

країни є нагальною необхідністю сьогодення. Етика світових релігій акумулювала в собі багатотомову мудрість. Реформування соціально-економічної стратегії нашої держави має відбуватися на засадах відновлення та поширення традиційних для українського народу цінностей та аксіологічних пріоритетів, що відкривають безмежні обрії для активізації творчого потенціалу індивіду й розбудови його духовності. Релігійна етика неабияким чином впливає на зміст та спрямованість діяльності соціально-економічних інституцій. В Україні слід спрямувати ресурси релігії на конструктивні цілі суспільного розвитку.

Бібліографічні посилання:

1. Макаренко О. В. Государство и негосударственные некоммерческие организации: формы поддержки и сотрудничества [О. В. Макаренко, Б. Л. Рудник, С. В. Шишкин, Л. И. Яковсон]. – М. : «СИГНАЛЬ», 1997. – 176 с.
2. Закон України «Про благодійництво та благодійні організації» від 16. 09. 1997. № 531/97-ВР, чинний, поточна редакція – Редакція від 15. 05. 2011, підстава 3236-17 [Електронний ресурс] // Верховна Рада України. – Режим доступу до Закону : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/annot/531/97-%D0%B2%D1%80>.
3. Устав Русской Православной Церкви, принятый на Архиерейском Соборе 13-16 августа 2000 г., с внесенными в него поправками Архиерейского Собора 2008 г. и Архиерейского Собора 2011 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/ua/db/document/133114>.
4. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви: Материалы Архиерейского Собора РПЦ 2000 г. [Электронный ресурс] / 12 сентября 2005. – Режим доступа: <http://www.patriarchia.ru/db/text/141422.html>.
5. Конституція України [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1996. – № 30. – Ст. 141. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>.
6. Митрохин Н. А. Русская православная церковь : современное состояние и актуальные проблемы / Николай Александрович Митрохин. – М. : Новое литературное обозрение, 2006 г. – 656 с. – (Серия : Библиотека журнала «Неприкосновенный запас»).

Далекорей М. И. Социальная активность Церкви как разновидности некоммерческих организаций.

Рассмотрены основные направления социальной политики Православной Церкви как разновидности некоммерческих организаций. Исследованы формы церковной благотворительной деятельности. Определены пути возможной активизации Украинской Православной Церкви в современном обществе.

Ключевые слова: религиозная организация, Церковь, социальная деятельность, благотворительность.

Dalekorey M. Social activity of the Church as a kind of non-profit organizations.

The main directions of social policy of the Orthodox Church as a kind of non-profit organizations. The shape of the church charity. Among the main areas of social assistance Orthodox Church – helping those populations most in need of support. First of all, it's poor people – pensioners, families with children, people with disabilities, the homeless, street children. Special attention is paid to support drug addicts and those who are in prison or released from prison. The essence of the Institute for nursing hospitals. In addition, analyzes catechist deyatelnost Church, its basic form. It was concluded that social activities can be carried out in such key areas as promoting social rehabilitation of the poor, the unemployed, the disabled and other people who need care, and provision of assistance to persons who because of physical or other disabilities are limited in their rights and legitimate interests, providing aid to citizens affected by natural disasters, environmental, technological and other disasters, resulting in social conflicts, accidents and victims of repression, refugees, promotion of science and education, to promote culture, promote the protection and preservation of cultural heritage, helping to develop publishing, media, information infrastructure, promotion of health, the promotion of healthy lifestyles, participation in the presentation of medical care and the provision of social care for the sick, disabled, lonely, elderly and other persons who because of physical, material or other features requiring social support and care, promote the protection of motherhood and childhood, aiding large and poor families. The ways of a possible increase of the Ukrainian Orthodox Church in the modern society.

Keywords: religious organization, church, social activities, charity.

Надійшла до редколегії 01.03.2013 р.

УДК 316.74:070:323.272

Л. А. Везирова

Бакинский славянский университет

РОЛЬ СМИ В МЕЖДУНАРОДНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

Статья посвящена изучению взаимодействия институтов государственной власти и СМИ в процессе разработки и реализации внешней политики государства. В качестве исследовательской задачи была определена попытка проследить расширение сферы влияния средств массовой информации на мировую политику в историческом аспекте.

