

МИРОПОЛИТИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛЬНЫХ СМИ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: КОНСТРУКТИВИСТСКИЙ ПОДХОД

Т.И. Тюкаева

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России

Проблематика деятельности глобальных СМИ и возможностей их влияния на политические процессы нередко становится объектом научных исследований. СМИ принято рассматривать как один из инструментов реализации внешней политики государства. Акторный подход позволяет рассматривать глобальные СМИ как относительно самостоятельных игроков, взаимодействующих с другими – государственными и негосударственными – акторами мировой политики, а также способными оказывать влияние на мировые политические процессы. Однако представляется, что ни тот, ни другой подход не позволяют в полной мере ответить на вопрос о том, в чём заключается особенность деятельности всего разнообразия современных СМИ – в ходе их взаимодействия между собой, с другими негосударственными акторами, а также государствами – и в чём заключается потенциал влияния СМИ с учётом этой их «особой природы». В ответе на этот вопрос состоит цель написания данной статьи.

Автор анализирует основные теоретические подходы к изучению деятельности и потенциала влияния СМИ на мировую политику, выявляет особенности функционирования современного глобального информационного пространства, рассматривает основные аспекты взаимодействия СМИ с государствами и негосударственными акторами и выявляет принципиальные способы влияния глобальных СМИ на мировую политику.

В основе теоретико-методологической базы лежит конструктивистская парадигма. Автор делает вывод о двойственной природе современных СМИ, которые выступают одновременно в качестве средств конструирования государствами и различными негосударственными акторами реальности мировой политики, а также в качестве акторов этой реальности. Глобальные СМИ являются главными акторами глобального информационного пространства, активно участвуя в его формировании и развитии его динамики, и при этом действуют под большим влиянием развивающихся в нём процессов. Кроме того, отмечается, что современные условия развития информационных технологий позволяют говорить о становлении глобального информационного пространства как единого «организма», который функционирует в соответствии со своей собственной внутренней логикой. В основе его функционирования лежит взаимодействие и взаимовлияние совокупности разнообразных разноуровневых и разноформатных СМИ, транслирующих и об-

УДК 327, 316.77

Поступила в редакцию 30.03.2017 г.

Принята к публикации 05.08.2017 г.

менивающихся конкурирующими социо-культурными установками и видениями – «социальными конструктами». В результате этого динамического взаимодействия формируется особая – медийная – реальность, которая является одним из важнейших измерений современных мировых политических процессов.

Ключевые слова: политическое влияние СМИ, глобальное информационное пространство, глобальные СМИ, конструктивизм

Совершенно очевидно, что деятельность СМИ различных видов (пресса, радио, телевидение, а также «новые» интернет-СМИ) и различных уровней (от локального и национального до трансрегионального и глобального) в современном мире является одним из важнейших элементов мировых политических процессов. Большое число научных и публицистических работ, а также политических документов посвящены теме (или затрагивают её в той или иной мере) важности использования СМИ в политике государств (и негосударственных акторов) и их влиянию на общественное мнение и военно-политические события, не говоря уже о проблематике использования СМИ в целях информационных манипуляций и «информационных войн».

Однако преимущественно СМИ рассматриваются как инструменты политики государств (и негосударственных акторов), что не позволяет дать наиболее полный ответ на вопрос о потенциале и способах влияния СМИ на современные мировые политические процессы. Существует ряд исследований, анализирующих деятельность СМИ в рамках акторного подхода и делающих вывод о потенциале оказания СМИ относительно самостоятельного влияния на политику государств и негосударственных акторов. Между тем, представляется более логичным говорить об оказании влияния не одним отдельным СМИ, а о воздействии совокупности разноуровневых и разноформатных СМИ в их взаимодействии – как на государства и негосударственных акторов мировой политики, так и на другие СМИ и их взаимодействия между собой. В этом контексте следует также отдельно подчеркнуть особое качество сформировавшегося сегодня глобального информационного пространства, действующего как единый «организм» в рамках собственной логики и являющегося сегодня одним из важнейших измерений мировой политики. СМИ являются главными акторами этого измерения, определяя динамику процессов, происходящих в нём, и при этом сами действуют под влиянием этой динамики. В этой связи представляется принципиальным рассмотреть деятельность СМИ с точки зрения конструктивистской парадигмы, тем более что эта проблематика крайне редко исследуется под таким углом.

Целью данной статьи является ответ на вопрос о «двойственной природе» современных СМИ, действующих в глобальном информационном простран-

стве, и о потенциале оказания ими влияния на мировые политические процессы с учётом этой особой природы. Для этого сначала рассматриваются основные теоретические подходы к изучению деятельности СМИ, затем анализируются особенности функционирования современного глобального информационного пространства, в том числе определяющего и особую природу современных СМИ. Затем изучаются способы воздействия СМИ на мировые политические процессы и основных их традиционных и нетрадиционных игроков, а также выявляются особенности взаимодействия и взаимовлияния мировых политических процессов (и их основных акторов) и процессов глобального информационного пространства (главными игроками которого являются СМИ). Делается вывод о принципиально новых качествах глобальных СМИ и новых способах оказания ими воздействия на мировую политику ввиду новой особой природы современного глобального информационного пространства.

Теоретические подходы к изучению СМИ

Проблематика влияния деятельности СМИ на политические, в том числе мирополитические, процессы является темой большого числа научных исследований. Традиционно СМИ рассматриваются как один из эффективных инструментов государственной информационной политики. Так, американский исследователь Л.Эдвардс сформулировал понятие «mediapolitik», характеризующее потенциал использования государственными структурами информационного пространства в достижении собственных целей, отмечая роль СМИ как важнейших составляющих национальной мощи наряду с традиционными компонентами – ресурсами, экономикой, военной силой и политической волей, эффективность которых значительно зависит от медиаакторов [27]. Считается, что «mediapolitik» сводится в основном к воздействию на политические элиты – в отличие от «общественной дипломатии» как одного из элементов «мягкой силы» [5; 9;14;29;34], объектом которой выступает общественность, – и является современной формой осуществления пропаганды. В целом изучению информационных манипуляций, информационных войн и психологического воздействия различных средств массовой информации и коммуникации на сознание людей, используемых в политике государств, посвящено огромное количество научных работ и публицистики [2; 4; 8; 11;18; 22].

В противовес реалистскому подходу к анализу влияния СМИ в мировой политике существует также акторный подход, подразумевающий наличие у СМИ собственного потенциала влияния на международные процессы и принятие политических решений государств. Особое место в этом контексте принадлежит крупнейшим телеканалам – CNN, BBC, Euronews, AlJazeera, RussiaToday и др., – осуществляющим круглосуточное вещание на глобальную аудиторию. Мощнейшее влияние, которое могут оказывать международные каналы на мировую общественность, а также руководства иностранных и своих государств

и на мировые политические процессы в целом получило название «эффекта CNN» [30; 33; 38].

М.М. Лебедева отмечает [13;15], что процесс транснационализации, характеризующийся увеличением количества негосударственных акторов вместе с ростом их роли в мировых политических отношениях, является одной из главных характеристик современного состояния мировой политической системы. При этом параллельно с процессом транснационализации происходит процесс «гибридизации акторов, а также переплетения их функций». На фоне этого происходит изменение роли государств, которые, оставаясь ключевыми игроками мировой политики, не могут полностью сохранять монополию на принятие политических решений и вынуждены делить эту монополию с другими негосударственными игроками.

Дж.Най и Р.Кохейн [32] определяют «транснациональные взаимодействия как движение материальных и нематериальных потоков через государственные границы, при которых по крайней мере один из участников не является представителем правительства или межправительственной организации», выделяя одним из основных четырёх типов таких взаимодействий «коммуникации, движение информации, в том числе трансляцию представлений, идей и доктрин». Они также указывают на сложность современных транснациональных взаимодействий, в которых практически невозможно установить границу, когда тот или иной актор перестает действовать как представитель государства и начинает действовать от собственного лица. Это положение представляется принципиальным при анализе деятельности глобальных СМИ, которые, с одной стороны, имея страну базирования, которая задает их идентичность и определенный набор ценностных установок, с другой стороны – зачастую могут действовать на глобальной арене самостоятельно от государства «своей национальностью».

Одним из их главных выводов является положение о том, что деятельность негосударственных – транснациональных – акторов «повышает чувствительность обществ друг к другу, таким образом изменяя отношения между правительствами соответствующих государств» [32]. Они также отмечают, что деятельность транснациональных акторов может стимулировать и провоцировать изменение представлений о конкретных явлениях, что может приводить к изменениям политики государств.

Между тем, влияние государств и негосударственных акторов, которые стоят за теми или иными СМИ, в частности – действующими в глобальном масштабе, является принципиальным фактором. При этом это влияние наиболее значимым образом проявляется в том наборе стереотипных установок и контекстуальных рамок, которые используют СМИ – намеренно, а часто и подсознательно – при освещении тех или иных событий или явлений. В этом контексте представляется более логичным говорить о двойственной природе СМИ, которые могут служить инструментами политики тех групп интересов, которые за ними стоят (государств или негосударственных акторов), и одно-

временно являются относительно самостоятельными акторами, способными оказывать влияние на другие государства или негосударственные акторы. Причём деятельность СМИ в глобальном масштабе сегодня в значительной степени определяется не только мировыми политическими процессами, главными участниками которых остаются государства, но и процессами, происходящими в глобальном информационном пространстве, где главными акторами выступают именно СМИ. Взаимодействие и взаимовлияние всех разноуровневых и разнокалиберных СМИ, действующих в общемировом масштабе, сегодня образует единый «организм», функционирующий в собственной логике и по собственным правилам. Таким образом, СМИ одновременно выступают в качестве основных акторов глобального информационного пространства, задавая динамику его развития, и при этом испытывают влияние – как со стороны мировых политических процессов и их ключевых игроков, так и со стороны процессов в рамках глобального информационного пространства.

Рассмотреть деятельность СМИ и потенциал их влияния на мировую политику с этой точки зрения наиболее полно позволяет конструктивистская парадигма.

