

■ ■ ■ О роли средств массовой информации в политических процессах на примере «Арабской весны»

Водянов И.Н.

Посольство Российской Федерации в Арабской Республике Египет, Каир, Арабская Республика Египет.

Аннотация: Статья посвящена анализу возможностей средств массовой информации (СМИ) в моделировании различных политических процессов. Рассмотрены теоретические аспекты влияния СМИ в инспирировании революционных и дестабилизирующих событий, а также описаны ключевые коммуникативно-психологические инструменты их воздействия. Отдельно проанализированы особенности политики средств массовой информации по усилению протестных настроений в Иране в рамках недавних массовых демонстраций. Подробно охарактеризована роль и стратегия СМИ в контексте «Арабской весны» на примере революционных событий в Египте и других арабских странах. Делается вывод о чрезмерном возрастании роли средств массовой информации, в том числе «новых медиа», активно использующих интернет-платформы и социальные сети, в формировании нужного общественного мнения в политических целях.

Ключевые слова: СМИ, революции, протесты, Арабская весна, Ближний Восток, Аль-Джазира, арабские страны, Египет, Иран

Для цитирования: Водянов И.Н. О роли средств массовой информации в политических процессах на примере «Арабской весны» // Коммуникология. 2023. Том 11. № 3. С. 86-99. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-3-86-99.

Сведения об авторе: Водянов Илья Николаевич – третий секретарь Посольства Российской Федерации в Арабской Республике Египет, аспирант факультета журналистики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. Адрес: 12611, Египет, Каир, ул. Гиза, 95. E-mail: ilya.vodyanov@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 08.07.2023. *Принята к печати:* 16.08.2023.

Введение. Ряд современных исследователей, опираясь на базовую концепцию французского мыслителя эпохи Просвещения Ш. Монтескье о разделении властей, выделяет средства массовой информации (СМИ) в качестве новой, «четвертой» ветви власти. Подобная тенденция в научном дискурсе во многом детерминирована возросшей ролью СМИ и различных средств коммуникации в инспирировании и дальнейшем развитии социально-политических процессов. Широкое распространение получил термин «эффект CNN», связанный с освещением действий армии США в ходе войны в Заливе, который в очередной раз подчеркивает тесный симбиоз и «врастание» СМИ в геополитические процессы.

Целью данной статьи станет анализ коммуникационных и психологических методов воздействия СМИ в целях конструирования необходимых политических нарративов, направленных на дестабилизацию внутренней ситуации в различных странах на примере «Арабской весны». Проблематика настоящего исследования заключается в анализе роли СМИ в инспирировании революций в рамках недавних протестов в Иране, а также в арабских странах.

Для написания данной работы использовались различные теоретические методы анализа: аналогия и сравнительный анализ, с помощью которых проводились параллели между ключевыми элементами стратегии различных СМИ в ходе освещения событий в Иране и арабских странах в ходе «Арабской весны»; метод исторической реконструкции, позволяющий воспроизвести хронологию и значение основных событий; синтез и обобщение, благодаря которым создается полноценный комплекс важнейших аспектов влияния средств массовой информации на политические революционные процессы и их важнейших коммуникативно-психологических инструментов.

Роль СМИ в протестных политических процессах: общетеоретические аспекты

Одним из наиболее актуальных и дискуссионных исследовательских вопросов является степень и качество влияния СМИ в контексте протестных и революционных движений. Можно с уверенностью констатировать, что информационное освещение текущих политических процессов является не менее важной компонентой международных отношений в целом, характеризуясь значительной степенью неопределенности и низкой управляемости по аналогии с концепцией ливано-американского ученого Н. Талеба о «черных лебедях» [Талеб].

В данном контексте отечественный исследователь А.А. Бореико выделяет термины «пропаганда» и «революционная коммуникация», которая представляет собой взаимообмен информацией между ключевыми акторами протестных движений и революционных процессов [Бореико]. Опираясь на исторический ретроспективный анализ «бархатных» и «цветных» революций в странах постсоветского пространства и бывшего социалистического блока, можно выделить «медийный» тип революций и протестов. СМИ активно участвовали как до самих событий, так и в момент их непосредственного развития и разрешения.

С другой стороны, очевидным трендом стало взаимное проникновение СМИ и Интернета в контексте протестных и революционных процессов. Более того, на примере «Арабской весны» некоторые ученые рассматривают синтез СМИ и Интернета [Smidi, Shahin], благодаря которому традиционные средства массовой информации получили еще больше возможностей быстрого создания и распространения своего контента, как своего рода «machine infernale» («адскую машину») или «Deus ex machina» («бога из машины»).

Активное развитие информационных технологий позволяет СМИ качественное и количественно «насыщать» свой продукт элементами символизма, которые

оказывают значительное влияние на бессознательное внутри человека [Лиллекер]. Новые средства массовой информации, в частности, «mainstream media», используя потенциал Всемирной сети, смогли обеспечить монополию на освещение политических событий, что ярко проявилось в ходе войны США в Ираке в 2003 году [см. Желтов В.В., Желтов М.В.]. Подобная «однобокость» в политических оценках в той же мере проявилась в Грузии в 2003 году [см. Welt], когда популярный телеканал «Рустави-2» смог вызвать «народный гнев» и мобилизовать протестные акции.