Ключевые слова: внешняя политика, СМИ, информация, манипуляция общественным сознанием, протестные сетевые сообщества.

Сегодня влияние СМИ достигло такого уровня, что общественный резонанс на большинство событий зависит от реакции на их подачу. Этим сегодня успешно пользуются общественные и политические деятели, которые с помощью СМИ не только повышают свой собственный рейтинг, но и манипулируют общественным сознанием. Ярче всего это проявляется в международной политике.

Аналитики рассматривают вопрос влияния СМИ на международные отношения в

различных аспектах: в теоретическом (А. Блинов) [2], в проблемном (И. Н. Панарин) [8]; в международно-правовом (Ю. Лучинский) [6].

На наш взгляд, сегодня наиболее актуальным и интересным является изучение этого вопроса в институционально-управленческом аспекте, который предусматривает подробное исследование взаимодействия институтов государственной власти и СМИ в процессе разработки и реализации внешней политики. Подробное изучение проблемы в этом ракурсе имеет практическое значение для разработки стратегии развития внешней политики государства в будущем. Именно так исследуется взаимодействие государственных внешнеполитических структур и СМИ О. Елковым [9]. Автор приводит конкретные факты манипулирования общественным сознанием со стороны Госдепартамента США, который при помощи СМИ заранее подвел мировую общественность к мысли о необходимости смены режимов в Ираке и Ливии. Наша задача – проследить расширение сферы влияния СМИ на мировую политику в историческом аспекте с XIX века и до событий «арабской весны».

Первые попытки манипуляции общественным сознанием через СМИ были сделаны еще в конце XIX века во время испанско-американской войны. Война была начата под предлогом поддержки национального восстания на Кубе. Однако большинство исследователей считает, что причиной начала войны стала ожесточенная конкурентная борьба между двумя крупнейшими американскими изданиями «The New York World» Джозефа Пулитцера и «The New York Journal» Уильяма Херста [6], которые соревновались в сенсационной подаче новостей о кубинских событиях, пренебрегая точностью и достоверностью в подаче материалов, подробно расписывали зверства испанских войск на Кубе. Обе газеты открыто призывали президента к войне с Испанией [5]. Таким образом, патриотическая кампания, развязанная этими газетами, привела к неизбежности войны США и Испании.

В целом именно эта газетная компания впервые продемонстрировала возможности СМИ, которые с появлением новых технологий только росли. Неудивительно, что успеха в политической карьере добивались как раз те политики, которые понимали значение новых форм СМИ и первыми же начинали использовать их в своей карьере. Так, например, Ф. Д. Рузвельт стал первым президентом США, который активно общался с согражданами посредством радио. В период президентских выборов 1936 г. почти 80% американской прессы было настроено против избрания Ф. Д. Рузвельта, однако Рузвельт сделал ставку на радиопропаганду и победил. Впоследствии именно Рузвельт открыл эру телевидения. 30 апреля 1939 г. он выступил на первой телевизионной передаче с Всемирной ярмарки в Нью-Йорке.

Появление новых форм СМИ знаменовало собой ситуацию, при которой «типографский и индустриальный человек» вступил, по мнению Маршалла Маклюэна, в эпоху «глобального объятия». «Если грамотность породила чрезмерный индивидуализм, а радио произвело обратный эффект, воскресив в сознании индивида древний архетипический опыт совместного участия в делах племени, то в результате просвещенный Запад обрел некую форму компромисса в возросшем чувстве коллективной ответственности» [22].

Сегодня стремительное развитие информационно-коммуникационных технологий, перенесло человечество из эпохи «глобального объятия» во внепространственную и вневременную эпоху. Пользователь Интернета, находящийся, например, в Канаде, 21 сентября может мгновенно получить информацию о событии, которое в этот момент, но уже 22 сентября, происходит в Японии, причем еще и наблюдать за происходящим онлайн. Таким образом, благодаря развитию ИКТ, произошло изменение в восприятии таких понятий, как «время» и «пространство».

