



ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОСТИ РОССИЙСКОГО ИНОВЕЩАНИЯ В ЕВРОПЕ И США

В.С. Сорокина

ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений Министерства иностранных дел РФ», 119454, Москва, пр-т Вернадского, 76.



Статья посвящена теме эффективности российского иновещания в странах Европы и США в 2008-2016 гг. В работе предпринят опыт сравнительного анализа информационных противостояний в связи с «пятидневной войной» за Южную Осетию (2008 г.) и украинским кризисом (2014-2016 гг.), деятельности России по защите собственных интересов в информационном пространстве. В качестве инструментов воздействия рассматриваются российские каналы и интернет-ресурсы, рассчитанные на зарубежную аудиторию. Под эффективностью этих инструментов понимается степень выполнения задач, выдвинутых в таких документах, как Концепция внешней политики и Доктрина информационной безопасности. Для оценки эффективности каналов используются такие критерии, как цитируемость и воздействие на общественное мнение, которое отражается в соцопросах и исследованиях.

В ходе сравнения двух информационных кампаний автор приходит к выводу, что отечественное иновещание смогло лишь частично выполнить задачи, поставленные руководством страны, в частности, сделать российскую точку зрения на основные международные события более доступной для зарубежной аудитории. Тем не менее, задача по улучшению имиджа страны на мировой арене не была реализована, а вместе с тем не было обеспечено конструктивное восприятие российского внешнеполитического курса. Недочёты информационной кампании автор объясняет тем, что отечественное иновещание работало с определённой аудиторией, изначально скептически настроенной по отношению к западным СМИ, не пытаясь расширить её за счёт введения новых методов информационного и культурного воздействия. По мнению автора статьи, повышение эффективности иновещания возможно за счёт проведения более тщательных исследований для изучения социокультурных особенностей западной аудитории и дальнейшего разъяснения объективных особенностей российского культурного кода.

Ключевые слова. иновещание; масс-медиа; информационная кампания; информационная политика; внешнеполитический имидж; культурный код.

Постиндустриальная эра по праву называется информационной – сегодня информация в буквальном смысле завладела миром в социальной, экономической и политической сферах, как на локальном, так и на глобальном уровне. Современные технологии выводят международные коммуникации и деятельность средств массовой информации (СМИ) на принципиально новый уровень, стирая границы пространств и времени, решая одни проблемы и создавая новые. В этих условиях любое государство, заинтересованное в ведении эффективной внешней политики, должно уделять особое внимание ее информационному обеспечению.

Стоит отметить, что российское руководство в последнее десятилетие стало усиленно работать над защитой национальных интересов страны на международном информационном пространстве. «Поворотным моментом для внешней политики, а также политики в информационной сфере стал Юго-Осетинский конфликт 2008 года [11] – первый случай спланированной и целенаправленной информационной кампании против России, заставивший правительство переосмыслить функции инновещания и переоценить степень важности СМИ и коммуникаций для современных международных отношений. Согласно концепции внешней политики 2013 года, возникающие в информационном пространстве угрозы вынуждали Россию наращивать активность в информационно-пропагандистском сопровождении внешнеполитической и дипломатической деятельности и искать новые способы формирования благоприятного образа России за рубежом [4].

И если проследить за российской информационной стратегией с 2008 года, сравнить кампании по освещению юго-осетинского конфликта, кризиса на Украине и войны в Сирии, можно понять, какие из задач, поставленных руководством страны, смогло выполнить отечественное инновещание. В сущности, этому посвящена и настоящая статья, конкретными целями которой стал ана-

лиз эффективности российского инновещания с 2008 г. и определение его сильных и слабых сторон. Актуальность данного исследования обусловлена обострением геополитического противоборства на международной арене и потребностью повышения эффективности российского инновещания, а также поиском новых подходов к выстраиванию действенной коммуникативной стратегии на международной арене в целях обеспечения благоприятной среды для функционирования внешней политики страны. Утверждённые в 2016 г. Концепция внешней политики Российской Федерации и Доктрина информационной безопасности, которые определили новые направления развития российской коммуникационной стратегии за рубежом и обозначили вступление информационной политики России в качественно новый период. Новые версии вышеназванных документы предоставили в распоряжение учёных и экспертов методологический инструментарий для исследования конкретных международных проблем.

