

ТЕРЕШКИН С. В.

ВЛИЯНИЕ СМИ НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Аннотация. Автор пытается определить влияние СМИ на международные отношения и принятие внешнеполитических решений. В статье рассматривается процесс достижения государством своих интересов посредством использования медиа ресурсов.

Ключевые слова: масс-медиа, внешняя политика, международные отношения.

TERESHKIN S. V.

MASS MEDIA INFLUENCE ON INTERNATIONAL RELATIONS

Abstract. The author studies the influence of mass media on international relations and foreign policy decision-making. The article also touches upon the process of achieving the state's goals by the use of mass media resources.

Keywords: mass media, foreign policy, international relations.

Появление телевидения ознаменовало новую эру не только в способе передачи информации, но и неукоснительным образом отразилось на осуществлении политической деятельности. В настоящее время влияние телевидения на массы настолько велико, что его силу не признает, возможно, только редкий, и не очень дальновидный политик. СМИ, по признанию многих экспертов, стали «четвертой» ветвью власти. Но в отличие от трех традиционных, масс-медиа имеет свои специфические черты. Прежде всего, СМИ наименее институционализированы. Их внутренняя кухня и все взаимодействие с различными властными структурами не регламентировано, и постоянно находится за «плотным занавесом», или по крайней мере редко выходит на первый план. Но что особенно важно, влияние масс-медиа простирается далеко за пределы территории конкретного государства, более того оно способно оказывать воздействие на область международных отношений. Однако это влияние далеко не всегда является созидательным, в не редки случаи негативного влияния СМИ на международные процессы. На это обращал внимание еще И. С. Иванов, выступая в ранге МИДа РФ на Генеральной Ассамблее ОАНА (2000 г.). Он подчеркивал: «...мы становимся свидетелями современных информационных войн, которые имеют огромную разрушительную силу. Особую опасность они приобретают во время кризисных ситуаций, стимулируя, а не приглушая тот или иной конфликт. В последнее время нередки случаи, когда непроверенная информация или явная дезинформация, запущенные через СМИ, приводили к принятию ошибочных военно-политических решений» [1].

После этого выступления прошло уже более десятилетия, однако описанные выше тенденции актуализировались и окончательно раскрылись во всей красе именно сейчас.

Подчеркивая усиление воздействия СМИ на международные дела, необходимо всегда заострять внимание на последствиях этого влияния, которые очень часто имеют негативную окраску. Так, в большинстве случаев в материалах информационных агентств как класс отсутствует серьезный и обстоятельный анализ данных, а имеющиеся сведения подгоняются под готовые субъективные выводы. То есть воздействие, в первую очередь, оказывается на эмоции и чувства людей, а не на логику и разум. Такая пропаганда не просто нежелательна, в современных условиях она может быть весьма опасной. В публичной дипломатии необходимо аргументировано излагать свою позицию, разъяснять свои приоритеты во внешней политике, способствовать установлению доверительных отношений, а не заниматься информационным соперничеством и популяризацией лишь своих интересов, считая их априори истинными.

Главные усилия СМИ направлены на освещение важных общественно-политических событий, обсуждение и критику различных процессов и явлений. Но в то же время, деятельность масс-медиа преследует и довольно прагматичные, материальные цели – получение прибыли. В том числе и от спонсоров, которыми вполне могут быть политики и различные государственные структуры. СМИ, особенно в поиске сенсаций, нисколько не пренебрегают воздействию на общество с помощью инструментов пропаганды и манипуляций.

В подтверждение можно вспомнить сфальсифицированные фотографии «сербского лагеря смерти», сделанные в августе 1992 г. в Тернополи британской телекомпанией ITN. На снимках были запечатлены узники-мусульмане, отгороженные от остального мира колючей проволокой. Как позже стало известно, репортеры запечатлели лагерь беженцев, а колючая проволока служила обыкновенным забором, между школьным двором и дорогой. Данные фотодокументы стали достаточным поводом для США, чтобы принять в войне в Боснии антисербскую позицию [2].

Как потом покажет история, можно даже не тратить средства на журналистов и их «работу», достаточно иметь пробирку с любым белым порошком. Данная улика на заседании Совбеза ООН может стать неотъемлемым свидетельством применения химического оружия Ираком. Именно такую уловку использовал Госсекретарь США Колин Пауэлл 5 февраля 2003 года.

Теперь стало совершенно очевидно, что СМИ в настоящее время, могут не только акцентировать внимание общественности на важных событиях, но и подчас создавать новую реальность, задавать новые переменные в уравнении международных отношений.

Использование масс-медиа в осуществлении внешней политики становится все более популярным, прежде всего из-за своей эффективности.

Лидером в этом сегменте, безусловно, является США. Они добились создания системы, которая обеспечивает информационную поддержку реализации их национальных приоритетов в каждом уголке земного шара. Исходя лишь из официальных источников, на внешнеполитическую пропаганду они тратят около миллиарда долларов. При этом Белый дом не только создает и поддерживает свой имидж, но и в том числе влияет на новостную политику других государств, формирует информационные поводы (т.е. обнаруживает события, влияющие на выработку консолидированного общественного мнения в определенной области, в выгодном для США ключе) [3].