Классическими примерами, подтверждающими возросшее влияние СМИ в контексте технологий смены политических режимов, являются кейсы «революции роз» в Грузии, «оранжевой революции» на Украине, «тюльпановой революции» в Киргизии, а также непосредственно «Арабской весны» [Richter, Kozman]. Примечательно, что американский политолог М. Палмер еще в 2003 году выделил ряд условий, необходимых для свержения неугодных США режимов, среди которых видное место занимали тезисы о поддержке создания либеральных прозападных СМИ вкупе с НПО, массированном и агрессивном продвижении «демократических ценностей», формировании образа «авторитаризма» и «диктатуры» легитимных властей среди населения и встраивании в сознание широких слоев населения западного нарратива [Громова].

С учетом увеличения объемов доступной информации, транслируемой СМИ, а также разнообразия предлагаемого медиаконтента, средства массовой информации функционируют в условиях так называемого «информационного шума», в рамках которого потребители медиапродукта нередко оказываются неспособны к критическому анализу, оказываясь «заложниками» различных новостных потоков. В данной связи СМИ получают возможность не только мобилизовывать общественное сознание посредством индоктринации нужными политическими пассажами, но и де-факто обеспечивать легитимизацию насильственных действий как для внутренней, так и для внешней аудитории, создавая необходимый имидж.

Мощным инструментом СМИ в данной области стала часто используемая стратегия «мифологизации личности», которая, на наш взгляд, во многом опирается на, с одной стороны, особенности человеческой ментальности со склонностью к выделению определенных архетипов, о чем писал Г. Лебон в своей «Психологии народов и масс» [Лебон], а с другой – на своеобразное восприятие реальности человеком «эпохи постмодерна». А. Цуладзе справедливо отмечает тот факт, что СМИ способны «процеживать» нужную информацию, создавая упрощенные для понимания концепты, основанные в большинстве своем на противопоставлении и антитезах («герой» против «антигероя», «народ» против «узурпатора» и т.п.) [Цуладзе].

В системе мифов, в которых господствует дихотомическое восприятие реальности, сформулированное средствами массовой коммуникации, особую роль, как отмечалось ранее, играют противопоставления и антитезы. Как известно, в литературе, в частности, в произведениях детективного жанра, равно как и в

киноискусстве, авторы делают особый акцент на антагонистах, которые должны не только обеспечивать «плотность» сюжета, но и иллюстрировать положительные стороны протагониста, основываясь на контрастах. Подобный имидж «врага» активно формулировался во всех ранее упомянутых протестных процессах.

Традиционные методы в новых условиях: информационные атаки СМИ против Исламской Республики Иран

Одним из наиболее актуальных примеров использования средствами массовой информации определенных технологий манипулирования общественным сознанием и созданием необходимого «информационного шума» стали протесты в Исламской Республике Иран (ИРИ), начавшиеся в сентябре 2022 года. Как отмечает отечественный исследователь Н. Голубкова, в иранском кейсе проявляются имеющиеся у СМИ механизмы борьбы с «сакральной основой государственного суверенитета»¹.

Оппозиционные иранские СМИ, базирующиеся в странах Запада, равно как и сами западные средства массовой информации де-факто апробировали информационную тактику периода протестов “Black Lives Matter”. Американский “The Spectator” провел открытую параллель между смертью молодой иранки Махсы Амини и афроамериканца Джорджа Флойда², что должно было создать соответствующее восприятие событий в Иране со стороны американской аудитории.

К примеру, базирующееся в Лондоне издание “Iran International” и одноименный телеканал, активно продвигали гендерную составляющую протестов, сформировав из М.Амини символ борьбы иранских женщин против насилия и тирании и используя броские лозунги «жертва хиджаба», «Женщина. Жизнь. Свобода», а также «Мы все Махса»³. Американские и европейские СМИ, как и израильские, например, “The Times of Israel”, акцентировали особое внимание на этническом происхождении Амини, которая являлась курдянкой. Данный дискурс в СМИ должен был вызвать недовольство курдов и других национальных меньшинств Ирана – турок-азербайджанцев и белуджей⁴.

¹ Голубкова Н. «Ни серпа, ни чалмы»: технология протестов в Иране для борьбы с сакральной основой государственного суверенитета // РСМД, 23.11.2022 [эл. ресурс]: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/ni-serpa-ni-chalmy-tekhnologiya-protestov-v-irane-dlya-borby-s-sakralnoy-osnovoy-gosudarstvennogo-su/> (дата обращения: 20.05.2023).

² This is Iran's George Floyd moment // The Spectator, 1.10.2022 [эл. ресурс]: <https://thespectator.com/topic/iran-george-floyd-moment-mahsa-amini/> (дата обращения: 20.05.2023).

³ Iranian Social Media Explodes Over Young Hijab Victim // Iran International, 16.09.22 [эл. ресурс]: <https://www.iranintl.com/en/202209169114> (дата обращения: 20.05.2023).

⁴ Сафарян Л. Иранский бунт: несвоевременный и опасный // EADaily, 25.09.22 [эл. ресурс]: <https://eadaily.com/ru/news/2022/09/25/iranskiy-bunt-nesvoevremennyy-i-opasnyy> (дата обращения: 20.05.2023).

