

ГЛАВА 2

МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ

Ваге Самвелович Давтян

Современный политический процесс невозможно представить без медиа. Они не просто передают информацию, но формируют само пространство политического существования — систему смыслов, представлений и символов, внутри которой общество осознает реальность. Еще недавно СМИ воспринимались как «четвертая власть» — вспомогательный институт, выполняющий посредническую функцию между государством и гражданами. Однако в XXI веке эта функция радикально изменилась. Медиа перестали быть только каналом коммуникации: теперь это *среда, в которой происходит политика*.

В условиях глобализации и цифровизации информационные потоки приобретают автономию. Они больше не отражают действительность — они *производят* ее. Политическое событие теперь возникает не тогда, когда что-то происходит в физическом мире, а когда это событие фиксируется и тиражируется в медиaprостранстве. Власть над коммуникационными каналами становится властью над самой реальностью.

Маршалл Маклюэн еще в середине XX века сформулировал фундаментальную идею: «средство есть сообщение». То есть не содержание, а форма передачи информации определяет то, как она воспринимается. Телевидение, радио, Интернет, социальные сети — все они формируют собственные способы интерпретации событий. В результате событие, проходя через медиальную призму, теряет связь с первоисточником и приобретает новую, навязанную форму.

Жан Бодрийяр в этом контексте говорил о **симулякре** — копии, не имеющей оригинала. Современная медиареальность — это пространство, где знак подменяет факт, а изображение становится

реальнее самой реальности. Его известное утверждение, что «войны в Заливе не было», выражает этот парадокс: события существуют не в политике, а в медийных образах о политике. Война превращается в спектакль, кризис — в телевизионное шоу, а политика — в сериал, производящий управляемые эмоции и ощущения участия.

Медиа, таким образом, перестают быть зеркалом власти и становятся инструментом ее конструирования. Они формируют легитимность решений, задают рамки обсуждения, определяют, что считать угрозой, а что — нормой. Через медийные механизмы власть не просто коммуницирует с обществом — она выстраивает целую систему смыслов, в которой конструируется сам политический субъект.

ОТ ИНСТРУМЕНТА К АКТУРУ: МЕДИАКРАТИЯ И АВТОНОМИЯ КОММУНИКАЦИОННОГО ПОЛЯ

Постепенно, по мере укрепления технических и институциональных возможностей СМИ, возникает феномен **медиакратии** — власти, основанной на контроле над информационными потоками. Этот термин впервые был введен Режи Дебре, сравнившим роль СМИ в современном мире с ролью церкви в Средневековье. Церковь обладала монополией на истину и формировала мировоззрение общества через символы, обряды и проповеди. Аналогично современные медиа выполняют функцию формирования коллективного сознания, задавая «священные» и «еретические» темы, определяя границы дозволенного дискурса.

Ив Лакост, развивая идею медиакратии, противопоставил ее классической геополитической дихотомии «талассократия — теллурократия». Он утверждал, что в современном мире власть принадлежит не тем, кто контролирует пространство, а тем, кто контролирует *образ* пространства. Современные войны и кризисы — это прежде всего битвы за интерпретацию. Побеждает тот,

кто навязывает свой символический порядок: кто определяет, что считать агрессией, а что — гуманитарной операцией; кто называет одного лидера «диктатором», а другого — «спасителем демократии».

В этой системе координат медиа становятся самостоятельным актором политического процесса. Они не просто ретранслируют решения власти, но и способны формировать повестку дня, изменять структуру общественных настроений, а в отдельных случаях — инициировать политические действия.

На рис. 2.1 представлена модель подобного влияния СМИ на политические коммуникации.

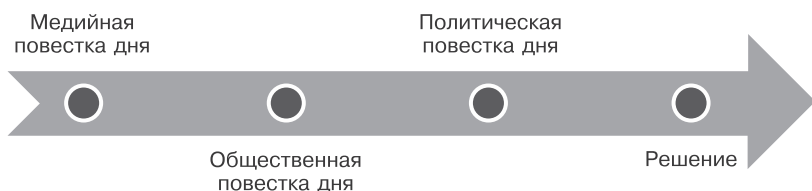


Рис. 2.1. Модель воздействия СМИ на политическую реальность

Именно медиа сегодня решают, какие темы становятся предметом общественного обсуждения, а какие остаются на периферии. Политический актор вынужден реагировать не на события как таковые, а на их медийное воплощение. От того, как подано событие, зависит его политический вес.

