра.

Войни от нов стил.

Съвременните войни типично приемат формата на асиметрични конфликти, в които държавата е предизвикана от слаби групи по отношение на качество на техническото оборудване, количеството на професионални войници и т.н. тези войни могат да бъдат водени вътре и извън националната държава и могат да започнат по два основни начина.

Новите типове войни след Втората Световна война и Студената война се наричат пост-модерни или виртуални войни. Те са водени по хуманитарни подбуди и чувства като войните на Балканите за отмъщение, като тази в Афганистан срещу Ал-Кайда след 11 септември 2001 г. или с претекст предотвратяване в използването на оръжия за масово унищожение – за атаката срещу Ирак. Във всички тези случаи, напредналите технологии управлявани и използвани от западните сили играят централната роля в печеленето на кратката битка между двете армии (етап озаглавен от Тъмбер и Уебстър – информационна война).

Хаотичната безгранична сцена, на битката с тероризма предлага идеални условия за журналистите които играят на сцена, което счупва и калъпа за отразяването на войната като цяло. Три поджанра са се издигнали на значимо ниво в отразяването на асиметрични конфликти в последното десетилетие.

Те произхождат от практиката журналисти от студиото да се местят на бойното поле в търсене на драма, действие и автентичност. Интересното е, че представят и идеята за патриотизъм и за професионализъм. Те могат или да мобилизират към усилието на държавата – в случая внедрените журналисти по време на войната в Ирак, или да предизвикат сериозна загриженост сред политическата класа, например като започнат преговори с вражески лидер от които правителството се е отказало.

Лоялността на журналистите (модел на измерване).

Кампф и Лиебес представят тези поджанрове в последователност, която варира от патриотизъм до влизане във вражеските редици. Именно това е скалата, на лоялността, която те изграждат. Когато журналистът в главната роля има висока лоялност когато се внедрява в собствената армия, по средата на скалата е когато интервюира терористи и е с ниска лоялност, когато се внедрява за да отразява в редиците на терористите

Изследванията на медийните влияния и на медийните операции създавани на тази база, посчена до тук ни разкриват, че медийните операция създавани в рамките на един въоръжен конфликт могат да бъдат представени в съвременен вид или в една съвременна класификация по следния начин:

1. Медийни операции изградени по модела на Рид за трансформиране на военните структури.

В този модел на медийни операции се използва и прилага и т. нар. спирала на познанието. А като негови допълващи характеристики, които да дават също така и допълнителна възможност за класификация на медийните операции от този вид могат да бъдат посочени и:

- Завъртане на модела;
- Отучване и култура при създаване на операциите;
- Комуникационен модел на врага.

2. Модел на медийните операции за представяне на войните от нов стил.

В рамките на този съвременен модел на медийни операции, които се създават основно за представяне на войните от ноя стил - асиметрични, „добри войни“, война срещу терора, хибридна война, прокси война и други с подобни „съвременни“ имена могат да бъдат посочени също допълнителни възможности за класификацията на този вид медийни операции. Те биват:

- Постмодерна журналистика;
- Модел базиран на лоялността на журналистите - модел на измерване.

ИЗВОДИ от първа глава:

1. Глобалната журналистика става все по-независим актьор в периоди на кризи или вакуум в лидерството. Картата на медийното влияние показва механизма, по който медията взема решение как да моделира отразяването на новината.

2. Природата на войната и въоръжения конфликт се променят, защото вече не се случват в стратегическо линейно противопоставяне. Съвременните войни и въоръжени конфликти са опосредствани от медията - разказани и представени, което се явява тяхна основна характеристика.

3. Медийните операции са от решаваща важност за печелене на съвременните войни. Без интегрирано използване на медийна стратегия с политическата и военната стратегии последните две могат да се провалят. Медиите осигуряват нов терен за бойно поле, в което могат да се изпробват нови механизми за влияние, взаимодействие и контакт, които вече се смятат за подходящи, дори необходими.

4. Медийните операции зависят от нивото, на което биват създавани, а на основата на техните характеристики, на целевите аудитории към които са насочени се използват и различни инструменти за осъществяване на комуникационните стратегии в тях като публичната дипломация, прилагана основно като инструмент на политиката, и връзките с обществеността.

5. Медийните влияния и медийните операции създавани след това на тяхна база ни разкриват, че медийните операцията създавани в рамките на един

съвременен въоръжен конфликт могат да бъдат класифицирани като два основни модела: медийни операции, изградени по модела на Рид за трансформиране на военните структури; и модел на медийните операции за представяне на войните от нов стил.

ВТОРА ГЛАВА: МЕДИЙНИ ЕФЕКТИ И ВОЕННИ КОНФЛИКТИ. ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА ПРИ СЪЗДАВАНЕТО НА МЕДИЙНИ ЕФЕКТИ.

Във втората глава се разкриват теоретичните аспекти на медийните ефекти и практическо приложение на теорията за медийните ефекти в съвременните въоръжени конфликти. Изследват се и се разкриват предизвикателства при създаването на медийните ефекти и медийните операции/стратегии като за целта се изследва хронологията на медийното отразяване в участията на българската армия и нейни подразделения в мисии зад граница на ООН, НАТО, ЕС както и ефективността на медийните ефекти в съответните периоди на участие.

Анализирани са отношенията армия - медии - общество с конкретни примери от операции във Босна и Херцеговина, Косово, Афганистан и Ирак - там, където България и българската армия са имали участие, а българските институции е трябвало да взимат ключови решения в кризисни ситуации.