Арабские СМИ, например, лондонская газета “Al-Quds Al-Arabi” и саудовское издание “Arab News”, в свою очередь, продвигали тезисы о том, что бывшие иранские лидеры Махмуд Ахмадинежад и Мохаммед Хатами поддержали протесты¹, что должно было продемонстрировать якобы имевший место раскол в правящей элите. Ту же цель преследовала активно распространяемая публикация израильской “The Times of Israel” о том, что сестра верховного лидера ИРИ аятоллы Али Хаменеи Бадри Хоссейни Хаменеи поддержала протесты иранцев и призвала к борьбе с «деспотическим правлением» своего брата².

В свою очередь, иранские оппозиционные СМИ, преследуя цель создания образа «героя-спасителя» или персонифицированного лидера, способного объединить и направить протест, с высокой периодичностью публиковала воззвания и призывы представителей свергнутой в 1979 году правящей династии Пехлеви – сына последнего иранского монарха Резы Пехлеви и последней императрицы Фарах Пехлеви³.

СМИ, Интернет и «Арабская весна»: Mundus vult decipi, ergo decipiatur⁴

Волна протестов и революций, охватившая арабские страны Ближнего Востока и Северной Африки, известная как «Арабская весна», стала очередным подтверждением тезиса о возросшей роли СМИ и Интернета в моделировании и освещении политических процессов [Вавилов]. В то же время нельзя игнорировать объективные факторы социально-политического и социально-экономического характера, приведших к трагическим событиям «Арабской весны». В данном контексте СМИ лишь активно использовали и зачастую гиперболизировали нужные для себя данные в политических целях [Васильева, Саватеев, Исаев].

Однако западные средства массовой информации, как и ряд арабских СМИ, эффективно эксплуатировали имеющиеся и апробированные инструменты «информационной войны», о которых говорилось ранее. В частности, мифологизация личности и персонификация протестов в полной мере проявилась в Тунисе в ходе «Арабской весны» [Долгов]. Так, молодой торговец фруктами Мухаммед Буазизи после самосожжения быстро приобрел ореол мученика, активно продвигаемый западными СМИ и «Аль-Джазирой».

¹ Iranian ex-president lauds anti-regime protests // Arab News, 7.12.2022 [эл. ресурс]: <https://www.arabnews.com/node/2212206/middle-east> (дата обращения: 20.05.2023).

² Sister of Iran's Supreme Leader Khamenei backs protests, slams his 'despotic' rule // The Times of Israel, 7.12.2022 [эл. ресурс]: <https://www.timesofisrael.com/sister-of-iran-supreme-leader-khamenei-backs-protests-slams-his-despotic-rule/> (дата обращения: 20.05.2023).

³ Iranian Exiled Prince Calls For More Protests On Tuesday // Iran International, 14.03.2023 [эл. ресурс]: <https://www.iranintl.com/en/202303146090> (дата обращения: 20.05.2023).

⁴ С лат. – «мир жаждет быть обманутым, так пусть он будет обманут».

СМИ смогли успешно сконструировать образ «героя из народа», который должен был выступить выразителем чаяний и требований молодежи, ставшей движимой силой протестных движений в ряде арабских стран [Маленьких]. В то же время создание посредством СМИ мифа о М. Буазизи в действительно не опиралось на реальную фактологию [Smidi, Shahin].

В частности, молодой тунисец не являлся выходцем из среды образованной молодежи, которая характеризуется в научной литературе в качестве основного катализатора протеста. Буазизи не только не являлся «26-летним выпускником колледжа из глухого тунисского города», но и не смог закончить даже старшие классы школы, несмотря на соответствующие утверждения в оппозиционных и западных СМИ¹.

Другим примером открытой фальсификации данных в угоду политическим целям стало «предсмертное письмо Буазизи к соотечественникам», в котором он якобы призывал народ к восстанию. Впоследствии выяснилось, что заявление, опубликованное в Интернете и СМИ, оказалось подделкой и было сделано полным тезкой тунисца².

Параллельно СМИ способны продвигать десакрализацию и демифологизацию властей, что произошло в Ливии в 2011 году [Видясова]. Особый интерес вызывает высокая адаптируемость средств массовой информации к ментальным и психологическим особенностям целевой аудитории, что в полной мере проявляется в конечном медиапродукте.

Так, столь респектабельное и всемирно известное издание “The New York Times” активно продвигало сюжет о том, что от Муаммара Каддафи бежала его медсестра-украинка³, что должно было продемонстрировать утрату ливийским лидером его бывшей харизмы и «маскулинности», которые высоко ценятся в арабомусульманских сообществах. Подобные сюжеты должны были также доказать ослабление позиций ливийского лидера и его неспособность контролировать внутривнутриполитическую ситуацию.

В то же время ряд СМИ напрямую прибегал к фальсификациям и крайне политизированным методам освещения происходящих событий. В частности, данный подход особенно ярко проявился в рамках сирийского конфликта. Американское издание “The Wall Street Journal” активно продвигало тезис о том, что российские ВКС не наносили удары по террористам, а их основной целью якобы стали «повстанцы», что должно было создать необходимый «ореол мучеников» [Кочергина].

¹ С лат. – «мир жаждет быть обманутым, так пусть он будет обманут».