Этот процесс был описан в классической теории **модели «привратника»** Курта Левина, согласно которой информация проходит через серию «ворот», контролируемых определенными субъектами — редакторами, журналистами, платформами, алгоритмами. Они определяют, что именно попадет в публичное пространство, а что будет отсечено. На рис. 2.2 представлена модель «привратника».

Таким образом, структура повестки становится результатом сознательного отбора. Когда контроль над этими «воротами» переходит к самим медиа, они обретают автономию и власть над формированием политического сознания.

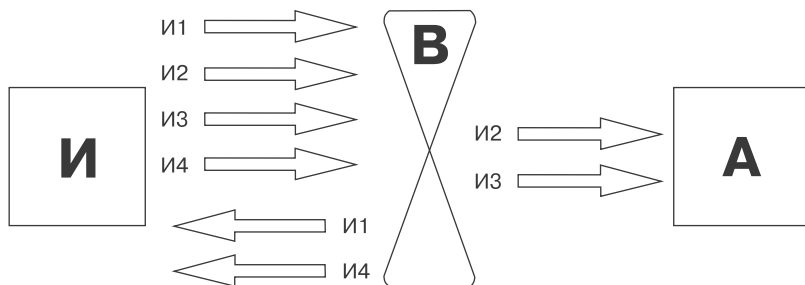


Рис. 2.2. Модель «привратника»: И — источник информации; И1, И2, И3, И4 — новостные сообщения; И1, И4 — неодобренные новостные сообщения; И2, И3 — отобранный материал, который будет опубликован; В — ворота (gate); А — аудитория

«ЭФФЕКТ CNN» И ПРАКТИКА МЕДИЙНОГО ДАВЛЕНИЯ

Наиболее ярко трансформация СМИ из посредника в актора проявляется в феномене, получившем название «эффект CNN». Он описывает способность телевидения (а позднее — и других медиа) воздействовать на процесс принятия политических решений в реальном времени.

«Эффект CNN» — влияние круглосуточных новостных телеканалов на восприятие международных событий лицами, принимающими политические (и в особенности внешнеполитические) решения на уровне правительств и международных организаций.

Приведем два примера.

Потопление британского пассажирского лайнера «Лузитания» (Lusitania) 7 мая 1915 года германской подводной лодкой U-20 (рис. 2.3) стало одним из первых в истории примеров того, что позднее получит теоретическое осмысление как «эффект CNN». Хотя в начале XX века телевидения еще не существовало, сама логика событий и их восприятия обществом демонстрирует классический механизм медийного давления, предвосхитивший последующие технологии информационного влияния.