Теорията за всесилната медия като парадигма според Киара Де Франко се налага след войната в Персийския залив от 91-ва, набира скорост след трагедията в Сомалия и по-късно се затвърждава с появата на незападни глобални медии като Ал-Джазира, влиянието на интернет и специално след арабската пролет. Де Франко цитира теорията на Стромак, според който „медията може да влияе върху възприятията и мнението на конкретен индивид, върху неговите схващания, но като цяло се проваля в оценката на това, което представляват взаимовръзки, взаимодействия и взаимни зависимости на системно ниво по отношение на това как се оформя мнението за определени събития, определени политици или културни явления или просто как да бъдат

разбирани тези теми, които се отразяват в медийното пространство Ефекти на отразяването.

Де Франко използва шест различни концепции, на които отговарят шест различни медийни ефекта по време на война: CNN ефект; Задаване на дневния ред; Политика в реално време; Медийна дипломация; Индексиране и Произвеждане на съгласие.

CNN ефект

Според Стробел (Strobel) CNN ефектът се изразява в това медията да установи извършването на жестокости или нарушаване на човешките права, отклонение от международните норми. Журналистите и лидерите на мнение настояват правителството да вземе мерки, натискът от обществото става непоносим и правителството се принуждава да вземе мерки.

Няма единно мнение за обстоятелствата, при които се задейства CNN ефектът. Според някои учени като Ходж и Робинсън този ефект се наблюдава, когато управлението е несигурно при липсата на убедителна правителствена стратегия, медиите се явяват катализатор , следователно политиците, които не искат да се съобразяват с медийния дневен ред трябва да имат свой собствен дневен ред.

Бахадор разпознава и още една разновидност на CNN ефекта, а именно - предизвикващ CNN ефект, когато медията отразява само едната позиция или едната страна по време на война и въоръжен конфликт. Това е демонстрирано в Косово.

Ефект „Задаване на дневния ред“

Концепцията за определянето на дневния ред е една от най-важните в теорията на медийните ефекти и тя е разработена от Ланг и Ланг, доразвита от Коен, Шоу и Кобмс.

Според тази хипотеза медията определя кои елементи на публичния дискурс са забелязвани или пренебрегвани от аудиторията и следователно ги подчертават или пренебрегват. Тази хипотеза на определянето на дневния ред

се прилага основно вътрешно към вземащите – решения. Обаче, не винаги е ясно дали учените изтъкват директен когниивен ефект върху политиците или за индиректен ефект, базиран на загрижеността на политиците, че медията ще определи дневния ред за публиката.

Най поддържа тезата, че медията има важната роля да форсира политиците да се намесват в определени международни кризи и да пренебрегва други, които са дори по-сериозни.

Трети учени смятат ефекта за поставяне на дневния ред като индиректен просто, защото политиците са свързани с общественото мнение. Това дали определена тема с нейното отразяване прави количествени натрупвания и става значима също има роля в задаването на дневния ред.

Концепцията за определянето на дневния ред е предизвикана от другата теза, за **индексирането** - това е концепцията, която се основава на тезата, че медиите не определят дневния ред, но могат да поставят номерата на приоритетите, които вече са в дневния ред на управлението и присъстват в правителствения дебат. Това се обяснява от Халин с примера на войната от Виетнам, която не е загубена в хола на обикновения американец, заради лошото и предубедено отразяване на телевизията, а заради конкретни промени в Конгреса, а медиите като огледало просто са отразили този процес.

Ефект „Политика в реално време“

Концепцията – политика в реално време се свързва с тезата, че управлението се притеснява от обществения натиск и бърза да изрази съпричастност с излъчени и показани в медиите факти и изображения като дори се съобразява с медийния график за своите изявления и позиции.

Гилбоа изразява мнение, че „телевизиите ограничават като интерес с политиката, защото излъчвайки в реално време не оставят място за правене на политика, от една страна трябва да се вземе обмислено решение, за да се преценят възможностите, а от друга страна трябва да се изпълнят изискванията и сроковете на електронните медии“ (*34) това скъсява времето за реакция,

взимане на решение и времето за обмисляне, което поставя нови изисквания в длъжностната характеристика на дипломата.

Ефект „Медийна дипломация“

Ефектът на медийната дипломация изследва възможността, която все повече използва медиата като важен канал за дипломацията по време на кризи, в някои случаи дори по-важен от традиционните канали за осъществяване на дипломатически контакти. Това се случва, когато медиите отворят канал за общуване между нации, които нямат традиционни дипломатически контакти, когато позволят на чужди лидери да говорят на тяхното население без съгласието на собственото си правителство“.

Концепцията за изработеното съгласие се отнася към учените, които отхвърлят CNN ефекта, защото смятат, че медиите са силни инструменти в ръцете на различни заинтересовани групи.

Тези учени смятат, че медията е зависима от политическата класа и е мощно оръжие за трансформиране на общественото мнение. Не само се развива теорията за зависимост на медиите, но и се отрича възможността им да създават социална реалност.

Дейвис дори смята, че трябва да бъде обърнат подходът към така нареченият метод за определяне на дневния ред, защото политиците използват новинарските медии и журналисти, за да извадят на преден план или да преговарят за политики в дневния ред помежду си. Тази група учени разкрива някои фактори, които ограничават независимостта на медиите с динамика присъща на правенето на новини отвътре. Тук някои от тези учени концентрират вниманието си върху самото правене на новини, за да осветят тези източници на лоши практики и смущения в медийните репортажи, които са причинени от фактори не външни, но вътрешни за медийните организации, които по всяка вероятност са в услуга на медийното съгласие с официалната гледна точка и официалната позиция.

Всяка концепция разглежда медията или като самостоятелен актьор на международната политическа сцена или като инструмент в ръцете на други актьори.

Практическо приложение на теорията за медийните ефекти.