² Arab leaders meet, Tunisia on their minds // Los Angeles Times, 20.01.2011 [эл. ресурс]: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2011-jan-20-la-fg-arab-leaders-20110120-story.html> (дата обращения: 20.05.2023).

³ Qaddafi Appears to Lose Steadfast Nurse // The New York Times, 27.02.2011 [эл. ресурс]: <https://www.nytimes.com/2011/02/28/world/africa/28nurse.html> (дата обращения: 20.05.2023).

Подобные пассажи также публиковались “The New York Times”: газета прямо обвиняла Россию в неспособности урегулировать конфликт и в нанесении ударов по территориям оппозиции. Данные публикации формировали негативный образ Москвы в регионе, а также преподносили оппозиционеров в качестве истинных «борцов за свободу», сражающихся против «тирании» Асада и России [Кочергина].

Стоит отметить, что американские СМИ активно освещали события «Арабской весны», делая особый акцент на обвинениях в адрес правящих режимов, которые представлялись как «оплоты диктатуры», подавляющие ростки демократии в арабских странах, а также концентрируясь на создании негативного имиджа ключевых геополитических конкурентов – России и Ирана [Клейб].

Другим примером явных фальсификаций стали репортажи «Аль-Джазиры», посвященные событиям в Ливии. Так, в августе 2011 года «Аль-Джазира» опубликовала кадры, доказывающие окончательную победу вооруженных повстанцев в Триполи. Однако затем стало доподлинно известно, что данный репортаж являлся полностью постановочным и был снят в окрестностях Дохи, где в специальных павильонах были созданы необходимые декорации [Грабельников, Дерхами].

СМИ использовали Интернет, размещая фотографии и видеоматериалы, демонстрирующие рост насилия интенсификацию протестов, что должно было создать «атмосферу гнева» среди наиболее восприимчивых к демонстрациям слоев населения, в частности молодежи [Richter, Kozman]. Как отмечает арабский исследователь М. Зайяни, особенно активно подобные кадры распространяли «Аль-Джазира» и “France 24” [Zayani et al.]. Различные политические силы отчетливо осознавали мобилизационный потенциал молодежи и «обездоленных» представителей арабского социума.

В этой связи СМИ продвигали конфронтационные идеи, подкрепляя их публикациями, демонстрирующими проявления насилия. Все эти манипуляции общественным мнением приводили к настоящему «народному гневу» – «аль-хадаб аш-шаабий», – ставшему одним из ключевых лозунгов «Арабской весны». В частности, подконтрольный шиитскому движению «Хизбалла» спутниковый канал «Аль-Манар» размещал материалы, укреплявшие антагонистические настроения в отношении суннитов, которые обвинялись в «сектантстве» и «такфиризме» [Zayani et al.].

СМИ как один из ключевых акторов «египетской революции»

«Арабская весна» в Египте стала очередным доказательством того, как СМИ и Интернет активно используются для формирования нужного общественного мнения, при этом необходимые нарративы зачастую могут конструироваться деструктивными политическими силами [Водянов 2022]. Примечательно, что западные масс-медиа уделяли наибольшее внимание освещению событий, в частности столкновений между протестующими и правительственными силами, в ходе «Арабской весны» именно в Египте, что стало так называемым «геймченджером» (“game changer”) в регионе (таб. 1).

Таблица 1. Упоминание стран в западных СМИ в ходе «Арабской весны» / Mention of countries in Western media during the Arab Spring [Rasul, Asim]

Страна	Кол-во упоминаний	%
Египет	71	37,4
Сирия	25	13,2
Ливия	4	2,1
Тунис	14	7,4
Бахрейн	15	7,9
Йемен	12	6,3
Иордания	6	3,2
Другие страны Ближнего Востока	37	19,5
Другие страны	6	3,2
Итого:	190	100

Особо активную роль в разжигании протестных настроений сыграла катарская «Аль-Джазира», которая организовала интенсивное освещение новостей с акцентом на столкновения и насилие, что должно было создать колоссальное общественное недовольство действиями властей во главе с Х. Мубараком. Примечательно, как отмечает палестинский исследователь М. Мухаммед Абдалла Ареф, что «Аль-Джазира» неизменно транслировала и распространяла фото- и видеоматериалы со знаменитой площади ат-Тахрир («Освобождение») [Muhammed Abdalla Aref].

С учетом символического и исторического значения этой площади «Аль-Джазира» настраивала широкие слои населения на борьбу с правящим режимом во имя нового египетского «освобождения» от «тирании» Мубарака [Basyuni Namada]. Ввиду идеологической близости и поддержки движения «Братьев-Мусульман» («Аль-Ихван Аль-Муслимун») со стороны официальной Дохи [Васильев и др.], после того, как в Египте были заблокированы их новостные сервисы, именно «Аль-Джазира» предоставила «Ихванам» платформу для распространения их идей [Howard, Muzammil].

Нельзя не отметить, что ряд государственных и правительственных СМИ по мере развития революционных событий в стране также фактически перешли «на сторону народа» – мощнейшим ударом для властей стали подобные действия знаменитой и авторитетной газеты «Аль-Ахрам». Наиболее активную роль в освещении протестных акций, помимо вышеупомянутой «Аль-Джазиры», сыграли частные и независимые издания [Richter, Kozman].