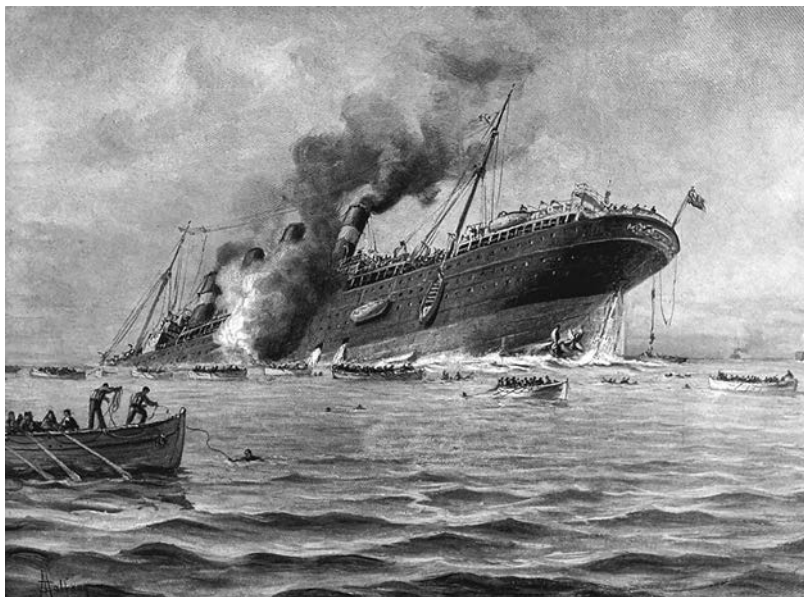


Рис. 2.3. Потопление «Лузитании», 1915 год

После гибели «Лузитании», унесшей жизни более 1200 человек (включая 128 граждан США), мировые газеты развернули кампанию беспрецедентного масштаба. Печать, иллюстрированные журналы и плакаты превратили инцидент в глобальный медиасюжет, где факт гибели судна был облечен в символическую форму — как варварский акт против «цивилизованного мира».

Редакции создавали визуальные и эмоциональные образы, рассчитанные на мгновенную реакцию: фотографии жертв, карикатуры на немецких офицеров, описания гибели женщин и детей. Информационный поток приобрел не характер репортажа, а структуру эмоционального спектакля, вызывающего возмущение и требующего немедленного политического ответа.

Таким образом, уже тогда проявилась ключевая особенность «эффекта CNN» — замещение анализа эмоцией, когда логика события уступает место логике изображения.

Под влиянием медийной волны в США началось стремительное формирование общественного консенсуса, враждебного Германии. Хотя правительство Вудро Вильсона первоначально придерживалось политики нейтралитета, давление прессы и общественного мнения стало столь сильным, что администрация была вынуждена реагировать.

Медиа, функционируя как «привратник» повестки (в терминах Курта Левина), определили, какие факты подлежат акцентированию, а какие — умолчанию. Почти не упоминалось, что «Лузитания» перевозила военные грузы. Зато постоянно воспроизводились нарративы о «невинных жертвах», «жестокости врага» и «моральном долге возмездия».

Информационная кампания вокруг «Лузитании» имела стратегические последствия. Хотя вступление США в Первую мировую войну произошло только через два года (в 1917 году), именно трагедия 1915 года стала переломным моментом формирования общественного мнения. Пресса создала устойчивый нарратив, в котором Германия представлялась воплощением угрозы и варварства.

Таким образом, «Лузитания» стала прецедентом «эффекта CNN» в эпоху до телевидения: информационный образ трагедии определил политический выбор целого государства. Медиа не просто отразили событие — они породили его политическое значение, превратив локальный эпизод морской войны в символ глобальной угрозы.

Классическим примером применения «эффекта CNN» стали события в Сомали в 1993 году. В 1992 году Совет Безопасности ООН санкционировал проведение миротворческой операции в Сомали, где в тот период продолжалась острая фаза гражданского конфликта. В состав международного контингента вошли и вооруженные силы США численностью около 25 тысяч военнослужащих, которым было поручено сформировать в Могадишо объединенное командование. Наряду с военными задачами американский контингент получил и специфическую миссию — проведение информационно-коммуникационной кампании, направленной на укрепление доверия местного

населения и создание положительного образа международного присутствия.

Хотя реальные потери США в ходе операции оказались минимальными — порядка тридцати человек, — именно они стали поворотным моментом в восприятии конфликта внутри американского общества. После выхода в эфир телеканала CNN кадров, запечатлевших издевательства над телами погибших американских солдат, в стране вспыхнула волна общественного возмущения. Под давлением массовых эмоций, усиленных постоянным медийным воспроизведением трагических сцен, начался рост критики в адрес руководства и требований немедленно прекратить участие США в сомалийской миссии.

Таким образом, информационный сюжет, изначально ограниченный рамками теленовостей, превратился в полноценный общественный дискурс. Медиафрейм, созданный телевидением, перешел в политическую повестку и стал самостоятельным фактором принятия решений на государственном уровне. В итоге именно медиадинамика, а не стратегические расчеты предопределила изменение внешнеполитического курса Вашингтона в отношении Сомали.

