
ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

Выпуск 11(92). 2022. Том 12

Журнал «Вопросы национальных и федеративных отношений» включен в перечень рецензируемых научных изданий ВАК, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по политическим и историческим наукам

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Научный журнал

**Вячеслав Александрович
МИХАЙЛОВ** Председатель Совета, д.и.н., профессор,
зав. кафедрой национальных и федеративных
отношений РАНХ и ГС при Президенте РФ

Редакционный Совет

**Рамазан Гаджимурадович
АБДУЛАТИПОВ** д.ф.н., постоянный представитель Российской Федерации
при Организации Исламского сотрудничества

**Любовь Федоровна
БОЛТЕНКОВА** д.ю.н., профессор РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Владимир Иванович
ВАСИЛЕНКО** д.п.н., профессор Российской академии народного хозяйства и
государственной службы при Президенте РФ

**Владимир Александрович
ВОЛОХ** д.п.н., профессор Государственного университета управления

**Вадим Витальевич
ГАЙДУК** д.п.н., руководитель Центра
политико-правовых исследований АНО «Евразийский научно-
исследовательский институт проблем права»

**Владимир Юрьевич
ЗОРИН** д.п.н., руководитель Центра по научному взаимодействию
с общественными организациями, СМИ и органами
государственной власти ИЭА РАН

**Раушан Мусахановна
КАНАПЬЯНОВА** д.п.н., профессор кафедры международного
культурного сотрудничества МИК

**В. Микаэль
КАССАЕ НЫГУСИЕ** д.и.н., профессор кафедры теории и истории международных
отношений Российского
университета дружбы народов

**Геннадий Яковлевич
КОЗЛОВ** д.и.н., профессор Рязанского государственного университета
им. С.А. Есенина

**Игорь Георгиевич
КОСИКОВ** д.и.н., главный научный сотрудник Института
этнологии и антропологии РАН

**Николай Павлович
МЕДВЕДЕВ** д.п.н., профессор Российского университета
дружбы народов

**Марина Николаевна
МОСЕЙКИНА** д.и.н., профессор, заведующая кафедрой истории России
Российского университета дружбы народов

**Александр Данилович
НАЗАРОВ** д.и.н., профессор, зам. руководителя кафедры
по научной работе Московского авиационного института

**Дарья Вячеславовна
ПЕРКОВА** к.п.н., ответственный редактор

**Александр Васильевич
ПОНЕДЕЛКОВ** д.п.н., профессор, заведующий кафедрой политологии
и этнополитики Южно-Российского института
управления – филиала РАНХ и ГС при Президенте РФ

**Дмитрий Егорович
СЛИЗОВСКИЙ** д.и.н., профессор кафедры истории России Российского
университета дружбы народов

**Шукран Саидовна
СУЛЕЙМАНОВА** д.п.н., профессор Российской академии народного хозяйства
и государственной службы при Президенте РФ

**Жибек Сапарбековна
СЫЗДЫКОВА** д.и.н., профессор, заведующая кафедрой стран
Центральной Азии и Кавказа Института стран Азии
и Африки Московского государственного университета имени
М. В. Ломоносова, заместитель главного редактора журнала

Редакционная коллегия

Главный редактор – СУЛЕЙМАНОВА Ш.С.,
д.п.н., профессор РАНХиГС

Члены ред. коллегии:

Волох В.А. (зам. главного редактора),
Сыздыкова Ж.С. (зам. главного редактора),
Перкова Д.В. (ответственный редактор),
Болтенкова Л.Ф., Слизовский Д.Е.

УЧРЕЖДЕН

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

ЖУРНАЛ ВКЛЮЧЕН В ПЕРЕЧЕНЬ ВАК РФ

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой по надзору
в сфере массовых коммуникаций,
связи и охраны культурного
наследия

Регистрационный номер
ПИ № ФС77-47487
от 25 ноября 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс научного
цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory
Пятилетний импакт-фактор
журнала: 0, 369

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение I, комната 7-1, офис 4
Тел.: (910) 463-53-42
www.etnopolitolog.ru
E-mail: etnopolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Перкова Д.В.
Компьютерная верстка
Загуменов А.П.

