

А. Н. Маринович

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ СИРИЙСКОГО КОНФЛИКТА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИМИ МЕДИА РФ И США

Аннотация: На протяжении семи лет внимание мировой общественности привлечено к вооруженному конфликту в Сирийской Арабской Республике. В конфликт так или иначе вовлечены мировые и региональные державы, что свидетельствует о его нелокальном характере. Происходящие в Сирии события имеют последствия не только в регионе, но и в мире, в связи с чем сирийская тематика – неотъемлемая часть информационной повестки мировых СМИ. Конфликт широко освещается в медиа и имеет своего рода вторую, информационную реальность. В статье показано, как события, разворачивающиеся в Сирии, освещаются в общественно-политических медиа РФ и США. Актуальность исследования информационной составляющей сирийского конфликта обусловлена ролью современных медиа в политической сфере, а также нестабильностью современного миропорядка, вследствие чего в разных уголках мира разгораются новые конфликты. Выявление особенностей освещения конфликта на примере сирийских событий, вероятно, позволит лучше понимать некоторые особенности освещения последующих нестабильных ситуаций.

Ключевые слова: Сирия, конфликт, общественно-политические медиа, информационная повестка

Anna N. Marinovich

FEATURES OF COVERAGE OF THE SYRIAN CONFLICT BY SOCIO-POLITICAL MEDIA OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE UNITED STATES

Abstract: For seven years, international attention has been drawn to the armed conflict in the Syrian Arab Republic. The world and regional powers are involved in the conflict one way or another, which evidenced about its non-local nature. The events taking place in Syria have consequences not only in the region, but also in the world, and the Syrian theme is an integral part of the information agenda of the world media. The conflict is widely covered in the media and it has a kind of second, information reality. The article demonstrates how the events unfolding in Syria are covered in the socio-political media of the Russian Federation and the United States. The relevance of research of the information component of the Syrian conflict is conditioned by the role of modern media in the political sphere, as well as it conditioned by the instability of the modern world order, in consequence new conflicts are beginning to flare up in different parts of the world. Identifying features of the coverage of the conflict on the example of the Syrian events is likely to make it possible to better understand certain features of the coverage of subsequent unstable situations.

Key words: Syria, conflict, socio-political media, information agenda

Одним из последствий развития и широкого распространения информационно-коммуникационных технологий стали интенсивное проникновение медиа в повседневность и активная вовлеченность общественности в виртуальное информацион-

ное пространство: по данным Global Web Index, в 2017 г. количество интернет-пользователей по всему миру превысило 4 млрд человек, каждый из которых в среднем пользуется интернетом по шесть часов в день [12]. Медиа как один из субъектов, генерирующих виртуальное информационное пространство, обладают исключительными возможностями оказывать влияние, а нередко и определять представления о политических событиях и политические предпочтения широкой аудитории.

Большой объем ежедневно публикуемых новостей (согласно докладу Яндекс.Метрика, в 2014 г. только 4,6 тыс. российских медиа ежедневно публиковали около 47 тыс. сообщений [2]) зачастую продавливают критическое восприятие информации, оказывая существенное влияние на восприятие общественностью политической реальности, задавая модели политического поведения, что определяет крайне высокую значимость медиа в современных политических процессах.

Современные исследователи отмечают тенденцию взаимного влияния политического и информационного пространств, значимости медиа в современных политических процессах, в особенности во время «цветных революций» и «арабской весны» [9; 13; 14; 17; 18]. С одной стороны, обладая широкой аудиторией, технологическими возможностями сбора и распространения информации, медиа могут оказывать влияние на политические процессы через формирование определенных установок и предпочтений среди читателей. С другой стороны, осознавая влияние современных медиа и виртуального информационного пространства на общественное мнение, представителями правительственных структур отмечена необходимость выстраивания коммуникации с гражданами и влияние на формирование информационной повестки посредством использования информационно-коммуникационных технологий, социальных медиа. Выстраивание политической плоскости в виртуальное информационное пространство создает условия для легитимизации в публичном пространстве принимаемых властью решений, непосредственного влияния на общественное мнение, изучение общественных настроений, воздействия на информационную повестку как на внутригосударственном, так и на внешнеполитическом уровнях.