Однако в данном контексте необходимо указать на своеобразную дихотомию, проявившуюся в полной мере в Египте: с одной стороны, сами масс-медиа выступали «рупором революции», но с другой – им самим зачастую приходилось

адаптироваться под формирующиеся в стране политические настроения [Owais]. В той же «Аль-Ахрам» призывали власти смириться с «чаяниями молодых людей и мечтами народа» [Грабельников, Тамух Мохаммед], что автоматически означало поддержку требований протестующих.

Немаловажную роль в разжигании антимубаракских настроений сыграли публикации западных СМИ, в частности британской «The Guardian». Газета выпустила обширный материал, раскрывающий тайны «бизнес-империи» Х. Мубарака и его семьи [Грабельников, Тамух Мохаммед], в том числе его сына Гамалея, который рассматривался им как будущий преемник. Символично, что «The Guardian» опубликовала свой компрометирующий доклад именно в разгар «Арабской весны» в Египте. Очевидно, что данный материал был «подхвачен» местными оппозиционными масс-медиа.

Мощные финансовые ресурсы «Аль-Джазиры» позволили ей обеспечить освещение протестных событий не только в самом Каире, но также в Александрии и Суэце, где на постоянной основе действовали ее репортеры. «Аль-Джазира» пыталась выступать в роли «глаза народного», записывая интервью с обычными египетскими гражданами [Alalawi], что должно было создать атмосферу единения всего общества в борьбе против Х. Мубарака.

Телеканал также активно размещал свои публикации в социальных сетях и на YouTube. Данная стратегия оправдывала себя и уже доказала свою эффективность в Тунисе: подавляющее большинство опрошенных граждан в Египте и Тунисе (88% и 84% соответственно) указало, что черпает политическую информацию именно из социальных сетей¹. В «Аль-Джазире» осознавали важность быстрых коммуникаций в условиях дестабилизации внутривнутриполитической обстановки в Египте и других арабских странах, а целевой аудиторией ее материалов становилась молодежь – наиболее активные пользователи сети Интернет и различных соцсетей.

Свержение Х. Мубарака, ставшее результатом «народного гнева», во многом направлялось СМИ, которые сумели эффективно мобилизовать «пассионарные» слои населения Египта, если выражаться терминами Л.Н. Гумилева. Более того, тот факт, что к власти впоследствии пришел М. Мурси, представитель «Партии свободы и справедливости», родственной «Братьям-Мусульманам», подтвердил эффективность продвижения «Аль-Джазирой» «Ихванов» [Водянов 2023]. Бесспорно, глубинные причины египетской революции 2011 г. во многом кроются в накопившихся социально-экономических проблемах и общественно-политических противоречиях [Гринин, Исаев, Коротаев], однако масс-медиа создали безапелляционно антагонистический дискурс, враждебный властям.

¹ Social media and Arab spring: What impact? Digital Media Knowledge [эл. ресурс]: <https://digitalmediaknowledge.com/medias/social-media-and-arab-spring-what-impact/> (дата обращения: 21.05.2023).

Заключение. Средства массовой информации на современном этапе своего развития прошли своеобразный эволюционный путь, оказывая все большее влияние на конструирования общественного сознания, что активно используется в политических целях. Более того, СМИ способны создавать нужные нарративы, непосредственно воздействуя на различные слои населения, крайне восприимчивые к новым методам коммуникаций.

При этом СМИ пользуются наработанными и довольно эффективными средствами психологического давления, опираясь на особенности человеческого восприятия окружающей его действительности. Мифологизация, фальсификации и разжигание насильственных настроений стали неотъемлемой частью политической деятельности масс-медиа.

Необходимо отметить, что наиболее ярко СМИ проявляют себя именно в контексте революционных процессов за счет своих ресурсов, позволяющих мобилизовать широкие слои населения. При этом СМИ не гнушаются пользоваться «благами» информационно-технологического прогресса, прибегая к «помощи» Интернета и социальных сетей.

Появление модернизированных средств коммуникаций, обеспечивающих непрерывное и качественно новое взаимодействие с целевой аудиторией, в частности молодежью, сделало средства массовой информации еще более «грозным оружием». В условиях нарастания геополитической конкуренции в современном мире политизация явилась одним из отчетливых тенденций развития СМИ.

Ярким примером, подтверждающим данные тезисы, стали действия различных средств массовой информации в Иране и в арабских странах в ходе «Арабской весны». Западные, израильские, азербайджанские и некоторые арабские СМИ стремились обеспечить нужное «информационное прикрытие» для протестов в Исламской Республике, сознательно «выпячивая» наиболее острые проблемы в Иране – социально-экономические и этноконфессиональные, разыгрывая «сепаратистскую карту» среди курдов, тюрок-азербайджанцев и белуджей [Кепель].

В свою очередь, «Арабская весна», вызванная рядом объективных внутренних социальных, экономических и политических причин, тем не менее, активно поддерживалась СМИ, в первую очередь «Аль-Джазирой». Политизированные и зачастую необъективные, а иногда и просто фальсифицированные репортажи данного катарского медиа-гиганта в полной мере отражали нужные официальной Дохе пассажи.