Подписано в печать 28.11.2022.
Формат 60×84/8. Объем 45.
Печать офсетная.
Тираж – 1000 экз.
(1-й завод – 500).
Заказ № 737

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»
115054, г. Москва, ул. Шипок, 28
Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2226-8596 (print)

12 выпусков в год и

2 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://etnopolitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70114

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ НАЦИОНАЛЬНЫХ И ФЕДЕРАТИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2018 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «Отечественная история, этнология и этнография», «История международных отношений и мировой политики», «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая культура, этнополитика и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://etnopolitolog.ru>

Электронный адрес: etnopolitolog@yandex.ru

ISSN 2226-8596 (print)

12 issues a year plus

2 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://etnopolitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70114

Objectives and themes

Academic journal “Issues of National and Federative Relations” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2018. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “Domestic history, ethnology and ethnography”, “History of international relations and world politics”, “History and philosophy of politics”, “Political institutions, processes and technologies”, “Political culture, ethnopolitics and ideologies”, “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://etnopolitolog.ru>

E-mail address: etnopolitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ, ЭТНОЛОГИЯ И ЭТНОГРАФИЯ

Гаврилов С.О., Казьмина М.В.

Судопроизводство по гражданским делам
в начальный период становления
советской государственности (1917 – нач. 1920-х гг.)..... 4024

Орлов В.В.

Реализация реформы школьного образования
в 1950-е – 1960-е годы (на примере Ульяновской области) 4033

Блохин В.Ф.

Периодическая печать как индикатор общественно-политических
настроений и практик в период Первой мировой войны 4039

Багаутдинов Р.О.

Школа и школьное образование
в годы Великой Отечественной войны: проблемы и их решения 4053

Агарев А.Ф., Модин В.И.

Деятельность Рязанского городского совета
по улучшению экономических показателей предприятий
и городского хозяйства во второй половине 1991 и начале 1992 гг. 4061

Сенова А.Ю., Аккиева С.И.

Малая Кабарда в административно-территориальной системе
Кабардино-Балкарской автономной области в 1920-1935 годы 4073

Степанова О.Б., Галеева Н.Ф., Сумин В.В., Рябицев А.В.

Селькупы или эвенки:
об этническом составе населения Момчик..... 4081

Белая Е.Г.

Сохранение элементов традиционной культуры нанайцев
(материалы экспедиций 2019, 2021 Хабаровского края)..... 4090

Македонский А.В.

Культурно-массовая работа
в Военной академии имени М.В. Фрунзе в 1930-е годы 4097

Степанова О.Б., Тищук О.В., Сметанина Р.Е.

Погребальный обряд тазовских селькупов: новые данные 4103

Перебинос Ю.А.

Национальность и национальная политика
в отношении кадров партийно-советского аппарата
Европейского Севера России в 1930-е годы4115

Ильясов Л.М.

К вопросу о трансформации средневековых жилых сооружений
с элементами фортификации горной Чечни 4122

Закомалдин М.М.

Русская послереволюционная эмиграция
как историко-культурное явление 4130

Иванов М.А.

Гильдейское купечество России:
юридический статус и социально-правовое положение 4136

Антонов А.С.

Начало процесса десоветизации местного самоуправления
в г. Рязани – как результат августовских событий 1991 года 4144

Панин С.В.

Роль Синода в проведении предвыборных кампаний духовенства
в Государственную Думу..... 4155

Степанов А.А.

Советская авиация на международных выставках
середины 1930-х годов: взгляд из-за рубежа 4160

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

Болтенкова Л.Ф.

Гимн Господу Богу (философско-религиозное исследование
в нескольких статьях). Статья одиннадцатая 4171

Григорьева К.С.

Секьюритизация: дискурсы, практики и социальная магия 4189

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Равочкин Н.Н.

Импорт политико-правовых институтов:
проблемы и поиски путей преодоления (часть 3)..... 4196

Кузнецов И.М.

Вариативность содержания
патриотической идентичности россиян..... 4204

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Эндрюшко А.А.