Показательным примером, наглядно демонстрирующим неотъемлемость медийной составляющей современных политических процессов, является сирийский вооруженный конфликт, начавшийся в 2011 г. и продолжающийся по сегодня. На протяжении семи лет сирийская тематика – одна из широко освещаемых тем в информационной повестке российских, европейских, американских медиа, медиа стран Ближнего Востока. Так, к примеру, по данным Scan-Интерфакс, в среднем за месяц по теме «Сирия» в интернете публикуется порядка 20 тыс. новостных сообщений на русском языке.

Выявление особенностей освещения сирийского конфликта общественно-политическими медиа представляется актуальным в том числе и потому, что мир претерпевает серьезные трансформации, связанные с кризисом глобального мироустройства, вследствие чего в разных уголках Земли разгораются новые конфликты. Как представляется, сирийский конфликт – не последнее вооруженное противостояние в современных геополитических реалиях, которое будет активно освещаться мировыми медиа, и выявление особенностей

формирования информационной повестки одной ситуации может быть релевантно в случае с другими конфликтами.

Для анализа медийной повестки о сирийском конфликте нами были отобраны новостные сюжеты российских и американских качественных общественно-политических медиа, размещенные на официальных сайтах изданий «Коммерсантъ» (*Ъ*, www.kommersant.ru), *РБК* (rbc.ru), *The Wall Street Journal* (*WSJ*, www.wsj.com), *The New York Times* (*NYT*, www.nytimes.com), опубликованные за период с конца 2010 по конец 2017 гг. Всего было отобрано около 1,5 тыс. публикаций, что представляется достаточным для выявления особенностей освещения конфликта и определения приемов и механизмов, используемых корреспондентами РФ и США при освещении сирийских событий.

При выборе стран мы руководствовались следующими критериями: РФ и США являются не только ключевыми субъектами, влияющими на ход сирийского конфликта, но и ведущими игроками в глобальном информационном пространстве, заявления официальных представителей которых о сирийских событиях задают повестку для обсуждений на международном уровне.

Выбор медиа обусловлен следующими факторами. Как отмечает Д. Л. Стровский, деловые общественно-политические средства массовой информации общепринято «воспринимаются на фоне других типов СМИ как источник надежной, проверенной, политически взвешенной информации» [14]. Сообщения в этих медиа пользуются доверием за счет привлечения известных и авторитетных экспертов, публикацией проверенной и нередко эксклюзивной информации. Также отобранные медиа принадлежат к числу лидеров по охвату аудитории в РФ и США; у них высокий индекс цитирования в СМИ, публикации отличаются наличием экспертных оценок, аналитическим подходом, взвешенностью подачи информации. Издания имеют длительную историю освещения политических событий.

Среднемесячная аудитория данных медиа (по данным агентства Медиалогия и годовым отчетам компаний) насчитывает миллионы уникальных пользователей: *Ъ* – 9 млн, *РБК* – 9,6 млн, *NYT* – 78,1 млн, *WSJ* – 42,4 млн. По данным MegaIndex популярность изданий высока. Так, в январе 2018 г. сайт *Ъ* посетили 21,5 млн пользователей, органический поиск новостей *Ъ* составлял 1,5 млн переходов в месяц; внешние ссылки – 10 млн. Сайт *РБК* в январе 2018 г. посетили 111,7 млн раз, органический поиск составил 3 млн переходов в месяц, количество внешних ссылок – 13,9 млн. *WSJ* в январе 2018 г. посетили 70,3 млн раз, органический поиск на сайте за этот же период составил 12,6 тыс., количество внешних ссылок – 67,6 млн. Показатели *NYT* в январе 2018 г. были не менее высокими: количество посещений составило 381,8 млн раз, внешних ссылок – 206,3 млн; органический поиск – 351,8 тыс. переходов.

Ежедневно сайт ИД «Коммерсантъ» посещает около 1 млн человек, которые просматривают до 3 млн сообщений. *РБК* ежедневно посещают до 2,7 млн читателей, которые просматривают до 10 млн сообщений (в апреле 2017 г. сайт rbc.ru установил рекорд по аудитории – 4,27 млн пользователей за день [6]).

По данным Mediascore, в декабре 2017 г. сайт *РБК* посетило 19,7 % уникальных интернет-пользователей, а портал издания «Коммерсантъ» – 7,7 %. Для срав-

нения: порталы популярных государственных общественно-политических медиа-холдинга ВГТРК *Vesti.ru* и ИА России *TACC* – за этот же период посетили 13,7 % и 10,2 % соответственно [1].