В рамках настоящего исследования были подвергнуты анализу события и процессы практически ведущейся против России информационной войны объединённого Запада, рассмотрены идеологические основы его русофобской политики, изучены материалы англоязычных, немецких и российских СМИ, а также действия России, направленные на защиту собственных интересов в международном информационном пространстве и информационной безопасности в 2008-2016 гг.

Тщательно проработана уже имеющаяся историография последних 8 лет в двух кровавых событиях и вокруг них – 5-дневной войны в Южной Осетии и продолжающейся гражданской войне на юго-востоке Украины.

Югоосетинскому конфликту 2008 года посвящены труды многих авторов, занимающихся изучением информационных войн, а также механизмов информационной безопасности. Прежде всего, необходимо выделить работы В. Соло-

вья, В. Белозерова, а также иностранных авторов, таких как Н. Pleines, Н. Schröder и других. В них наиболее полно и обстоятельно изучались информационно-психологические операции в ходе юго-осетинского конфликта, а также их последствия для глобальной инфосферы. Особый интерес в этой связи вызвали работы Д. Швеца и Г. Почепцова. Для написания работы большим подспорьем послужили труды, центральной темой которых являлись:

- принципы информационно-манипулирования и пропаганды (A.R. Pratkanis, E. Aronson);
- основы информационной безопасности как таковой;
- место и роль России в мировом информационном пространстве.

Что касается информационной войны вокруг событий на Украине и роли российского иновещания в её освещении, то здесь стоит отметить, что в силу актуальности событий и незавершённости конфликта, аналитических работ по этой теме довольно мало. В этой связи автор в основном работал с первоисточниками, то есть журналистскими материалами западной и российской прессы, подвергнув их собственной аналитике.

Как показал анализ деятельности отечественных СМИ, в 2008 г. Россия была совершенно не готова к противостоянию на международном информационном пространстве. Ситуация, сложившаяся в результате информационной войны вокруг юго-осетинского конфликта, стала отчётливым сигналом о том, что наше иновещание не способно донести российскую позицию до зарубежной аудитории и выявила необходимость изменить подход к защите интересов страны на медиаполе.

Рассуждая о причинах неудач нашей коммуникационной стратегии в ходе южно-осетинского конфликта, отметим, что действия России в информационном пространстве были несвоевременными, а поэтому их эффективность снижалась в несколько раз. Из-за недостаточного сбора данных, а впоследствии и отсутствия тщательного анализа и прогнозирова-

ния Россия изначально поставила себя в неравные с противником условия. Основные составляющие информационной кампании были упущены, что привело к невозможности разработки полноценной стратегии и тактики, сделало выбор методов и средств непродуманным и хаотичным. При этом необходимо учитывать существовавший на тот момент имидж нашего государства в международном информационном пространстве, что послужило удобной почвой для ведения информационных действий против России. Помимо этого, с нашей стороны были допущены значительные ошибки, усугубившие положение страны в информационной войне.

Так, на первом этапе развития конфликта российские миротворцы закрыли доступ к месту событий для иностранных корреспондентов. Отсутствие фактов предоставило огромный простор для манипулирования информацией и её искажений, чем незамедлительно воспользовалась грузинская сторона. Кроме того, в сообщениях российских СМИ первое время было крайне мало комментариев официальных лиц. Как отмечали впоследствии эксперты, в результате отсутствия реакции России на обвинения и вопросы, обращенные к ней, страна создала информационный вакуум, который Грузия могла свободно наполнить выгодной для себя информацией. Таким образом, «грузинская версия видения ситуации доминировала в информационном пространстве, определяя общественное мнение во многих странах, почти до конца августа»[1].

В связи с этим, когда на следующем этапе доступ СМИ к месту событий был открыт, а официальные лица были готовы высказать позицию России по данному вопросу, соответствующие усилия Москвы оказались малопродуктивными. Помимо того, что реакция была несвоевременной, заявления российской стороны опирались на факты и обращались к рациональному восприятию аудитории. Как известно, в условиях большого потока информации и манипулирования данными зрители и читатели становят-

ся маловосприимчивыми к сообщениям такого рода и гораздо легче попадают под влияние пропаганды, которая подразумевает «использование образов, лозунгов и символов, играющих на пред-рассудках и эмоциях» [14].