Неудивительно, что в таких условиях информация приобрела особое значение. СМИ, получившие эксклюзив, могут мгновенно ворваться в устоявшийся рынок электронных СМИ и прочно занять там свое место. Свидетельство тому – случай с кабельной телесетью CNN. Канал стал единственной сетью, «передавшей запуск шаттла «Челенджер», взорвавшегося через несколько секунд после старта» [3]. Уже через 10 лет после этого события корпорация CNN поглотила кинокорпорацию «Time Warner», и стала одним из крупнейших игроков в информационном бизнесе.

В погоне за контролем над информацией многие крупные компании сконцентрировали свои интересы вокруг монополизации медиа-бизнеса. Такие монополисты, как компания «Ганнет», группа Руперта Мердока, трест Херста, не ограничиваются только газетно-журнальной продукцией, а активно используют радиостанции и телеканалы, системы кабельного телевидения для пропаганды определенной идеологии.

Работа по созданию специального механизма, обеспечивающего поддержку собственных интересов, давно ведется на государственном уровне и являются существенным компонентом стратегии национальной безопасности. Эффективнее всех в этой области работают США. Только официальные ежегодные расходы Белого дома на внешнеполитическую пропаганду

превышают 1 миллиард долларов [9]. Информационный имидж страны поддерживают медиа-монополии. Помимо этого, информационную политику в других государствах США контролирует через созданные американскими магнатами транснациональные медиа-компании, такие, как «Financial Times», «The International Herald Tribune» и др. Координирует деятельность разных структур созданный в 2005 году при Госдепартаменте США «Центр быстрого реагирования» [9]. Создание центра совпало с заявлением замминистра обороны США Дугласа Файта о том, что для победы над терроризмом необходим «идеологический элемент». [17] Согласно данным, приведенным в докладе Консультативного комитета при Госдепартаменте по вопросам дипломатии в сфере культуры, негативное мнение о США в мире в этот момент достигло апогея [1]. В своем выступлении в связи с назначением на пост руководителя Центра быстрого реагирования Карен Хьюз, подчеркнула, что подразделение будет осуществлять мониторинг мировых СМИ и оказывать американской администрации содействие «в более агрессивном ответе на слухи, неточности и выдержанные в духе ненависти выступления, откуда бы они ни исходили» [19].

Впоследствии Соединенные Штаты пошли в этом направлении еще дальше: в 2006 году при Государственном департаменте был создан Координационный комитет стратегических коммуникаций и публичной дипломатии [2]. И уже в июне 2007 года Координационный комитет представил общественности документ «Национальная стратегия США в сфере публичной дипломатии и стратегических коммуникаций». Этот документ, в том числе, предполагал активизацию государственных СМИ в направлении пропаганды внешней политики США (например, в проекте активная роль отводилась радиостанции «Голос Америки»). В обязанности Комитета также входило «объяснение нашей политики и принципов внешнему миру», осуществление «культурных и образовательных обменов», а также «ведение войны идей» [20].

Аналогичные подразделения существуют и в других американских ведомствах. Например, благодаря информационной утечке, организованной изданием «The Washington Post», стало известно о том, что в 2008 году Министерство обороны США заплатило частным подрядчикам в Ираке в общей сложности 300 млн. долларов за производство политических материалов, новостей, развлекательных программ и социальной рекламы для иракских СМИ. Основная задача кампании – привлечь местное население к поддержке американской политики [10].

Как показывает данный случай, умелый политик, используя механизмы манипуляции общественным сознанием, может формировать мировоззрение широких кругов населения и даже создать прецедент для военного вторжения в суверенное государство. Примеров тому немало и в истории. Вспомним хотя бы фашистское движение в Германии и Италии, когда миллионы людей, попав под воздействие идеологической машины, совершали поступки, несовместимые с человеческой природой, и лишь затем осознавали ужас содеянного. Отцы этой идеологии умело экспортировали ее и в другие европейские страны, и нашли здесь поддержку. И если на заре развития информационных технологий подобный процесс занимал десятилетия, то сегодня, когда мир превратился в огромное информационное общество, крупные державы в течении нескольких месяцев могут сделать врагом всего мира того или иного неугодного политика.

