

## ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА ВОКРУГ ОЛИМПИЙСКИХ ИГР В СОЧИ

О. О. Сулова

*Москва, Российский университет дружбы народов, Институт мировой экономики и бизнеса, специальность «Неклама и связи с общественностью», студент*

Совсем недавно вся страна сидела у экранов телевизора и с замиранием сердца следила за Олимпийскими играми. Но еще задолго до ее начала СМИ разных стран мира пестрили заголовками об этом событии. Различные газеты писали, что эта Олимпиада обещает быть лучшей. И в то же время на Западе часто говорили, что русские на грани провала. Если просмотреть множество различных новостных сайтов и постов в социальных сетях, то стоит задуматься: была ли информационная война вокруг игр в Сочи или это просто взгляды и мнения различных журналистов?

Начать хотелось бы с определения, что же такое информационная война. Впервые этот термин был использован в 1976 г. американским военным экспертом Томасом Рона в отчете для компании Boeing. «Информационная война – это коммуникативная технология по воздействию на информацию и информационные системы противника с целью достижения информационного превосходства в интересах национальной стратегии, при одновременной защите собственной информации и своих информационных систем»<sup>1</sup>. Конечно, сегодня информационная война приобрела более масштабное значение, нежели 50 лет назад. Сегодня под ее воздействием оказываются не только конкретные люди или конкретная страна, но и собственное государство.

Это определение очень часто используется, но для нас важнее методы, с ним связанные. Главным из них является дезинформация, или искажение информации, выгодное для определенного субъекта. Она позволяет менять обстановку происходящего и мнение населения. Во время Олимпиады можно было наблюдать огромное количество дезинформации. Например, западные СМИ постоянно нас ругали за «несоблюдение прав человека», а во время проведения зимних Игр стали ругать еще больше. Так, например, старт этой теме дал известный и довольно авторитетный журнал New Yorker: «Путин хочет показать, что его страна способна на большее, чем просто высасывать нефть и газ из-под земли. Ему не интересны права человека. Ему не интересно делать законодательную власть сильнее и гарантировать настоящую независимость судам. Для Путина любая попытка Запада призвать его к ответственности за любые его деяния – признак лицемерия и противоречие российской идее праведности»<sup>2</sup>.

Также не обошел тему стороной и Wall Street Journal: «Олимпиада – это демонстрация политических и экономических методов Путина. Близкие к Кремлю бояре выиграли тендеры

---

<sup>1</sup> Швец Д. А. Информационное управление как технология обеспечения информационной безопасности: сб. «Массовая коммуникация и массовое сознание», М., МГИМО, 2003.

<sup>2</sup> Remnick D. Putin's game [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.newyorker.com/online/blogs/comment/2014/02/putins-games.html>, свободный. – Загл. с экрана.

на строительство, при этом – вот сюрприз! – стоимость строительства оказалось больше ожидаемой. Дорога от побережья до лыжного курорта в Красной Поляне обошлась в 9,4 млрд долл., или по 200 млн долл. за километр. Путин сделал так, что ни выборы, ни прес-са не могут призвать его режим к ответственности, и в этом ему повезло, так как миллиарды не помогли вовремя подготовить Сочи к Играм»<sup>3</sup>.

Но действительно всех удивил журнал The Moscow Times: «Россия Путина – это слабая, безвкусная и коррумпированная страна, не заслуживающая права принимать Олимпиаду. Атмосфера вокруг Игр выявляет много самых неприятных российских особенностей: вместо того, чтобы демонстрировать возрождение России, как его представлял себе Путин, – желтая водопроводная вода, туалеты-близнецы, жестокое отношение к бродячим собакам, запрет на ввоз йогурта. Это превращает Россию в мишень для всемирных насмешек»<sup>4</sup>.

В конце прошлого года многие ждали гражданскую войну в Украине и провал Олимпиады в Сочи из-за восприятия аудиторией разных новостей. Причем новости были одни и те же, но подавались они с разной установкой, поэтому и появилось множество слухов в обществе. Я хотела бы разобрать несколько видов дезинформации, которые были применены во время информационной войны вокруг Сочи-2014.

#### 1. Использование авторитетов / групп влияния<sup>5</sup>.

До открытия почти каждый известный политик, журналист, общественный деятель, блогер и просто человек, интересующийся политикой и ситуацией в стране, высказывал свою точку зрения по предстоящим Играм. И зачастую она была такова, что «Олимпиада нам совсем не нужна, бедных граждан обокрали, зачем нам какие-то соревнования, если каждый житель страны мог получить по 4 млн.» и так далее. Но конкретно привести факты и доказательства никто не мог, а только отговаривался, что против Олимпиады ничего не имеет, «но вот коррупция-то...».

И подхватывая весь этот поток информации, абсолютно каждый гражданин нашей страны, даже самый далекий от представлений о том, как вообще Олимпиада организовывается и что она значит для государства, ходил и повторял все то, что ненароком услышал от своего соседа. В социальных сетях, блогах и чатах активно обсуждался провал Игр.

#### 2. Использование пугающих тем и сообщений (один из самых эффективных способов влияния на общество).

В это же время на Западе выходили статьи с опрометчивыми заявлениями о том, что для безопасности стоит отказаться от посещения России (зачастую это связывали с произошедшими накануне терактами в Волгограде).