Иммигранты с детьми в России:
социально-демографические характеристики (начало) 4214

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Солодова Г.С.

География как фактор геополитики (на примере Евразии)..... 4224

Терентьев В.И.

Современные графические системы монгольского языка:
этнический символ и конструирование
национальной идентичности 4231

Низамова М.А., Шайдуллин И.И.

СМИ как инструмент реализации «мягкой силы»:
западный подход 4242

Адан Мохамед Абдуллахи

Бокерия С.А. The Practical Challenges of AMISOM Exit Plan/
Практические проблемы плана выхода АМИСОМ 4252

Гу Сяоянь

Анализ политики Сербии в отношении России и Европы..... 4259

Тянь Мяо

Направления международной проектной деятельности Китая
при Си Цзиньпине: краткий экскурс по основным вопросам 4266

Капустин А.С.

Нормативно-правовое регулирование борьбы
с терроризмом в США и Израиле..... 4273

Рахман А.Х.

Влияние армяно-азербайджанского конфликта
на безопасность Закавказья..... 4282

**Олувакайюде Олумиде Эммануэль, Мугаби Брайан,
Нвалие Джордж Авеле**

Security Situation in Sub-Saharan Africa: Case Study of Proliferation
of Small Arms and Light Weapons/Ситуация в области безопасности
в странах Африки к югу от Сахары: исследование
распространения стрелкового оружия и легких вооружений..... 4288

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Дибирова С.З.

Гражданский конфликт в Сирии:
этнополитическая ретроспекция 4301

Лавров Д.П.

Работа церковно-приходских школ и школ грамоты
Томской епархии на страницах официального отдела
«Томских епархиальных ведомостей» 4316

Баканина Д.А., Баранова Ю.В., Леонова А.А.

Военно-политическое сотрудничество России
и Белоруссии в эпоху глобального кризиса 4327

Локтионова Д.В., Мясников В.С., Стахно Е.В.

Коррупционная деятельность как угроза внутренней стабильности
и безопасности Республики Корея 4335

Ширшова Е.А., Штейнфельд К.В.

Изменение правовой и социальной защиты военнослужащих,
с послевоенного реформирования Н.С. Хрущева
до настоящего времени 4341

Волжанин Д.А., Джандуалетовна А.С., Марцинкевич К.А.

Динамика развития Курильского вопроса
при современных премьер-министрах Японии 4348

КОНФЕРЕНЦИИ

Сапарбекова Д.С.

Университетская суббота в ИСАА МГУ 4355

НАШИ АВТОРЫ 4358

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ 4367

М.А. НИЗАМОВА

*преподаватель Казанского
(Приволжского) федерального университета,
Россия, г. Казань*

И.И. ШАЙДУЛЛИН

*ассистент Казанского
(Приволжского) федерального университета,
Россия, г. Казань*

СМИ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ «МЯГКОЙ СИЛЫ»: ЗАПАДНЫЙ ПОДХОД

В академической среде большая часть внимания уделяется использованию жесткой силы, нежели мягкой, однако в условиях современного многополярного мира, беря во внимание влияние инфосферы, нельзя недооценивать амбиции и усилия политиков в сфере «мягкой силы». За последнее десятилетие средства массовой информации прочно укоренились во внешнеполитической стратегии государств, а правительства активно используют собственную версию стратегического убеждения в своих попытках получить поддержку на международной арене. Одним из важнейших коммуникативных пространств, в которых реализуется концепция мягкой силы, являются СМИ. Безусловно, СМИ не являются единственной областью применения политики мягкой силы, но по количеству признаков речевого воздействия, они обходят другие средства информации.

Ключевые слова: *мягкая сила, средства массовой информации, международные отношения, информационная политика.*

Медиасегмент представляет собой средства коммуникации, которые могут быть использованы большей частью нации или мира в одно мгновение. Это любые средства, с помощью которых основная масса людей получает информацию. Различные формы медиасегмента могут достигать тысяч, миллионов, а иногда и миллиардов просмотров на одном дыхании. Медиа подразделяются на печатные, вещательные и цифровые. Печатные медиа относятся к газетам, журналам и журналам. Они могут также включать книги и брошюры, которые широко распространены. Вещательные

медиа представляют собой радиоканалы. Цифровые медиа включают в себя современное телевидение, интернет и мобильный телефон.

