

паблик рилейшнз проявляется в проектировании дальнейших путей развития общества.

Конструирование социальной реальности – это всегда конструирование будущего. Паблик рилейшнз помогает осознать, что будущее не в последнюю очередь зависит от нас самих. Мы не только выявляем тренды, но и устанавливаем их. Будущее открыто, оно имеет альтернативы, и в наших силах претворять те сценарии, которые ведут к предпочитаемому и желаемому будущему.

*Літаратура*

1. Кожемякин, Е. А. Современные медиадискурсы: специфика и проблемы когерентности / Е. А. Кожемякин // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования. I Междунар. науч.-практ. конф. Белгород, БелГУ, 1–4 апреля 2014 г.: сб. науч. работ / под ред. Е. А. Кожемякина, А. В. Полонского, А. Г. Ходеева. – Белгород: КОНСТАНТА, 2014. – С. 57–62.
2. Кошман, М. В. Связи с общественностью как фактор социокommunikативной интеграции современного российского общества: дис. ... канд. филос. наук: 09.01.11 / М. В. Кошман; Донской гос. техн. ун-т. – Ростов н/Д, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/soc-filosofia/svjazis-obwestvennostju-kak-faktor-sociokommunikativnoj-integracii-sovremennogo.html>. – Дата доступа: 10.09.2016.
3. Трунов, А. А. Технологии «паблик рилейшнз» в трансформирующейся цивилизации модерна (опыт философско-культурологического исследования) / А. А. Трунов, Е. И. Черникова. – СПб.: Алетейя, 2007. – 264 с.
4. Фролова, Т. И. Проблема социальной идентичности в информационном поле: от дискурса травмы к дискурсу успеха? / Т. И. Фролова // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: матер. 55-го междунар. форума (21–22 апреля 2016 г.) / отв. ред. С. Г. Корконосенко. 2016. № 2. – СПб.: Высш. шк. журнал. и мас. коммуникаций, 2015. – С. 39–42.
5. Штомпка, П. Социология. Анализ современного общества / П. Штомпка; пер. с пол. С. М. Червонной. – М.: Логос, 2005. – 664 с.

**Анатолий Соловьев**

*Белорусский государственный университет*

**ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ,  
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ:  
УРОКИ ОЛИМПИАДЫ-2016**

Современные, более технологичные по своей природе медиа вместе со всемирной паутиной в глобализирующемся мире оказывают несравненно большее, чем когда-либо раньше, влияние на мировые обществен-

ные и политические процессы, равно как на систему информационной безопасности каждого отдельного общества в целом. Если данный тезис подвергнуть разбору, анализируя государственную политику в области информационной безопасности и наблюдая за многочисленными кризисными ситуациями последних лет в этой сфере, можно определить, что безопасность информационная несколько не уступает по значимости другим видам безопасности – экономической, финансовой, демографической, дипломатической и даже военной.

Учитывая, что все основные стратегии коммуникативного воздействия – принуждение, убеждение, манипулирование – давно изучены с точки зрения применения техник воздействия на информационные потоки, можно рассматривать саму проблему медиавлияния в контексте информационной безопасности всего общества. Может происходить камуфлирование ключевых интенций, замена стратегий, приводящая к подменам и искажению в восприятии большей части общества истинных целей коммуникации. Если взять, к примеру, вербальную медийную форму запугивания как способа информационного воздействия, то она вполне может заменяться техникой «мягкой силы» по типу: не принуждать, а соблазнять, восхищать привлекательностью. Медийные проекты представляют такие варианты «мягкой силы», если речь идет о привлекательных имиджах компаний или государств.

Сложнее в политическом дискурсе, где может происходить сращивание журналистики и политтехнологий. Подобные процессы губительны для общественной журналистики, которая при этом утрачивает свое главное предназначение – служение интересам общества. Глобально еще сложнее: массовые информационные кампании, информационные войны захватывают сотни миллионов людей, переводя проблему в статус концепта, который неизбежно начинает рассматриваться с точки зрения национальной безопасности на государственном уровне.

Воздействие происходит, пока оно имеет скрытый характер, протекает незаметно для потребителя новостей и аналитических материалов. В рамках традиционной теории информационного империализма можно найти массу примеров пропагандистских кампаний, когда консолидированная «четвертая власть» именно западной цивилизации имела успех в таком влиянии, доводя до саморазрушения оппонирующие системы стабильных, на первый взгляд, государств.

Использование медиа и журналистов для ведения информационных войн переходит в сферы, которые в прошлом не так заметно подвергались их связыванию с политикой. Например, спортивная Олимпи-

ада-2016 в Рио-де-Жанейро показала, насколько сильным может быть политический прессинг в условиях информационного доминирования новостных потоков западных медиа.

Главной проблемой стала освещаемая в мировых СМИ тема допинга, которая сама по себе представляется достаточно запутанной. Посмотрим на нее в ракурсе только двух примеров.

Так, известно, что лыжники из стран Скандинавии почти все «больны астмой» и потому, чтобы сохранить здоровье, вполне легально, по объяснению врачей и спортивных чиновников их лыжных федераций, применяют стероиды. В сборных даже не скрывают, что прорыв в результатах следует связывать с препаратами, позволяющими расширять дыхательные пути: в итоге спортсмен получает больше кислорода, и это напрямую «влияет на мышцы – они становятся сильнее». Поворотным моментом карьеры норвежской спортсменки М. Бьорген в 2010 г. стало разрешение, полученное от ВАДА (Всемирное антидопинговое агентство), на использование сильнодействующего препарата – симбиркота, содержащего входящий в запрещенный список сальбутамол. Сетования польской лыжницы Ю. Ковальчик по поводу «укравших золото» норвежских лыжниц довольно красноречивы: «Если у них астма, тогда пусть проводят чемпионаты среди астматиков или среди параолимпийцев!» [1].