Примечательно, что, несмотря на жесткую цензуру в большинстве арабских стран, «Аль-Джазира», используя технологические «блага» современного прогресса, в частности социальные сети, смогла трансформироваться в мощнейшее политическое орудие Катар, компенсирующего ограниченность своих военно-силовых ресурсов. В то же время столь агрессивная медийная политика «Аль-Джазир», проявившаяся в полной мере в Египте, Ливии и Сирии, привела к последующему падению ее авторитета среди арабской аудитории.

Таким образом, еще никогда прежде масс-медиа, включая телевидение, радио и, конечно, Интернет (YouTube, Twitter, Facebook/Meta*), не играли столь заметной роли в контексте революций, как то было в 2010-2011 гг. в ходе «Арабской весны» [Holtschke]. Ярчайшим примером, который в очередной раз подтверждает выдвинутый тезис, стала «Аль-Джазира», сумевшая, как отмечают сами арабские авторы, стать силой, способной организовывать как «смуту» (с араб. яз. – «фитна»), так и революции¹.

Источники

Арабский кризис и его международные последствия / Под общ. ред. А.М. Васильева. Отв. ред. А.Д. Саватеев, Л.М. Исаев. М.: ЛЕНАНД, 2014.

Борейко А.А. (2011). Роль СМИ в «Цветных» революциях: коммуникативный аспект // Современные исследования социальных проблем. №3. С. 12-26.

Вавилов А.И. (2018). Катаклизмы «арабской весны». М.: Библос консалтинг.

Видясова М.Ф. (2019). Ливия. Куда идет страна 140 племен? М.: ООО «Садра».

Водянов И.Н. (2022). Особенности медиадискурса Египта // Коммуникология. Т. 10. № 1. С. 129-137. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-1-129-137>

Водянов И.Н. (2023). СМИ как основной компонент мягкой силы Катар / Коммуникология. Т. 11. № 2. С. 13-27. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2023-11-2-13-27>

Грабельников А.А., Дерхами А. (2015). Освещение событий «Арабской весны» телеканалом «Аль-Джазира» // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. № 2. С. 75-80.

Грабельников А.А., Тамух Мохаммед А. (2012). СМИ в египетской революции 2011 года // Известия ПГУ им. В.Г. Белинского. № 27. С. 252-255.

Гринин Л.Е., Исаев Л.М., Коротаев А.В. (2015). Революции и нестабильность на Ближнем Востоке. М.: Московская редакция издательства «Учитель».

Громова А.В. (2008). Роль СМИ в обращении «Цветных революций» // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. № 2. С. 46-56.

Долгов Б.В. (2017). Феномен «Арабской весны» 2011–2016 гг.: Причины, развитие, перспективы. Тунис, Египет, Ливия, Сирия, Алжир / Отв. ред. И.Д. Звягельская. М.: ЛЕНАНД.

Желтов В.В., Желтов М.В. (2014). Интернет, протестные движения и арабская весна // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. No. 1 (24). Р. 189-204.

Кепель Ж. (2021). Выйти из хаоса. Кризисы на Ближнем Востоке и в Средиземноморье. М.: Политическая энциклопедия.

Клейб С. (2018). Разрушение Сирии или уход Асада: М.: Библос консалтинг.

Кочергина М.Э. (2016). Новые формы и методы противостояния России и США: освещение в СМИ «Арабской весны» в Сирии, геополитический аспект // Вестник МГУП имени Ивана Федорова. № 2 [el. source]: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-formy-i-metody-protivostoyaniya-rossii-i-ssha-osveschenie-v-smi-arabskoy-vesny-v-sirii-geopoliticheskiy-aspekt> (дата обращения: 21.05.2023).

Лебон Г. (2017). Психология народов и масс. М.: АСТ.

¹ Канату Джазирати Катар: мин сынаати ль-Фитна иля сынаати ас-Саурат...? [Катарский канал «Аль-Джазира»: от организации смуты до организации революций?]. Бавабату Ифрикыя аль-Ихбарийя [эл. ресурс]: <https://goo.su/x7uGw> (дата обращения: 21.05.2023).

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

Лиллекер Д. (2021). Политическая коммуникация. Ключевые концепты. М.: Гуманитарный центр.

Маленьких Е.А. (2013). Роль СМИ в мифологизации личности во время «Арабской весны» // Вестник РГГУ. Серия: Литературоведение. Языкознание. Культурология. № 7 (108). С. 65-72.

Схватка за Ближний Восток: Региональные акторы в условиях реконфигурации ближневосточного конфликта / Отв. ред. А.М. Васильев, А.В. Коротаев, Л.М. Исаев. М.: ЛЕНАНД, 2019.

Талей Н. (2022). Черный лебедь. Под знаком непредсказуемости. М.: Колибри.

Цуладзе А.М. (2003). Политическая мифология. М.: Изд-во «Эксмо».

Шишкина А. (2014). Интернет-цензура и «Арабская весна» // Россия и мусульманский мир. № 8 (266). С. 182-194.

Alalawi N. (2015). How Media Covered “Arab Spring” Movement: Comparison between the American Fox News and the Middle Eastern Al Jazeera. *Journal of Mass Communication & Journalism*. Vol. 5. P. 5-11. <https://doi.org/10.4172/2165-7912.1000281>

Basyuni Hamada I. (2019). Murjaatu Kitab: Al-I'lam as-Sisyasiy va Sinaatu ar-Rei al-Amm khilala Saurati ar-Rabii al-Arabiyy: Kanatu Al-Jazeera al-Ikhbariya Namuzajan [Обзор книги: «Политические СМИ и организация общественного мнения в ходе революций «Арабской весны»: на примере новостного канала «Аль-Джазира»]. *Qatar University Press*. V. 3 (2). P. 108-113.