Еще одной иллюстрацией использования ресурса масс-медиа, для достижения своих внешнеполитических интересов, служит подготовка к боевым действиям международной коалиции против войск Каддафи в ливийской республике. Чтобы санкционировать принятие резолюции Совета Безопасности ООН № 1973 европейские СМИ планомерно и целенаправленно распространяли соответствующую информацию. А именно, в их сообщениях описывались факты, информирующие о бесчисленных жертвах гражданского населения, погибших в ходе противостояния правительственных сил и оппозиции. Однако вся эта информация не сопровождалась документальными подтверждениями и не была тщательно расследована. Несмотря на это, резолюция в Совбезе была одобрена, что автоматически означало поддержку мирового сообщества стороны повстанцев и поражение правительственных войск [3].

Подобный сценарий Вашингтон пытался реализовать и в Сирии, где пытался обвинить правительственные войска в применении химического оружия против своих граждан. Но на этот раз реализация данного плана натолкнулась на ряд проблем. Во-первых, Россия совместно с Китаем блокировали все проекты резолюции Совбеза ООН. Во-вторых, парламенты нескольких европейских стран-союзников США голосовали против военной операции, неоднозначно восприняло предполагаемое вторжение в Сирию американское общество. Даже Папа Римский счел долгом высказаться против силовых методов устранения противоречий. Эти и другие факторы нивелировали деятельность масс-медиа по информационной подготовке к спецоперации, побудили американское правительство на поиск мирного разрешения конфликта.

В данный момент России остается только учиться у США грамотному использованию СМИ как оружия в своей внешнеполитической деятельности. Это стало очевидно в ходе конфликта в Южной Осетии. Россия победила в пятидневной войне, но информационную борьбу наша страна проиграла. Все крупные европейские телеканалы транслировали картинку разрушенного Цхинвала, выдавая его за грузинский город Гори. Тем самым СМИ формировали образ России-агрессора в глазах своих телезрителей и всей мировой

общественности. Это привело к тому, что Министр иностранных дел Литвы Пятрас Вайтекунас даже призывал применить санкции в отношении России. Неудачу в информационной войне можно попробовать списать на одиночество России супротив объединенных усилий США, Грузии и ЕС. Однако неверно говорить, что у России не было никаких возможностей донести до европейцев сюжет реального развития ситуации. Еще в декабре 2005 г. начал свою работу российский телеканал «Russia Today», сосредоточенный на англоязычной аудитории, а в 2007 был запущен канал «Русия аль-Яум» (Россия сегодня) вещающий на арабском. Существуют соответствующие радио и печатные проекты [4].

В любом случае, Кремлю необходимо наращивать объем работы со СМИ (в том числе иностранными), расширять влияние правительственных телекоммуникаций в информационной сфере, усилить деятельность по созданию позитивного имиджа России за рубежом. Определенные продвижения в указанном направлении можно разглядеть уже сейчас. Грамотным ходом можно считать обращение В. В. Путина к американцам на страницах «Нью-Йорк таймс» в сентябре 2013 года [5]. Основной целью статьи являлось прояснение позиций России по сирийской проблематике, попытке объяснить американскому народу, что наша страна защищает не диктатора, а принципы международного права. А также то, что военное вмешательство не устранил проблему, а лишь создаст десятки других, как это было в Ираке или Ливии. Публикация вызвала живую реакцию в обществе, и имела определенный успех, хотя не такой оглушительный, как преподносят большинство отечественных СМИ, но все же, оказала влияние на дальнейший процесс разрешения сирийской проблемы. Так как рядовые американцы уже устали от призывов их правительства взяться за разрешение очередной трудноустрояемой задачи за пределами США.

Внешнеполитические действия государств исходят из характера международной среды, а также поведения других элементов системы, которое часто является реакцией на происходящие события. Поэтому теперь весьма значимым становится способ интерпретации этих событий, или даже их формирования.

Можно смело сказать, что на сегодняшний день масс-медиа активно влияют на внешнюю политику. СМИ могут как стимулировать конфликтные ситуации, манипулировать различными данными, так и способствовать установлению доверительных отношений между государствами, путем объективного описания событий, своевременного и грамотного информирования сторон о планах друг друга. И то, и другое в конечном счете сказывается на принятии ключевых решений. Из структуры, призванной лишь обслуживать политику, масс-медиа превратились в структуру, едва ли не позволяющую ее формировать. Теперь реалии таковы, что викторию в войне одержит не тот, кто победит, а тот, кого признают победителем средства массовой информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Иванов И. С. Выступление на Генеральной Ассамблее ОАНА. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.rg.ru/oficial/from_min/mid/418.htm
2. Кара-Мурза С. Экспорт революции: Саакашвили, Ющенко / С. Кара-Мурза, С. Телегин, А. Александров, М. Мурашкин. – М.: Алгоритм, 2005. – 243 с.
3. Елков О. Роль СМИ во внешней политике и формировании образа государства в международном массовом сознании // Дипломатический вестник Приднестровья. – 2011. – №1 (3) апрель. – С. 109–110.
4. Мухаметов Р. С. Инструменты внешней политики России. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.politex.info/content/view/643/30/>
5. Путин В. В. Сирийская альтернатива. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kremlin.ru/news/19205>