

УДК 070:327.5

ББК 37.89

К-85

Крынина Ольга Юрьевна, кандидат социологических наук, доцент кафедры коммуникации и связей с общественностью факультета новых социальных технологий Майкопского государственного технологического университета, e-mail: olga-avgust@rambler.ru.

**ПРИМЕНЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИНФОРМАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЕ
НА ФОРМИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ
(НА МАТЕРИАЛАХ АНАЛИЗА ПУБЛИКАЦИЙ ГАЗЕТЫ «THE NEW YORK TIMES»
В ПЕРИОД ГРУЗИНО-ЮГО-ОСЕТИНСКОГО КОНФЛИКТА)**

Krynina O. J. Cand.Sociol.Sci., assistant professor of the department of communication and public relations at the faculty of new social technologies, Maikop State Technological University, e-mail: olga-avgust@rambler.ru

**APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES AND THEIR INFLUENCE ON
PUBLIC OPINION (ACCORDING TO MATERIALS OF THE PUBLISHING NEWSPAPER
«THE NEW YORK TIMES» IN THE GEORGIAN - SOUTH OSSETIC CONFLICT)**

Modern political, military, international conflicts are not limited by conducting direct military operations. The technologies of direct informational influence carried out by mass media have a great significance to set up the positive social opinion.

Keywords: public opinion, South-Ossetic conflict, information influence, publications.

Характерной особенностью военно-политического конфликта в Южной Осетии с 7 августа 2008 по 13 августа 2008 года было активное использование ведущими мировыми державами государственных информационных структур. Западные СМИ передавали репортажи с акцентами на российскую агрессию против маленькой беззащитной Грузии. Актуализировался образ России как гегемона и захватчика. Действия России сравнивались с вторжениями СССР в Афганистан, Венгрию и Чехословакию, а сама политика нынешней российской власти трактовалась как сталинская и гитлеровская, что позволяет говорить о демонизации образа России. В информационном противостоянии следует учитывать существующие устойчивые стереотипы восприятия России на Западе как враждебного, агрессивного, недемократического государства.

Анализ материалов западных СМИ за период подготовки этой операции позволяет сделать вывод, что теле- и радиокomпании, газеты и глобальная система Интернет активно участвовали в проведении информационной кампании против России. Главная цель этой кампании на стратегическом уровне заключалась в том, чтобы побудить мировое общественное мнение, как минимум, не препятствовать вооруженному вторжению Грузии в Южную Осетию, как максимум, обеспечить широкую общественную поддержку грузинского руководства. Кроме того, необходимо было нейтрализовать влияние России, проводившей миротворческую операцию.

Изначально грузинской стороной применялась тактика создания информационного шума, в соответствии с которой официальными лицами делалось максимальное количество заявлений, часто противоречащих друг другу, но в то же время создающим необходимый фон в средствах массовой информации и Интернете. Также, грузинская сторона с первых часов конфликта позиционировала происходящее как российскую агрессию, что позволило создать у западных обывателей соответствующее первое впечатление. Российские официальные лица действовали достаточно пассивно, ограничиваясь лишь редкими заявлениями, преимущественно направленными на опровержение той или иной информации, поступающей с грузинской стороны. Можно предположить, что с началом боевых действий не было создано никакой структуры, отвечающей за формирование положительного образа России её вооруженных сил, задействованных в данной операции.

Для создания полной монополии на информацию грузинская власть приняла решение блокировать доступ российских СМИ в информационное пространство Грузии: «в последние дни российские СМИ, и в особенности телеканалы, осуществляющие настоящую информационную войну против Грузии, поэтому мы приняли решение отключить с субботы вещание всех российских телеканалов на грузинской территории». Вход на российские сайты также был за-

блокирован.

Яркой особенностью применения специальных приёмов и техник пропаганды является тот факт, что М. Саакашвили почти все свои публичные выступления записывал на фоне флага ЕС. Для массовой аудитории уже заранее подготавливалась позиция, что Европа поддерживает Грузию.

В военный период особенно актуализируется роль *убеждающей коммуникации*. В качестве центральной темы российскими СМИ была выбрана защита граждан РФ, а сюжетными линиями, служащими для её раскрытия, стали: съёмки грузинских солдат, стреляющих по жилым домам, статистика убитых среди мирного населения (особенный упор на число жертв среди детей).

События в Южной Осетии комментировали многие западные общенациональные газеты. Взгляд на происходящее событие был у каждой страны свой, исходя из политических интересов. Анализ публикаций общенациональных изданий западных мировых держав, в частности, *The New York Times* (США) в период военных действий с 8 августа 2008 по 13 августа 2008, позволят выделить основные лексические единицы, использованные в процессе влияния на массовое сознание в ряде западноевропейских стран.

С помощью методов контент-анализа и сравнения выясним, в каком образе интерпретировали Россию и Грузию западные национальные газеты, какие методы информационного воздействия на массовое сознание использовались в публикациях, и какую задачу заключала информационная кампания той или иной страны. Объектом данного исследования являются текстовые массивы национальных газет западных держав; предметом исследования – информационное содержание текстовых массивов; количественная единица контент-анализа – понятие и выражение из категорий «героизация» и «демонизация».