Большинство исследователей также обращают внимание на тот факт, что российская информационная кампания в самом начале была в большей степени направлена во внутреннее информационное пространство. Защита сознания собственных граждан от воздействия западной пропаганды была приоритетной задачей политики в информационной войне, с которой Россия довольно успешно справилась. Тем не менее, эксперты сходятся во мнении, что в этой информационной кампании Москва стала проигравшей стороной, поскольку в результате большая часть зарубежной аудитории видела в России не миротворца, предотвратившего геноцид гражданского населения в Южной Осетии, а скорее нового захватчика, стремящегося к мировому господству.

При этом исследователи зачастую рассматривают освещение событий вокруг Южной Осетии не как справедливую борьбу за мнение читателя, а скорее как некий феномен манипуляции массовым сознанием [12]. Отмечается, что расстановка сил в информационном пространстве была крайне неравноценной. С одной стороны, подготовленная информационная кампания Грузии при активной поддержке США, агрессивно настроенная западная общественность и антироссийская риторика, с другой стороны – попытки России защитить, по крайней мере, собственное информационное пространство. Российской стороне пришлось противостоять целой хорошо структурированной, продуманной международной системе, направленной против неё, нередко отвечая на спланированные действия импровизацией.

Кроме того, каждое обвинение в сторону Москвы, каждое антироссийское заявление приобретало гораздо больший вес, попадая на почву негативного отношения к нашей стране и непонимания ее

внешнеполитического курса. Таким образом, югоосетинский конфликт показал уязвимость России на информационном поле и продемонстрировал, какой масштаб работ предстоит стране в области укрепления «мягкой силы» и инновационности.

Спустя пять лет после событий в Южной Осетии и Абхазии, с началом украинского кризиса стало очевидным, что борьба за зарубежную аудиторию только началась и «пятидневная война» была своего рода «репетицией» настоящей информационной войны. Нужно отметить, что за прошедшее время Россия сделала для себя немало выводов и уделила достаточное внимание укреплению ресурсов информационной безопасности. Так, в 2013 г. по распоряжению Владимира Путина было ликвидировано российское информационное агентство «РИА Новости» и на его базе было создано международное информационное агентство «Россия сегодня». Также было решено заменить утративший свое значение и эффективность «Голос России» на более современные информационные форматы, и в 2014 г. на бывших мощностях «голосов» было запущено международное информагентство «Спутник». Кроме того, получил новый толчок к развитию телеканал Russia Today, который стал основным российским информационным каналом, взявшим на себя задачу преподнести миру «альтернативную точку зрения». Поэтому когда в 2013 г. разразилась новая информационная война вокруг Украины, российская система инновационности «извлекла урок из предыдущего информационного провала» [7] и смогла избежать допущенных ранее ошибок.

Во-первых, российские СМИ, работающие с зарубежной аудиторией, такие, как RT и Sputnik, начали действовать на опережение, давая необходимый контекст и подготавливая читателя к важным для страны событиям. Таким образом, в тот момент, когда аудитория получала какую-либо новость, у неё был информационный фон, который обуславливал дальнейшее восприятие сообщения. Наи-

более ярким примером стал референдум в Крыму, в преддверии которого российские СМИ публиковали материалы, подробно описывающие историю полуострова, его географические и демографические особенности и объясняющие причины его обособленности от остальной Украины.

Журналисты RT отмечали, что большинство населения Крыма, этнические русские, не могут спокойно реагировать на действия новой власти, направленные на ущемление прав русскоговорящей части страны. Также оперативно телеканал реагировал на итоги референдума – выносил на первый план информацию о мероприятиях, посвящённых результатам голосования, сопровождал тексты видеороликами и фотолентами, а также описывал, каким образом будет происходить дальнейшая интеграция Крыма. Кроме того, внушительная часть материалов была посвящена комментариям международных наблюдателей, отмечавших отсутствие нарушений в ходе голосования и чрезвычайно высокую явку.

Во-вторых, российские СМИ заговорили на понятном для зарубежного читателя языке – в прямом и отчасти в переносном смысле. С одной стороны, Россия запустила каналы на английском, испанском, французском и арабском языке и стала адаптировать новости под удобный для того или иного региона формат. С другой стороны, российские каналы инновещания начинают осознавать необходимость разделения внутренней и внешней информации, отсеивая материалы, рассчитанные на российского читателя.

В-третьих, было расширено количество источников, которые озвучивали и объясняли российскую позицию по ключевым вопросам. Так, во время юго-осетинского конфликта Москву представляли всего несколько официальных лиц, причём зачастую эта роль доставалась президенту, главе правительства или министру иностранных дел. В ходе конфликта на Украине российские СМИ публиковали мнения различных отечественных и зарубежных экспертов, быв-

ших и действующих политиков, которые были солидарны с Москвой и выступали в защиту её интересов, что придавало российской позиции гораздо больший вес.