Ключевым понятием в рамках конструктивизма служит понятие «социального конструкта», а также идея о том, что взаимодействие субъектов, в частности в международных отношениях и между различными участниками в мировой политике, происходит на основе смыслов, которые для них имеют те или иные объекты, и в условиях «социальной реальности», которую они сами создают. Таким образом, «международная система – продукт сотворения людьми совокупности идей и системы норм, созданных в конкретное время и в определённом месте» [1].

При этом немаловажно положение о том, что создаваемый отдельными игроками «социальный конструкт», оказывает влияние как на объект воздействия, так и на сам субъект. Французский социолог Э.Дюркгейм в своих трудах развивал понятие «социального факта», определяя его как «всякий способ действий, устоявшийся или нет, способный оказывать на индивида внешнее принуждение; распространённый на всём протяжении данного общества, имеющий в то же время своё собственное существование, независимое от его индивидуальных проявлений» [6].

Средства массовой информации играют важнейшую роль в формировании, развитии, укреплении и распространении различных идей, трактовок, понятий, паттернов – «социальных конструктов», одновременно в своей деятельности находясь под их влиянием. Пресса, радио и телевидение традиционно являлись инструментами игроков мировой политики и международных отношений, как государств, так и негосударственных акторов, для распространения и утверждения определённых идей и видений на отдельные социальные, политические, военные и экономические события и явления в соответствии с их интересами – с целью получения и сохранения своего влияния. Однако только с началом

формирования в действительности *глобального* информационного пространства, являющегося сегодня неотъемлемой составляющей среды мировой политики, стало возможным говорить о масштабности влияния всей совокупности «социальных конструкторов», которыми оперируют разноуровневые и разнокалберные мировые СМИ, а также о взаимодействии и взаимовлиянии всего разнообразия этих «конструкторов» в рамках единого глобального «организма», функционирующего в соответствии со своей собственной динамикой и способного оказывать влияние на мирополитические процессы – как в соответствии с интересами определённых акторов, так и вопреки им.

Принципиальным в этой связи является вывод А.Вендта о взаимовлиянии и взаимообусловленности «агентов» и «структур» в процессе их функционирования: «Агент неотделим от структуры, а его действия возможны только в рамках этой структуры; в то же время, сами структуры не имеют значения, если только они не являются продуктом деятельности агентов» [41]. Вендт также акцентирует внимание на том, что структуру имеет смысл рассматривать не как нечто неизменно данное и безусловно определяющее действия акторов-агентов, действующих на мировой арене в условиях анархии, но как процесс [40].

Таким образом, деятельность СМИ можно рассматривать с двух точек зрения: как средства, с помощью которых агенты конструируют структуру, и как агентов, которые сами конструируют структуру. С одной стороны, СМИ служат одним из инструментов государств и различных негосударственных акторов мировой политики, посредством которого последние формируют мирополитическую среду, оказывающую в свою очередь влияние на их действия и принятие ими решений. С другой – СМИ являются компонентами и действующими единицами функционирования глобального информационного пространства, одновременно определяя процессы, происходящие в нём, и попадая под влияние этих процессов и общей логики его функционирования.

При этом большую значимость имеет тот факт, что каждое СМИ традиционно является носителем и транслятором определённого набора стереотипных и ценностных установок. Т.Риссе, отмечает, что «устоявшиеся в обществе идеи и представления – будь то нормы или принятое понимание причинно-следственных связей – не только определяют поведение акторов, но и конструируют их идентичность» [35]. С учётом этого деятельность СМИ имеет смысл рассматривать одновременно в контексте устоявшихся в обществе норм и правил, формирующих идентичность, и в то же время как направленную на их распространение, закрепление, а также развитие и трансформацию. Глобальные СМИ, выводя эти устоявшиеся представления на уровень глобального информационного пространства, становятся участниками глобального дискурса, в рамках которого, таким образом, взаимодействуют различные идентичности, оказывая влияние – в зависимости от процесса этого взаимодействия – на мировые политические процессы.

Особенности функционирования современного глобального информационного пространства

Международная повестка дня в освещении национальными СМИ и даже транснациональное вещание не являются достижением эпохи глобализации. Однако до 1990-х гг. речь могла идти только о трансграничной деятельности медиакорпораций, имеющих сеть представительств и штабов репортёров в разных частях света и представляющих информацию отдельным сегментам мировой аудитории на нескольких языках. Глобальной сферы как таковой не существовало: на международной арене единственно важными игроками являлись государства (фактически – только «великие державы»), которые реализовывали информационное обеспечение своей политики посредством нескольких крупных информационных агентств, международных телеканалов и радио. Именно им принадлежала монополия на управление информацией о международной ситуации и её интерпретацией.

В период холодной войны в подкрепление и сохранение этой монополии США сформулировали доктрину «свободного потока информации», в основе которой лежала идея о свободном мировом информационном рынке, обуславливая право любого государства вмешиваться в информационные пространства других государств¹.

Впоследствии эта доктрина заложила основу для появления и развития глобальных СМИ, закрепив при этом прерогативу за западными новостными агентствами и каналами. С начала 1990-х гг. бурное развитие получили коммуникационные и информационные технологии, стимулировавшие беспрецедентный рост связей между государствами во всех сферах и усилившие их взаимопроникновение в мировом масштабе. В свою очередь глобализационные процессы способствовали появлению новых тенденций в области международного информационного обмена: сохранявшие своё доминирование западные СМИ начали трансформироваться в глобальные, расширяя сеть своих представительств в различных регионах и странах и всё больше охватывая событийную повестку во всём мире. От формулы «монополисты информации (под которыми следует понимать ограниченное число западных информационных агентств) – об определённых фактах – международной аудитории» в мировой информационной сфере наметился переход к формуле «монополисты информации – о многих фактах – глобальной аудитории». При этом глобальная аудитория не только шире по охвату, чем аудитория международная: она также подразумевает появление «обратной связи» между ней и СМИ. Таким образом, объектом одностороннего воздействия международных СМИ были многие страны и даже

¹ См., например, Free Flow of Information // International Communication. 2008. January 21. URL: <http://internationalcmst.blogspot.ru/2008/01/free-flow-of-information.html>; Boyd-Barrett O. Free Flow Doctrine / Encyclopedia of Communication Theory // Stephen W. Littlejohn & Karen A. Foss (ed.). SAGE Publications, Inc, 2009. URL: <http://knowledge.sagepub.com/view/communicationtheory/n153.xml>

регионы мира, тогда как глоболизирующиеся СМИ начали транслировать свои потоки информации практически во все уголки планеты, а также получали реакцию на свою деятельность и, в свою очередь, реагировали на получаемый ответ (см. схему на рис. 1).

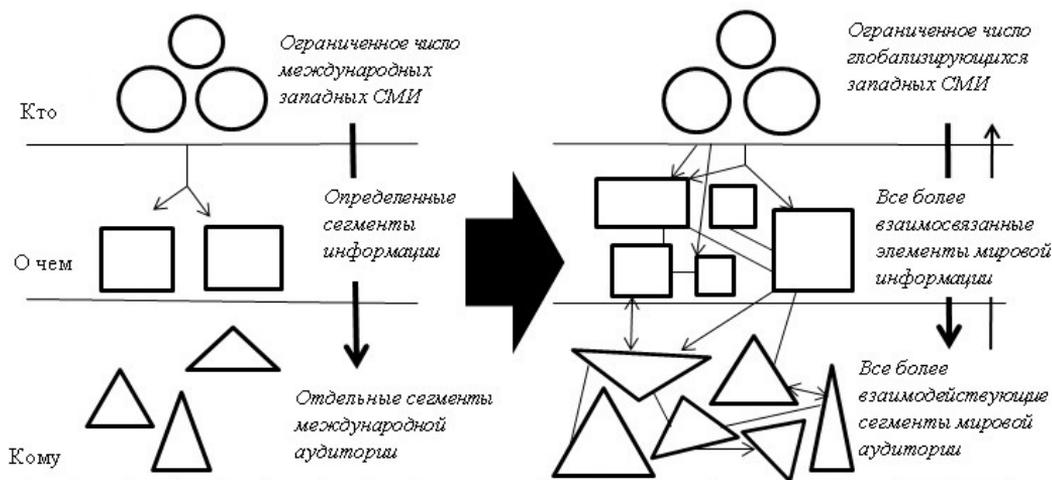


Рисунок 1. Трансформация формулы движения международных информационных процессов в 1990-е гг.

Ускорение глобализационных процессов неизбежно влечёт снижение роли международных границ, вследствие чего государство постепенно утрачивает полный контроль над различными сферами жизни своей страны – в том числе и в области информации. Таким образом, к началу 2000-х гг. сложились предпосылки для формирования действительно глобального информационного пространства. Нарушенная глобализацией и развитием информационных и коммуникационных технологий, а также спутниковым телевидением монополия незначительного числа западных СМИ, заметно трансформировавшихся к этому моменту, начала ещё больше ограничиваться за счёт появления новых глобальных каналов и информационных агентств. Альтернативой традиционным CNN International и BBC World на мировой арене стали катарская AlJazeera, европейский Euronews, французский France 24, южно-американский TeleSUR, китайский CCTV и турецкий TRT, принявшие новый глобальный формат, российская Russia Today, иранские AlAlam и PressTV и другие. Несущие на себе заметный отпечаток традиций западной журналистики и собственные страновые и региональные особенности новые СМИ формируют действительно *глобальную* сферу информации, обеспечивая её максимальный охват в мировом масштабе, пестроту мнений и различные углы рассмотрения происходящих событий.

Все эти западные и незападные глобальные СМИ активно взаимодействуют между собой – на региональном и общемировом уровне, – создавая динамичный информационный контент в масштабах всего мира и кардинально меняя парадигму односторонне направленных информационных потоков. Это

взаимодействие усиливается за счёт трансграничного интернет-пространства: каждое из глобальных СМИ имеет сайт в сети в нескольких языковых версиях, обеспечивая практически универсальный доступ к своей информации, а также возможность взаимодействия со своей аудиторией посредством организации чатов или онлайн-конференций [17].