#### 3. Заострение внимания.

Так, например, огромным количеством выходили репортажи, критикующие закон, заступающий пропаганду гомосексуализма среди молодежи. В популярной среди американцев программе Face the nation Боб Фишер задал вопрос знаменитому американскому фигуристу Брайану Бонтано, открыто заявившему о своих сексуальных наклонностях: «Вы посоветуете своим родным остаться в США или все-таки поехать в Сочи?». На что Бонтано ответил, что не будет давить на родственников и поймет, если они решат остаться в США, но для него поездка в Сочи является долгом перед страной.

В это же время программа Saturday night life снимает юмористический ролик о том, как будут выглядеть гетеросексуальные фигуристы в Сочи.

<sup>3</sup> The Putin Games [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052702303942404579361421256273630?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB10001424052702303942404579361421256273630.html>, свободный. – Загл. с экрана.

<sup>4</sup> Khrushcheva N. Putin's Pompous and Potemkin Olympic Games [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.themoscowtimes.com/opinion/article/putins-pompous-and-potemkin-olympic-games/494171.html>, свободный. – Загл. с экрана.

<sup>76</sup> Григорьев М. Методы ведения информационной войны.

Не говоря уже о множестве провокационных статей в странах, где принято говорить о России плохо и критиковать все ее действия.

#### 4. Псевдологические выводы.

За несколько дней до Олимпиады вышел доклад Алексея Навального о коррупции в Сочи, что должно было еще больше подогреть общество к ярким спорам об этих Играх. Но такого фурора, который этот доклад должен был произвести, не было. Многие специалисты, прочитавшие этот материал, говорили о том, что информация в нем достаточно сомнительна, документы, прилагаемые господином Навальным, не имели обоснованности и подтверждения и, кроме того, есть противоречия в фактах. Но все же сторонники господина Навального после размещения доклада в Сети активно писали по поводу коррупции в Сочи в Twitter и различных блогах, ссылаясь на вышеуказанный доклад.

#### 5. Утвердительные заявления.

На Западе же СМИ продолжали радостно писать о проблеме безопасности. Многие говорили, что нашу Олимпиаду якобы бойкотируют (в западных СМИ активно обсуждали отказ президента Барака Обамы приехать на открытие Игр), но не присутствовать на Олимпийских играх – нормальная практика среди глав государств. Во время такого рода мероприятий остаются проблемы, которые президент не может отложить и приехать. Так, например, на Олимпиаде в 2004 г. в Афинах присутствовало всего два руководителя стран, а в Солт-Лейк-Сити в 2002-м – 20, и тогда никто не говорил о бойкотировании. В то же время в Сочи побывали 44 главы государств, а всего за все время проведения – 60.

И вот долгожданный день открытия. Внимание всего мира было приковано к нашему олимпийскому городу, а организаторы и жители нашей страны с волнением сидели у экранов мониторов и телевизоров. На следующий день после грандиозной церемонии в СМИ появились репортажи и статьи с радостными и восторженными лицами болельщиков и спортсменов. Настроение в России поменялось: уже никто не вспоминал о стоимости Игр, проблемах в других городах, все следили за успехами наших спортсменов. И даже отдельно появлявшиеся в различных журналах статьи о проблемах в Сочи (например, статья в журнале SNC «Страх и ненависть в Сочи» Андрея Козенко о том, как жители столицы Игр стремительно покидают ее на время проведения Олимпиады) не смогли испортить этого настроения. Кстати, в 2012 г., когда проводилась Олимпиада в Лондоне, СМИ также активно писали, что лондонцы массово покидают город на время проведения Игр, но такого акцента, как у нас, не было.

Также нельзя обойти стороной активно обсуждавшиеся в Сети «двойные туалеты» в гостиницах. Уже ни для кого не секрет, что фотография была сделана за год до начала Олимпийских игр, но интересно то, что журналисты начали активно жаловаться на сломанные карнизы, неудобные кровати и т. д. Олимпиада всегда большое, ответственное и масштабное мероприятие, и, конечно, во время таких событий всегда бывают мелкие казусы. Так, например, в Лейк-Плэсиде в 1980 г. спортсмены жили в здании тюрьмы для особо опасных преступников, без окон без дверей, как говорится, а в Калгари в 1988 г. – в студенческом кампусе. В 2002 г. в Солт-Лейк-Сити в комнатах у спортсменов не было даже телевизоров, а в 2012 г. глава Международного олимпийского комитета назвал условия проживания в Лондоне «немного спартаанскими».

Конечно, это далеко не все темы и не весь список того, что писалось и говорилось об Олимпиаде в Сочи, но остается вопрос: была ли это информационная война?

Использование методов ведения информационной войны, таких как использование авторитетов / групп влияния, утвердительные заявления, общественное неодобрение, неопределенные выражения и намеки, несущие негативную окраску, использование пугающих тем и сообщений, говорит о том, что информационная война была.

Такое масштабное мероприятие в первую очередь важное политическое событие, и, безусловно, оно всегда будет освещаться в разных источниках информации по-разному.

Россия выросла в глазах всего мира, многие назвали Олимпиаду 2014 г. самым лучшим PR-проектом нашей страны, и, конечно, некоторым нашим конкурентам это не нравится.

После церемонии закрытия многим западным СМИ пришлось признать, что это была одна из лучших Олимпиад в истории. Уже никто не вспоминает маленькие неприятности, возникавшие во время Игр, просто это мероприятие оставило в сердцах российских граждан, да и не только, огромный след и немного грусти о том, что олимпийский огонь погас и атмосфера праздника уже позади.