При этом в качестве одного из позитивных показателей информационной политики нашей страны стоит отметить рост числа именно западных экспертов и журналистов, предпринимающих попытки если не оправдать политику России в своих материалах, то хотя бы дать ей рациональное объяснение. То есть стараясь не представлять все её действия в качестве «путинской агрессии», «возвращения советской идеологии» и «имперских амбиций». Однако зачастую политики и обозреватели, дающие России нейтральные и положительные оценки, вытеснялись в обособленную группу и маргинализировались. Так, в Германии для этого был введен особый термин – «понимающий Путина» [9] (нем. Putinverstehер), который получил широкое распространение среди противников Москвы. Выделение европейцев, проявляющих сочувствие к России, в отдельную группу позволило поставить на них своеобразное «клеймо» и снизить в обществе уровень доверия к ним.

Для того, чтобы объективно оценить эффективность российского инновещания, необходимо рассмотреть, какая часть западного общества оказалась лояльной к его сообщениям. Следует отметить, что основной аудиторией таких СМИ, как RT и Sputnik стали не столько люди, поддерживающие Россию, сколько та часть мирового сообщества, которая разочаровалась в западной идеологии и политике или изначально придерживалась «оппозиционных взглядов». При этом подобная аудитория зачастую не проявляла согласия с политикой Кремля и российской позицией, но выискивала в материалах ту информацию, которая позволяла выдвинуть новые обвинения в сторону Вашингтона или Брюсселя. Так или иначе, такое развитие событий полностью соответствовало концепции RT на начальном этапе, когда основной задачей телеканала было заявлено

предоставление «альтернативной точки зрения».

Как отмечают эксперты, в последнее время Москва делает ставку не на повышение авторитетности российских каналов и спикеров, а на подрыв лояльности к западным источникам [10]. СМИ США и Европы не раз заявляли, что российская пропаганда оказала сокрушительное действие на международное информационное пространство, уничтожив доверие к журналистике в целом и «обесценив само понятие факта» [10]. Таким образом, пресса фактически объявляла о том, что Москва нарушила чётко налаженную западную схему ведения информационной войны, превратив её в фарс и комедию, и тем самым «обыграла США и Европу на их же информационном поле».

Необходимо подчеркнуть, что хотя западная пресса «признала» своё поражение на информационном пространстве, достижения российских СМИ нельзя считать столь внушительными, если говорить об улучшении имиджа государства на мировой арене. Так, согласно опросам 2016 г., отношение американцев к России достигло уровня времен холодной войны [16]. Аналогичное исследование, проведённое среди немцев, показало, что граждане Германии испытывают довольно противоречивые чувства к Москве, выступая за сотрудничество с ней в некоторых сферах, но при этом считая её «угрозой мировой стабильности» [17]. Несмотря на значительные успехи, Россия не смогла переломить те стереотипы, которые закрепились за ней в сознании большей части западного общества. В силу того, что западная аудитория привыкла воспринимать страну как агрессора, наследника СССР и царизма, большинство информации, исходящей от неё, объявлялось пропагандой советского образца, фальсификацией, нацеленной на сокрытие истинных намерений Кремля.

Анализируя материалы российских СМИ и международную реакцию, можно заметить, что, к примеру, отсылки к одним и тем же историческим событиям вызывают прямо противоположную реакцию внутри страны и за рубежом. Один

из ярких примеров – распад СССР, который вспоминается внушительной частью российских граждан как огромное потрясение, поставившее страну перед неизвестностью. Для западного читателя это событие имеет в большинстве случаев положительный оттенок «краха репрессивной машины» и «угрожающего гиганта».

Многие ценностные ориентиры и образы, к которым прямо или косвенно апеллирует тот или иной текст, зачастую остаются непонятыми западной аудиторией, однако активно подхватываются и искажаются западными политиками и СМИ. Здесь нетрудно вспомнить недавний случай с британским журналом *The Spectator* [18]. Издание поместило на обложку карикатуру, отсылающую к плакату «Родина-мать зовёт». В образе Родины-матери изображался Владимир Путин, держащий в руке планшет с логотипом RT. В результате подобных искажений, попытки донести российскую точку зрения до зрителя и читателя, изначально настроенного против Москвы, приводят только к закреплению негативного восприятия имиджа страны и её правительства.