Кроме того, взаимодействие различных групп внутри самой глобальной аудитории через глобальные социальные сети становится объектом наблюдений СМИ и зачастую является основой информационных сообщений. Любая национальная газета, журнал, радио или телеканал, имеющие интернет-версию, любая политическая или социальная группа и даже человек, опубликовавший в социальной сети громкое заявление, призыв или неизвестную информацию – фактически становятся участниками глобального информационного пространства, в котором различные негосударственные акторы имеют возможность оказать влияние на общественное мнение.

Информационная глобализация создала ощущение формирования глобальной общественной сферы, где происходит взаимодействие различных групп интересов и обмен мнениями, потенциально оказывающий влияние на мировую политику [28; 31]. Однако едва ли стоит преувеличивать потенциал этого общественного интернет-взаимодействия, пусть даже и в общемировом масштабе: резонанс оно может создать только в случае направленного действия наиболее влиятельных глобальных СМИ, за каждым из которых стоит то или иное государство (или группа интересов в лице того или иного влиятельного негосударственного актора), которое, хотя не имеет полного контроля над информационными потоками, формируемыми даже своими действующими в мировом масштабе изданиями и каналами, тем не менее, сохраняет определенные рычаги влияния на них и остается основным актором мировой политики.

Кроме того, государства сами активно используют возможности интернета для оказания воздействия на общественное мнение посредством создания сайтов своих ведомств и аккаунтов в социальных сетях в целях информирования и получения канала «обратной связи». При этом интернет является лишь одной из сфер глобального информационного пространства, главными игроками которого выступают мировые СМИ, способные активизировать влияние государств, осуществляющих самостоятельную деятельность в этом пространстве, или нейтрализовать его. Аналогично глобальные информационные агентства и спутниковые каналы могут усилить влияние менее значимых по сравнению с традиционными негосударственных акторов и менее весомых локальных игроков медиарынка в мировом масштабе.

Глобальное информационное пространство представляет собой «совокупность региональных и локальных «рынков», объединённых сетью транснациональных коммуникаций, по которым непрерывно перемещаются огромные потоки информации» [17]. Современные глобальные СМИ посредством своего взаимодействия с государствами, общественностью, а также между собой,

формируют особую сферу, которая является одним из важнейших измерений современных мирополитических процессов. На современном этапе мировое пространство информации характеризуется глобальностью и массовостью [16], под которыми следует понимать смешение качественно различающихся и разнонаправленных информационных потоков, действующих по формуле «всё – обо всём – всем».

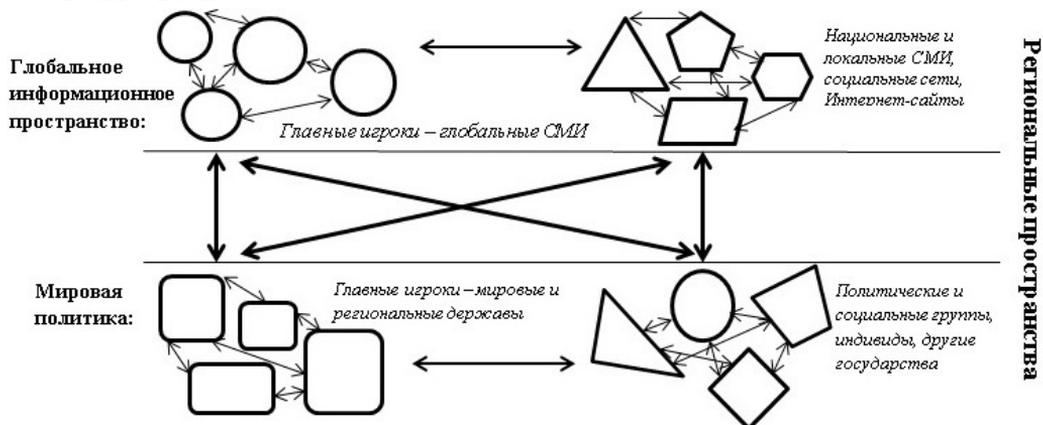


Рисунок 2. Глобальное информационное пространство как измерение современной мировой политики.

Глобальные СМИ действуют в глобальном масштабе, то есть имеют доступ практически во все части планеты, при этом не только воздействуют, но и получают обратную реакцию на свою деятельность со стороны глобальной аудитории и других равноуровневых и разноформатных СМИ, действующих в глобальном информационном пространстве. Глобальные СМИ имеют потенциал оказания решающего влияния в мировом информационном пространстве – в отличие от других его акторов (государств, пытающихся действовать самостоятельно в глобальной информационной сфере, политических и социальных групп или даже индивидов) – и поэтому являются ключевыми его игроками. Их отличительной чертой можно считать двойственную природу: с одной стороны, они образуют одно из измерений среды, в которой действуют различные акторы, с другой – они сами могут выступать в качестве акторов. Они взаимодействуют с государствами и негосударственными участниками мировой политики разного уровня и между собой и способны, таким образом, воздействовать на мирополитические процессы.

В рамках глобального информационного пространства функционирует большое количество равноуровневых и качественно различающихся, в том числе и по степени влиятельности, игроков, ключевыми среди которых являются ряд глобальных информационных агентств и спутниковых каналов. Однако вне зависимости от значимости каждого из разнокалиберных акторов их постоянное взаимодействие и взаимовлияние образует единую сферу, своего рода организм, который развивается в соответствии с собственной логикой.

Любое событие, попав в глобальное информационное пространство, может послужить спусковым крючком для ускорения или изменения направления информационных потоков, новость локального значения через социальные сети или местную прессу может проникнуть на региональный или даже глобальный уровень, подхваченная несколькими разноуровневыми СМИ. Попав на региональный или мировой уровень и став объектом рассмотрения несколькими основными крупными акторами, новость приобретает собственную динамику развития и потенциально может оказывать влияние на общественное мнение и политику государств. Ключевым качеством глобального информационного пространства, обуславливающего его потенциал воздействовать на мирополитические процессы, является эффект суммирования усилий всех существующих его участников [7] – разноуровневых, разнокалиберных и разноформатных.

Такое взаимодействие, обеспечивающее переход события из категории местного или регионального в категорию глобального и обуславливающее «эластичность разноуровневых повесток дня» [7], становится возможным, в первую очередь, за счёт механизма «кросс-мониторинга» разнообразных акторов мирового информационного пространства деятельности друг друга.

Саморегулирование системы мирового информационного пространства на основе рыночного механизма спроса и предложения во многом является следствием достаточно длительного монопольного положения западных сначала международных, а затем и глобальных СМИ, основывавшейся на доктрине «свободного потока информации». Новые – преимущественно незападные – региональные и глобальные акторы мировой информационной сферы, встраиваясь в эту систему, вынуждены соблюдать сложившиеся «правила игры», что и выражается в их стремлении создания уникального и конкурентоспособного контента в целях удовлетворения растущего спроса на мировом рынке информации и его дальнейшего стимулирования. Это способствует сохранению собственной динамики развития глобального информационного пространства, его функционированию как единого организма – «коллективного института» [26], потенциал которого больше просто суммы всех потенциалов каждого их участников. За счёт их постоянного взаимодействия и взаимовлияния этот «институт» получает возможность оказывать влияние на мировые политические и социо-экономические процессы.

Способы влияния современных глобальных СМИ на мировую политику

Основой деятельности различных СМИ является создание новостей посредством выделения отдельных событий из политической, экономической или культурной жизни общества, интерпретации их по своему усмотрению в соответствии с определёнными интересами, тем самым формируя представление о том или ином акторе и его деятельности.

По мнению американского исследователя Г.Лассуэлла, основными функциями СМИ являются: наблюдение за миром, «редактирование», то есть отбор отдельных событий и их комментирование, формирование общественного мнения и распространение культуры [12]. Характерно, что его исследования касались национальной прессы, радио и телевидения, так как на начало XX в. СМИ действовали в рамках отдельных государств, однако сегодня, когда правомерно говорить о формирующемся общемировом информационном пространстве, данные функции сохраняют свою актуальность, оставаясь основными, однако приобретают новое измерение ввиду глобального характера деятельности газет, радио- и телеканалов.

Российский политолог И.Н.Панарин отдельно также выделяет информационную, мобилизационную и пропагандистскую функции, функцию социализации, а также критики и контроля [18]. Главное назначение СМИ – освещать жизнедеятельность общества и его отдельных сфер с целью его оснащения достоверной информацией и принятия на её основе решений, касающихся жизни личности, группы, общества [16]. В этом заключается информационная функция СМИ. Однако, как отмечает Р.Харрис, сам процесс освещения новостей зачастую сам по себе становится «большой новостью», чем события, о которых сообщается [22]. Двумя ключевыми моментами при этом представляются а) создание новости из произошедшего события и б) формирование определённого образа-интерпретации, то есть оказание воздействия на общественное мнение.

В этом свете особую важность приобретает функция СМИ как инструмента социализации, то есть процесса усвоения обществом и отдельными индивидами определённых образцов поведения, психологических установок, социальных норм и ценностей. В долгосрочной перспективе именно то, какие установки, нормы и ценности формулируются и последовательно отображаются СМИ, играет решающую роль в формировании общественного мнения, то есть общего представления широкой аудитории о тех или иных событиях, явлениях, процессах и проблемах [3]. Впоследствии в опоре на утверждённые в обществе понятия СМИ осуществляют информирование о происходящих событиях таким образом, чтобы оно укладывалось в рамки ставшей общепринятой логики, а также создают и вводят в массовое сознание новые установки, в соответствии с которыми происходит интерпретирование различных событий.

Цель информирования – закрепить в общественном сознании определённое видение ситуации. При этом информатор упоминает только те аспекты, которые соответствуют идее его сообщения, а также старается поместить их в рамки некоего знакомого в обществе «социокультурного сценария», задающего конкретную «схему социально приемлемого или ожидаемого поведения» [20].

Изображаемая СМИ действительность существенно отличается от того, что происходит в реальном мире. Эта действительность фактически формируется за счёт работы режиссёров, операторов и редакторов, которые принимают

решение о том, какие события и каким образом освещать [22]. При этом очевидно, что журналисты сами находятся под постоянным влиянием доминирующих в массовом сознании установок и стереотипов и, соответственно, неосознанно, но неизбежно, делают определённые выводы из происходящего, рассматривая события через призму общественного мнения.