Из общего объема материалов газеты «*The New York Times*» в период военных действий с 8 августа 2008 по 13 августа 2008 мы выбрали шесть самых ярких публикаций посвященных грузино-юго-осетинскому конфликту, которые располагались на первой странице газеты:

- 1) 08.08.2008 *Russia and Georgia Clash Over Separatist Region* (Столкновение России и Грузии по поводу Сепаратистской Области) [2];
- 2) 09.08.2008 *In Georgia Clash, a Lesson on U.S. Need for Russia* (В Столкновении Грузии с Россией, урок для американцев в сотрудничестве с Россией) [3];
- 3) 10.08.2008 *Georgia and Russia Nearing All-Out War* (Грузия и Россия приближаются к Всеобщей Войне) [4];
- 4) 11.08.2008 *Russians Push Past Separatist Area to Assault Central Georgia* (Русские выдвигаются в Сепаратистскую область, чтобы напасть на Грузию) [5];
- 5) 12.08.2008 *Russia's War of Ambition* (Военные амбиции России) [6];
- 6) 13.08.2008 *Bush sent the help and demanded, that Moscow left* (Буш посылает помощь и требует, чтобы Москва покинула территорию) [6].

Анализ публикаций общенациональной американской газеты «*The New York Times*» в период военных действий в зоне грузино-югоосетинского конфликта с 8 августа по 13 августа, показывает, что негативный образ России и ее лидеров в газете «*The New York Times*» формировался как агрессора, подстрекателя военных действий за счет применения в ее адрес и правительства, таких ярких экспрессивно-окрашенных высказываний, например, как: «Россия положила начало военной действительности»; «Россия провела авианалеты по грузинским целям», «авианалеты одобрены Кремлем», «Россия ведет кибервойну», «Россия объявила «война началась», «военное вторжение России», «конфликт в Грузии – передел власти в России», «российские военные самолеты напали на грузинские силы и гражданских жителей в Цхинвали»; «Россия начала военное действие в полном масштабе, на воздухе, земле и море»; «Кремль измывался и шантажировал своих соседей» и т.д.

В публикациях газеты «*The New York Times*» заранее одна из противоборствующих сторон (Россия) дискредитируется, а другая (Грузия) восхваляется и освобождается от вины за происходящее. Так, например, Грузия в материалах газеты «*The New York Times*» изображается жертвой, с помощью таких выражений, как: «российские самолеты обстреливали Грузию»; «российские бомбардировщики летели над Грузией»; «Тбилиси было эвакуировано»; «грузинские правительственные веб-сайты терпели крах»; «военное вторжение в Грузию»; «его (М. Саакашвили) ненавидят в Кремле»; «российские военные самолеты напали на грузинские силы и гражданских жителей»; Грузия как маяк демократии, Кремль хочет его (М. Саакашвили) уб-

рать» и т.д.

Такая картина войны, в которой «герои» противостоят «варварам», побуждает читателя или аудиторию в целом самоидентифицироваться с добром и демонизировать зло. Газета «The New York Times» навязывает предвзятое суждение о России, закрепляя сложившиеся стереотипы восприятия.

Анализ публикаций общенациональной американской газеты «The New York Times» об участии России в грузино-осетинском конфликте в период военных действий с 8 августа по 13 августа, показывает, что 94% содержания материалов демонизируют образ России и несут негативную окраску действий страны в конфликте. Так же особое внимание было уделено словесной маскировке возможных и реальных потерь – людских, экономических и политических. Для смягчения негативного восприятия ужасов войны в газете «The New York Times» используются слова-прикрытия. Так, по отношению к военным действиям со стороны Грузии, редко употребляется слово «война», чаще всего оно заменяется словом «установить контроль», «конфликт», «объединение Грузии» или «борьба». В качестве примеров из газеты «The New York Times»: «грузинские силы все еще контролируют Цхинвал»; «конфликт был ограничен борьбой между сепаратистами и грузинскими силами» и т.д.

В газете «The New York Times» использована тактика односторонней подачи информации, которая выставляет Грузию в виде жертвы российской «военной машины». Публикации здесь отражают лишь официальное мнение Тбилиси, главным рупором которого является президент Михаил Саакашвили.

На примере анализа публикаций американской национальной газеты «The New York Times», можно сделать вывод, что в период военных действий в грузино-осетинском конфликте с 8 августа по 13 августа информационная кампания США заключала следующие задачи: помощь в выполнении военной функции Грузии, а не России, дискредитируя последнюю; формирование в массовом сознании людей негативного образа России; дестабилизация международного авторитета России. При этом информационная операция против России проходила в полном соответствии с концепцией информационного воздействия нового поколения, предусматривающей захват информационного пространства и упреждающее воздействие на массовое и индивидуальное сознание за счёт максимально оперативной подачи в нужной интерпретации ложных или реальных фактов и достижения заданного эффекта, используя заблаговременно созданные сетевые структуры.

Литература:

1. Schwirtz Michael. Russia and Georgia Clash Over Separatist Region // The New York Times. 2008. 8 August. Page A1.
2. Cooper Helene. In Georgia Clash, a Lesson on U.S. Need for Russia // The New York Times. 2008. 9 August. Page A1.
3. Barnard Anne. Georgia and Russia Nearing All-Out War // The New York Times. 2008. 10 August. Page A1.
4. Barnard Anne. Russians Push Past Separatist Area to Assault Central Georgia // The New York Times. 2008. 11 August. Page A1.
5. Editorial. Russia's War of Ambition // The New York Times. 2008. 12 August. Page A1.
6. Myers Lee Steven. Bush sent the help and demanded, that Moscow left // The New York Times. 2008. 13 August. Page A1.