По данным российской информационно-аналитической системы Медиалогия, по итогам 2015 и 2016 гг. «Коммерсантъ» занимал первую строчку в Топ-10 самых цитируемых газет (индекс цитируемости: 29 728,72 и 34 168,08 в 2015 и 2016 гг. соответственно), газета *РБК* – десятую строчку с индексом цитирования 825,86 и 603,91 в 2015 и 2016 гг. Среди Топ-30 самых цитируемых интернет-ресурсов по итогам 2015 и 2016 гг. *РБК* занимал первую и вторую строчки с индексом цитирования 17 772,82 и 20 409,41, «Коммерсантъ» – 19-ю и 24-ю с индексом цитирования 537,49 и 671,48 соответственно [5].

По данным агентства Mediascope, *Ъ* занимает пятую строчку в Топ-10 самых цитируемых газет в социальных сетях [1]: только с января по апрель 2017 г. новости портала «Коммерсантъ» цитировали 703 512 раз: январь-февраль – 396 081 ссылок, март – 177 460, апрель – 129 971. *РБК* в 2017 г. занимало вторую строчку в Топ-30 самых цитируемых интернет-ресурсов в СМИ (индекс цитирования в январе-феврале составил 5 741) и третье место в Топ-30 самых цитируемых интернет-ресурсов в социальных медиа (количество гиперссылок на новости *РБК* в январе-апреле составило 2 053 970).

NYT и *WSJ* являются одними из крупнейших и старейших качественных изданий США [23]. Согласно Erdos and Morgan, *NYT* занимает первое место в США по охвату лидеров общественного мнения в стране [11]. В 2017 г. количество подписчиков на *NYT* (аудитория, которая ежемесячно оплачивает подписку) составляло порядка 3,2 млн человек [20]. Ежедневная аудитория издания составляет 2,32 млн человек. В 2016 г. сайт *NYT* ежемесячно посещало 78,1 млн уникальных пользователей. Всего за год сайт посетило 109 млн уникальных пользователей со всего мира, 88 млн которых – жители США; 3 из 4 читателей просматривали новости *NYT* с мобильных устройств (более 10 млн пользователей скачали приложение *NYT* в Play Маркет и столько же в AppStore) [15].

Еще в 2007 г. количество платных подписчиков онлайн версии «The Wall Street Journal» составляло 9,8 млн [15]. Сегодня портал является одним из крупнейших качественных изданий США по количеству аудитории: ежедневная аудитория медиа составляет 2,4 млн [16] человек, ежемесячная – 42,4 млн уникальных пользователей сайта (95 млн уникальных пользователей в месяц читают новости *WSJ* и на сайте, и через мобильные приложения), которые просматривают по 169 млн новостей каждый месяц [16]. В 2017 г. у *wsj.com* было 1,27 млн платных подписчиков [8]. В смартфонах приложение *WSJ* установлено у более чем 1 млн человек.

Обобщая вышеприведенные данные, полагаем, отобранные для анализа медиа являются влиятельными средствами массовой информации как среди аудитории, так и среди других СМИ (на информационные поводы данных медиа ссылаются другие СМИ). Определение особенностей освещения сирийского конфликта в данных медиа может быть показательным при выявлении тенденций общей информационной повестки по сирийской тематике, формируемой общественно-политическими медиа РФ и США.

Полагаем, анализ интерпретации событий, разворачивающихся в Сирийской Арабской Республике, в информационных повестках двух стран отчасти помогает понять логику действий представителей РФ и США в конфликте, проясняет те или иные меры, предпринимаемые руководителями стран. Так, к примеру, одним из факторов, повлиявших на решение Б. Обамы заявить о «красной линии», стало информационное давление на президента США. Так же как и фактором, подтолкнувшим к активным военным действиям Америку в Сирии и Ираке против террористов, послужили казни американских журналистов и серьезная критика в адрес администрации и президента относительно бездействия представителей власти по защите американских граждан. Примечательной является и ситуация начала операции ВКС РФ в Сирии. Правительство РФ не пыталось повлиять на мнения россиян относительно предстоящей военной кампании. Президент В. В. Путин уведомил о начале военных действий мировую общественность 28 сентября 2015 г. во время выступления в Генассамблее ООН, где заявил о необходимости бороться с террористами и решать проблемы, созданные Западом в Сирии. На следующий день он обсудил сирийский кризис с Б. Обамой, а 30 сентября 2015 г. (после закрытого совещания Совета Федерации) российская авиация начала осуществлять боевые вылеты в Сирии.