Проблемы российского иновещания во многом связаны с методами, которые были выбраны для реализации задач информационной политики. Если проанализировать материалы RT и Sputnik, то можно заметить, что большая часть – это новостной контент, выстроенный в соответствии с ярко выраженной идейной линией. (Ситуация на Западе стремительно ухудшается и правительство стран молчит об этом и дезинформирует население). Такой путь позволяет российскому иновещанию успешно давать ответ западным каналам информации и составлять негативный образ «противника», однако при этом он не слишком эффективен для улучшения имиджа самой России.

Из этого следует, что на следующем этапе, помимо уже используемых методов информационного воздействия Россия, должна проводить более тщательные исследования влияния инфор-

мационных сообщений на аудиторию. Российское иновещание должно искать возможности адаптации и расшифровки своих сообщений с учётом культурных и ценностных ориентиров читателей той или иной страны, то есть сделать более доступным восприятие российского культурного кода для зарубежной аудитории.

Некоторые исследователи предлагают трактовать культурный код как систему внутренних стереотипов, однако если рассмотреть этот термин в более широком смысле, то культурный код – это совокупность образов, идей, концептов, мифов, объектов искусства, сформированных под влиянием общего исторического и культурного опыта, то есть того, что стоит «за» стереотипами. Условно говоря, у зарубежной и отечественной аудитории существует один и тот же стереотип о России – «русский медведь», однако на Западе он имен негативные коннотации, а внутри страны – позитивные.

На этом примере мы видим, что негативные стереотипы за рубежом могут быть отражением внутренних стереотипов, лишённым культурного и исторического контекста. Если для россиян медведь видится сквозь призму народных сказок, где он изображен «хозяином леса», который лишь охраняет своё и не посягает на чужое, не проявляет агрессии без причины, то для иностранца медведь – дикое животное, чрезвычайно опасное для человека.

Примерно та же ситуация складывается в уже упомянутом случае с обложкой *The Spectator*. И во внутреннем, и во внешнем информационном простран-

стве образ «Родина-мать» связан с войной, однако если для россиян этот плакат является призывом защищать мир и отечество, то для Запада – это призыв к войне и агрессии.

В связи с этим важной задачей, стоящей перед российским иновещанием, становится возвращение стереотипам первичного смысла, но не с помощью исторических справок, а через личные, человеческие истории и пережитый ими опыт, через проведение уместных сравнений и аналогии с опытом, релевантным для западного читателя. Далее возникает необходимость выйти за пределы стереотипов, раскрывая новое – к примеру, такие аспекты, как многообразие российской культуры, и провести экскурс в жизнь различных народов России. То, что зарубежный читатель видит сейчас – это россияне (в основном москвичи) на парадах, на праздновании Дня народного единства и тому подобных событиях. При этом он совершенно не знаком с бытом и повседневностью россиян, в особенности жителей отдалённых регионов. Здесь стоит отметить, что на Западе СМИ проявляют интерес к жизни и традициям народов России, однако зачастую освещают их в соответствии с собственными предубеждениями.

Очень важно, чтобы через знакомство с бытом, традициями, опытом прошлого и настоящего, западная аудитория смогла увидеть Россию глазами её граждан, и впоследствии понять их ценности и убеждения. Именно за счёт этого может быть улучшен имидж России за рубежом, и в этом случае можно будет говорить о том, что иновещание выполняет свои задачи в полном объёме.

Список литературы:

1. Белозёров В. Некоторые выводы для России и её оборонной политики в свете августовского конфликта // Вооружённый конфликт в Южной Осетии и его последствия. М.: Красная звезда, 2009. С. 16-29
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации 2016 (5 декабря) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scrf.gov.ru/documents/6/5.html> (дата обращения: 5.04.2017)
3. Концепция внешней политики Российской Федерации, 2000 (28 июня) [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scrf.gov.ru/documents/25.html> (дата обращения: 5.04.2017)

