

Дженкова Г.*

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНФОРМАЦІЙНИХ СПЕЦОПЕРАЦІЯХ ПІД ЧАС ГРУЗИНО-ОСЕТИНО- РОСІЙСЬКОГО КОНФЛІКТУ

Інформаційна війна між Грузією і Росією супроводжувалася наступними позиціями:

1. Інформаційна ізоляція й тенденційність у подачі подій 8-12 серпня 2008 року була властива як російським засобам масової інформації, так і ЗМІ інших сторін конфлікту.
2. У західних ЗМІ знову актуалізувався образ Росії як гегемона й загарбника.
3. Існує багато міфів про «військове відродження» Росії, її неухильну «мілітаризацію». Військова міць Росії – це теж міф.

У перші дні війни російська сторона мала майже повну монополію на інформацію щодо кількості жертв і, очевидно, користувалася завищеними цифрами для виправдання своїх дій. Грузинська ж сторона не зуміла надати дані щодо реальної кількості жертв у Осетії. Тим часом, поки з російських екранів сунула пропаганда, грузинське телебачення новин взагалі уникало.

Подана телеканалами у перший день інформація радше заплутує, ніж пояснює. Споживач міг просто захлинутися у потоках пропаганди — ЗМІ подавали суперечливу, а часом — кардинально протилежну інформацію про події в Південній Осетії, містах Грузії, яка на виході виявлялася зовсім і не інформацією.

В результаті цієї війни Росія отримала кілька дуже вразливих інформаційних місць:

1. Паралель між сучасною російською владою і гітлерівцями у справі захисту «своїх».
2. Визнання Лавровим, що метою Росії є усунення Саакашвілі.
3. Спроба переконати світову громадськість, що в Осетії відбувається геноцид осетинського народу. Врешті, тепер грузини дуже успішно розвивають тезу про російське мародерство, і поки що Росія не має аргументів для протидії.

Якщо йдеться про поширення російських впливів та збільшення числа прихильників Росії в Україні, то тут, як показує соціологія, Росія програла.

Однак непрофесійність журналістів дозволила пропагандистам використати українські канали для своїх потреб. Нагодою скористалися російські пропагандисти, які мали більший доступ до українських медіа.

Брак стратегічного капіталу в українських медіа не дозволяє редакціям працювати на належному професійному рівні. Держава у цій кризі не впоралася із захистом інформаційної безпеки. Телеканали обрали тактику неproblemатизації та не заострення. Сюжетам відверто не вистачало контексту, передісторії, експертних оцінок та коментарів. Інформація, яку надавала російська сторона просто перетрансльовувалась – без коментарів та аналізу. Дуже цікавим фактом є спроба Росії перенести інформаційну війну в американський простір. Спроба не вдалась. Американське громадянське суспільство скоріше обурилося, що йому намагаються нахабно нав'язати сторонню думку.

Загалом ЗМІ використовували дуже традиційні моделі пропаганди. Використовувався, зокрема, прийом міфу. Його основний мотив — натуралізація концепту, тобто якась ідея,

* студентка 4 курсу відділення «міжнародна інформація» Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: доц. Романенко Ю.В.

подія, явище подається так, нібито це природно і не потребує жодного обґрунтування. Часто зустрічалися моменти залякування. На російських було введено дивну термінологію — примус до миру. Дивна формула, яка відсилає нас у передвоєнні роки минулого сторіччя, коли йшлося про умиротворення агресора. Така інформаційна політика завжди має подвійний ефект — його дуже складно прорахувати. З одного боку, люди втомилися від цього і розуміють, що до чого. З іншого боку, ця емоційна лексика, яка звучить (навіть сама тональність голосу), звичайно, не може не впливати. Цією ситуацією дуже легко скористатися. Агресивно налаштовані групи можуть у такий момент накручувати ситуацію. Це може вилитися в якийсь незапланований мітинг, що призведе до дуже конкретних негативних наслідків. Цим легко скористатися, це та ситуація, завдяки якій можна легко маніпулювати суспільними групами.

З перших часів конфлікту зазвучали знайомі вуху європейців і американців терміни «етнічні чистки» і «геноцид», порівняння Цхінвала з Сребреніцею. У відповідь посипалися звинувачення Росії в «надмірному застосуванні сили».

Під час конфлікту використовувалися старі інформаційні технології. Зокрема, загальний, вже відомий набір методів інформаційної протидії, таких як дезінформація і нав'язування громадськості своєї думки. Спостерігалися спроби не допустити журналістів у зону військових дій. Можна було помітити, що репортажі велися тільки у перший день, а далі транслиувалися вже зняті одні й ті самі кадри. Відбувався викид великої кількості різнопланової інформації в ефір з метою дезорієнтувати громадськість.

Відчувалося, що велика частина інформаційних повідомлень готувалася не відомими журналістами з підвалів Цхінвали або Горі, а анонімними політтехнологами з офісів організацій своїх країн, що співробітничать з урядами.

Серед методів пропаганди домінував «Метод великої брехні». Новими засобами були лише масові кібернетичні атаки проти сайтів Грузії та незалежних веб-ресурсів самої Росії.

Ця війна показала, що інтернет випередив телебачення в оперативності та різнобічності подачі інформації з місця подій, тепер диктори новин частіше читають в ефірі повідомлення, які вже розповсюджено в інтернеті, аніж оригінальні повідомлення своїх кореспондентів.

Конфлікт у Південній Осетії дуже яскраво показав, що інформаційна війна здатна не просто виконувати тактичну функцію «зброї підтримки», а здатна перетворюватися в стратегічні засоби, що прямо впливають на міжнародні політичні розклади і не тільки.