Както беше изяснено в изследването на медийното влияние и инструментите за неговото осъществяване в първа глава повечето изследователи разглеждат въпроса с медийното влияние като триъгълник медии - власт - общество. Медиите се разглеждат от инструмент на властта за влияние на обществото и инструмент на обществото да влияе на властта, но и като самостоятелен играч, който определя какво, кога и в каква степен да бъде отразено.

По-нататък в главата с една кратка ретроспекция, без претенции за изчерпателност на цялостното отразяване в мисиите зад граница на армията ни, изпълняваща задачи основно по постконфликтно възстановяване, показва главните тенденции и в световен мащаб. Медийните ефекти по тяхната класификация ескалират с развитието на технологиите и на българския медиен пазар, като следователно може да се забележи, се наблюдава усилване на ефекта с увеличаването на медийните платформи и канали за комуникация. Следователно в първите мисии на армията от демократичното развитие на държавата ни като Камбоджа и Босна и Херцеговина медийният ефектът е по-ограничен, докато при мисиите в Ирак и в Афганистан медийните ефекти са много по-осезаеми.

Медийни ефекти в Камбоджа.

През 1992 г. България изпраща военни наблюдатели към мисията на ООН в Камбоджа. Мисията на нашите военнослужещи в държавата на кхмерите продължава 16 месеца. На 8800 км от родината пехотните ни роти са разположени в около двадесетина кантона. В двата батальона „Сини каски“ служат около 1300 военнослужещи. Заради голямата отдалеченост и няколкото държавни медии в началото на прехода отразяването на тази мисия е доста

пестеливо, но създава определено негативни конотации в общественото съзнание заради смъртта на четирима български войници, които загиват от куршумите на червените кхмери, а единадесет са ранени при престрелка, шестима загинаха при нещастни случаи и неизяснени докрай обстоятелства. На практика се получава, че медийният ефект определяне на дневния ред от Камбоджа налага определени негативни конотации към доброволците за първите два контингента в Ирак и прави много по- трудна ролята на дирекцията за връзки с обществеността в министерство на отбраната и на генералния щаб да убедят обществото в целите и задачите на пехотните батальони.

Медийни ефекти във Босна и Херцеговина.

На 20 декември 1995 г. Миропазващите сили на ООН в бивша Югославия (UNPROFOR) прехвърлят отговорността за сигурността и мира в Босна и Херцеговина и на ръководените от НАТО сили (Implementation Force, IFOR). В изпълнение на Дейтънското споразумение, за по-малко от година IFOR разделя трите враждуващи фракции, воюващи повече от 42 месеца, да подпомогне провеждането на избори и да осигури завръщането на повече от 230,000 бежанци.

Българските медии отразяват работата на военния контингент в Босна и Херцеговина главно, когато са включени в делегации на генералния щаб на армията и министерство на отбраната при посещения за официални празници. Поради ограниченото време за посещенията обикновено до 48 часа фокусът е свързан с протоколните срещи на българските високопоставени лица и висши офицери и по-малко върху живота и работата на контингента. Значими медийни ефекти, свързани с участието на българската армия в мисията по възстановяване на Босна и Херцеговина не са регистрирани, освен по време на посещение на началника на генералния щаб ген. Михо Михов за националния празник 3 март, когато в медиите извън официалните срещи е отразен проблем с екипировката на контингента.

Медийни ефекти в Косово.

Косово в медиите се разглежда главно като проекция на бомбардировките на НАТО, отказът да се предостави въздушен коридор на Русия и предоставянето на въздушно пространство на НАТО за бомбардировките по бивша Югославия, падането на ракетата в Горна Баня (*71), обеднения уран и бежанската вълна от Косово в Македония. Степенувайки медийните ефекти може да определим падането на ракетата в Горна Баня и посещението на президента Стоянов на мястото като определяне на дневния ред, когато медиите определят дневния ред на политиците. Заради настроеността в българското общество и с оглед подготовката на общественото мнение за предстоящата евроатлантическа интеграция е изключително трудно са да обърнат обществените нагласи, особено с оглед на последствията, които пряко засягат българското общество.

По-късно работата на българските военнослужещи в Призрен се отразява по време на обявяването на независимостта на Косово през 2008 година и в контекста на предизвикателствата в сигурността на Западните Балкани с новопровъзгласената държава, чийто статут и до момента не се признава от 5 държави членки на ЕС.

Медийни ефекти в Афганистан.

Особеното при оценката на медийните ефекти от операцията на българската армия в Афганистан и участието и в мисията на НАТО ISAF е свързана с обстоятелството, че макар и ролята на многонационалните сили в централноазиатската република да се трансформира и предефинира с годините. Тя остава най-дългата операция, в която НАТО е ангажиран като като съюз и оценката на участието както и медийния ефект от отразяването е рано да приключи с категорични оценки. Първите медийни посещения и отразяване в Афганистан от българска страна се провеждат веднага след началото на операцията на международната коалиция срещу талибаните в Афганистан. Български журналисти са командировани и навлизат както много други в страната през структурите на т. нар. Северен съюз. Извън търсенето на лидера

на Ал-Кайда Осама Бин Ладен в този момент българските медии са фокусирани върху инцидент със задържането на трима български представители на медиите, Георги Милков 24 часа, Стоян Витанов и Емилиян Динов от БНТ, които по-късно са освободени със съдействието на Северния съюз.