4. Концепция внешней политики Российской Федерации, 2013 [Электронный ресурс]. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents//asset_publisher/CptlCk6BZ29/content/id/122186 (дата обращения: 5.04.2017)
5. Концепция внешней политики Российской Федерации, 2016 (30 ноября). [Электронный ресурс]. URL: http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248 (дата обращения: 5.04.2017).
6. Почепцов Г.Г. Информационные войны, М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. 280 с.
7. Соловей В.Д. Абсолютное оружие. Основы психологической войны и медиа манипулирования. М.: Эксмо, 2015. 320 с.
8. Швец Д.Ю. Информационная безопасность Российской Федерации в современных международных отношениях: дис. ... канд. социол. наук. М., 2005. 153 с.
9. Umland A. Was die Putinverstehrer missverstehen / Andreas Umland // Die Zeit. 2015. 27 Dezember.
10. Salzen C. Wenn Fakten nicht mehr zählen / Claudia Von Salzen // Der Tagesspiegel. 2015. 06 Januar.
11. Dembinski M., Schmidt H-J., Schoch B., Spanger H-J. Nach dem Kaukasus-Krieg: Einbindung statt Eindämmung Russlands // Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktforschung. 2008. №6. 38 p.
12. Gathmann F., Meiritz A., Sonnberger H. Wie die Wahrheit den Krieg verlor / F. Gathmann, A. Meiritz, H. Sonnberger // Der Spiegel. 2008. 13 August.
13. Pleines H., Schröder H. Der bewaffnete Konflikt um Südossetien und internationale Reaktionen // Arbeitspapiere und Materialien. Bremen: Forschungsstelle Osteuropa, 2008. № 97. 83 p.
14. Pratkanis, A.R. Aronson, E. Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion. N.Y.: W. H. Freeman & Co, 2001. 432 p.
15. Sapper M. Rückblick auf ein Lehrstück: der Kaukasuskrieg und die Folgen. Berlin: Berliner Wiss.-Verl, 2008. 192 p.
16. Smeltz D., Kafura C., Wojtowicz L. Majority of Americans – Except for Republicans – Back Congressional Inquiry; Survey Shows 30-Year Lows for Russia's Favorability // Chicago Council on Global Affairs. [Электронный ресурс] URL: <https://www.thechicagocouncil.org/publication/americans-support-congressional-inquiry-russian-hack> (дата обращения: 5.04.2017).
17. Spengler T. Russland in Europa. Körber-Stiftung. [Электронный ресурс] URL: <https://www.koerberstiftung.de/themen/russland-in-europa/> (дата обращения: 5.04.2017).
18. The Spectator. 2016.22.10. [Электронный ресурс] URL: <https://www.spectator.co.uk/magazine/> (дата обращения: 5.04.2017).

Об авторе:

Сорокина Вероника Сергеевна – магистр, выпускница факультета журналистики МГИМО МИД России. Специализация – межкультурные коммуникации. E-mail: vero-nika-vika@mail.ru.

THE EFFECTIVENESS OF THE RUSSIAN INTERNATIONAL BROADCASTING IN EUROPE AND USA

V.S. Sorokina

Moscow State Institute of International Relations, Russia, 119454, Moscow, Prospect Vernadskogo, 76.

Abstract. *The article concerns the effectiveness of the Russian foreign broadcasting in Europe and the United States in 2008-2016. The author analyzes the information campaigns around the South Ossetian conflict (2008) and the Ukrainian crisis (2014-2016); in particular the activities of Russia directed to protect its own interests in the information space.*

The tools of this activity are Russian channels and Internet resources aimed at foreign audiences. The effectiveness of these instruments depends on compliance with the targets set in such documents as the Concept of Foreign Policy and Information Security Doctrine. To assess the effectiveness of the

channels the author employs such indicators as citedness and impact on public opinion, reflected in the opinion polls and surveys.

The comparative study of the two information campaigns shows that the Russian international broadcasting could fulfill the tasks set by the government just partially, in particular, to make the Russian point of view more accessible to foreign audiences. However, it failed to meet the challenge of improving the country's image on the world stage, and at the same time did not provide an objective perception of Russia's foreign policy.

Disadvantages of the information campaign can be explained by the fact that the Russian international broadcasting was targeted at a specific audience, initially skeptical to the Western media, and did not try to extend it tapping new methods of information and cultural influence. According to the author, the effectiveness of international broadcasting can be improved by a more careful research of socio-cultural characteristics of the western audience and further adaptation of the Russian cultural code.

Key words. International broadcasting, mass media, information campaign, information policy, image, cultural code.