Переход к информационному обществу меняет в наше время даже стратегию военных кампаний. Так, например, международное вмешательство в косовские события началось с массового тиражирования кадров, снятых в 1992 году английской компанией ITN. Именно на них ссылался президент США Билл Клинтон в своих речах. Эти кадры демонстрировали человека за колючей проволокой. Утверждалось, что это концентрационный лагерь, в котором сербы держат албанцев. Позднее, стало известно, что журналисты просто сняли албанца в доме, в котором было окошко с проволокой [9].

Не менее яркие факты скоординированной работы СМИ во внешней политике можно найти в истории с первым вторжением американцев в Ирак. Известно, что войну в Персидском заливе обслуживали специальные фирмы, занимающиеся public relations. Перед ними была поставлена задача: оправдать участие США в военных действиях. В течении года СМИ постоянно сравнивали Саддама Хусейна с Гитлером и объявили о многочисленных преступлениях против курдов [2]. И лишь когда общественное мнение склонилось в сторону войны, начались бомбардировки Ирака.

В третьем тысячелетии общественного развития уже недостаточно просто манипулировать общественным сознанием, преподнося случившиеся события в том или ином, удобном и выгодном ракурсе. В последние несколько лет СМИ уже не освещают события, они их создают сами. Войны напоминают постановочные спектакли, рассчитанные на то, чтобы управлять эмоциями мировой аудитории в интересах реализации собственной государственной политики. Об этом наглядно свидетельствует вторая иракская кампания США и союзников. Уже после окончания войны стало известно, что многие сюжеты

«победных» действий американских войск были сняты совсем не на поле сражений, а в штате Невада профессиональными кинематографистами. Яркий пример – случай с освобождением рядовой Джессики Линч в 2003 году. Во время второй иракской кампании многие американские телеканалы вели прямые репортажи с полигона военных действий, сопровождая их неполными, подверженными двоякому толкованию комментариями [9]. По мнению И. Н. Панарина [8], Вашингтон рассчитывает решать свои проблемы преимущественно с помощью информационной и военной силы, устанавливая контроль над ключевыми ресурсными регионами мира.

О том, как умело можно использовать СМИ в своей внешней политике, говорит и более современный пример – боевые действия сил НАТО против правительственных войск М. Каддафи в Ливии. Канал «Аль-Джазира» в феврале 2011 года продемонстрировал кадры о стрельбе Каддафи в оппозиционных демонстрантов. Позже стало известно, что на самом деле на видео была демонстрация в поддержку Каддафи, расстрелянная неизвестными лицами. А в июне того же года на www.youtube.com появилась полная версия этого видео [23]. Тем не менее, на основании сообщений прессы Совбез ООН принял вначале решение о санкциях против ливийского руководства, затем – о создании бесполетной зоны над Ливией. Мировые СМИ активно поддерживали борьбу оппозиционных сил против Каддафи, и даже устрашающие по своей жестокости кадры расправы над Каддафи медиа комментировали как победу демократии.

Таким образом, медиа-ресурс сегодня не только вмешивается в международную политику, но и манипулирует ею, основываясь на идеологии заказчиков. О возможности подобного развития роли СМИ говорили еще в начале прошлого века. Самые смелые предположения сделал немецкий философ Освальд Шпенглер, когда писал, что «в ближайшем будущем три или четыре мировых газеты будут направлять мысли провинциальных газет и с их помощью – «волю народа». Все будет решаться небольшим количеством людей, контролирующими эти газеты, имена которых, возможно, даже и не будут известны, однако огромная масса политиков второго ранга, риториков и трибунов, депутатов и журналистов, представителей провинциальных горизонтов будет поддерживать в низших прослойках общества иллюзию народного самоопределения» [13]. И хотя немецкий ученый не предусматривал развития электронных СМИ, он довольно точно предугадал, насколько сильно вырастет роль информации в жизни общества.