На 16 февруари 2002 г. е сформиран първият български контингент за операцията в Афганистан - за санитарна обработка, състоящ се от 32 български военнослужещи. Той е разположен в района на британския контингент на 10 км от Кабул, където беше развърнат банно-перален комплекс. Поради изменение на обстановката в района на мисията задачите, изпълнявани от контингента са изчерпани. По предложение на Министерски съвет на Република България, с решение от 29 юли 2003 г., Народното събрание прекратява участието му и разрешава участието на механизирани взводи в ISAF и инструктори за обучение на Афганистанската армия.

Чрез филмите „Афганистански рани“ и „Афганистан 2014“ на Габриела Наплатанова и Иван Филчев се постига позитивен медиен ефект през отразяването не толкова на бойния, колкото на хуманитарния аспект на мисията и важната роля на българските лекари, които чрез работата им в Херат и във военната болница на летище Кабул дават своя принос за стабилизиране на страната и за подпомагане на местното население.

Но реално и българските медии, подобно на западните им колеги, отразяват мисията в Афганистан по времето на войната в Ирак по-скоро като другият конфликт, който е в сянката на „голямата война“.

Медийните ефекти в Ирак.

Мисията на българската армия в Ирак е най-тежката в съвременната военна история. От юни 2003 г. до декември 2008 г. през нея преминават хиляди български военнослужещи, тя се трансформира като задачи няколко пъти като не бива да се умаловажава тежестта на общественото мнение заради 13-те жертви в Ирак, което оформяно от медиите, оказва влияние и променя характера и задачите на контингента спрямо способностите на българската

армия. По време на българския ангажимент в Ирак могат да се разгледат няколко медийни ефекта, които се проявяват у нас по класификацията на Киара Де Франко (*12).

Паралелно с трагичните случаи със загуба на живот на български военнослужещи зад граница, което може да се определи като CNN ефект, се поражда и заложническата криза с двамата български шофьори в Ирак, която е следена близо месец денонощно от българските медии, но завършва с обезглавяването на двамата българи Лазов и Кепов, задържани край иракския град Мосул от подразделение на Ал Кайда в Ирак. Освен Ал Джазира ефект, защото записите от тяхната екзекуция и тленните им останки са разпространени от арабския канал, може да се наблюдава и ефектът медийна дипломация, когато външният министър Соломон Паси, отправя послание през CNN към похитителите с коран в ръка да пощадят българите. Това е типичен случай на използването на медията като канал за решаване на задачи пред дипломацията.

Изследването в тази глава разкрива и това, че наред с медийните ефекти, получени от участието на българската армия в иракската мисия и сериозното разминаване за начина, по който трябва да се отразява мисията между българското военно командване и българските медии може да се регистрират и положителни аспекти от гледна точка на развитието на медийните операции при участие на армията в мисии зад граница.

Предизвикателства при създаването на медийните ефекти и медийните операции/стратегии.

Отразяването на войни или природни бедствия е опасно, но разпространението на въоръжени и бунтовни групировки или престъпни групи също представлява безпрецедентен риск за журналистите. От заснетите на видео убийства на журналиста Джеймс Фоли и Стивън Сотлов, които бяха отвлечени на турско-сирийската граница и обезглавени от ИДИЛ през 2014 г. поставиха на общественото внимание рисковете, които нарастнаха пред журналистите експоненциално, но опасността остава, пише в изданието си

комитетът за защита на журналистите неправителствена организация, базирана в Ню Йорк.

Изследванията в главата ни по-нататък разкриват, че предизвикателства и изисквания към журналистите създаващи медийни ефекти в съвременните военни операции или въоръжени конфликти могат да бъдат определени в няколко основни направление и категории:

- предизвикателства и рискове пред самостоятелно отразяващите журналисти;

Основните рискове, пред които могат да бъдат изправени самостоятелните журналисти могат да бъдат посочено като: отвличане за подкуп; отвличане за политически дивидент; убийство от бунтовници, които търсят журналистите, като сурогат на твърде мощния за атакуване; попадане под кръстосан огън между различни групировки; следене на комуникацията и контактите; външно наблюдение.

- изисквания спрямо журналиста и редакцията – тук могат да бъдат споменати и обособени: техническа сигурност за журналистите по време на въоръжен конфликт; дигитална сигурност; намаляване на физическия риск; психологическа;

- изисквания към журналистите, които ще бъдат внедрени в подразделения на собствени или съюзнически армии в зона на конфликт;

- изисквания от гледна точка на внедряващото звено - национално или съюзническо командване.

ИЗВОДИ към глава втора:

1. Изследваните и анализирани медийни ефекти се класират по сила на въздействие в следния ред: CNN ефект; Определяне на дневния ред и индексирание; Медийна дипломатия; Политика в реално време.

Първите два медийни ефекта имат непрекъснато и устойчиво влияние върху властовите центрове. Медийната дипломатия може да бъде използвана като лост за постигане на пробив в конкретни преговори. Ефектът „Политика в

реално време“ се подчинява на взимането на решения при времеви дефицит и това предполага не винаги точна и адекватна информация, която трябва да бъде коригирана в последствие.

2. Медийните ефекти не действат изолирано, а като група мерки и се съчетават с определени стратегии на властта. Те са функция на медийните операции.

3. Изследванията и анализите на медийното влияние, чрез разграничените медийни ефекти при операции на Българската армия зад граница показват, че най-отчетливи са медийните ефекти в Ирак, защото там България дава 13 жертви.

4. Изследваните предизвикателства при създаването на медийните ефекти и медийните операции в съвременните въоръжени конфликти ни разкриват, че същите се проявяват в няколко основни направления като: предизвикателства и рискове пред самостоятелно отразяващите журналисти; предизвикателства свързани с техническа сигурност за журналистите, в това число и дигитална сигурност на същите; предизвикателства свързани с намаляване на физическия риск; предизвикателства свързани с психологическа сигурност; предизвикателства свързани с изпълнение на изискванията от журналистите и от самите редакции при отразяване на въоръжения конфликт; предизвикателства пред внедряващото звено - национално или съюзническо командване.