Таким образом, более целесообразно говорить о СМИ не как об источниках информации, которая изначально не является объективной, а как о создателях особой реальности, через призму которой всё происходящее воспринимается обществом и на основании которой люди в результате принимают определённые решения. Деятельность СМИ формирует тематический контекст, с учётом которого осуществляется информирование общества о происходящем, за счёт чего происходит влияние – намеренно или непреднамеренно – на широкие массы и общественное мнение. В случае намеренной – направленной деятельности СМИ на создание определённого набора стереотипов и установок, влияющих на восприятие событий обществом, можно говорить об информационных манипуляциях, которые лежат в основе пропагандистской функции, подразумевающей распространение некоторых идей, которые задают конкретное отношение массового сознания к конкретным процессам, явлениям, событиям.

В процессе информационных манипуляций СМИ используют различные, в том числе языковые [4], методы подсознательного воздействия [3], которые зачастую дополняются и усиливаются средствами других семиотических систем, например, иллюстрациями или видеорядом: зрительный образ может не только усилить проводимое сообщение, но и изменить его эмоционально-оценочное восприятие до противоположного [4].

Формируемая СМИ реальность отражает картину мира лишь с определённой стороны и под определённым углом, а роль журналистов и репортёров заключается не только в создании конкретного видения ситуаций, но и в выборе тем для освещения. Одним из важнейших факторов при определении тех событий, о которых должно быть сообщено, является возможность просто и за короткий отрывок времени о нём рассказать [3], что объясняется особыми условиями функционирования глобального медиарынка. Особое значение в этой связи приобретает последовательный и длительный процесс создания СМИ тематического контекста. В целях улучшения восприятия информации публикой освещение событий упрощается и стереотипизируется и затем вводится в рамки уже существующей в массовом сознании парадигмы, а информация, не вписывающаяся в заданный тематический контекст, может игнорироваться. Ярким примером этого является информационная кампания западных СМИ во время войны в бывшей Югославии. CNN и BBC активно развивали образ «серба-головореза» и албанцев-жертв этнической дискриминации. Однако когда миротворческие силы ООН в водосточной трубе нашли группу сербов, которых в качестве пленников там содержали албанцы, западные журналисты проигнорировали данный факт [17].

Немаловажную роль при этом играет так называемый «коммуникативный резонанс» – явление массового сознания, когда эффект от информационного воздействия значительно превышает первоначально затраченные усилия, и возникающий при соответствии содержания информационного воздействия ожиданиям масс [10]. Сформированный СМИ и устоявшийся в общественном сознании тематический контекст упрощает задачу оказания на общество влияния с целью вызвать определённую реакцию на события. Особое значение при этом имеет телевидение, обладающее «парасоциальным» качеством и создающее эффект реального присутствия зрителя на месте событий, что делает этот вид СМИ наиболее достоверным источником информации в восприятии людей [18] и наиболее эффективным с точки зрения создания устойчивых образов и стереотипов [17]. Однако при этом освещение происходящего подаётся в искажённой форме, хотя и воспринимается людьми как объективная реальность.

Выбор тематического контекста, в рамках которого рассматривается то или иное явление, крайне важен. Так, датский карикатурный скандал 2005-2006 гг. подавался западными СМИ с акцентом на реакцию мусульман в логике тезиса о «столкновении цивилизаций» [7], а СМИ исламского мира – в рамках традиционной для них риторики о враждебном «неоимпериализме» Запада. Характерно, что вспыхнувший летом-осенью 2012 г. скандал в связи с появлением фильма «Невинность мусульман», был вписан в тематический контекст как продолжение карикатурного скандала, а развитие логики противостояния западному «неоимпериализму» в СМИ мусульманских стран вылилось в изображение нападений на дипломатические миссии США и убийства американского посла в Ливии в годовщину терактов 11 сентября как нормальной реакции общества на «враждебность Запада». Кроме того, определённый набор понятий, используемый для освещения каких-либо событий, оказывает порой решающее влияние на общественное мнение, а через него – и на мировую политику [17].

Однако не только угол освещения событий может оказывать влияние, но и сама подборка тем новостей СМИ имеет принципиальное значение. В этом контексте следует говорить о функции формирования повестки дня посредством выделения отдельных событий как наиболее значимых среди остальных. При этом необязательно, чтобы СМИ диктовали определённое отношение к этим событиям: сам выбор одних сюжетов как ключевых и заслуживающих внимание при намеренном замалчивании других, возможно, по факту более значимых, но, например, не вписывающихся в существующий тематический контекст, задаёт динамику информационным потокам в информационном локальном, региональном и глобальном масштабах [22]. Управление повесткой дня определяется способностью создавать из реальных фактов новостной продукт, который посредством механизма «кросс-мониторинга» включается в процесс распространения и развития другими акторами. Именно по поводу этих тем происходит основное взаимодействие между множеством разноуровневых СМИ внутри информационного пространства, которое перетекает в политику

ческое и общественное измерение политики. В международном масштабе повестку дня формируют основные глобальные СМИ, оказывая влияние на мировое общественное мнение и политические элиты государств [17] и, тем самым, переводят эту повестку дня из глобального информационного пространства – в мирополитическое.

При этом, с одной стороны, СМИ действуют в соответствии с установками общественного сознания, отражая различные процессы жизнедеятельности общества и реакцию на них, а с другой – сообщают о событиях политической жизни государств и деятельности их лидеров. Таким образом, мировые СМИ в своей совокупности являются своего рода посредником между разными группами интересов, между обществом и государством. Реализуя свою информационную функцию, СМИ формируют особую сферу, выступают своего рода площадкой для обмена различными мнениями, на которой государства могут выражать свою позицию в отношении событий, а политические и социальные группы получают возможность высказаться – как по поводу этих событий, так и касательно позиций государств – и выдвинуть свои инициативы. При этом увеличение количества разнородных акторов информационной сферы, особенно за счёт развития интернет-коммуникационных сетей практически делает невозможным скрытие определённой, неудобной для отдельных субъектов, информации: если одни СМИ не отразят какие-либо факты в силу давления со стороны одной группы интересов, то их отразят другие, представляющие оппозиционные или просто альтернативные мнения. Все участники политического процесса используют формируемую разнородными и разноуровневыми СМИ сферу в своих целях и пытаются убеждать публику в правильности своих подходов, а также призывать к определённым действиям [31]. В этом проявляется функция СМИ как инструмента критики и контроля, а также мобилизационная функция.

Для того чтобы новость выглядела значимой и заинтересовала аудиторию, её представление должно включать как минимум три из пяти «обязательных» качеств. Таковыми К.Джемисон и К.Кэмпбелл называют наличие главного персонажа, драматизма, динамичности, нестандартности, а также корреляции с другими развивающимися параллельно другими СМИ темами. В каждой новости должен быть герой, самоидентифицируясь с которым зритель или читатель имеет возможность более полно разобраться в потребляемой информации. Необходимость наличия драматического оттенка в презентации новостей, обусловлена тем, что наличие какого-либо конфликта обеспечивает зрелищность и заинтересовывает аудиторию [22].

В условиях функционирования медиарынка, требующих от его основных игроков создания конкурентоспособного продукта, своей главной задачей СМИ видят не информирование общественности о происходящем, а удержание аудитории различными средствами. Создание из освещения фактов шоу обеспечивает интерес публики к новостям, но заметно снижает их информативный аспект

за счёт акцентирования одних событий и умалчивания других, что заметно искажает реальность, но при этом увеличивает потенциал влияния СМИ на общественное мнение. У глобальных СМИ этот потенциал значительно больше ввиду того, что объектом влияния выступает мировая общественность, в том числе политики и другие люди (научное сообщество, элиты, чиновники разного уровня), прямо или опосредованно влияющие на принятие государственных решений.

Взаимовлияние глобальных СМИ и мировых политических процессов

При этом глобальные СМИ не действуют в полной независимости от государств своей «национальности». С одной стороны, информационно-новостное производство поддерживается правительствами и не выходит за рамки сформулированной официальными лицами. Более того, практически все основные игроки современного глобального информационного пространства были созданы и финансируются – частично или полностью – государственными структурами и их деятельность контролируется государствами. И несмотря на то, что утверждение о полном контроле СМИ со стороны правительств является явным преувеличением в силу того, что они вынуждены действовать в условиях глобального информационного рынка, государство имеет серьёзные рычаги влияния на медиаакторов.

Харрис выделяет ряд механизмов, ограничивающих деятельность СМИ государствами. В первую очередь, это цензура, которая осуществляется посредством предварительного предоставления информационных материалов правительственным или военным цензорам, или же государство само является владельцем СМИ, что даёт ему право контроля над распространяемыми новостями [22]. Цензура, кроме того, может быть и косвенной: например, в некоторых государствах транслирование или публикация материала, противоречащего государственным интересам, является преступлением. Косвенная цензура может выражаться также в затягивании процесса выдачи СМИ государственной лицензии. Ещё одним способом ограничения освещения журналистами является блокирование доступа к местам событий.

С другой стороны, иногда СМИ сами могут ограничивать себя посредством самоцензуры и, располагая определённой информацией, предпочитают не раскрывать её. Ограничителями зачастую выступает менталитет журналистов, которые являются частью общества с исторически сформировавшимися культурными нормами, выступающими на подсознательном уровне в качестве «красных линий». Журналисты сами устанавливают свои «красные линии» и пользуются гораздо меньшей свободой слова, чем им по сути предоставлено [39].

Каждое глобальное СМИ в более или менее явной форме несёт отпечаток своей «национальности» и не только выражает официальную точку зрения государства, но и распространяет определённый набор социокультурных установок, понятий и стереотипов, за счёт которых и реализует своё влияние.