Существуют определенные отличительные характеристики медиа, которыми они должны соответствовать. Рассмотрим подробнее данные характеристики [8]:

1. Медиа представляет собой преимущественно одностороннее общение. Одной из основных характеристик медиа является то, что трафик идет только в одном направлении, то есть от материального источника к потребителям. Аудитория слушает или читает, но не может дать ответ мгновенно. Это происходит потому, что аудитория находится далеко от источника новостей. Согласно исследованиям А.В. Хмелева, медиаканал в Лондоне, например, может вещать на весь мир и активно влиять на позицию людей по тому или иному вопросу [15. С. 225]. В то же время, с использованием технологий, люди могут реагировать на радио и телевизионные программы через текстовые сообщения, электронные письма, телефон, Facebook или WhatsApp и др., что также оказывает свое влияние.

2. Направлены на широкую аудиторию. Еще одна особенность медиа заключается в том, что они могут охватывать одновременно большое число аудиторий. Н.П. Пешкова отмечает, что, например, Инаугурация 45-го президента Соединенных Штатов Америки транслировалась для зрителей по всему миру [10]. Крупные международные спортивные события часто также доступны одновременно для огромного числа людей в прямом эфире. Помимо этого, миллионы людей могут настроиться на выбранную радиопрограмму. Поэтому медиа имеют очень большую аудиторию.

3. Оказывают воздействие на общество. Медиа также влияют на людей, которые их смотрят и слушают. Они могут помочь сформировать мнение людей по тому или иному вопросу. М.В. Лысенко приводит следующий пример: во время геноцида в Руанде радио широко использовалось для воздействия на Хуту с целью убийства тутси [7. С. 16]. С другой стороны, аудитория также может влиять на медиа. Если аудитория выражает мнение по вопросу, опубликованному или транслируемому различными источниками, это может повлиять на то, в каком ракурсе будет в дальнейшем рассматриваться этот вопрос.

4. Достигают различных типов людей. Это происходит потому, что люди разных возрастов, религиозных убеждений, политических взглядов и профессий смотрят или слушают определенные каналы. Типы людей, которые слушают радиопрограмму, смотрят телевизионное шоу или читают газетную публикацию, не могут быть заранее определены медиаресурсом.

5. Рассеянная аудитория. Целевая аудитория медиасегмента разбросана по всему миру. Так, слушатель (зритель) в США может настроиться на программу, которая транслируется из России. Аудитория распределена по широкому географическому району.

6. Значительное разнообразие. Телевидение и радио представлено огромным числом различных каналов, которые удовлетворяют потребностям различных категорий людей в зависимости от их возраста, интересов, социального положения.

СМИ – основной инструмент политических манипуляций. Причин интерпретации мягкой силы в масс-медиа достаточно много, однако основными из них можно считать следующие [9]:

1. Возможность воздействия на широкую аудиторию.
2. Возможность использования довода к авторитету, патриотизму.
3. Поиск умелого инструмента манипуляции сознанием аудитории.

К сожалению, в настоящее время средства массовой информации уже не выполняют свою культурно-образовательную функцию, а на передний план выходит деятельность, которую некоторые исследователи называют рекламно-информационной. Сегодня СМИ охотятся за яркими событиями, потому что любая масштабная «перепалка» – это уже сенсация.

Современные средства массовой информации отражают актуальные, характерные для конкретного времени явления, то есть фиксируют определенные символы эпохи. Вербальными средствами фиксации актуальных, характерных для определенного времени явлений являются словообразовательные неологизмы.

В современных СМИ словообразовательные неологизмы являются одним из средств политики мягкой силы. При этом могут быть использованы как общеязыковые, так и авторские (окаzionaliальные) слова. Не только семантические особенности, но и структура новообразований, представленных в СМИ, социально обусловлены. Они отражают изменения в политической, экономической, культурной жизни в стране, показывают смену ценностных ориентаций и морально-нравственных убеждений, расслоение общества. Источником появления неологизмов в СМИ, которые несут признаки агрессивности, являются социально-экономические события, происходящие в нашей стране и во всем мире в определенные промежутки времени. Так, негативно воспринимаемые социальные явления, как правило, обозначаются новообразованиями отвлеченной семантики, с помощью суффиксов -щина («чубайсовщина», «горбачевщина») или -ость («тупиковость», «гламурность»).