Сегодня информация – это самая перспективная область развития государства. В той или иной степени все страны мира активно работают над созданием собственного образа в мировых СМИ: государств-миротворцев (США, Россия), стран, пропагандирующих идею невмешательства в суверенные дела других государств (Швейцария, Дания), стран, идущих по пути развития независимости и демократии (страны СНГ) или стран, противостоящих имперским и диктаторским планам США (Венесуэла, Куба). Но, несмотря на различие целей, и те, и другие государства работают над упрочением собственных позиций на мировой политической арене и выбирают себе роль в зависимости от государственных задач.

Государства, играющие активную роль на международной арене, строят свою информационную деятельность на международном уровне на принципах системности. Официальные государственные органы своевременно, в режиме реального времени предоставляют комментарии к происходящим событиям. Также эффективно применяется такой метод, как преднамеренная утечка из государственных структур в масс-медиа «сенсационной информации». Пример подобной «утечки» уже был приведен выше (информационная утечка, организованной изданием «The Washington Post») [10].

Сегодня активизация информационной деятельности государств на международной арене объясняется такими объективными процессами, как всеобщая глобализация рынка, небывалый прогресс в информационных технологиях и – как следствие – борьба за влияние на мировое общественное мнение как действенный фактор внешней политики страны. В то же время внешняя политика государства во многом определяет характер международных отношений эпохи; она оказывает непосредственное влияние на степень свободы и уровень благосостояния народа в целом и каждого отдельного индивида, на саму человеческую жизнь.

Согласно традиционным представлениям, государство выражает себя на международной арене через свою внешнюю политику, которая может принимать две основные формы: дипломатии и стратегии. Их назначение – удовлетворение национальных интересов, сохранение территориальной целостности страны, защита ее безопасности и суверенитета. В наши дни такое понимание внешней политики и международных отношений уже себя не оправдывает, так как традиционные проблемы международных отношений претерпевают существенные видоизменения под влиянием новейших факторов, в том числе СМИ, роль которых с каждым годом, с развитием технологий, растет.

Интернет, спутниковое телевидение, телефаксы, электронная почта делают возможным практически мгновенную передачу информации из одной точки мира в другую. Но распространение информации о том или ином событии дает возможность не только знакомить с ним огромную аудиторию, но и пропагандировать «за» или «против» него, иначе говоря, использовать его в собственных интересах. Как показывают приведенные выше примеры, сегодня современные СМИ не только дают сведения о событии, но и сами его творят. Сегодня репортер – не только свидетель, но и действующее лицо. И именно с этим связан тот факт, что сегодня во многих странах мира журналисты составляют значительную часть «пропавших без вести», заключенных, казненных и заложников [16].

Сегодня изменились как традиционное понятие «международные отношения», а, следовательно, и уровень взаимодействия внешней политики государства и СМИ, так и понимание самого слова «журналист». С появлением новых форм СМИ, с ростом популярности социальных сетей, сегодня все чаще в роли журналиста себя пробуют простые пользователи этих самых социальных сетей. Люди самых разных профессий всего снимают на камеру или телефон события, свидетелями которых становятся, и выкладывают это в Интернет. Такое дилетантское видео становится причиной серьезных обсуждений в обществе или даже структурных преобразований, а в некоторых случаях в той или иной степени сказаться на восприятии образа страны в мире. Именно блоггеры стали самыми значимыми участниками переворотов в странах Северной Африки и Ближнего Востока.

Революцию в Тунисе в политике принято называть вообще «твиттер-революцией», потому, что оппозиция использовала социальные Интернет-сервисы для координации своих действий. РИА «Новости», оценивая значение этих сервисов, уже в январе 2011 года констатировало, что с их помощью «запросто можно устраивать революции (как в Тунисе)»: В Тунисе режим... сначала доверился врожденному рефлексу всех диктаторов: кое-какие «бунтарские газеты» либо закрыли, либо взяли под контроль, журналистов арестовали, телевидению запретили показывать манифестации и волнения. Только забыли про новое могущество: Twitter, Facebook и YouTube. А именно они давали информацию с мест: куда надо идти, где нужны подкрепления, что происходит на месте и пр. [12].

В Египте Twitter и Facebook сыграли роль организаторов и лидеров восстания, в то время как ярко обозначенных лидеров у протестующих поначалу не было [12]. В течение нескольких дней, предшествующих началу массовых выступлений, в египетских секторах этих сервисов наблюдалась очень высокая активность, стали спонтанно появляться многочисленные протестные группы, и даже сама дата восстания – 25 января также определилась спонтанно.