Подобные примеры свидетельствуют о том, что СМИ способны *инициировать изменения политического курса*, не будучи формальным субъектом власти. Они управляют не столько информацией, сколько эмоциями — страхом, сочувствием, возмущением. Эмоциональное воздействие медиа сегодня стало основой принятия решений, а визуальный ряд — важнейшим политическим инструментом.

Эта тенденция усиливается с развитием новых форм медийной активности — **спиндокторинга**, когда информационные поводы и их трактовки конструируются заранее в интересах определенных акторов. Спиндокторинг направлен не просто на подачу новости, а на управление контекстом ее восприятия. Это позволяет менять акценты, расставлять нужные смысловые приоритеты, формировать у аудитории заранее заданную эмоциональную реакцию.

МЕХАНИЗМЫ МЕДИЙНОЙ СЕКЬЮРИТИЗАЦИИ: СОЗДАНИЕ «СЮЖЕТА БЕЗОПАСНОСТИ»

Когда медиа достигают уровня самостоятельного актора, они становятся участниками еще более сложного процесса — **секьюритизации**. Этот термин обозначает механизм перевода любого вопроса в категорию «угрозы безопасности», что легитимирует применение особых мер и мобилизацию ресурсов.

Концепция секьюритизации, разработанная Копенгагенской школой, базируется на идее, что безопасность — не объективное состояние, а результат публичного дискурса. Политический актор, используя определенные риторические и символические инструменты, убеждает аудиторию в существовании угрозы. Тем самым он создает «сюжет безопасности», в рамках которого допустимы исключительные действия — от санкций до военных операций.

В современной политике именно медиа становятся главным пространством, где этот сюжет создается. Их перформативная природа позволяет не просто описывать угрозу, но и производить ее как факт. Через язык, визуальные образы, эмоциональные нарративы медиа формируют коллективное ощущение опасности.

Конструктивистский подход в изучении феномена безопасности предполагает, что сама категория «безопасность» не является объективной данностью, а конструируется в процессе политического взаимодействия. В этом контексте исследователи выделяют несколько ключевых аналитических элементов, которые позволяют понять, каким образом определенные явления приобретают статус угрозы и каким образом формируется публичное восприятие этой угрозы.

Прежде всего речь идет о **референтных объектах** — институтах, системах или ценностях, чьему существованию объявляется угроза. К таким объектам могут относиться государственный суверенитет, территориальная целостность, культурная идентичность или национальная экономика. Именно они становятся центральными элементами дискурса безопасности, вокруг которых строятся аргументация и мобилизация общественного внимания.

Второй элемент — это **функциональные субъекты**, то есть акторы, влияющие на динамику безопасности и принимаемые решения. Они могут представлять собой государства, транснациональные организации, террористические структуры, массовые миграционные потоки или даже безличные процессы, интерпретируемые как потенциально опасные.

Далее выделяются **участники секьюритизации** — те, кто формулирует саму идею угрозы. Это политические лидеры, группы давления, общественные движения, экспертные сообщества. Они выступают в роли инициаторов дискурса, заявляющих, что определенный референтный объект нуждается в защите, и претендующих на исключительное право использовать ресурсы для нейтрализации опасности.

Особую роль играет **аудитория**, без согласия и вовлеченности которой акт секьюритизации невозможен. Именно аудитория — общественность, нация, электорат, международное сообщество — должна быть убеждена в существовании экзистенциальной угрозы, чтобы дискурс безопасности стал легитимным и породил практические действия.

Ключевым элементом являются также **понятийные конструкции**, которыми акторы секьюритизации оперируют, определяя границы угрозы и смысловые контуры безопасности. Эти понятия образуют своего рода язык, на котором выстраивается убеждающая риторика, обеспечивающая внутреннюю связность дискурса.

Наконец, в конструктивистской логике все эти компоненты связываются **теоретической рамкой**, задающей систему отношений между ними. В совокупности они формируют то, что можно назвать **«сюжетом безопасности»** — логически и риторически оформленным повествованием о том, кто угрожает, кому угрожает и почему для преодоления опасности необходимо прибегнуть к исключительным мерам.