Сравнения и метафоры – мощное средство реализации мягкой силы в СМИ. Данные разновидности тропов являются взаимосвязанными. Сравнение способствует повышению интереса к рассматриваемой проблеме. Оно становится инструментом политики мягкой силы в том случае, если отрицаемые явления и предметы данным сравнением подвергаются унижению или оскорблению.

В целом СМИ располагает широкими возможностями использования политики мягкой силы, которые с каждым годом возрастают благодаря

общественным тенденциям. Следует отметить, что при использовании позиции мягкой силы современные СМИ во многих случаях распространяют неправду – дезинформацию, ложную информацию и дезинформацию, которые часто невольно распространяются в следующих формах [1]:

1. Дезинформация: ложная и преднамеренно созданная негативная информация, направленная на причинение вреда человеку, социальной группе, организации или стране.

2. Дезинформация: информация, которая является ложной, но не создана с намерением причинить вред.

Написанное экспертами в области борьбы с дезинформацией, это руководство, которое исследует саму природу журналистики с модулями о том, почему доверие имеет значение; критически размышляя о том, как цифровые технологии и социальные платформы являются проводниками информационного беспорядка; борьба с дезинформацией и дезинформацией через средства массовой информации и информационную грамотность; проверка фактов; проверка социальных сетей и борьба с онлайн-злоупотреблениями. Следует отметить, что лингвистические методы реализации стратегии мягкой силы в данных СМИ усиливают иллюстрации, а также дизайнерские решения.

Современные СМИ, благодаря все возрастающему охвату населения в различных медийных каналах, играют ключевую роль в информационном сопровождении политики и воздействии на политическое сознание, в силу чего рассматриваются как неформальная «четвертая власть» [11]. Применение СМИ остается действенным и широко используемым инструментом внешнеполитического воздействия, позволяющим целенаправленно проводить интересы политических субъектов в собственной стране и за рубежом, информируя о внешнеполитическом курсе страны и незамедлительно реагируя на возникающие ложные толкования проводимой политики.

Нередко термины «публичная дипломатия» и «дипломатия масс-медиа» взаимозаменяемы. «Дипломатия СМИ... несомненно стала частью публичной дипломатии. В настоящее время дипломаты и правительства имеют в своем распоряжении дополнительный канал связи, позволяющий им осуществлять функции, характерные для дипломатической работы – обмен мнениями, заявления позиции, совершение символических жестов и подача определенных сигналов, подтверждение взятых на себя обязательств» [6].

Средства массовой информации являются эффективным инструментом формирования общественного мнения, и соответственно могут быть использованы как на стороне «мягкой силы» – в качестве элемента публичной дипломатии, так и в качестве орудия информационных войн.

США обладает исторически сложившемся лидерством по влиятельности СМИ за счет аккумуляции ключевых медиа в области мировой политики,

экономики, науки и массовой культуры. Журналы Time, Forbes, газеты The New York Times, USA Today, The World Street Journal, всемирная сеть CNN, в Интернет-пространстве – такие ведущие мировые ресурсы, как Google, Facebook, YouTube, Twitter (в котором имеют аккаунты многие политические деятели современности), обеспечивают доминирование точки зрения США в мировом медиапространстве, популярные телеканалы Discovery, Disney и другие выполняют культурно-просветительскую миссию.

В Соединенных Штатах с 1994 по 2016 действует Совет управляющих вещанием при правительстве США (Broadcasting Board of Governors – BBG) [16]. Это федеральное агентство, руководящее работой ряда новостных источников, таргетированной аудиторией которых является зарубежная аудитория. Официальная миссия Broadcasting Board of Governors – «информировать, привлекать и объединять людей по всему миру в поддержку свободы и демократии» [5]. Каждую неделю более 200 миллионов слушателей и зрителей по всему миру получают информацию, предоставляемую американскими СМИ. Broadcasting Board of Governors курирует такие радиостанции, как «Голос Америки», «Свободная Европа», «Свобода» и «Свободная Азия», а также Ближневосточные СМИ и телерадио «Марти», вещающее на Кубе.