При проведении анализа информационной повестки о сирийском вооруженном конфликте мы опирались на методологию, предложенную М. Е. Шабо [21]. В результате исследования было выявлено, что корреспонденты при освещении сирийских событий оперируют определенными методами. Так, в российских медиа наиболее часто применяемыми методами, формирующими представление о конфликте и акторах, являются:

1. «Стереотипизация»: журналисты используют такие обороты, как «призывы к насильственному свержению власти в Сирии ... могут погрузить регион в хаос», «дипломатические битвы вокруг Сирии», «положить конец практике отравления атмосферы в Совете Безопасности», «предложенный [Западом] проект раскалывает мировые державы и не способствует дипломатическому урегулированию конфликта», «поддержка, которую оказывали ВКС России, сыграла основную роль в победах».

2. «Стадное чувство»: российские дипломаты, военные и президент сражаются за урегулирование сирийского конфликта, стабилизацию ситуации в ближневосточном регионе, устранение глобальной террористической угрозы, возвращение России на мировую арену в качестве полноправного актора, что вызывает у читателей чувства гордости, сопричастности, патриотизма, желание поддержать действия военных и решения представителей власти.

3. «Расклад карт»: в медиа РФ цели и действия России и США представлены относительно односторонне. В российском информационном пространстве Россия поддерживает военной помощью официальную сирийскую власть по просьбе легитимного президента страны, помогает мирным сирийцам гуманитарной помощью и спасает мир от беспрецедентно масштабного и разветвленного терроризма. Западные страны, в свою очередь, поддерживают вооружением и спонсируют радикальную оппозицию, препятствуя борьбе с террористами.

4. «Сияющее обобщение»: в текстах используется такая лексика, как безопасность, равноправие, национальный суверенитет Сирии, выступают за права и свободу, сражаются с террористической угрозой.

5. «Ложная дилемма»: в российских медиа не рассматривается возможность постконфликтного миростроительства без Б. Асада: «едва ли после падения Б. Асада Сирию ждут стабильность и процветание. Гораздо более реалистичный сценарий – еще более интенсивная гражданская война на несколько фронтов» [7].

6. «Обозначение врага»: международный альянс во главе с США изображается как блок стран, игнорирующих факты, свидетельствующие о преступлениях сирийской оппозиции. В начале конфликта США изображались как страна, которая в угоду собственным интересам и целям игнорировала международные нормы и намеревалась организовать военную интервенцию в обход решения СБ ООН. Затем Америка представлена страной, спонсирующей и поддерживающей вооружением (которое впоследствии переходило террористам) радикальную оппозицию, тренирующую террористов: «высокопоставленные российские военные неоднократно обвиняли коалицию во главе с США в создании в Эт-Танфе (провинция Хомс) базы. Глава Генштаба ВС РФ Валерий Герасимов... заявлял, что на этой базе находятся отряды боевиков: “Они фактически там готовятся”. По его информации, боевики есть и в лагере Шаддади на северо-востоке страны, где также расположена база США. Он считает, что они и есть остатки “Исламского государства”, но после проведенной с ними американскими специалистами работы они берут другие названия (например, “Новая сирийская армия”)» [3].

В результате проведенного анализа публикаций медиа США выявлены следующие приемы:

1. «Стереотипизация»: корреспонденты используют такие клише, как: 40-летнее репрессивное правление Асадов, Сирия – несвободная страна во главе с диктатором, кровавый тиран, демократия под угрозой, необходимо сражаться за нее, активисты противостоят авторитарному режиму, Б. Асад должен уйти, правительство решило выбрать путь насилия и репрессий.

2. «Фургон с оркестром»: суждения подаются таким образом, как будто все цивилизованные страны (международное сообщество) осуждают действия сирийского правительства, России; все знают, что Б. Асад – тиран, кровавый диктатор, удерживающийся у власти ценой жизней мирного населения.