Другая история со схожим сценарием развития, но с противоположным финалом, связана с прошедшими в Бразилии в 2016 г. Играми XXXI Олимпиады. Главный допинговый «виновник» скандала последних месяцев препарат мельдоний, который предохраняет сердце от перегрузок, спорным решением ВАДА в 2015 г. объявляется допингом. Известно, что его употребляли в основном спортсмены из Восточной Европы и, прежде всего, из России. В этом случае запрет мельдония можно расценивать как акцию, направленную не на сохранение здоровья, а на запрещение средств для поддержания работоспособности сердца атлетов. По мнению создателя препарата латвийского профессора медицины И. Калныньша, мельдоний признан допингом по недоразумению. Сейчас на уровне медицинских экспертов ведется разговор о том, что препарат должен быть все-таки исключен из списка запрещенных. Таким образом, большая часть допинговой истории с мельдонием может быть закрыта.

В итоге возникает ощущение, что спортсменам из «избранных» стран позволяется принимать то, что запрещено употреблять всем остальным. Очевидны поддерживаемые мировыми СМИ двойные стандарты, когда масштаб допинговых скандалов непомерно раздувается в отношении

стран-конкурентов и умаляется, если речь идет о спортсменах из западных стран.

Фактически выходит, что в лице мировых СМИ, где доминирующими считаются западные медиаимперии, сосредоточиваются все три ветви власти – законодательная, исполнительная и судебная. Они принимают те правила, которые считают нужными. Они сами судят, опираясь на слухи и на неподтвержденные слова «очевидцев». При этом, попирая презумпцию невиновности и включая принцип коллективной ответственности, они же сами выбирают меру пресечения. Например, отстранение от Олимпийских игр.

Теперь вновь обратимся к вопросу, каким образом медиа воздействуют на информационную безопасность общества, когда информационная война разыгрывается на поле, где должны происходить спортивные баталии. Слишком чувствительная для общественного сознания тема спорта, как видно из обсуждений в СМИ и социальных сетях, становится более важной, чем предмет политического прессинга либо экономического (финансового) давления. Спорт более эмоционален. Поэтому можно говорить сразу о потенциальных потерях: затронутости проблемы психоэмоционального самочувствия нации, уязвленной гордости, возможным впадением общества в травмирующую фрустрацию, ростом недовольства и недоверия к власти среди граждан. Следовательно, в наши дни спортивному дискурсу отводится довольно очевидная роль опорного и весьма значимого элемента национальной информационной безопасности.

Таким образом, создание всесторонних мер по обеспечению информационной безопасности является задачей государства, и средства массовой информации при этом рассматриваются в качестве весьма важного актора в столь многогранном процессе. Правда, следует учитывать два аспекта в анализе роли СМИ в информационной безопасности общества: с одной стороны, медиа исследуются в плане опасностей, которые они сами могут нести через губительное воздействие на общество определенной, неотфильтрованной информации, транслируемой СМИ (вредная пропаганда и контрпропаганда); с другой стороны, медиа изучаются в ракурсе их потенциала и возможностей способствовать обеспечению информационной безопасности общества (полезная пропаганда и контрпропаганда). Конкретные механизмы, которые используются СМИ и способствуют информационной безопасности общества, в этом случае хотя и не прописаны, но очевидно находятся в плоскости их взаимодействия как с внутренней (страновой), так и с внешней (мировой) общественностью.

*Літэратура*

1. Бьорген, М. Великий астматик / Марит Бьорген [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.sport-express.ru/skiing/reviews/794257/>. – Дата доступа: 31.08.2016.

**Татьяна Хитрова**

*Запорожский национальный технический университет  
(Украина)*

**МЕДИАТИЗАЦИЯ «ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ»  
КАК СРЕДСТВО МОДЕЛИРОВАНИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ ПРОЦЕССОВ**

Нынешние тенденции медиатизации общественно-социальных явлений в информационном пространстве побуждают к совершенствованию форм и методов коммуникационно-пространственной и коммуникационно-мнемической деятельности медиа. Основанные на свойствах «памяти», эти процессы актуальны с точки зрения всех участников коммуникационной среды в контексте изучения современных технологий моделирования социальных матриц, настроений, движений, реальности в целом.

Медиатизация памяти как процесс и медиатизированная память как объект в плоскости социогуманитарных исследований пока не получили статус активной исследовательской среды. Однако всесторонние дискуссии вокруг формирования самостоятельных «memory studies» в мировом научном пространстве демонстрируют перемещение исследовательского вектора от исторического контекста памяти к социальному, от смысловой структуры к коммуникационным технологиям. Безусловно, вышеприведенные утверждения актуализируют формирование самостоятельного направления исследований «памяти» в социальных коммуникациях, этому способствуют и многочисленные практические шаги, представленные в публичной коммуникации, а также международные программы и проекты в контексте глобальных исследований «памяти».

Одним из базовых понятий, необходимых для осмысления особенностей информационно-коммуникационной природы медиа (как самостоятельной структуры с присущими ей функциональными свойствами, так и во взаимосвязи с другими социальными институтами) является память, ведь информации вне памяти не существует. Поэтому это понятие интересует нас, во-первых, с точки зрения информационного воздействия на субъекта коммуникационной деятельности (индивида, группы,