Holtschke E. (2013). The Role of Media during the Arab Spring with Particular Focus on Libya. Seminar paper. GRIN Verlag.

Howard P.N., Muzammil M.H. (2013). Democracy's Fourth Wave? In: Digital Media and the Arab Spring. Oxford Studies in Digital Politics.

Muhammed Abdalla Aref M. Davru Kanati Al-Jazeera al-Fadaiya fi Ahdas at-Tahhir as-Siyasiy fi al-Watani al-Arabiyy (As-Saura al-Mysriya Namuzajan) [Роль спутникового канала «Аль-Джазира» в осуществлении политической трансформации в арабском мире (на примере египетской революции)]. Nablus: National University “An-Najah”.

Owais R. (2011). Arab Media during the Arab Spring in Egypt and Tunisia: Time for Change. *Middle East Media Educator*. V. 1 (1). P. 9-13. <https://doi.org/ro.uow.edu.au/meme/vol1/iss1/2>

Rasul A., Asim M. (2014). How US newspapers framed the Arab Spring. *Media Asia*. V. 41. P. 86-100. <https://doi.org/10.1080/01296612.2014.11690002>

Richter C., Kozman C. (2021). Arab Media Systems. Open Book Publishers.

Smidi A., Shahin S. (2017). Social Media and Social Mobilisation in the Middle East: A Survey of Research on the Arab Spring. *India Quarterly*. No. 73 (2). P. 196-209.

Welt C. (2006). Regime Vulnerability and Popular Mobilization in Georgia's Rose Revolution. CDDRL Working Papers. Stanford University. No. 67 [el. source]: https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/legacy_files/files/media/csis/pubs/061005_ruseura_no67welt.pdf (accessed: 08.06.2023).

Zayani M., Harb Z., Al-Najjar A., eds. (2016). Bullets and Bulletins: Media and Politics in the Wake of the Arab Uprisings. Doha: Hurst Publishers, Georgetown University Qatar.

■ ■ ■ On the Role of the Media in Political Processes: the Arab Spring

Vodyanov I.N.

Embassy of the Russian Federation in the Arab Republic of Egypt, Cairo, Egypt.

Abstract. This article analyses the potential of the media in modeling different political processes. It examines theoretical aspects of media influence in instigating revolutionary and destabilising events and describes the key communicative-psychological tools of influence. The article also analyses the specifics of media policy to reinforce protest sentiments in Iran during the recent mass demonstrations. It describes in details the role and strategy of the media in the context of the Arab Spring, using the revolutionary events in Egypt and other Arab countries as an example. The article concludes that the media, including the “new media”, actively using Internet platforms and social media, plays an increasingly important role in shaping public opinion for certain political purposes.

Keywords: mass media, revolutions, protests, Arab Spring, Middle East, Al Jazeera, Arab countries, Egypt, Iran

For citation: Vodyanov I.N. (2023). On the role of the media in political processes: the Arab Spring. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 3. P. 86-99. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-3-86-99.

Inf. about the author: Vodyanov Ilya Nikolaevich – Third Secretary of the Embassy of the Russian Federation in the Arab Republic of Egypt, doctoral student of the Faculty of Journalism of the Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 12611, Egypt, Cairo, Giza st., 95. E-mail: ilya.vodyanov@gmail.com.

Received: 08.07.2023. *Accepted:* 16.08.2023.

References

- Alalawi N. (2015). How Media Covered “Arab Spring” Movement: Comparison between the American Fox News and the Middle Eastern Al Jazeera. *Journal of Mass Communication & Journalism*. Vol. 5. P. 5-11. <https://doi.org/10.4172/2165-7912.1000281>
- Basyuni Hamada I. (2019). Murjaatu Kitab: Al-I'lam as-Sisyasiy va Sinaatu ar-Rei al-Amm khilala Saurati ar-Rabii al-Arabiyy: Kanatu Al-Jazeera al-Ikhbariyya Namuzajan [Обзор книги: «Политические СМИ и организация общественного мнения в ходе революций «Арабской весны»: на примере новостного канала «Аль-Джазира»]. *Qatar University Press*. V. 3 (2). P. 108-113.
- Boreyko A.A. (2011). The role of the media in “Color” revolutions: the communicative aspect // *Modern studies of social problems*. No. 3. P. 12-26 (In Rus.).
- Dolgov B.V. (2017). The phenomenon of the “Arab Spring” 2011–2016: Causes, development, prospects. Tunisia, Egypt, Libya, Syria, Algeria / ed. I.D. Zvyagelskaya. M.: LENNAND (In Rus.).
- Grabelnikov A.A., Derhami A. (2015). Coverage of the events of the “Arab Spring” by the Al-Jazeera TV channel. *RUDN University Bulletin. Series: Literary criticism, journalism*. No. 2. P. 75-80 (In Rus.).
- Grabelnikov A.A., Tamukh Mohammed A. (2012). Media in the Egyptian revolution of 2011. *News of PSU named after. V.G. Belinsky*. No. 27. P. 252-255 (In Rus.).
- Grinin L.E., Isaev L.M., Korotaev A.V. (2015). *Revolutions and instability in the Middle East*. M.: Moscow edition of the publishing house “Teacher” (In Rus.).
- Gromova A.V. (2008). The role of the media in the circulation of “Color Revolutions”. *Bulletin of RUDN University. Series: Literary criticism, journalism*. No. 2. P. 46-56 (In Rus.).