5. Различните видове предизвикателства появяващи се както пред самостоятелно отразяващите въоръжените конфликти журналисти, така и пред журналистите внедрени в съответните войско формирования, а и пред редакциите на медиите създаващи и излъчващи различни медийни ефекти от райони на въоръжени конфликти следва да се преодоляват единствено на база на спазване на определените, спуснатите правила за поведение в театъра на операцията (конфликта), ограниченията за снимане и документиране, правилата

за неразпространение на информация и правилата указващи разрешената за публикуване информация.

ТРЕТА ГЛАВА: НАСОКИ ЗА УСЪВЪРШЕНСТВАНЕ НА УПРАВЛЕНИЕТО НА МЕДИЙНИТЕ ЕФЕКТИ И МЕДИЙНИТЕ ОПЕРАЦИИ

Трета глава предлага експертно проучване по сходни групи от въпроси в две професионални общности на журналисти и военнослужещи, за да верифицира изводите, направени в класификацията на медийните ефекти и да апробира предложенията за планиране на медийните операции в бъдеще.

В резултат на проведеното изследване се предлагат насоки за подобряване на взаимодействието между двете професионални общности по време на мисии зад граница и при отразяването на въоръжени конфликти, които насоки на практика са насоки за усъвършенстване на управлението на медийните ефекти и медийните операции във въоръжен конфликт.

В рамките на изследването е анализирана експертна оценка от над 60 професионалисти, които отговаряха на различни по своя характер въпроси от професионално-етични, оперативни и дори технически аспекти, които биха могли да дадат яснота за способностите, вариантите и ограниченията при съвместната работа на двете професионални общности в зона на въоръжен конфликт. Задачата на експертната оценка е да се прецени възможността да се експлоатира и усъвършенства зоната, в която двете общности могат да взаимодействат без да се създава напрежение и изкривяване на елементи от действителността на бойното поле, защото медийните операции са съществена и значима част от операцията, защото медиите влияят на обществените нагласи, а общественото мнение е своеобразен център на тежестта и обществената подкрепа за легитимността на дадена операция е изключително важна за нейния успех.

Извадка. Изследването е проведено в периода юли – август между 62 участници военнослужещи и 21 журналисти

Военнослужещи: Анкетираните военносслужещи са 100% от мъжки пол. От тях 30 души или 75% са участвали в мисия зад граница на Българската Армия. 10 души или 25% от анкетираните нямат опит в мисии. Средната възраст на анкетираните е 39 години като най-младият е на 31, а най-възрастният участник в анкетата е на 60. Минималният стаж е 8 години, а максималният стаж е 38 години военна служба

Журналисти: Анкетираните журналисти са 21 на брой. Анкетата е балансирана по пол, защото участват 11 жени и 10 мъже като жените са 52% от извадката, мъжете 48%. Средната възраст на участвалите в анкетата журналисти е 39 години като най-възрастният участник е на 51, а най-младият на 29. Средната продължителност на работата по специалността е 18 години професионален стаж. 13 души или 61% от запитаните имат опит в отразяване на въоръжени конфликти в Ирак, Афганистан и Косово както и в отразяването на анексирането на Крим и сраженията в Източна Украйна, преврата в Турция и терористични актове в Европа (Ница, Стокхолм, Истанбул, Барселона, Сарафово).

Цел на проучването е да се предложат професионални стандарти за работа на журналисти при пребиваване в държава, в която български контингент изпълнява военна мисия/операция извън територията на страната.

Хипотези: Допускане, че журналистът, изпратен в контингента трябва да акумулира обществена подкрепа за военносслужещите; Допускане, че ще съществуват различия в степента на свобода, която журналистите и военносслужещите ще са склонни да осигурят за отразяването от гледните точки към конкретни събития в зоната за операции; Допускане, че съществува необходимост от обучение на двете страни за по-добро протичане и запознаване с естеството на съвместната им работата в конфликтна зона и държава с различни културни и религиозни особености; Допускане, че е възможно некоординирано изтичане на информация за инцидент или форсмажорно обстоятелство в контингента през социалните мрежи, което е секретна информация и изследвам

как биха реагирали военнослужещи и журналисти в зоната на тази операция след като информацията би предизвикала медиен ефект в националната аудитория.

Метод: Проучването е осъществено чрез метода на анкетата. Разработени са две приложения на анкетни карти.

Основната част от въпросите, организирани около формите на съвместна работа са общи и за двете групи изследвани лица.

Анализ на общите възгледи на журналисти и военнослужещи за участието на журналисти в отразяването на мисии/операции на Българската армия зад граница.

При анализа на отговорите на въпросите са използвани следните статистически методи. За всеки въпрос са изчислени средноаритметичните стойности за двете групи лица, след което те са сравнени чрез непараметричния метод (променливите са ненормално разпределени дименсии) на Mann-Whitney за значимост на разликите на две средни стойности. Освен това те са сравнявани по нивото, което заемат по скалата за оценка. За въпроси, за които съществува степен на съгласие в отделната група лица над 3.50 се счита за висока, под 2.50 за ниска, а между 2.51 и 3.49 за неутрална.

Какъв, според Вас, трябва да е водещият подход при участието на журналисти в отразяването на военна мисия/операция извън територията на Р България?

Средноаритметичните стойности на журналисти и военнослужещи са представени на графика 1 в дисертационния труд. От нея е видно, че журналистите силно подкрепят мнението, че е необходимо военната операция да се отразява с всичките ѝ аспекти с цел да се представи работата на военнослужещите на терен (4,14), като средноаритметичната стойност на това мнение е в значима степен по-висока от това на военнослужещите ($Z=-2.517$, $p=.012$).