Глобальные СМИ, таким образом, зачастую неосознанно являются проводниками идеологии государств своей «национальности», рассматривая международные события через призму определённого набора ценностных установок и представлений и трактуя их в рамках характерного их обществу тематического контекста. Любые СМИ, действующие интернационально, имеют свою «национальность» и так или иначе ассоциируются с определённым государством, насколько глобально бы они не действовали, и с определённым углом подачи информации, отражающим традиционные ценности той или иной страны. Так, CNN в своих репортажах в преобладающем большинстве случаев рассматривают события через призму традиционной американской культуры демократических ценностей и либерализма, BBC часто уделяют внимание правовым аспектам того или иного вопроса, AlJazeera редко обходится без того, чтобы так или иначе обвинить в региональных проблемах Иран или Израиль.

Возрастающий потенциал глобального информационного пространства оказывать воздействие на мировое общественное мнение и мирополитические процессы заставляет государства развивать свой инструментарий информационной политики для оказания влияния на него. Многие исследователи отмечают, что влиятельное присутствие на глобальном информационном пространстве является «таким же неотъемлемым атрибутом великой державы, как и обладание ядерным оружием» [24] в силу того, что «национальные» СМИ, действующие в мировом масштабе, могут воздействовать не только на общественные массы, но и на политическую элиту разных стран. Международный имидж непосредственно связан с позицией государства на мировой арене и имеет особую важность для успешной реализации внешнеполитической деятельности.

Помимо этого, закрепление в глобальном общественном сознании положительной репутации посредством использования таких методов СМИ в реализации своих функций, как формирование социокультурных сценариев и тематического контекста, различных стереотипов и установок, является эффективным средством нейтрализации критических сообщений в адрес государства. Достижение устойчивого позитивного имиджа – результат долгосрочной и последовательной политики, так как формирование общепринятых и неподвергающихся сомнению стереотипов занимает длительное время, но потом изменить их крайне сложно. Таким образом, глобальные СМИ играют значимую роль в формировании своего рода «бренда» страны в мире, сглаживании или разжигании внешнеполитических противоречий государства, а также решении или усугублении отдельных проблем международной повестки дня [21].

В современных условиях представляется логичным говорить о конкуренции различных акторов мировой политики в глобальном информационном пространстве, ставшем важным измерением их соперничества в мировой политике. Фактически происходит столкновение интерпретаций, имиджей, идей и культурно-психологических установок, обусловленное столкновением интересов стоящих за ними отдельных субъектов. Успех реализации тех или иных

внешнеполитических амбиций всё больше зависит от их популярности и, соответственно, влияния в глобальной медиасфере, что, в свою очередь, обусловлено способностью СМИ взаимодействовать с как можно большим числом акторов [36].

Вместе с тем, очевидно, что СМИ не только являются инструментами государств в реализации внешнеполитических целей, но и могут выступать как самостоятельные акторы при взаимодействии как с традиционными, так и не традиционными участниками мировой политики. Очевидно, что глобальные СМИ и государство в определённых ситуациях взаимоограничивают друг друга, а в других – сотрудничают, расширяя тем самым свои возможности для реализации каждый своих, зачастую пересекающихся интересов. Так, в отсутствие монополии на информацию и её распространение государства вынуждены вести более аккуратную политику, подстраиваясь под особенности функционирования глобального информационного пространства, чтобы не дать повод СМИ для компрометирующего себя материала. СМИ могут служить в качестве своего рода ограничителя – особенно на внутривнутриполитическом уровне, не позволяющего в определённых случаях руководству действовать в отрыве от общественного мнения. В качестве иллюстрации последнего можно привести пример деятельности в 2003 г. глобальных, в том числе британских (в частности ВВС), медиакорпораций, выступивших с жёсткой критикой политики правительства Тони Блэра по участию в иракской кампании: мнение ВВС имело большое значение в формировании мнения общественного, что в результате привело к снижению рейтингов популярности британского премьер-министра.

В свою очередь, СМИ сами заинтересованы в сотрудничестве с государством в собственных интересах удовлетворения спроса как можно более широкой аудитории, так как взаимосвязь с правительственными органами открывает доступ к важной информации, на основе которой медиа реализуют уникальный и высоко конкурентоспособный на информационном рынке продукт.

Для достижения успеха в своей информационной политике государство вынуждено учитывать особенности глобального медиарынка. Оно заинтересовано в повышении влияния своих СМИ в мировом информационном пространстве, так как от этого напрямую зависит его потенциал в мировой политике. Возможности государств быть услышанными в мире напрямую зависят от степени востребованности их национальных СМИ на внешних рынках: «информационный импульс можно считать безрезультатным, если он не передан по цепочке «ретранслирующих» СМИ, принадлежащих к разным национальным и региональным сегментам новостного рынка» [7].

Более того, отдельные направленные акции информационной политики государств могут привести к непредсказуемым последствиям: изначальный информационный импульс, попав в условия слабоконтролируемых глобальных информационных потоков, может трансформироваться и принять неудобный характер для государства, создавшего этот импульс. Глобальное пространство

информации является сложной многосоставной и многоуровневой саморегулирующейся системой, в которой государство – лишь один из участников.

Создаваемый СМИ новостной продукт оказывает непосредственное влияние на формирование политики, отражая и определяя международную конфигурацию политической власти [17]. Главным качеством глобальных СМИ, определяющим их значительный потенциал в оказании воздействия на мировую политику, является их способность создавать яркие образы, что играет огромную роль в формировании политических и идеологических воззрений у большей части общества. Принципиальным моментом представляется при этом оказание влияния не только на общественные массы, но и на лица, принимающие политические решения – более или менее опосредованно. Нельзя исключать психологический фактор влияния медиа на политических лидеров: создаваемые устойчивые образы и стереотипы могут в долгосрочной перспективе иметь подсознательное действие.

Глобальные СМИ могут создавать условия, в соответствии с которыми инициируются или корректируются внешнеполитические решения государств. Аммон выделяет ряд факторов, от которых зависит возможность влияния мировых медиа на действия политиков: (1) масштаб события (чем масштабнее, тем больше международный резонанс и необходимость принятия срочных мер), (2) скорость развертывания, особенно в ситуации отсутствия чёткого курса у политиков, (3) доступ репортёров к месту событий, (4) способность привлечь большую аудиторию [25]. Способность глобальных СМИ создать резонанс в мировом масштабе и мобилизовать участников мирополитических процессов на действия определяет их потенциал в формировании мировой повестки дня. По мнению С.Ливингстона, три основных направления влияния СМИ на политику государств заключаются в способности устанавливать политическую повестку в мировом масштабе, ускорять принятие решения и ограничивать определённую политическую деятельность [33].

В соответствии со своими функциями СМИ наблюдают за миром, отбирают информацию для создания из неё новостного продукта и сообщают о событиях в определённой последовательности и под определённым углом освещения, задавая тон, какие из тем являются наиболее важными, а какие менее значимы, оказывая непосредственное влияние на формирование политической повестки дня. Создавая международный резонанс, глобальные СМИ могут обращать внимание государств и международных организаций на кризисные ситуации и побудить их вмешаться. Так, во время освещения геноцида в Руанде после того, как СМИ начали квалифицировать происходящее там как «геноцид», а не просто «столкновения» или «резня», появилась возможность применения Конвенции ООН по предотвращению геноцида и создались условия для внешнего вмешательства [17].

В кризисных ситуациях, создающих международный резонанс, внимание глобальных СМИ практически круглосуточно приковано к конкретным ново-

стям, в то время как остальные события практически остаются вне поля зрения. За счёт этого у мировой аудитории создаётся впечатление повышенной важности события, усиливая влияние медиа на всё глобальное сообщество. При этом 24-часовое вещание передаёт динамику быстро развивающихся событий в условиях кризиса и требует немедленной реакции на постоянно обновляющуюся информацию со стороны политического руководства, представители которого нередко в условиях цейтнота теряют контроль над ситуацией, или принятия поспешных решений, что может привести к усугублению кризиса и провалу попытки переговоров. Форсируя события, СМИ лишают политиков времени на принятие продуманных мер [17; 38]. У. Стробел в этой связи отмечал, что возможность оказать влияние на политику медиа получают только в ситуации, когда осуществляемые меры реализуются недостаточно эффективно или если не пользуются поддержкой в обществе [38]. Е. Гилбоа, в свою очередь, говорил о том, что если у руководства нет чёткого политического курса по важной проблеме, то СМИ могут принять на себя часть этих задач [30].

Значение глобальных СМИ как определённых ограничителей государств обуславливается необходимостью соответствовать правилам мирового медиарынка, а также тем фактом, что акторы информационного пространства, помимо государств, взаимодействуют ещё и с общественной сферой. Так, Г. Уолсфелд отмечает, что СМИ, как правило действуют в логике доминирующей позиции, но в некоторых случаях могут занимать сторону меньшинства или слабой стороны в конфликте [42]. При этом участники конфликта в борьбе за политический контроль конкурируют за внимание СМИ и стремятся через них добиться победы своего видения ситуации. Медиаакторы, как говорилось выше, обладают прерогативой определения угла интерпретации событий и создают определённые «рамки», в которые политические акторы стремятся вписаться. В некоторых случаях, когда видение-интерпретация ситуации недоминирующих групп интересов, по мнению СМИ, будет способствовать созданию более конкурентоспособного новостного продукта на глобальном уровне, они могут отражать их подход, что может создавать определённые ограничения деятельности государств в достижении своих политических целей.

Т. Риссе рассматривает пример того, как взаимодействие внешних и внутренних для государства групп интересов (в лице как иностранных государств и международных организаций, так и внутригосударственных институтов и гражданских организаций) может повлиять на изменение политики государства посредством вынужденного его участия в формируемом дискурсе в сфере защиты прав человека [35]. Под давлением развивающегося интернационализированного дискурса о состоянии своей страны в правовой сфере, который происходит при огромной доли участия различных равноуровневых СМИ, государство вынуждено «оправдываться» за свои действия уже не только на внутриполитическом уровне, но и в мировом масштабе, а также идти на определённые уступки и изменять свою внутреннюю политику «с целью повысить свою

международную легитимность или получить иностранную помощь» [35]. Этот механизм в действии также иллюстрирует деятельность МВФ по предоставлению кредитов государствам-членам, находящимся в кризисном положении. Условия, выдвигаемые фондом, создают определённое давление на политику государств, стимулируемое формирующимся дискурсом с участием внутренних и внешних государственных и негосударственных игроков в рамках глобального информационного пространства. В результате государство вынуждено предпринимать зачастую нежелательные им шаги в экономической, а также социальной и политической сферах с целью удовлетворить предъявляемые МВФ требования и получить финансовую помощь.