References:

1. Belozеров В. Некоторые выводы для России и ее оборонной политики в свете августовского конфликта [Some implications for Russia and its defence policy in the light of the August war]. *Vooruzhennyi konflikt v Iuzhnoi Osetii i ego posledstviia* [Armed conflict in South Ossetia and its consequences.]. Moscow: Krasnaia zvezda, 2009. pp. 16-29 (In Russian).
2. Doktrina informatsionnoi bezopasnosti Rossiiskoi Federatsii 2016 (5 dekabria) [The information security doctrine of the Russian Federation in 2016 (5 December)]. Available at: <http://www.scrf.gov.ru/documents/6/5.html> (accessed 5 April 2017) (In Russian).
3. Kontsepsiia vneshnei politiki Rossiiskoi Federatsii, 2000 (28 iunია) [Foreign policy concept of the Russian Federation, 2000 (June 28)]. Available at: <http://www.scrf.gov.ru/documents/25.html> (accessed 5 April 2017) (In Russian).
4. Kontsepsiia vneshnei politiki Rossiiskoi Federatsii, 2013 [Foreign policy concept of the Russian Federation, 2013]. Available at: http://www.mid.ru/foreign_policy/official_documents//asset_publisher/CptlCk86BZ29/content/id/122186 (accessed 5 April 2017) (In Russian).
5. Kontsepsiia vneshnei politiki Rossiiskoi Federatsii, 2016 (30 noiabria) [Foreign policy concept of the Russian Federation, 2016 (30 November)]. Available at: http://www.mid.ru/foreign_policy/news//asset_publisher/ckNonkJE02Bw/content/id/2542248 (accessed 5 April 2017) (In Russian).
6. Pocheptsov G.G. *Informatsionnye voiny* [The Information war]. Moscow: Refl-buk; Kiev: Vakler, 2000. 280 p. (In Russian).
7. Solovei V.D. *Absoliutnoe oruzhie. Osnovy psikhologicheskoi voiny i media manipirovaniia* [The ultimate weapon. Fundamentals of psychological war and media manipulation]. Moscow: Eksmo, 2015. 320 p. (In Russian).
8. Shvets D.Iu. *Informatsionnaia bezopasnost' Rossiiskoi Federatsii v sovremennykh mezhdunarodnykh otnosheniakh*. Diss. kand. sotsiol. nauk [Information security of the Russian Federation in contemporary international relations: diss. kand. sociology sciences]. Moscow, 2005. 153 p. (In Russian).
9. Umland A. Was die Putinverstehher missverstehen / Andreas Umland. *Die Zeit*. 2015. 27 Dezember (In German).
10. Salzen C. Wenn Fakten nicht mehr zählen / Claudia Von Salzen. *Der Tagesspiegel*. 2015. 06 Januar (In German).
11. Dembinski M., Schmidt H.-J., Schoch B., Spanger H.-J. Nach dem Kaukasus-Krieg: Einbindung statt Eindämmung Russlands // Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktforschung. 2008. №6. 38 p. (In German).
12. Gathmann F., Meiritz A., Sonnberger H. Wie die Wahrheit den Krieg verlor / F. Gathmann, A. Meiritz, H. Sonnberger. *Der Spiegel*. 2008. 13 August (In German).
13. Pleines H., Schröder H. Der bewaffnete Konflikt um Südossetien und internationale Reaktionen. Arbeitspapiere und Materialien. Bremen: Forschungsstelle Osteuropa, 2008. № 97. 83 p. (In German).
14. Pratkanis A.R. Aronson, E. *Age of propaganda: The everyday use and abuse of persuasion*. New York.: W. H. Freeman & Co, 2001. 432 p.

15. Sapper M. Rückblick auf ein Lehrstück: der Kaukasuskrieg und die Folgen. Berlin: Berliner Wiss.-Verl, 2008. 192 p. (In German).
16. Smeltz D., Kafura C., Wojtowicz L. Majority of Americans – Except for Republicans – Back Congressional Inquiry; Survey Shows 30-Year Lows for Russia’s Favorability. Chicago Council on Global Affairs. Available at: <https://www.thechicagocouncil.org/publication/americans-support-congressional-inquiry-russian-hack> (accessed: 5 April 2017).
17. Spengler T. Russland in Europa. Körber-Stiftung. Available at: <https://www.koerber-stiftung.de/themen/russland-in-europa/> (accessed: 5 April 2017) (In German).
18. The Spectator. 2016.22.10. Available at: <https://www.spectator.co.uk/magazine/> (accessed: 5 April 2017).

About the Author:

Veronika Sorokina – master Moscow State Institute of International Relations. Cross-cultural communication. E-mail: vero-nika-vika@mail.ru.