События в Сирии оказались самыми длительными. Возможно, это связано с тем, что сирийские оппозиционеры начали проявлять активность в Интернете раньше, чем оппозиционеры в других странах – за полтора месяца до начала массовых протестных акций, а, следовательно, дали власти возможность заранее подготовиться к протестному движению. Как оказалось, большинство сирийских сетевых активистов жили за пределами страны, и в назначенный день демонстрация у стен парламента оказалась немногочисленной. Сегодня, несмотря на то, что события здесь вышли из рамок «твиттерных революций», перейдя в разряд гражданской войны, Интернет-сети остаются источником информации о происходящих здесь событиях для миллионов пользователей по всему миру.

И в Тунисе, и в Египте власть пыталась бороться с оппозиционерами с помощью Интернет-цензуры. Однако результатов это не дало. После отключения Twitter и Facebook, оппозиционеры продолжили оставлять записи в Twitter при помощи сторонних приложений, не обращаясь к сайту Twitter напрямую, а также при помощи SMS-сообщений. А в случае с Египтом, корпорация Google специально для Египта разработала систему пользования сервисом Twitter через голосовую телефонную связь, после того, как здесь почти повсеместно отключили Интернет.

Интернет-цензуру традиционно используют и в Иране. Впервые иранские власти начали блокировать доступ к Twitter и Facebook еще в 2009 году, поскольку оппозиционеры, несогласные с исходом президентских выборов и победой Махмуда Ахмадинежада, пользовались этими сервисами для организаций акций протеста. В конце января 2011 в Иране были заблокированы Би-би-си, сайт агентства Reuters и новостной сайт Yahoo News. [12]. К тому времени иранские оппозиционные блоггеры и многочисленные пользователи Twitter широко освещали массовые антиправительственные акции. После многочисленных демонстраций в Тегеране отключили Интернет и сотовую связь.

Показателен тот факт, что Интернет-цензура, вообще, является обычной практикой для Ближнего Востока. Еще до начала арабской революции Сирия и ОАЭ блокировали все оппозиционные сайты и все израильские информационные сайты. До сих пор руководители некоторых авторитарных стран в той или иной степени пытаются оградить собственные страны от влияния зарубежных СМИ. В качестве примера можно привести Северную

Корею. Однако, на наш взгляд, подобные действия вызывают еще более сильное желание приобщиться к мировому информационному потоку, а, значит, могут стать причиной роста недовольства в стране, тем более, как показывают примеры, оппозиционеры находят способ обойти цензуру и продолжают использовать сеть для организации протестных движений. Таким образом, сегодня социальные сети в руках протестующих играют ту же роль, что и мобильные телефоны несколько лет назад, однако в значительно большем масштабе и с огромной скоростью. Протестующие используют каналы социальных медиа для распространения информации, которая применяется для внутренних организационных целей: например, о том, где и когда произойдет встреча, для информирования внешнего мира о сути протеста и о том, как он проходит.

О необходимости использования Интернета именно под нужным углом США говорили уже давно. Руководитель Центра быстрого реагирования при Госдепартаменте США Карен Хьюз, выступая по случаю нового назначения, заявила, что при работе в зарубежном информационном пространстве «предстоит реализовать технологическую инициативу, которая позволит с большей гибкостью и эффективностью использовать возможности Интернета, веб-чатов с цифровым видео и даже текстовые сообщения. Необходимо взять на вооружение всю мощь современных технологий, чтобы доводить нашу информацию» [19]. Тут интересен тот факт, что госсекретарь США Хиллари Клинтон неоднократно заявляла, что США будут помогать интернет-пользователям преодолевать цензурные ограничения в Интернете [12]. Госдепартамент США завел в Twitter собственные микроблоги на арабском языке и языке фарси, адресованные соответственно арабской и иранской аудитории. Очевидно, что США создают мощные информационные рычаги для эффективного информационного воздействия на общественность всех стран мира. Как показывают рассмотренные выше примеры, здесь отработаны технологии проведения стратегических информационных операций по воздействию на мировое общественное мнение.

