

УДК 316.658:324(477)

*Я. Лю**аспирант Белорусского государственного университета*

## **МЕДИЙНОЕ МАНИПУЛИРОВАНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ В СОВРЕМЕННОМ ГЛОБАЛЬНОМ КОНТЕКСТЕ (НА ПРИМЕРЕ КРЫМСКОГО РЕФЕРЕНДУМА)**

*В данной статье анализируются характеристики медиатехнологий и рассматриваются факторы, способствующие формированию мирового общественного сознания в современных условиях. Практическая значимость данной работы заключается в анализе причин манипулирования общественным сознанием посредством медиатехнологий в свете крымского референдума 2014 года с целью оптимизации коммуникационных стратегий и реализации мер по противодействию такому манипулированию.*

*Y. Liu*

*Media manipulation of public consciousness in today's global context (the case of the Crimean referendum)*

*This article analyses the characteristics of media technologies and examines the factors that contribute to the formation of global public consciousness in modern conditions. The practical significance of this paper lies in the analysis of the causes of manipulation of public consciousness through media technologies in the light of the 2014 Crimean referendum in order to optimise communication strategies and implement measures to counteract such manipulation.*

Слово «медиа» происходит от латинского *medias*, означающего «посредник». Медиа — это средства, с помощью которых распространяется массовая информация. Поскольку обмен информацией является необходимой частью социальной жизни, медиатехнологии (или медийные технологии) как промежуточное звено в человеческой деятельности являются одним из средств коммуникации, причем наиглавнейшим. К таковым относятся инструменты, каналы, носители, опосредующие технические средства, используемые для передачи информации и доступа к ней. В качестве медиатехнологий можно рассматривать все технические средства передачи информации от ее источника к аудитории [1].

Медийные технологии распространяют информацию в виде текста, звука и изображений через такие средства и платформы передачи массовой информации, как телевидение, радио, газеты и журналы, Интернет, мобильные телефоны и прямая почтовая рассылка, с характерными для процесса оперативностью и широтой охвата. В настоящее время стремительное развитие онлайн-овых

медиа технологий и новых медийных технологий делает источники и каналы медиакommunikации все более диверсифицированными. Информация со всего мира может быть быстро доведена до аудитории, и этот интерактивный способ коммуникации изменяет первоначальный процесс и структуру коммуникации, выстраиваемые между публичной сферой и широкой общественностью. Медийная сфера постепенно уходит от прежней обстоятельности и стереотипности в форме и содержании, приспособляясь к своей аудитории и обеспечивая все большие возможности в привлечении ее внимания. Развитие медиа технологий сделало распространение информации партисипативным — это когда отдельные группы или части аудитории могут получать более уникальные, объективные и всеобъемлющие новости и выражать собственное мнение о событиях. Однако за всем производством информации стоит то, что невозможно изменить, — идеология и интересы государства, которые глубоко укоренены в политику средств массовой информации (далее — СМИ).

В книге «Кодирование и декодирование в телевизионном дискурсе» основоположник современных культурных исследований Стюарт Холл еще в 70-х годах прошлого века указывал на то, что «по мере того, как СМИ очерчивают события, возникают доминирующие, избранные схемы интерпретации, в которых выгравированы институциональные, политические и идеологические порядки, которые институционализируют сами интерпретации, и которые выявляют целый ряд значений, практик и убеждений» [2, с. 353]. В международном опыте взаимодействия коммуникационные стратегии таких важнейших акторов, как СМИ, имеют ярко выраженный идеологический характер и становятся одним из средств конкурентной борьбы между государствами. Использование коммуникационных стратегий позволяет с помощью медиа технологий скрыто имплементировать идеологию и интересы той или иной страны в производство медийной информации, влияя на сознание общественности других государств и тем самым определяя легитимность и обоснованность собственных действий. Таким образом, использование медиа технологий стало незаменимым тактическим инструментом в международной коммуникации для всех стран.

В марте 2014 года международная политическая ситуация осложнилась из-за кризиса в Украине. Пока на мировой арене общественного мнения шел динамичный обмен нотами и заявлениями между различными международными акторами и пока большинство западных СМИ осуждали крымский референдум как нарушение международного права, на мировых платформах социальных сетей быстро становилась все более резонансной история о крымском прокуроре. А сама «красавица-прокурор Наталья Поклонская» сразу стала не просто знаменитостью, но и настоящим объектом обожания для многочисленных мужчин — пользователей Интернета. «Я просто хочу сказать, что красота

спасет мир», — пошутила пророссийский прокурор в интервью, которое в то время стало громким в Интернете, а видеоклип, размещенный блогерами на китайском сайте Bilibili, мгновенно набрал более миллиона просмотров [3].