Отдельные маргинальные группы, как и государства, могут пользоваться потенциалом СМИ влиять на мировую политику. Одним из наиболее ярких примеров был взлом твиттера агентства Associated Press в 2013 г. хакерами «Сирийской электронной армии», сражающейся на стороне президента Асада. На странице авторитетного информационного агентства было размещено сообщение о двух взрывах в Белом доме, в результате которых был травмирован американский президент Обама. Несмотря на оперативную реакцию администрации США, посредством опять же глобальных СМИ, опровергнувших информацию, акция, создав резонанс и начавшая ретранслироваться некоторыми мировыми медиа, успела оказать влияние на финансовые рынки: котировки американских компаний резко пошли вниз. Кроме того, «Электронная армия» смогла заявить о себе как о влиятельном игроке.

В этом контексте следует также остановиться на мирополитическом влиянии такого явления, как международный терроризм. Так, теракты 11 сентября 2001 г. массово освещались всеми глобальными СМИ, за чём наблюдало всё мировое сообщество в прямом эфире. Масштабный психологический эффект, который являлся главной целью террористов, был значительно усилен деятельностью множества мировых медиа, создавших ощущение хаоса и незащищённости во всём международном сообществе. С одной стороны, такие важные события не могут остаться без внимания медиа, но с другой – концентрирование внимания мировой общественности на проявлениях терроризма даёт ему «бесплатную рекламу», дестабилизируя общество и подрывая безопасность государств [17]. Вместе с тем нельзя не заметить, что руководство США умело воспользовалось созданной посредством СМИ ситуации в мире в своих внешнеполитических целях, создав всеобщий антитеррористический фронт.

Ввиду того, что информационная сфера является площадкой для обмена мнениями при участии различных государств и негосударственных акторов мировой политики, выполняя посредническую функцию, глобальные СМИ могут сыграть важную роль в урегулировании международных кризисов посредством передачи информации от одного «переговорщика» к другому или проведения интервью. Так, в 1991 г. CNN также выступил площадкой для неофициальных переговоров президента Буша-старшего и иракского лидера

С.Хусейна, которые в эфире глобального канала обменивались официальными заявлениями.

По факту многие государства, пользуясь эффектами, производимыми СМИ на широкую аудиторию, зачастую пользуются ими в своих целях для легитимации своей политики, создавая видимость того, что то или иное решение было принято под влиянием требований общества [30], настроения которого выражают медиа, хотя на самом деле оно было заранее спланировано. По замечанию Стробела, СМИ в определённых условиях действительно могут оказывать влияние на политический процесс, и эти условия практически всегда создаются самими государствами. Медиаакторы также действуют как ускорители принятия решений, но делают это в обозначенных государством рамках [37]. Так, в октябре 1993 г. распространение видео и фотографий о пытках американского солдата послужило поводом для срочного вывода сил США из Сомали. Между тем, планы Клинтона выводить свои войска из страны возникли ещё в сентябре. Аналогичным образом в 1994 г. обстрел рыночной площади в Сараево вызвал международный общественный резонанс и «заставил» американское руководство проводить более активную политику в конфликте, планы которой существовали у Вашингтона ещё до трагедии [38].

Таким образом, СМИ могут служить средством легитимации политики, которая может потенциально вызвать неудобные для государства недовольства в обществе, и позволяют политическим лидерам объяснить широкой публике действия, которые они хотят предпринять. Воздействие информационных акторов действительно может создавать более сложные условия для государств в реализации своей политики, однако, по замечанию Стробела, именно последние имеют больше потенциала для того, чтобы предпринять реальные политические действия [38].

Нельзя однозначно утверждать, что СМИ не оказывают принципиального значения на главных акторов мировой политики, являясь инструментами реализации их внешнеполитических устремлений, – так же, как и говорить, что именно медиа играют ключевую роль в определении направлений деятельности государств. Взаимовлияние и взаимодействие множества участников глобального информационного пространства между собой, а также с различными игроками мирополитической, общественной и экономической сфер, не позволяет определить, когда политические лидеры действуют под воздействием СМИ, а когда СМИ служат исключительно инструментом реализации внешнеполитических целей правительств.

В этой связи, часто можно говорить о таком явлении, как «эффект пропагандистского бумеранга», то есть влияние собственной пропаганды на процесс принятия политических решений [23]. Запускаемый государством в медиапространство информационный импульс, несущий в себе определённые внешнеполитические функции, трансформируется в процессе взаимодействия множества информационных потоков и разнообразных акторов и может начать воспри-

ниматься как данность – даже самим государством, запустившим изначальный импульс.

Вместе с тем следует отметить роль деятельности СМИ как важного фактора в процессе формирования политической культуры. При этом СМИ являются одновременно носителями сложившейся в определённом обществе и под воздействием множества факторов культуры, а также активно участвуют в её развитии и трансформации – преднамеренно и непреднамеренно. Деятельность СМИ отражает воспринимаемую журналистами политическую культуру и транслирует её в широкую аудиторию и вместе с тем активно участвует в формировании этой культуры, поскольку является не «механическим», а «преобразующим отражением реальности» – под влиянием «субъективного отбора, анализа и осмысления информации» [19].

Действуя на глобальном уровне и отражая реальность мировых политических процессов, различные глобальные СМИ одновременно вносят свой вклад в развитие глобального политического дискурса и могут оказывать влияние на его направление посредством трансляции определённых образов, рамок-интерпретаций и стереотипных установок, которые являются основными инструментами в деятельности СМИ по продвижению своего «конкурентного товара» – информации, поданной в определённом виде.

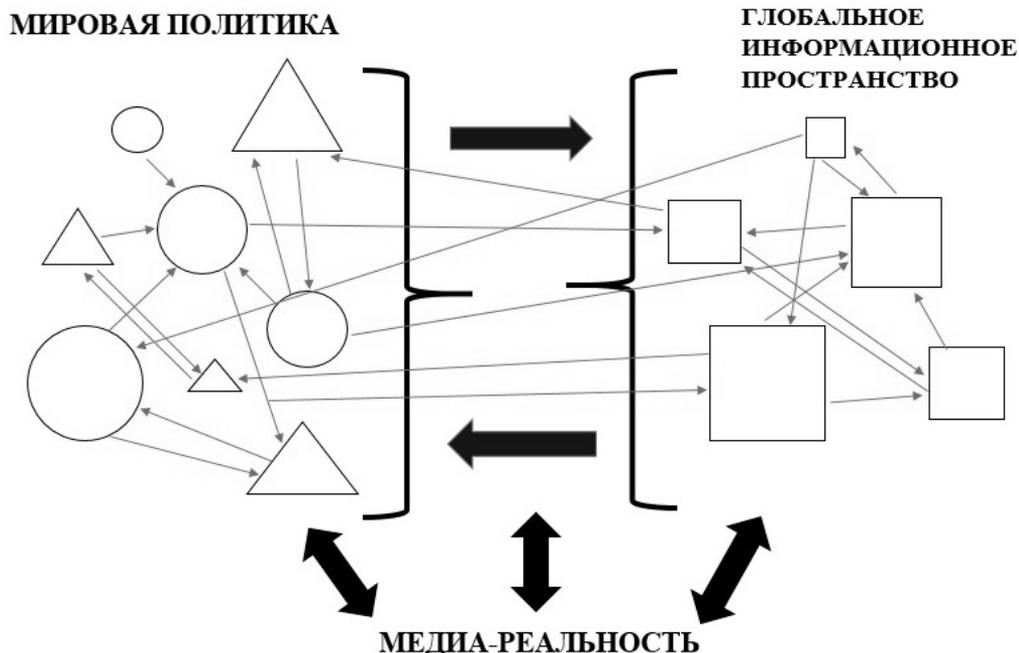


Рисунок 3. Взаимодействие глобального информационного пространства и мировых политических процессов

Деятельность разнородных разноуровневых СМИ а) происходит под прямым или косвенным влиянием государств и негосударственных акторов и их

взаимодействий между собой и б) оказывает влияние на них – как по отдельности, так и в совокупности, являясь важным измерением мировых политических процессов (см. рис. 3). При этом глобальное информационное пространство, как и мировая политика, образует саморегулирующуюся систему, функционирующую, хотя и при внешнем воздействии, в соответствии с собственной логикой. Деятельность СМИ (как результат функционирования глобального информационного пространства и/или их взаимодействия с мировой политикой и отдельными ее участниками) формирует определённую медиареальность, которая отражает происходящие события и процессы мировой политики в преобразованном виде и которая, в свою очередь, может оказывать влияние как на мировые политические процессы, так и на функционирование глобального информационного пространства.

* * *

С начала 2000-х гг. стало возможным говорить о формировании глобального информационного пространства, главными игроками которого выступают разноформатные и разноуровневые СМИ. Средства массовой информации неизбежно действуют под влиянием непосредственно государств и негосударственных акторов, чьи интересы они призваны представлять, посредством конструирования и трансляции определённых интерпретаций, видений и образов происходящих событий и явлений. Кроме того, они испытывают на себе влияние различных культурных и социальных особенностей в соответствии со своей страновой и идеологической принадлежностью. Деятельность различных глобальных СМИ в совокупности задаёт динамику функционирования глобального информационного пространства, формируя единый «организм», который действует в соответствии с собственной логикой и также оказывает влияние на деятельность отдельных СМИ. Глобальное информационное пространство оказывает принципиальное влияние на процессы современной мировой политики.

Возрастающий потенциал глобального информационного пространства оказывать воздействие на мировое общественное мнение и мирополитические процессы заставляет государства развивать свой инструментарий информационной политики для оказания влияния на него. СМИ играют значимую роль в формировании «бренда» страны в мире, сглаживании или разжигании внешнеполитических противоречий государства, также решении или усугублении отдельных проблем международной повестки дня. Использование СМИ для достижения определённых внешнеполитических целей посредством создания привлекательного образа государства является одним из компонентов его «мягкой силы». Ключевая роль на современном глобальном информационном рынке принадлежит крупным медиакомпаниям, деятельность которых, в свою очередь в значительной степени регулируется государством посредством политических, экономических, правовых и культурных инструментов.