Заклучение: Всяка от групите защитава професионалната позиция, която е важна за нея – за военнослужещите е важно операцията да не се осуети, също толкова, колкото да се отразява в пълнота, докато за журналистите е най-важно да се предава пълна информация за случващото се.

По втория въпрос По какъв начин, според Вас, трябва да присъстват медиите по време на военна мисия/операция извън територията на Р България?

Средноаритметичните стойности на отговорите на военнослужещи и журналисти за формите на присъствие на журналистите по време на мисия/операция извън територията на Р България са представени в таблица 1 в дисертацията. Статистическите анализи не доказват значима разлика между отговорите на двете групи изследвани лица по този въпрос: „самостоятелно да я отразяват” или „да бъдат внедрени в бойната част”

По отношение на варианта журналистите самостоятелно да отразяват мисията в зоната на конфликта и военнослужещите (2,72), и журналистите (2,94) демонстрират по-скоро негативна нагласа. Двете групи анкетирани смятат, че по-добър вариант е журналистите да бъдат внедрени в бойната част (военнослужещи – 3,50; журналисти – 3,86).

Заклучение: по отношение на изграждането на стандарт за присъствието на журналисти във военна зона извън територията на страната, в която български контингент изпълнява мисия/операция, отговорите на този въпрос показват, че съществува консенсус между журналисти и военнослужещи, за това, че журналистите трябва да бъдат внедрени в бойната част, а не да отразяват самостоятелно.

Третият въпрос - Как, според Вас, трябва да се излъчва информацията по време на присъствие на българските контингенти на военна мисия/операция извън територията на страната?

Средноаритметичните стойности на мнението на военнослужещи и журналисти за начина на излъчване на информацията по време на присъствие

на българските контингенти на военна мисия/операция извън територията на страната са представени на графика 2 в дисертационния труд.

Не се установява статистически значима разлика по отношение на прегледа на суровия материал като възможна мярка за осигуряване на сигурността на контингента и операцията между отговорите на двете изследвани групи. Това условие се приема неутрално (3,10) от журналистите и по-скоро положително от военнослужещите (3,93).

По втората опция „След преглед на монтирания и готов за излъчване материал” е налице статистически значима разлика в средноаритметичните стойности на отговорите по скалата военнослужещите държат да има контрол и върху обработения монтиран материал за излъчване и не са склонни да разрешат излъчване без преглед на материала (4,27), за разлика от журналистите, които са по-скоро индиферентни по този въпрос (3,25).

Заклучение: отчитайки, че военнослужещите категорично отричат, а журналистите клонят към неизразено, неутрално мнение за вариантите материала да се излъчва по следните начини - „Без преглед на материала, но в репортаж”, „Излъчване директно през сателит”, и „Излъчване през интернет в социалните мрежи”, при изработването на един стандарт, който да регламентира действията на журналистите във военна зона на присъствие на български контингент извън територията на страната, тези начини е необходимо да се дефинират като нежелани.

Следващият, четвърти въпрос - **Каква трябва да е ролята на журналиста при отразяване на присъствието на български контингенти, участващи във военна мисия/операция извън територията на Р България?**

Значими различия в стойностите се наблюдават в определянето на ролята на журналиста в зоната на операцията. Това е въпрос от изключителна важност, който разкрива фундаментални различия във възприемането на ролята на журналиста и очаквания ефект от работата на медиите в зоната на конфликт или операции на армията зад граница.

Ако двете общности не изработят механизъм, по който ефективно да взаимодействат и да повишат взаимното разбиране за естеството на работата си тези нагласи могат до доведат до разрив, който ще предизвика много по-големи проблеми и неразбиране на военната мисия в обществото.

Заклучение: Първата хипотеза, че очакването на военнослужещите журналистите да акумулират подкрепа за работата им, защото мисията им се нуждае от одобрение не среща същото ниво на подкрепа от журналистите.

Какви трябва да са отношенията военнослужещи – журналисти и вредят ли отношенията на доверие и приятелство?

Позитивен сигнал, че подобен механизъм може да бъде изработен за ефективно взаимодействие между двете професионални общности е резултатът от отговора на въпроса дали трябва да има отношение на доверие и приятелство помежду им, когато има внедрени журналисти в мисия на военнослужещите зад граница. И двете групи респонденти отговарят със средноаритметични стойности на скалата над неутралното, в положителния спектър на скалата, като разликата между средните им стойности не е значима, а резултатите (от 3.98 за военнослужещите и 4.14) за журналистите показва, че това е необходимо условие. Същите нагласи се наблюдават и в резултатите от втория отговор на свързан въпрос дали отношенията на приятелство вредят (Графика 4 в дисертацията) за военнослужещите (2.44) за журналистите (2.14).

Заклучение: Доказва се хипотезата, свързаната с теорията на Нонака за ученето и отучването, която се представя през спиралата на познанието. Теорията се базира на движение от емпиричното, практическо познание и прераства след обсъждане в експертната общност и въвеждането ѝ в правилници, процедури и доктрини във формално знание, което се прилага от професионалната общност като стандарт, докато практиката не наложи нов стандарт – открит от практиката.

Бихте ли публикували снимки от участието си във военна мисия/операция извън територията на Р България в личния си профил в социалните мрежи?

Проверихме и хипотезата за изтичане на информация. Отрицателни средни стойности в отговорите за военнослужещите (2.32) за журналистите (1.38). При журналистите стойностите са по-ниски.