В Великобритании с 2001 г. деятельность СМИ регулируется государственным Управлением по коммуникации Ofcom. Деятельность Ofcom даже внутри страны оценивается противоречиво и критикуется из-за действий в интересах определенных групп влияния [14]. Визитной карточкой Великобритании является всемирная телерадиовещательная служба BBC, влиятельные периодические издания – The Times, The Independent, The Guardian, Financial Times. Во Франции – это агентство Франс-Пресс, газеты Le Figaro, Le Monde, Liberation, в Германии – это телеканал DW и таблоид Bild – наиболее тиражное немецкое издание с высокой цитируемостью в международных новостных лентах. Европейский союз активно использует канал Euronews, вещающий на 14 языках, для коммуникации европейского взгляда в сферах политики, культуры и ценностей. В России русскоязычная версия Euronews транслируется на федеральном канале Культура, что значительно расширяет возможности продвижения западной точки зрения на политические события, в отличие от возможностей Российских СМИ на Западе.

Одной из тенденций современных западных СМИ является возрастающая роль желтой прессы в формировании информационной повестки, в том числе и в международных делах. Одним из примеров может служить независимое французское издание Charlie Hebdo, которое после череды скандальных карикатур стало самостоятельным фигурантом политики и значительно увеличило свои тиражи и влияние в связи с террористическим нападением в январе 2015 года.

Другая тенденция – в связи с переходом к парадигме «мягкой силы» в начале XXI века активное использование официальными западными СМИ средств скрытого языкового воздействия, то есть «мягкого» манипулирования (в противовес «жесткому» навязыванию мнений, откровенной тональности комментариев, преувеличенной сенсационности, дезинформации – которые смещаются в область желтой прессы и социальных медиа). Мягкое манипулирование часто замаскировано под беспристрастное повествование, характеризующееся нейтральностью тона и внешней «объективизацией» информации. В определенной степени такую тенденцию можно считать медийным отражением политики двойных стандартов, когда к разным субъектам информации применяется разная степень манипулирования.

Однако, влияние даже самых могущественных СМИ на общественное мнение не абсолютно. Свидетельство этому – победа Дональда Трампа на выборах президента США в ноябре 2016 г. Несмотря на кампанию в ведущих СМИ в поддержку его соперницы Хиллари Клинтон и формирования отрицательного образа выигравшего кандидата. Попытки дезавуировать Трампа уже после выборов и постоянные обвинения в связях с Россией дали основания Дональду Трампу употребить в отношении некоторых американских СМИ, включая CNN, выражение Fake News (лживые новости) [12].

Роль СМИ США и Западной Европы можно рассмотреть со следующих точек зрения:

1) влияние СМИ на общественную повестку дня и интерпретацию текущих политических событий общественным мнением (область, где различие между «мягкой силой», пропагандой и информационной агрессией имеет наиболее тонкую грань);

2) формирование «медийного имиджа» собственных стран и геополитических союзников, и противников, включая имидж первых лиц государств.

В начале 90х годов в США было проведено исследование среди политической и военной элиты США во время войны в Персидском заливе, в котором подавляющим большинством экспертов было признано, что средства массовой информации неоднократно являлись единственным источником информации, на основании которой принимались политические решения. Таким образом, СМИ играли важнейшую роль в разработке внешнеполитического курса страны, обусловили характер информационной среды, превратились в канал первостепенной важности при передаче срочных дипломатических сообщений. Важно отметить, что благодаря широкому освещению военных действий коалиции в западных СМИ и особенно на телевидении, данные события получили неформальное название «телевизионной войны». С 1994 г. ведет свое начало термин «эффект CNN» [2], основанный на высказывании председателя комитета начальников штабов американской армии генерала Джона Шаликашвили:

«Мы не побеждаем, пока CNN не говорит, что мы побеждаем» [4]. Таким образом, СМИ в сегодняшнем информационном обществе могут оказывать значительное влияние на военные кампании путем подготовки общественного мнения и влияния на решения власти. СМИ даже способны создать повод для применения военной силы к вторжению в суверенное государство. Например, подготовку к западному вмешательству в косовские события начали раскручивать с кадров, снятых в 1992 году английской компанией ITN. Эти кадры демонстрировали человека за колючей проволокой. Утверждалось, что это концентрационный лагерь, в котором сербы держат албанцев. Как оказалось, позднее, это были постановочные кадры.