Однако современные глобализационные процессы, особенно заметные в сфере информации, практически исключают полный контроль государства над своим национальным информационным пространством. Вместе с тем, очевидно, что СМИ не только являются инструментами государств в реализации внешнеполитических целей, но и могут выступать как самостоятельные акторы при взаимодействии как с традиционными, так и нетрадиционными участниками мировой политики. Очевидно, что глобальные СМИ и государство в определённых ситуациях взаимоограничивают друг друга, а в других – сотрудничают, расширяя тем самым свои возможности для реализации каждый своих, зачастую пересекающихся интересов.

Таким образом, современные СМИ с точки зрения их воздействия на мировые политические процессы, следует рассматривать как а) инструмент государств (и негосударственных акторов) в реализации своих интересов, б) как акторов глобального и/или региональных информационных пространств, формирующих особую среду мировых политических процессов и оказывающих таким образом на неё определённое воздействие. При этом СМИ действуют под влиянием существующей в информационном пространстве системы интерпретаций и представлений и одновременно развивают и трансформируют её. В свою очередь, информационное пространство (как единый «организм», чьё функционирование обеспечивается взаимодействием разноуровневых и разноформатных СМИ) одновременно отражает – в искажённом виде – реальные мирополитические события и процессы и в то же время участвует в их развитии.

Список литературы

1. Алексеева Т.А. Современная политическая мысль (XX-XXI вв.): политическая теория и международные отношения. М.: Аспект Пресс, 2015. 623 с.
2. Бедрицкий А.В. Информационная война: концепции и их реализация в США / под ред. д.и.н. Е.М. Кожокина. М.: РИСИ, 2008. 187 с.
3. Гафнер В.В. Информационная безопасность. Ростов н/Д: Феникс, 2010. 324 с.
4. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации. 3-е изд. М.: «Добросвет», «Издательство КДУ», 2014. 232 с.
5. Долинский А. Дискурс о публичной дипломатии // Международные процессы. 2011. Т. 9. № 1(25). С. 63-73.
6. Дюркгейм Э. Социология. Её предмет, метод, предназначение / пер. с фр., составление, послесловие и примечания А.Б. Гофмана. М.: Канон, 1995. 352 с.
7. Зегонов О.В. Государства и СМИ в контексте мирополитического взаимодействия // Космополис. 2008. № 1(20). С. 51-65.
8. Карякин В.В. Геополитика третьей волны: трансформация мира в эпоху Постмодерна: монография. М.: Граница, 2013. 432 с.
9. Концевая Н.А. Медиарилейшнз в системе мировой публичной дипломатии // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2013. № 2. С. 27-38.
10. Кочетков В.В. Социально-психологическая составляющая информационной войны // Информационные войны. URL: <http://www.infwar.ru/article.php?num=22> (дата обращения: 25.08.2017).
11. Бухарин С.Н., Цыганов В.В. Методы и технологии информационных войн. М.: Академический Проект, 2007. 382 с.
12. Лассуэлл Г. Техника пропаганды в мировой войне. М.-Л.: отдел военной литературы, 1929. 212 с.
13. Лебедева М. Акторы в международных отношениях и мировой политике // Российский совет по международным делам. 16.06.2016. URL: <http://russiancouncil.ru/>

- inner/?id_4=7780#top-content (дата обращения: 25.08.2017).
14. Лебедева М.М. «Мягкая сила»: понятие и подходы // Вестник МГИМО-Университета. 2017. №3 (54). С. 212-223. DOI: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223
 15. Лебедева М.М. Ресурсы влияния в мировой политике // Полис. 2014. № 1. С. 99–108. DOI: 10.17976/jpps/2014.01.07
 16. Лукина М.М., Фомичева И.Д. СМИ в иностранстве интернета. МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. URL: http://www.journ.msu.ru/study/handouts/texts/smi_internet.pdf (дата обращения: 25.08.2017).
 17. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке. Серия «Практическая журналистика». М.: РИП-холдинг, 2003. 104 с.
 18. Панарин И.Н. СМИ, пропаганда и информационные войны. М.: Поколение, 2012. 336 с.
 19. Политическая журналистика / под ред. С.Г. Корконосенко. М.: Издательство Юрайт, 2016. 319 с.
 20. Пономарев Н.Ф. Информационная политика органа власти: пропаганда, антипропаганда, контрпропаганда. Пермь: Издательство Пермского государственного технического университета, 2007. 185 с.
 21. Фокина В.В. Роль СМИ как субъекта мировой политики // Негосударственные участники мировой политики / под ред. Лебедевой М.М., Харкевича М.В. М.: Аспект-Пресс, 2013. С. 129-140.
 22. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. 4-е международное издание. СПб.: «Прайм-еврознак», «Издательский дом НЕВА». М.: «Олма-Пресс», 2002. 448 с.
 23. Хрусталева М.А. Анализ международных ситуаций и политическая экспертиза: очерки теории и методологии. М.: НОФМО, 2008. 232 с.
 24. Шишкин Г. Растущая сила телевидения в современном мире // Телевидение и радиовещание за рубежом. 1993. Вып. 3.
 25. Ammon R. Global Television and the Shaping of World Politics. Jefferson: McFarland&Company, Inc., 2001. 197 p.
 26. Cook T.E. Governing With the News: the news media as a political institution // The Journal of Politics. 1999. No. 61 (1). Pp. 227-230. DOI: 10.2307/2585858
 27. Edwards L. Mediapolitik: How the Mass Media Have Transformed World Politics / L. Edwards. Catholic University of America Press, 2001. 364 p.
 28. Entman R. Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy / Entman R. London: University of Chicago Press, 2004. 240 p.
 29. Gilboa E. Searching for a Theory of Public Diplomacy // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. No. 1. Pp. 55-77. DOI: 10.1177/0002716207312142
 30. Gilboa E. The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations // Political Communication. 2005. No. 22 (1). Pp. 27-44. DOI: 10.1080/10584600590908429
 31. Hafez K. The Role of Media in the Arab World's Transformation Process // Symposium Proceedings Deutsche Welle Media Dialogue. 2012. May. Pp. 321-339. URL: http://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/philfak/kommunikationswissenschaft/files_publicationen/hafez/inhalt899_bound_hafez.pdf (дата обращения: 25.08.2017).
 32. Keohane R.O., Nye J.S. Transnational Relations and World Politics // International Organization. 1971. Vol. 25. No. 3. Pp. 329-349.
 33. Livingston S. Clarifying the CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military // Harvard University, John F. Kennedy School of Government. Research Paper R-18. 1997. URL: <http://www.genocide-watch.org/images/1997ClarifyingtheCNNEffect-Livingston.pdf> (дата обращения: 25.08.2017).
 34. Nye J.S. Public Diplomacy and Soft Power // The Annals of the American Academy of Political and Social Science. 2008. Vol. 616. No. 1. Pp. 94-109. DOI: 10.1177/0002716207311699
 35. Risse T. «Let's Argue!»: Communicative Action in World Politics // International Organization. 2000, Winter. Vol. 54. No. 1. Pp. 1-39.
 36. Risse T. Transnational actors and world politics / Carlsnaes W., Risse T., Simmons B.A. // Handbook of international relations. London: Sage, 2006. Pp. 251-286.
 37. Strobel W. Late-Breaking Foreign Policy: The News Media's Influence on Peace Operations. Institute of Peace Press, 1997. 304 p.
 38. Strobel W. The CNN Effect // The American Journalism Review. May, 1996. URL: www.ajr.org/Article.asp?id=3572 (дата обращения: 25.08.2017).
 39. The Rise and Influence of Arab Media. A radio documentary from the Stanley Foundation in association with KQED Public Radio // Stanley Foundation. 2006. URL: http://www.stanleyfoundation.org/radiopdf/24_7.pdf (дата обращения: 25.08.2017).
 40. Wendt A.E. Anarchy is what States Make of it: The Social Construction of Power Politics //

- International Organization. Spring, 1992. Vol. 46. No. 2. Pp. 391-425.
41. Wendt A.E. The Agent-Structure Problem in International Relations Theory // International Organization. Summer, 1987. Vol. 41. No. 3. Pp. 335-370.
42. Wolfsfeld G. The Media and Political Conflict: News from the Middle East. Cambridge University Press, 1997. 255 p.

Об авторе:

Татьяна Иршатовна Тюкаева – аспирантка кафедры мировых политических процессов, преподаватель кафедры языков стран Ближнего и Среднего Востока МГИМО МИД России. Россия, 119454, Москва, проспект Вернадского, 76. E-mail: tatyana-tyukaeva@yandex.ru.

GLOBAL MEDIA INFLUENCE ON MODERN WORLD POLITICAL PROCESSES: A CONSTRUCTIVIST APPROACH

T.I. Tyukaeva
DOI 10.24833/2071-8160-2017-4-55-242-271

Moscow State Institute of International Relations (University)

Global media, its functioning and its influence on world politics is a popular topic of research. Media is traditionally seen among instruments a state uses in its foreign and domestic policies. Liberal pluralists identify global media outlets as relatively independent actors that interact with other states and non-state actors and have the potential to influence global political processes. However, neither of these two main approaches seems to fully answer the question about what shapes the specific nature of modern media in its media-media interaction as well as interaction with other non-state actors and states? And their specific nature taken into consideration, how can modern media impact world politics? This article aims to answer both of these questions.

The article analyzes the existing theoretic approaches to studying media and its influence on world politics, identifies the key features of functioning of the modern global information space, observes the main aspects of interaction between the media, on the one hand, and states and non-state actors, on the other, and studies global media's means of influencing world politics.