Процесс секьюритизации имеет трехступенчатую структуру.

На первом этапе формулируется **заявление об угрозе** — публичный акт, в ходе которого определенный вопрос переводится из сферы обычной политики в область экзистенциальной безопасности.

На втором этапе происходит **подпитка дискурса безопасности**, то есть постоянное воспроизводство и тиражирование аргументов, образов и смыслов, подтверждающих наличие угрозы. Этот этап характеризуется активным взаимодействием между акторами и медиа, между политической риторикой и экспертными комментариями.

На третьем этапе наступает **момент институционального закрепления**, когда аудитория признает угрозу реальной, а государственные или надгосударственные структуры получают мандат на использование особых средств реагирования. С этого момента секьюритизация считается завершенной и успешной.

Б. Бьюзен предложил рассматривать секьюритизацию как процесс **дискурсивного «производства безопасности»**. С его точки зрения, акт секьюритизации — это не просто выдвигание тезиса об угрозе, но и создание целостного риторического и семиотического поля, в котором аудитория готова принять отклонение от привычных норм и правил. Успешность секьюритизации определяется тем, насколько убедительной оказывается аргументация и насколько она встроена в структуру коллективного восприятия.

Для объяснения механизма речевого воздействия Бьюзен опирается на **теорию речевых актов** Джона Остина. Согласно Остину, язык не только описывает реальность, но и способен *производить действия*. Слова, произнесенные в определенных условиях, могут обладать перформативной силой, то есть изменять действительность. Примером является свадебная церемония: ответ «да» не просто выражает согласие, но и совершает действие — создает новый социальный статус.

Остин различал **три уровня речевого акта**.

Первый — *локутивный* акт, то есть само произнесение выражения, обладающего грамматической и семантической структурой. Это минимальная форма коммуникации, в которой констатируется факт речи.

Второй — *иллокутивный* акт, в котором значение высказывания неотделимо от его коммуникативного намерения. Здесь речь уже не только информирует, но и выполняет действие — советует, предупреждает, оправдывает.

Третий — *перлокутивный* акт, направленный на достижение конкретного результата, — убеждение, побуждение, эмоциональное воздействие.

Именно иллокутивный уровень имеет наибольшее значение для процесса секьюритизации. Заявление об угрозе — это не констатация факта, а **акт воздействия**, в ходе которого высказывание само создает реальность угрозы. Чтобы подобный акт состоялся, необходимы определенные условия. Среди них важнейшими являются **дискурсивная власть** субъекта, его легитимность и способность формировать доверие аудитории. Без этого даже убедительная риторика не превращается в политическое действие.

Секьюритизация предполагает существование нескольких секторов, в рамках которых может происходить конструирование угроз: военного, политического, экономического, социального и экологического. Каждый из них обладает собственной логикой и собственными типами референтных объектов. Однако общим остается одно: акт секьюритизации всегда предполагает перевод проблемы в категорию исключительного, требующего немедленного и нередко внеинституционального реагирования.

Когда угроза устранена или ее дискурсивная актуальность ослабляется, начинается процесс **десекуритизации** — постепенного вывода вопроса из поля экзистенциальной тревоги обратно в сферу обычной политической или административной деятельности. Этот процесс, в свою очередь, также управляется риторикой: медиа и политические акторы снижают эмоциональную интенсивность, изменяют язык описания, создавая эффект возвращения к нормальности.

В результате становится очевидно, что в логике секьюритизации *безопасность выступает не как данность, а как результат публичного действия*. Это не состояние мира, а форма дискурса, формирующаяся через взаимодействие социальных групп, институтов и лидеров мнений. Безопасность рождается тогда, когда общество признает легитимность создаваемого элитами нарратива, когда угроза осознается как коллективно переживаемая и требующая мобилизации.

Таким образом, конструктивистский подход позволяет рассматривать безопасность не в категориях силы или ресурсов, а как *коммуникативный процесс*, в котором слово становится действием, а убеждение — формой власти.