- Holtschke E. (2013). The Role of Media during the Arab Spring with Particular Focus on Libya. Seminar paper. GRIN Verlag.
- Howard P.N., Muzammil M.H. (2013). Democracy's Fourth Wave? In: Digital Media and the Arab Spring. Oxford Studies in Digital Politics.
- Kepel J. (2021). Get out of chaos. Crises in the Middle East and Mediterranean. M.: Political Encyclopedia (In Rus.).
- Kleib, S. (2018). The destruction of Syria or the departure of Assad: M.: Byblos consulting (In Rus.).
- Kochergina M.E. (2016). New forms and methods of confrontation between Russia and the United States: media coverage of the "Arab Spring" in Syria, geopolitical aspect // Bulletin of the Ivan Fedorov Moscow State University. No. 2 [el. source]: <https://cyberleninka.ru/article/n/novye-formy-i-metody-protivostoyaniya-rossii-i-ssha-osveschenie-v-smi-arabskoy-vesny-v-sirii-geopoliticheskiy-aspekt> (date access: 05/21/2023) (In Rus.).
- Lebon G. (2017). Psychology of peoples and masses (transl.). M.: AST (In Rus.).
- Lilleker D. (2021). Political communication. Key concepts. M.: Humanitarian Center (In Rus.).
- Malenkikh E.A. (2013). The role of the media in the mythologization of personality during the "Arab Spring". *Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Series: Literary Studies. Linguistics. Culturology*. No. 7 (108). P. 65-72 (In Rus.).
- Muhammed Abdalla Aref M. Davru Kanati Al-Jazeera al-Fadaiya fi Ahdas at-Tahiir as-Siyasiy fi al-Watani al-Arabiyyi (As-Saura al-Mysriya Namuzajan) [Роль спутникового канала «Аль-Джазира» в осуществлении политической трансформации в арабском мире (на примере египетской революции)]. Nablus: National University "An-Najah".
- Owais R. (2011). Arab Media during the Arab Spring in Egypt and Tunisia: Time for Change. *Middle East Media Educator*. V. 1 (1). P. 9-13. <https://doi.org/ro.uow.edu.au/meme/vol1/iss1/2>
- Rasul A., Asim M. (2014). How US newspapers framed the Arab Spring. *Media Asia*. V. 41. P. 86-100. <https://doi.org/10.1080/01296612.2014.11690002>
- Richter C., Kozman C. (2021). Arab Media Systems. Open Book Publishers.
- Shishkina A. (2014). Internet censorship and the Arab Spring. *Russia and the Muslim World*. No. 8 (266). P. 182-194 (In Rus.).
- Smidi A., Shahin S. (2017). Social Media and Social Mobilisation in the Middle East: A Survey of Research on the Arab Spring. *India Quarterly*. No. 73 (2). P. 196-209.
- Taleb N. (2022). Black Swan. Under the sign of unpredictability. M.: CoLibri (In Rus.).
- Tsuladze A.M. (2003). Political mythology. M.: Publishing house Eksmo (In Rus.).
- Vasiliev A.M., Korotaev A.V., Isaev L.M., eds. (2019). The fight for the Middle East: Regional actors in the context of the reconfiguration of the Middle East conflict. M.: LENAND (In Rus.).
- Vasilyeva A.M., Savateev A.D., Isaev L.M., eds. (2014). The Arab crisis and its international consequences. M.: LENAND (In Rus.).
- Vavilov A.I. (2018). Disasters of the Arab Spring. M.: Byblos consulting (In Rus.).
- Vidyasova M.F. (2019). Libya. Where is the country of 140 tribes going? M.: Sadra LLC (In Rus.).
- Vodyanov I.N. (2022). Features of Egyptian media discourse. *Communicology*. V. 10. No. 1. P. 129-137 (In Rus.). <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2022-10-1-129-137>
- Vodyanov I.N. (2023). Media as the main component of Qatar's soft power. *Communicology*. V. 11. No. 2. P. 13-27 (In Rus.). <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2023-11-2-13-27>
- Welt C. (2006). Regime Vulnerability and Popular Mobilization in Georgia's Rose Revolution. CDDRL Working Papers. Stanford University. No. 67 [el. source]: https://csis-website-prod.s3.amazonaws.com/s3fs-public/legacy_files/files/media/csis/pubs/061005_ruseura_no67welt.pdf (accessed: 08.06.2023).
- Zayani M., Harb Z., Al-Najjar A., eds. (2016). Bullets and Bulletins: Media and Politics in the Wake of the Arab Uprisings. Doha: Hurst Publishers, Georgetown University Qatar.
- Zhelto V.V., Zheltov M.V. (2014). Internet, protest movements and the Arab Spring. *Territory of New Opportunities. Bulletin of Vladivostok State University of Economics and Service*. No. 1 (24). P. 189-204 (In Rus.).