

Секция «Журналистика»

Информационная агрессия и СМИ в современном обществе

Хаева Тамара Владиславовна

Аспирант

*Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет журналистики,
Санкт-Петербург, Россия*

E-mail: tamara_beslan@mail.ru

Лучшее из лучшего - покорить нужную армию, не сражаясь, говорил Сунь-Цзы. Хорошо разгромить противника на поле боя, еще лучше - отбить у него желание воевать, лучшее из лучшего - сделать так, чтобы ему даже не пришла в голову мысль о возможности войны [1].

Для достижения этой последней цели и ведутся информационные войны. Вся история человечества так или иначе связана с войнами. Иногда доходит до того, что конфликтующие уже сами не могут точно ответить, ради чего они воюют, но можно сказать точно, что если война идет, значит кому-то это выгодно. Любая война сопровождается массовой пропагандой и воздействием на человеческое сознание только ради того, чтобы скрыть тот факт, что одна из воюющих сторон получает от войны огромную прибыль.

В связи со становлением в наше время информационного общества все усилия направлены на то, чтобы получить контроль над информацией [2]. К информационной войне современный мир подталкивает и глобализация современных СМИ, которые постепенно становятся равноправными участниками принятия решений. Возник так называемый "эффект CNN" который образуется, когда приоритеты коммуникативного канала начинают диктовать условия политикам и людям, принимающим решения. Эффективно использовалась социально-психологическая составляющая информационной войны во время Великой отечественной войны, как советскими войсками, так и со стороны Германии. Во время «холодной войны» и особенно после падения «железного занавеса» против нашей страны велась массированная информационная агрессия, направленная на введение западной шкалы ценностей и закрепление в общественном сознании потребительских моделей жизни. В информационной войне отсутствуют видимые разрушения. Общество не приводит в действие имеющиеся в его распоряжении защитные механизмы и фильтры [3]. Интенсивное информационное воздействие на страну в течение нескольких месяцев может привести к смене власти в ней, причем население даже не ощутит, что на него оказывается давление. Создается мощная машина, воздействующая на общественное мнение с помощью самых разных приемов и методов, диктуемых основами ведения информационной операции [4]. Таким образом, создаются мифы, фальсифицируются события, создается нужное мнение в сознании аудитории. Конфликтующие стороны стремятся к информационному превосходству. В информационной войне важно не событие, а то, как его интерпретируют и преподнесут миру СМИ. Так пишется история новейшего времени.

Литература

1. Грушин Б. А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения. М., 1979. С. 126.

Конференция «Ломоносов 2011»

2. Егоров В.С. Человек информационный. Человек, наука, управление. М., 2000. С.124.
3. Лукашук И. И. Средства массовой информации, государство, право. М., 2001. С. 167.
4. Шурхало Д. СМИ в вооруженных конфликтах современности. Киев 1999. С. 37.