Различные картинки, эмодзи и связанные с ними фотографии были массово опубликованы на различных медийных платформах. Многие мужчины-нетизены заявили, что им «все равно, что происходит в Крыму, они просто поддерживают Наталью». Очевидно, что международный кризис, который потряс мир и благодаря СМИ разрастался дальше, получил неожиданный поворот. Первоначальная политическая позиция отчасти утратила свою обоснованность, ее заменили навязанные СМИ рамки восприятия этого конкретного события. Мощное коммуникационное контрнаступление России в споре о Крыме было замечено во всем мире. Наступившая информационная война стала самой интенсивной полемикой между Россией и Западом со времен окончания холодной войны.

В российско-грузинском конфликте 2008 года российские СМИ с самого его начала оказались в незавидном положении. Российским медиа не хватало ни способности быстро реагировать, ни умения использовать эффективную тактику донесения информации, поэтому они не смогли оправдать ожидания и уступили инициативу западным СМИ, которые завладели мировым общественным мнением. Грузинские СМИ, в свою очередь, влияли на общественное мнение международного сообщества, подтасовывая факты [4].

Таким образом, прорыв в общественном мнении России в споре о Крыме был основан на успешной практике внешних медийно-технологических инноваций, которые постепенно разрушили прежние представления о ее коммуникационной стратегии. Это сделало коммуникационную стратегию России более эффективной при решении других международных споров.

Учитывая многолетнюю монополию западных СМИ на международный дискурс и освещение событий в рамках идеологических устремлений европейских стран и Соединенных Штатов Америки, можно предполагать, что когнитивные рамки и осведомленность мировой общественности о событиях текущей повестки дня неизбежно будут искажаться и далее. Для того чтобы избежать этой манипуляции сознанием, СМИ в каждой стране должны представлять общественности наиболее полную картину событий через свои собственные репортажи. Медиафера должна быть расширена через создание активных медиакоманд, использование инновационных медиатехнологий, снижение зависимости от международных СМИ. Также следует более активно заниматься вопросами национальной информационной политики, обновлением формы и содержания коммуникационных стратегий в соответствии с изменениями в международной обстановке; в полной мере использовать преимущества

национальных медиаресурсов, инновационных средств коммуникации, способных лучше освещать крупные международные события и ослаблять влияние других стран на сознание своих граждан; создавать механизмы реагирования на серьезные чрезвычайные ситуации и вовремя принимать контрмеры на пропаганду иностранных государств. То есть на арене мирового общественного мнения следует прочно заявить о своей позиции и распространять для международной общественности исчерпывающие представления о реальном положении дел и непредвзятом образе собственной страны.

1. Развитие медиатехнологий [Электронный ресурс] // Baidu. URL: <http://baike.baidu.com/item/media/203321> (дата обращения: 20.03.2022). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

2. Тао Д. Чтения по культурологии. Нанкин : Изд-во Нанкин. ун-та. 2013. С. 353. [Вернуться к статье](#)

3. Наталья Поклонская // Bilibili [Электронный ресурс]. URL: [https://search.bilibili.com/all?keyword=%E5%A8%9C%E5%A1%94%E8%8E%89%E4%BA%9A%20%E6%B3%A2%E5%85%8B%E9%9A%86%E6%96%AF%E5%8D%A1%E5%A8%85&from\\_source=webtop\\_search&spm\\_id\\_from=333.851](https://search.bilibili.com/all?keyword=%E5%A8%9C%E5%A1%94%E8%8E%89%E4%BA%9A%20%E6%B3%A2%E5%85%8B%E9%9A%86%E6%96%AF%E5%8D%A1%E5%A8%85&from_source=webtop_search&spm_id_from=333.851) (дата обращения: 17.03.2022). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)

4. Мышление и манипулирование «цветными революциями» со стороны западных держав [Электронный ресурс] // Guangming Daily. URL: [https://news.gmw.cn/2019-09/11/content\\_33150678.htm](https://news.gmw.cn/2019-09/11/content_33150678.htm) (дата обращения: 19.03.2022). [Перейти к источнику](#) [Вернуться к статье](#)