Анкетираниите отхвърлят възможността да се използват социалните мрежи за публикуване на снимки от мисията или работата им зоната на операцията. Подобно изтичане са появи дори преди появата на социалните мрежи при атаката срещу българската база в Кербала Ирак на 27 декември 2003 г., когато броени дни след започване на разследване на обстоятелствата за трагедията на медиите бяха предадени снимки от разследването, които като доказателствен материал противоречаха на фактологията, изложена официално в първите дни от събитието.

Резултатът е по-категоричен при журналистите от силно неутрален, през по-скоро неутрален до неутрален. При военнослужещите скалата на отговорите е по-разнообразна и не изключва тази възможност като 7 от общо 41 респонденти или 18% са отговорили по-скоро да. При журналистите няма такъв отговор и средноаритметичната стойност от разпределението на отговорите по скалата от 1 до 5 е 1.38, което означава отрицателна нагласа.

Заключение: Въпреки отрицателната тенденция при отговорите за евентуално изтичане на информация в социалните мрежи да не подкрепя хипотезата би могло да има изтичане на информация от военнослужещите без санкцията на медийния експерт в контингента или на командира и органите по сигурността.

По отношение на изтичането на информация имат отношение и процедурите свързани с военнослужещите оторизирани да разговарят с медиите – аспект, който се анализира в следващата секция от изследването.

Това, което буди най-голяма загриженост са последствията от една операция - колкото по-дълга и с повече жертви е тя - толкова по-непопулярна става и акумулирането на обществена подкрепа става все по-трудно и несигурно.

Българските военнослужещи нямат категорично отношение към поддържането на собствени канали за комуникация в социалните мрежи към подразделението.

Хипотеза 1, в която се допуска, че би могло да има изграждане на нормативни документи, които да обективират познанието, натрупано в работата на армията медии срещна своето потвърждение.

Хипотеза 2 за различните стандарти, които се възпремат от журналисти и военнослужещи също се потвърждава от заключението, че военнослужещите освен отношения на приятелство и доверие държат с работата на медиите да се акумулира обществена подкрепа за армията в мисиите ѝ зад граница. Военнослужещите виждат присъствието на медиите в зоната на операцията основно като внедрени в определено подразделение и не са склонни да разговарят с журналисти, които не са внедрени и акредитирани към съответното командване.

По отношение на Хипотеза 3 за изтичане на информация мнозинството от запитаните не са склонни да публикуват информация в социалните мрежи, но 7% са готови на това, особено ако е важна за обществото.

Интересно е, че се наблюдава съпротива към излъчването със сателитна техника от големи медии, което би могло да има много силен медиен ефект и то контролиран от командването като послание, идентифицирани експерти, които да информират и дори локация от която да се извършва. Същевременно остава вероятността извън традиционните медии да изтече информация към аудиторията, която да е различна от официалната.

В глава трета са изследвани и анализирани възможностите за усъвършенстване на управлението на медийните операции и ефектите в тях.

Предложени са на тази база **насоки за усъвършенстване на управлението на медийните ефекти и медийните операции във въоръжен конфликт**. Същите могат да бъдат разделени в две основни категории: насоки за усъвършенстване на медийните ефекти и медийните операции в краткосрочен и средносрочен план; насоки за усъвършенстване на медийните ефекти и медийните операции в дългосрочен план.

ИЗВОДИ от глава трета:

1. Изследването на експертните мнения за управлението на медийните ефекти и операции при въоръжен конфликт ни показва, че когато има съвместно обсъждане на гледната точка към репортажа, средствата за излъчване и комуникация, възможните събеседници, местата за снимане и посланията, които ще бъдат излъчени няма пречка това да се случва на живо, през сателит или интернет и за голяма медийна платформа с досег до различни аудитории.

2. На базата на проведеното изследване на експертните мнения за управление на медийните ефекти и операции се установи, че за нуждите на българската армия и конкретно на контингентите от нея, участващи в операции зад граница няма ясно установени правила за внедряването на журналисти и за присъствието им в зоната на операциите, и няма ясно разбиране за необходимостта от присъствието им и форматът на присъствието им.

3. Анализите на експертните мнения за управлението на медийните ефекти и операции при въоръжен конфликт ни разкрива и нагласите, че лица, които по силата на своя произход са ценни за военнослужещите в операцията (конфликта) са ценни и за журналистите, които създават медийните ефекти в нея.

4. Изследванията на насоките за усъвършенстване на управлението на медийните ефекти и медийните операции в един съвременен въоръжен конфликт ни разкриват, че същите могат да бъдат посочени в няколко основни направления: определяне на възможно най-добрите и правилни цели за

управлението на медийните ефекти и операции; дефиниране за новина - кой, какво, как, къде и кога, защо? организация на медийния план - стратегически, тактически и оперативен сегмент; насоки свързани с подобряване на алгоритъма на отразяването; насоки свързани с подобряване на техническо осигуряване; подобряване на анализа и оценката на ефекта; оценка на операциите по съдържание на материалите и класификация им като положителни, отрицателни, неутрални.

ОБЩИ ИЗВОДИ:

1. Медийните операции са от решаваща важност за печелене на съвременните войни. Без интегрирано използване на медийна стратегия с политическата и военната стратегии последните две могат да се провалят.

2. Медийните влияния и медийните операции създавани след това на тяхна база ни разкриват, че медийните операция създавани в рамките на един съвременен въоръжен конфликт могат да бъдат класифицирани като два основни модела: медийни операции, изградени по модела на Рид за трансформиране на военните структури; и модел на медийните операции за представяне на войните от нов стил.