Сравнивая освещение западными СМИ двух мировых событий – бомбардировки Сербии силами НАТО в 1999 году и террористический акт в США 11 сентября 2001 г., где в одном случае государство является субъектом, а в другом – объектом агрессии, отмечается, что в мировых СМИ первая кампания была оценена как справедливое действие, направленное на предотвращение катастрофы, а другое – как беспрецедентное преступление мирового терроризма. В большинстве западных СМИ говорилось о геноциде сербов против албанцев и сотнях тысяч убитых (что явилось одной из мотиваций к началу военных действий), однако, эксперты ФБР США нашли после окончания войны только 187 тел, тогда как на сайте НАТО присутствует информация о 4000 тел, что также контрастирует с первоначальной информацией о сотнях тысяч убитых. Таким образом, конфликт западными СМИ оценивался только с позиций одной его стороны и выражал позицию НАТО [3. С. 43].

В позиции западных СМИ прослеживается разнонаправленный подход к формированию имиджа стран-союзников и стран-оппонентов. Так, замалчивание фактов нарушения прав человека в Саудовской Аравии и других арабских стран-союзников Запада сосуществует с акцентированием недемократичности режимов в таких странах, как Иран (при этом особое внимание привлекается к угрозам разработки ядерного оружия этой страной), Сирия, в прошлом – Ирак и Ливия.

При освещении внутренней и внешней политики России после прихода к власти В. Путина с марта 2000 г. по начало 2006 г., в прессе США центральное внимание уделялось процессу сворачивания демократических реформ в контексте проводимой Кремлем политики, иллюстрацией чего выступали темы операции в Чечне, поставки российского оружия странам–изгоям, дело ЮКОСа, захват заложников в театральном центре на Дубровке, отмена губернаторских выборов, оранжевая революция на Украине и газовый конфликт с Украиной.

Что касается освещения бизнес–ситуации в стране, то несмотря на показатели, свидетельствующие о положительных тенденциях в российской экономике, пресса США сопровождала эти данные предостережениями

о негативных трендах в бизнесе, которые указывают на расхождение с либеральной экономической моделью. В целом, новостная видимость российских политических деятелей (кроме главы государства), и российского бизнеса (кроме самых крупных игроков) являлась чрезвычайно низкой, в то время как видимость оппозиционных деятелей – высокой.

В позиции западных СМИ в отношении России прослеживается несколько основных негативных направлений: создание образа недемократической страны, в которой ущемляются права человека, в том числе права оппозиции; создание образа слабой в экономическом плане страны, с высоким уровнем коррупции; создание образа «региональной державы», потерявшей свое могущество после распада Советского Союза; представление России как страны-агрессора (на примере освещения DW конфликта в Южной Осетии в 2008 г. [13], и затем – за счет продвижения темы «деструктивной» роли России в защите «антинародного» режима Б. Асада в Сирии). Косвенное подтверждение влиятельности негативного образа России в СМИ, начиная с 2008 года, предоставляют опросы мирового общественного мнения. Так, по результатам масштабного опроса Pew Center в 2013 г. положительное мнение о России имели только 38% опрошенных в 39 странах мира, в то время как позитивное отношение к США высказали 63%. В сравнении с исследованием шестилетней давности, с 2007 г. отношение к России снизилось в ключевых странах Запада на величину от 7 до 10 пунктов [17].