Классическим примером является история газопровода Nabucco. Проект, изначально представлявший собой экономическую инициативу по диверсификации поставок газа, был представлен европейскими лидерами как стратегический ответ на «энергетическую зависимость» от России. Медиа активно транслировали тезис о «газовом шантаже», формируя дискурс угрозы энергетической безопасности. В результате экономический проект превратился в геополитический символ, а его реализация — в акт защиты национальных интересов. Это и есть секьюритизация в чистом виде: перевод рационального вопроса в язык экзистенциальных угроз.

В этом контексте понятие «дискурсивной власти» приобретает особое значение. Медиа, обладая способностью формировать язык и структуру интерпретации, становятся фактическим субъектом власти, определяющим, какие угрозы считать «реальными», а какие — надуманными.

МЕДИА КАК ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ВРЕМЕНИ И СМЫСЛА

Современные информационные потоки характеризуются стремительностью и кратковременностью. Новость живет считанные часы, уступая место следующей. Однако в политическом контексте эта особенность становится инструментом манипуляции. Политические технологи используют цикличное возвращение к одним и тем же темам для поддержания эмоциональной мобилизации общества.

Юрий Лотман, анализируя феномен художественной коммуникации, отмечал, что текст искусства не имеет окончательного прочтения — он допускает бесконечное количество интерпретаций. Современные новости функционируют по тому же принципу: они возвращаются в информационное поле в новых контекстах, обретают новые значения, тем самым продлевая свое существование.

Так формируется «вечное настоящее» медиа, в котором события не завершаются, а бесконечно воспроизводятся в измененных интерпретациях.

Это свойство медийного времени делает возможным долговременное удержание аудитории в состоянии тревоги или ожидания. Политическая секьюритизация получает здесь мощную поддержку: угрозы никогда не исчезают окончательно — они возвращаются в новых формах, требуя новых мер защиты, новых лидеров, новых стратегий.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В современном мире медиа окончательно утратили статус пассивного инструмента коммуникации. Они стали субъектом политической динамики, конструирующим реальность, формирующим угрозы и обеспечивающим легитимацию власти.

Через механизмы медиакратии, спиндокторинга и секьюритизации СМИ превращаются в архитектора коллективного сознания. Они создают «сюжеты безопасности», определяют символический горизонт политики и управляют ритмом общественных эмоций.

Таким образом, политика в XXI веке все более превращается в медийный процесс, где борьба за власть — это борьба за интерпретацию, а безопасность — результат дискурсивного убеждения. Кто контролирует нарратив, тот контролирует реальность.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Как меняется роль медиа в XXI веке по сравнению с концепцией «четвертой власти» и в чем заключается их функция как самостоятельного актора политического процесса?
2. Объясните концепцию «эффекта CNN» и приведите исторические примеры ее проявления, описанные в тексте.
3. Как современные медиа участвуют в процессе секьюритизации и какие элементы формируют «сюжет безопасности»?

4. В чем заключается идея медиакратии и как медиа способны формировать коллективное сознание и политическую повестку?
5. Как теория речевых актов Джона Остина применяется для анализа перформативности медийных высказываний в политике?

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАДАНИЯ

1. **Анализ медиадискурса.** Выберите одно актуальное политическое событие (например, военный конфликт, электоральную кампанию, международный кризис) и проведите его анализ в логике конструктивистского подхода.
 - Определите референтные объекты, функциональных субъектов и акторов секьюритизации.
 - Укажите, каким образом медиа создают «сюжет безопасности».
 - Сделайте вывод о том, какие риторические и визуальные инструменты используются для легитимации политических решений.
2. **Идентификация медиакратии.** На основе новостных сообщений последних двух недель проанализируйте проявления медиакратии.
 - Определите, как СМИ влияют на структуру политической повестки.
 - Найдите примеры, где медиа выступают не просто ретранслятором, а актором политического процесса.
 - Сформулируйте аргументированное заключение о степени автономии медиапространства в современных условиях.
3. **Конструирование медиасюжета.** Смоделируйте собственный пример медийной секьюритизации.
 - Придумайте ситуацию (реальную или гипотетическую), в которой нейтральное событие может быть превращено в угрозу безопасности.