The constructivist paradigm shapes the theoretical and methodological framework of the study. The author makes a conclusion about 'dual nature' of modern media, which may be among means (used by states and non-state actors) of constructing the 'reality of world politics' and act as a relatively independent participant of this 'reality'. Global media outlets are the main actors in global information space, they shape it and define the dynamics of its development, and at the same time they are influenced by the processes unfolding within it. Moreover, the author stresses that the current state of IT development makes the global information space as an integral organism functioning in accordance with its own internal logic. This functioning is based on interaction and interinfluence of various media outlets (of all shapes and levels) that broadcast and exchange competing visions and cultural stereotypes, i.e. 'social constructs'. The result of this dynamic interaction is a specific – media – reality, which has become one of the key dimensions of modern world political processes.

Key words: Mediapolitical influence, global information space, global Media, constructivism.

References

1. Alekseeva T.A. *Sovremennaiia politicheskaia mysl' (XX-XXI vv.): Politicheskaia teoriia i mezhdunarodnye otnosheniia* [Modern political thought (XX-XXI centuries.). Political theory and international relations]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2015. 623 p. (In Russian)
2. Bedritskii A.V. *Informatsionnaia voina: kontseptsii i ikh realizatsiia v SShA* [Information war: concepts and their realization in the US]. Ed. by E.M. Kozhokin. Moscow, Russian Institute for Strategic Studies (RISI) Publ., 2008. 187 p. (In Russian)
3. Gafner V.V. *Informatsionnaia bezopasnost'* [Information security]. Rostov-on-Don, Feniks Publ., 2010. 324 p. (In Russian)
4. Danilova A.A. *Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoi informatsii* [Manipulating with words in media]. 3d ed. Moscow, Dobrosvet, KDU Publ., 2014. 232 p. (In Russian)
5. Dolinskii A. Diskurs o publichnoi diplomatii [A discourse on public diplomacy]. *Mezhdunarodnye protsessy*, 2011, vol. 9, no. 1 (25), pp. 63-73. (In Russian)
6. Durkheim E. *Sotsiologiia. Ee predmet, metod, prednaznachenie* [Sociology. Its subject, method and purpose]. Moscow, Kanon Publ., 1995. 352 p. (In Russian)
7. Zegonov O.V. Gosudarstvai SMI v kontekste miropoliticheskogo vzaimodeistviia [States and Media in world political interaction]. *Kosmopolis*, 2008, no. 1(20), pp. 51-65. (In Russian)
8. Kariakin V.V. *Geopolitika tret'ei volny: transformatsiia mira v epokhu Postmoderna* [The Third wave geopolitics: world transformation in the Post-Modern period]. Moscow, Granitsa Publ., 2013. 432 p. (In Russian)
9. Kontsevaia N.A. Mediarileishnz v sisteme mirovoi publichnoi diplomatii [Media-relations in the world system of public diplomacy]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seria 10. Journalism*, 2013, no. 2, pp. 27-38. (In Russian)
10. Kochetkov V.V. Sotsial'no-psikhologicheskaia sostavliaiushchaia informatsionnoi voiny [Social and psychological components of information wars]. *Informatsionnye voiny*. Available at: <http://www.infwar.ru/article.php?num=22> Accessed 05.08.2017. (In Russian)
11. Bukharin S.N., Tsyganov V.V. *Metody i tekhnologii informatsionnykh voyn* [Methods and technologies of information wars]. Moscow, Akademicheskii Proekt Publ., 2007. 382 p. (In Russian)
12. Lasswell, H.D. *Propaganda technique in the World War*. New York, P. Smith, 1938. 233 p. (Russ. ed.: Lasswell G. *Tekhnika propagandy v mirovoi voine* [Propaganda Technique in the World War]. Moscow, Otdel voennoi literatury Publ., 1929. 212 p.)
13. Lebedeva M. Aktory v mezhdunarodnykh otnosheniakh i mirovoi politike [Actors in international relations and world politics]. *Rossiiskii sovet po mezhdunarodnym delam*. 16.06.2016. Available at: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=7780#top-content (Accessed: 25.08.2017). (In Russian)
14. Lebedeva M.M. «Miagkaiasila»: poniatie i podkhody [Soft power: the concept and approaches]. *Vestnik MGIMO-Universiteta*, 2017, no. 3 (54), pp. 212-223. DOI: 10.24833/2071-8160-2017-3-54-212-223 (In Russian)
15. Lebedeva M.M. Resursy vliianiia v mirovoi politike [Resources of influence in world politics]. *Polis*, 2014, no. 1, pp. 99-108. DOI: 10.17976/jpps/2014.01.07 (In Russian)
16. Lukina M.M., Fomicheva I.D. *SMI v prostranstve internet* [Media in the Internet space]. Lomonosov's Moscow state university, 2005. URL: http://www.journ.msu.ru/study/handouts/texts/smi_internet.pdf (Accessed: 25.08.2017). (In Russian)
17. Orlova V.V. *Global'nye teletseti novostei na informatsionnom rynke* [Global news networks in the information market]. 'Practical journalism'Seria. Moscow, RIPholding Publ., 2003. 104 p. (In Russian)
18. Panarin I.N. *SMI, propaganda i informatsionnye voiny* [Media, propaganda and

- information wars]. Moscow, Pokolenie Publ., 2012. 336 p. (In Russian)
19. *Politicheskaja zhurnalistika* [Political journalism]. Ed. by S.G. Korkonosenko. Moscow, Iurait Publ., 2016. 319 p. (In Russian)
 20. Ponomarev N.F. *Informatsionnaja politika organa vlasti: propaganda, antipropaganda, kontrpropaganda* [Information policy of an institution of authority: propaganda, anti-propaganda and counter-propaganda]. Perm: Perm state university of technology Publ., 2007. 185 p. (In Russian)
 21. Fokina V.V. Rol' SMI kak sub'ekta mirovoi politiki [Role of Media as an actor of world politics]. In: *Negosudarstvennye uchastniki mirovoi politiki* [Non-state actors of world politics] Ed. by Lebedeva M.M., Kharkevich M.V. Moscow, Aspekt Press Publ., 2013. Pp. 129-140. (In Russian)
 22. Harris R. *Psikhologija massovykh kommunikatsii* [Psychology of mass communications]. 4th international ed. St. Petersburg, Praim-Evroznak, Neva Publ. Moscow, Olma-Press Publ., 2002. 448 p. (In Russian)
 23. Khrustalev M.A. *Analiz mezhdunarodnykh situatsii i politicheskaja ekspertiza: ocherki teorii i imetodologii* [International analysis and political expertise: theory and methodology]. Moscow, Nofmo Publ., 2008. 232 p. (In Russian)
 24. Shishkin G. Rastushchaia sila televideniia v sovremennom mire [The growing power of television in the modern world]. *Televidenie i radioveshchanie za rubezhom*. 1993. Iss. 3. (In Russian)
 25. Ammon R. *Global Television and the Shaping of World Politics*. Jefferson, McFarland&Company, Inc., 2001. 197 p.
 26. Cook T.E. Governing with the News: the news media as a political institution. *The Journal of Politics*, 1999, no. 61 (1), pp. 227-230. DOI: 10.2307/2585858
 27. Edwards L. *Mediapolitik: How the Mass Media Have Transformed World Politics*. Catholic University of America Press, 2001. 364 p.
 28. Entman R. *Projections of Power: Framing News, Public Opinion, and U.S. Foreign Policy*/ Entman R. London: University of Chicago Press, 2004. 240 p.
 29. Gilboa E. Searching for a Theory of Public Diplomacy. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2008, vol. 616, no. 1, p. 55-77. DOI: 10.1177/0002716207312142
 30. Gilboa E. The CNN Effect: The Search for a Communication Theory of International Relations. *Political Communication*, 2005, no. 22 (1), pp. 27-44. DOI: 10.1080/10584600590908429
 31. Hafez K. The Role of Media in the Arab World's Transformation Process. *Symposium Proceedings Deutsche Welle Media Dialogue*. 2012. May. Pp. 321-339. Available at: http://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/philfak/kommunikation-swissenschaft/files_publicationen/hafez/inhalt899_bound_hafez.pdf (Accessed: 25.08.2017).
 32. Keohane R.O., Nye J.S. Transnational Relations and World Politics. *International Organization*, 1971, vol. 25, no. 3, pp. 329-349.
 33. Livingston S. *Clarifying the CNN Effect: An Examination of Media Effects According to Type of Military*. Harvard University, John F. Kennedy School of Government. Research Paper R-18. 1997. Available at: <http://www.genocide-watch.org/images/1997ClarifyingtheCNNEffect-Livingston.pdf> (Accessed: 25.08.2017).
 34. Nye J.S. Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2008, vol. 616, no. 1, pp. 94-109. DOI: 10.1177/0002716207311699
 35. Risse T. "Let's Argue!": Communicative Action in World Politics. *International Organization*, 2000, vol. 54, no. 1, pp. 1-39.
 36. Risse T. Transnational actors and world politics. *Handbook of international relations*. Ed. by Carlsnaes W., Risse T., Simmons B.A. London, Sage, 2006. Pp. 251-286.
 37. Strobel W. *Late-Breaking Foreign Policy: The News Media's Influence on Peace Operations*. Institute of Peace Press, 1997. 304 p.
 38. Strobel W. The CNN Effect. *AJR*. May, 1996. Available at: <http://ajrchive.org/article.asp?id=3572> (Accessed: 25.08.2017).

39. The Rise and Influence of Arab Media. A radio documentary from the Stanley Foundation in association with KQED Public Radio. *Stanley Foundation*. 2006. Available at: http://www.stanleyfoundation.org/radiopdf/24_7.pdf (Accessed: 25.08.2017).
40. Wendt A.E. Anarchy is what States Make of it: The Social Construction of Power Politics. *International Organization*, 1992, vol. 46, no. 2, pp. 391-425.
41. Wendt A.E. The Agent-Structure Problem in International Relations Theory. *International Organization*, 1987, vol. 41, no. 3, pp. 335-370.
42. Wolfsfeld G. *The Media and Political Conflict: News from the Middle East*. Cambridge University Press, 1997. 255 p.

About the author:

Tatyana I. Tyukaeva – PhD student at the World Politics Department, lecturer at Department of Middle East Languages of MGIMO-University. Russia, 76, Prospect Vernadskogo, Moscow, 119454, E-mail: tatyana-tyukaeva@yandex.ru.