В той или иной степени этими технологиями пользуются почти все развитые страны. Сегодня все понимают, что позитивная трансформация системы международных отношений требует решительного пересмотра утративших свою адекватность старых догм и стереотипов, и информационная революция может коренным образом изменить ситуацию в мире. Этот опыт особенно важен для развивающихся стран, стремящихся к расширению своей роли в качестве независимого игрока на международной арене. Как показывает практика, если страна в современных условиях не сумеет войти в мировую информационно – телекоммуникационную систему как сильный игрок, то ей придется уступить другим, более развитым в этом отношении государствам.

Таким образом, для развивающихся стран жизненно важной задачей сегодня становится модернизация СМИ, ориентированных на внешнюю аудиторию. Именно эти СМИ и способны создать положительный образ Азербайджана за рубежом, а значит помочь победить в информационной войне, которую, как уже отмечалось выше, ведет каждое государство, независимо от той роли, которую оно играет на мировой политической арене. Трансформация этих СМИ в систему, способную эффективно конкурировать с соперниками за рубежом позволит обеспечить информационную безопасность страны, а главное – создаст еще один важный инструмент для защиты внешнеполитических интересов.

Библиографические ссылки:

1. Аронсон Э. Эпоха пропаганды: Механизмы убеждения, повседневное использование и злоупотребление [Электронный ресурс] / Э. Аронсон, Э. Пратканис / Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/ErohProp/index.php
2. Блинов А. В США появятся силы быстрого реагирования / А. Блинов // Независимая газета. – 2005. – № 208.
3. Вуд Д. Влияние телесети Си-Эн-Эн / Д. Вуд // Америка. – 1991 – № 420.
4. Глассман Д. Брифинг по вопросам общественной дипломатии США и войне идей. 28. 10. 2008. [Электронный ресурс] / Д. Глассман / Режим доступа: <http://www.liberty.ru/groups/russian-world/Brifing-povorprosam-obschestvennoj-diplomatii-SSHA-i-vojne-idej>
5. Засурский Я. Н. Средства массовой информации Великобритании, США в 1992 году / Я. Н. Засурский, С. И. Беглов, Л. М. Землянова // Вестник МГУ. – Сер. 10: Журналистика. – 1993 – № 3. – С. 43-67.
6. Лучинский Ю. Очерки истории зарубежной журналистики [Электронный ресурс] / Ю. Лучинский // Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gum/luch/02.php
7. Михайлов С. А. Международное право и законодательство иностранных государств о СМИ: учеб. пособие / С. А. Михайлов, С. Б. Никонов. – СПб. : С.-Петербург. гос. ун-т, филол. ф-т, 2012. – 150 с.
8. Панарин И. Н. Информационная война и Третий Рим. Доклады. [Электронный ресурс] / И. Н. Панарин / Режим доступа: <http://do.gendocs.ru/docs/index-72028.html>
9. Елков О. Роль СМИ во внешней политике и формировании образа государства в международном массовом сознании [Электронный ресурс] / Олег Елков // Дипломатический вестник Приднестровья – 2011. – №1 (3) апрель. – Режим доступа: <http://www.olvia.idknet.com/ol82-05-11.htm>
10. Президент Рональд Рейган. В поисках мира дорогой свободы. – Вашингтон, 1986 – 312 с.
11. Смолян Г. Л. О формировании информационного общества в России / Г. Л. Смолян, Д. С. Черешкин // Информационное общество. – 1998 – №1. – С. 8-13