3. Медийните ефекти, създавани в зоната на въоръжен конфликт се класират по сила на въздействие в следния ред: CNN ефект; Ефект „Определяне на дневния ред“; Ефект „Медийна дипломация“; Ефект „Политика в реално време“. Първите два медийни ефекта имат непрекъснато и устойчиво влияние върху властовите центрове. Медийната дипломация може да бъде използвана като лост за постигане на пробив в конкретни преговори. Политиката в реално време се подчинява на взимането на решения при времеви дефицит.

4. Анализът на основните предизвикателства при създаването на медийните ефекти и медийните операции в съвременните въоръжени конфликти ни разкрива, че същите могат да се проявяват в няколко основни направления като: предизвикателства и рискове пред самостоятелно отразяващите журналисти; предизвикателства свързани с техническа сигурност

за журналистите, в това число и дигитална сигурност на същите; предизвикателства свързани с намаляване на физическия риск; предизвикателства свързани с психологическа сигурност; предизвикателства свързани с изпълнение на изискванията от журналистите и от самите редакции при отразяване на въоръжения конфликт; предизвикателства пред внедряващото звено - национално или съюзническо командване.

5. Медийните операции имат свое стратегическо, оперативно и тактическо ниво и трябва да бъдат планирани заедно със самата военна операция за прекратяване на даден въоръжен конфликт, защото от тях може да зависи успехът или провалът на операцията. Нужно е да има ясни правила за участието на журналистите, техните права и ограничения, когато са в зоната на отговорност на български контингент или в район на въоръжен конфликт.

6. Изследванията на насоките за усъвършенстване на управлението на медийните ефекти и медийните операции в един съвременен въоръжен конфликт ни разкриват, че същите могат да бъдат посочени в няколко основни направления: определяне на възможно най-добрите и правилни цели за управлението на медийните ефекти и операции; дефиниране за новина; организация на медийния план; свързани с подобряване на алгоритъма на отразяването; свързани с подобряване на техническо осигуряване; свързани с подобряване на анализа и оценката на ефекта и свързани соценка на операциите по съдържание на материалите и класификация им като положителни, отрицателни, неутрални.

Заклучение.

Медийните ефекти не действат изолирано, а като група мерки и се съчетават с определени стратегии на властта. Те са функция от медийните операции, които са офанзивни и отбранителни. Затова във втора глава се представя пълна характеристика на медийните операции с тяхна класификация и е намерена национална проекция при българското участие в ръководени от НАТО коалиции и коалиции на желаещите в последните 25 години като са

посочени причините за проявата на конкретните медийни ефекти в българската обществено-политическа действителност.

III. НАУЧНИ И НАУЧНОПРИЛОЖНИ ПРИНОСИ:

Научни приноси:

1. Предложена е характеристика на медийните ефекти и медийните операции и е разработен теоретичен модел за тяхната класификация по различни критерии в различните военни конфликти.

2. Разкрити са основните предизвикателства при създаването на медийните ефекти и медийните операции в съвременните въоръжени конфликти като: предизвикателства и рискове пред самостоятелно отразяващите журналисти; предизвикателства свързани с техническа сигурност за журналистите; предизвикателства свързани с психологическа сигурност; предизвикателства свързани с изпълнение на изискванията от журналистите и от самите редакции при отразяване на въоръжения конфликт; предизвикателства пред внедряващото звено - национално или съюзническо командване.

Научноприложни приноси:

1. Анализирани са изискванията към журналистите и ефектите от техните професионални взаимоотношения с военнослужещите, когато са самостоятелно в зоната на операцията или са внедрени в подразделения на собствена, в съюзническа или вражеска армия.

2. Формулирани са насоки за усъвършенстване на процедурите по управление на медийните ефекти и медийните операции в новата информационна среда по време на военен конфликт.

IV. ПУБЛИКАЦИИ ПО ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД.

1. Наплатанова, Габриела. Предизвикателства пред медийното отразяване на военни конфликти. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 02.04.2018.

<https://www.newmedia21.eu/analizi/predizvikelstva-pred-medijnoto-otrazyavane-na-voenni-konflikti/> (07.11.2018).

2. Наплатанова, Габриела. Отразяване на въоръжени конфликти – самостоятелно или в бойно подразделение. Предимства и недостатъци на двата подхода. // Newmedia21.eu. Медиите на 21 век: Онлайн издание за изследвания, анализи, критика, 02.07.2018.

<https://www.newmedia21.eu/izsledvaniq/otrazyavane-na-vaorazheni-konflikti-samostoyatelno-ili-v-bojno-podrazdelenie-predimstva-i-nedostatatsi-na-dvata-podhoda/> (07.11.2018).

3. Naplatanova, G.& Hristov, N. The Stereotypes of Military Towards Journalists and Work with Embedded Reporters in Missions and Operations Abroad//ijasos.ocerintjournals.orgIJASOS- International E-journal of Advances in Social Sciences, 26.07.2018 <<http://ijasos.ocerintjournals.org/download/article-file/527706>.

4. Naplatanova, G. &Hristov, N. The Stereotypes of Military Towards Journalists and Work with Embedded Reporters in Missions and Operations Abroad//readcube.com ReadCubepublishers researcher-focused, state-of-the-art technology guaranteed to enhance on-platform reader engagement, grow readership, and expand revenue channels. <<http://www.readcube.com/articles/10.18769/ijasos.455643>.

5. Hristov, N.& Naplatanova, G. The Stereotypes of Military Towards Journalists and Work with Embedded Reporters in Missions and Operations Abroad// Media Law Professors Blog ,26.07.2018. https://lawprofessors.typepad.com/media_law_prof_blog/2018/07/hristov-and-naplatanova-on-the-stereotype-of-military-towards-journalists-and-work-with-embedded-rep.html.