3. «Расклад карт»: корреспонденты нередко ссылаются на такие предвзятые источники информации, как «специалисты Белых касок», офис Syrian Observatory for Human Rights, сирийских оппозиционеров. Высказывания сирийских, российских, иранских властей ставятся под сомнение, критикуются и дополняются такими комментариями, как: «все, что они говорят – это хорошо, но на деле мы видим, что происходит в стране, и все мы понимаем, что это неправда». Оппозиция представлена безоружными демонстрантами, мирными жителями, невинными жертвами, детьми, женщинами, сторонниками демократических норм и свобод, несогласными активистами. Действия сирийского правительства и Б. Асада описываются как тиранические, безжалостные, жестокие.

4. «Сияющее обобщение»: корреспонденты используют такие выражения, как: глобальный порядок и безопасность, большинство мировых наций, гражданские обязанности, свобода, демократия, политические свободы, общественный гнев, люди хотят жить достойно, свобода от насилия, страха и экстремизма.

5. «Ложная дилемма»: одним из примеров данного приема является позиция по отношению к Б. Асаду, который должен уйти, иначе в стране не наступит мир, порядок, ситуация не наладится: «Существует два пути двигаться дальше: первый – четкое и недвусмысленное мирное движение к демократии, которое могло бы спасти нашу страну и наш народ. ... Альтернативный путь приведет к неизвестности и разрушит все» [22].

6. «Обозначение врага»: врагом представлен Б. Асад и поддерживающее его правительство. Б. Асад – тиран, лично отдающий приказы о химических атаках, пытках мирных жителей, угнетению сирийцев. У союзников сирийского правительства – России, в частности президента РФ В. В. Путина, «Хизбаллы», Ирана – сформирован образ расчетливых, хладнокровных участников конфликта, на которых якобы лежит ответственность за продолжение военных действий и убийства мирных граждан. Подчеркивается, что если бы Россия не накладывала вето на резолюции в Совбезе ООН и затем не вмешалась в конфликт, ситуацию в Сирии давно можно было бы урегулировать. В негативном свете представлена и террористическая группировка ИГ. Однако ее действия не представляются более разрушительными, чем действия сирийского правительства.

7. «Простонародье»: доверительные отношения с аудиторией выстраиваются за счет персонифицированной подачи материала: практически в каждой публикации представлен комментарий активиста, сирийского гражданина, рассказывающего о трудностях, страданиях и потерях во время бомбардировок, героически переносящего военные действия, противостояния. К примеру, оппозиционер рассказывает, что назвал родившуюся дочь в честь столицы оппозиционеров – Дераа, через пару абзацев приводится рассказ пожилого человека, который поясняет, что его внукам не хватает молока и еды, а взрослым – медикаментов. Подобный подход в описании событий делает материалы живыми, эмоциональными, активистам хочется сопереживать, они становятся ближе к читателям.

В целом для *российских медиа* характерны следующие особенности освещения сирийского конфликта:

– Для публикаций, описывающих начало конфликта, характерна некоторая критика действий сирийского правительства. Вместе с тем Б. Асад не представлен тираном или кровавым диктатором. До 2012 г. в публикациях появляются призывы прекратить насилие против мирного населения, затем у сирийского президента в *российских медиа* складывается скорее положительный или нейтральный, чем негативный образ. Эмоционально-окрашенная лексика относительно Б. Асада довольно скупа или отсутствует вовсе, слова-маркеры или ярлыки, описывающие его действия как главнокомандующего или руководителя страны, практически не встречаются. В *российских медиа* публикаций о пытках и расправах сирийского правительства над оппозицией крайне мало.

– Имидж сирийской оппозиции скорее негативный, чем нейтральный. Складывается впечатление, что за семь лет конфликта в стране воюют либо сирийцы на стороне правительства, либо – радикальная оппозиция, обученная и вооруженная западными странами.

– Несмотря на претензию на беспристрастность, объективность и непредвзятость, события российскими корреспондентами подаются односторонне.

– Стоит отметить и частую ссылку на субъективных экспертов – представителей Минобороны РФ, бывших российских военных, дипломатов, что, на наш взгляд, снижает уровень доверия к публикациям. Комментарии представителей сирийской оппозиции не представлены.

Анализ публикаций *американских медиа* позволил выявить следующие особенности:

– Отсутствует взвешенная, сбалансированная подача новостей; корреспонденты в большинстве случаев занимают сторону оппозиции.