В целом сущность «мягкой силы» в современной политике состоит в умелом непрямом воздействии на аудиторию для достижения политических, экономических, общественных целей в международной политике с учетом ориентирования на длительный результат. Следовательно, современные СМИ играют ключевую роль в информационном сопровождении политики и, воздействуя на политическое сознание населения, являются эффективным инструментом «мягкой силы».

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Борхсениус А.В.* Дезинформация как технология информационно-психологических войн. Фейк и антифейк // <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26250316>.

2. *Быков Д.В.* «Эффект CNN» и его влияние на развитие мирового медийного пространства // <https://cyberleninka.ru/article/n/effekt-cnn-i-ego-vliyanie-na-razvitie-mirovogo-mediynogo-prostranstva>.

3. *Вирен Г.В.* Современные медиа: Приемы информационных войн. Москва: Аспект Пресс, 2013.

4. Информация, пропаганда и война // <http://old.memo.ru/about/bull/b13/18.htm>.

5. Как американские пропагандисты отчитываются о деньгах, потраченных на работу с дружественными им СМИ в России? // https://www.1tv.ru/news/2017-07-16/328923-kak_amerikanskiye_propagandisty_otchityvayutsya_o_dengah_potrachennyh_na_rabotu_s_druzhestvennymi_im_smi_v_rossii/.

6. *Колеватова Т.С.* Современные средства информации в публичной дипломатии России // <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-sredstva-informatsii-v-publichnoy-diplomatii-rossii>.

7. *Лысенко М.* Абсолютная идея нашего будущего // Молодая гвардия. 1994. № 9.

8. *Носовец С.Г.* Новые медиа: к определению понятия // <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-k-opredeleniyu-ponyatiya>.

9. *Паршин П.Б.* Два понимания «Мягкой силы»: предпосылки, корреляты и следствия // <https://cyberleninka.ru/article/n/dva-ponimaniya-myagkoy-sily-predposylki-korrelyaty-i-sledstviya>.

10. *Пешкова Н.П.* Психолингвистика текста: теория смысла // <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-media-k-opredeleniyu-ponyatiya>.

11. *Сафарян А.В.* СМИ как «четвертая власть» и институт социализации // <https://cyberleninka.ru/article/n/smi-kak-chetvertaya-vlast-i-institut-sotsializatsii>.

12. *Суходолов А.П.* Феномен «Фейковых новостей» в современном медиaprостранстве // <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-feykovyh-novostey-v-sovremennom-mediaprostanstve>.

13. Спустя 10 лет: что важно знать о пятидневной войне России и Грузии // <https://www.dw.com/ru/спустя-10-лет-что-важно-знать-о-пятидневной-войне-россии-и-грузии/a-44985118>.

14. Управление коммуникаций расследует деятельность Russia Today // <https://angliya.com/2018/05/22/upravlenie-kommunikaziy-vzyalo-pod-pritsel-russia-today/>.

15. *Хмелева Г.А.* Развитие инновационной деятельности в регионе с позиции процессного подхода: теория, методология, практика: дис. докт. эк. наук. Тамбов, 2012.

16. Broadcasting Board of Governors // <https://www.federalregister.gov/agencies/broadcasting-board-of-governors>.

17. 13 data milestones for 2013 // Pew Research Center // <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/12/23/13-data-milestones-for-2013/>.

M.A. NIZAMOVA

*Lecturer, Kazan Federal University,
Kazan, Russia*

I.I. SHAIDULLIN

*Assistant, Kazan Federal University,
Kazan, Russia*

MEDIA AS A TOOL FOR THE IMPLEMENTATION OF "SOFT POWER": THE WESTERN APPROACH

In the academic environment, most attention is paid to the use of hard power rather than soft power; however, in the conditions of the modern multipolar world, taking into account the influence of the infosphere, we cannot underestimate the ambitions and efforts of politicians in the field of "soft power". Over the past decade, the media have become firmly entrenched in the foreign policy strategy of states, and governments have actively used their own version of strategic persuasion in their attempts to gain support in the international arena. One of the most important communication spaces in which the concept of soft power is implemented is media. Of course, the media are not the only area of application of the soft power policy, but in terms of the number of signs of speech impact, they bypass other means of information.

Key words: *soft power, mass media, international relations, information policy.*