12. Федяшин А. Twitter и Facebook как враги государства. Египет, Саудовская Аравия.... РИА «Новости» (27 января 2011 года) [Электронный ресурс] / А. Федяшин / Режим доступа: http://ria.ru/arab_analytics/20110126/326558554.html
13. Шпенглер О. Закат Европы. Очерки морфологии мировой истории. Том 2. Всемирно-исторические перспективы [Электронный ресурс] / Освальд Шпенглер / Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/History/Speng_2/17.php.
14. Naisbitt J. Megatrends 2000: ten new directions for the 1990's / J. Naisbitt, P. Aburdene. – New York: William Morrow and Company, inc., 1990 – 384 p.
15. Toffler A. The Third Wave / A. Toffler. – N. Y. : Morrow, 1980. – 544 p.
16. Samuel A. Nouveau paysage du monde / A. Samuel. – Bruxells, 1990.
17. Schmitt E. Washington recasts terror war as «struggle» / E. Schmitt, T. Shanker // The New York Times. – 27. 07. 2005
18. Fukuyama F. The End of History and the last Man / F. Fukuyama. – N. Y. : Free Press, 1992. – 464 p.
19. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://cnews.ru/news/top/index.shtml?2005/09/09/186287>
20. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://severnyflot.ru/news.php?extend.1062> со ссылкой на Голос Америки, США, 14.02.2008
21. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.anl.az/down/meqale/bakrabochiy/bakrabochiy_oktyabr2009/92613.htm
22. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Г. М. Маклюэн. – М.; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. – 464 с.
23. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=aP7IрGyQZ4>

Везірова Л. А. Роль ЗМІ в міжнародних політичних процесах

Стаття присвячена вивченню взаємодії інститутів державної влади і ЗМІ в процесі розробки і реалізації зовнішньої політики держави. В якості дослідницької задачі була визначена спроба простежити розширення сфери впливу засобів масової інформації на світову політику в історичному аспекті.

Ключові слова: зовнішня політика, ЗМІ, інформація, маніпуляція суспільною свідомістю, протестні мережеві спільноти.

Vezirova L. Role of media in international political processes.

The main content and research of the article is devoted to study the interaction of government institutions and the Mass Media in development and realization of foreign policy. The study has an interdisciplinary character and written in a junction of political science and journalism. As a research problem has been identified an attempt to trace the expansion of the influence of media on world politics in historical perspective. The author cites specific cases of manipulation of public consciousness in recent history and in the history of the XIX and XX centuries. The paper analyzes the scientific research in this area. The author introduced a new concept that determines where information and communication technologies in recent history – «space less and timeless era» and gave a new concept of a specific justification.

Based on the study attempted to analyze the problems of the processes leading to the activation of the major information activities in the international arena and the creation of special centers to promote national ideology abroad. Identified and justified the need for such centers in other countries in order to enhance information security. This trend is also supported by research into the U. S. role in the organization of network communication in modern society, drawing a parallel with the specific statements by U. S. officials. Discussed in detail the effect that make new forms of communication in the development of all spheres of life, and particularly in politics. Based on the analysis of case studies, the degree of participation of today's social networks in the organization of events of so-called «Arab Spring.» The main content of this part of the study is the analysis of the events in Tunisia, Egypt and Libya. Allocated and describes the characteristics and capabilities of Internet censorship. The article may be of interest to both journalists and political scientists, and has a practical value for the development strategy for the country's foreign policy in the future.

Keywords: foreign policy, media, information, manipulation of public opinion, protest online communities.

Надійшла до редколегії 01.03.2013 р.

УДК 355.426

С. О. Вовк

Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

ПАРТИЗАНСЬКА ВІЙНА ЯК ФОРМА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ВІЙНИ

Громадянська війна відрізняється специфічними формами ведення військових дій. В умовах внутрішньої війни партизанська боротьба виступає методом завоювання політичної влади. Мета статті полягає в тому, щоб виокремити закономірності партизанської війни як форми громадянської війни.

Ключові слова: громадянська війна, партизанська війна як форма громадянської війни.

Минуле століття дало величезну кількість прикладів застосування методів партизанської боротьби. Особливої уваги заслуговують випадки використання останньої під час громадянської війни. В подібних випадках партизанська боротьба виступала методом досягнення мети – завоювання політичної влади.

Актуальність дано проблеми визначається тим, що в умовах специфічних військових дій, які характерні громадянській війні, коли відсутні межі між миром та війною, фронтом і тилом, між дозволеним та забороненим, держава та регулярна армія втрачають монополію на насильство, яке починають застосовувати збройні формування, що виникли вже під час внутрішньої війни. Сама війна перестає бути пасивним інструментом державної політики,