– Сообщения и мнения о виновности правительства в пытках, казнях и массовых убийствах подаются как неоспоримый факт, без возможности или попытки опровержения, представления другого мнения. Б. Асад безапелляционно представлен кровавым тираном.

– Действия России по поддержке режима Б. Асада расцениваются как способ эскалации конфликта. Президент РФ сравнивается с иранским и сирийским диктаторами.

По итогам проведенного анализа российской и американской информационных повесток были сделаны следующие выводы. Несмотря на то, что нередко журналисты заявляют об объективности, беспристрастности, непредвзятости, проводят расследования и критикуют правительство по внутривнутриполитическим проблемам, во внешнеполитических вопросах, в частности по сирийскому вооруженному конфликту, российские и американские медиа придерживаются внутрисогласованной позиции о приоритетах, целях и действиях представителей правительственных структур в конфликте. Ситуация освещается преимущественно субъективно, односторонне, в некоторых случаях можно отметить преднамеренное искажение фактов и информации, нарочитое преувеличение или приуменьшение масштабов трагедий.

Вместе с тем предположение, что подобное описание – результат целенаправленной пропаганды, а правительства двух стран напрямую контролируют «сотни тысяч журналистов в тысячах редакций» [10], определяя информационную повестку о сирийском конфликте и влияя на информационное пространство в целом, представляется некорректным. Причины, определяющих заданность позиций медиа, на наш взгляд, несколько.

Первая – встроенность медиа в государственно-частное партнерство. Несмотря на то, что собственниками отобранных для анализа медиа являются частные компании или предприниматели, у представителей правительственных структур существует немало инструментов, которыми оказывается давление на собственников, журналистов или редакцию с целью создания необходимой повестки: от генерирования информационных поводов (заявления руководителей стран или других

госслужащих) до угроз лишения лицензии или рекламных средств, подачи исков о клевете и судебных разбирательствах.

Вторая причина – самоцензура, наличие у журналистов опасений распространить недостоверную, лживую информацию (использование журналистов в чьих-либо интересах, «слив» информации), которая может навредить репутации издания, собственнику или коллективу редакции.

Третий фактор – ограниченность доступа к источникам информации, затрудненность проверки данных. Как отмечает С. Оутс, во время военных конфликтов «военные законы» распространяются и на СМИ: при освещении международных конфликтов свобода журналистов в описании событий и открытость информации значительно снижаются. Главным фактором, определяющим характер освещения событий, являются интересы, политика, которую выбирает государство, чтобы обозначить этот конфликт [19]. Преимущественно источниками информации во время конфликтов являются участники или заинтересованные субъекты, предоставляющие заведомо ангажированную, предвзятую информацию.

Также, полагаем, немаловажную роль в освещении политических событий играют и культурно-идеологические нормы, представления российских и американских корреспондентов о современном мироустройстве и роли РФ и США в нем.

Литература

1. Интернет аудитории СМИ // Mediascope. [Электронный ресурс]. URL: http://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/information/?arrFilter_pf%5BYEAR%5D=2017&captcha_code=0b035cb06d0e511030ea5f9b93457b11&captcha_word=ENXEP&set_filter=Y (дата обращения: 23.09.2018).
2. Новости в интернете: СМИ и читатели // Яндекс. Исследования. [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/company/researches/2014/ya_news (дата обращения 23.09.2018).
3. Сафронов И. Хмеймим попал под огонь // «Коммерсантъ». 03.01.2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3514249> (дата обращения: 23.09.2018).
4. Стровский, Д. Л., Саймонс Г. СМИ как источник пропаганды (на примере освещения газетами «The New York Times» и «The Washington Times» современной ситуации в Сирии) // Известия УрФУ. 2013. № 3 (113).
5. Топ-10 СМИ // Медиалогия. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mlg.ru/ratings/> (дата обращения: 23.09.2018).
6. Финансовый и операционный отчет за первое полугодие 2017 // РБК. [Электронный ресурс]. URL: <http://report2017-1.rbc.group/> (дата обращения: 23.09.2018).
7. Юсин М. Цепная революция // «Коммерсантъ». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1846429> (дата обращения: 23.09.2018).
8. Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the securities exchange act of 1934 // U. S. Securities and Exchange Commission. [Electronic resource]. URL: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1564708/000119312517257248/d412501d10k.htm> (mode of access: 23.09.2018).
9. Bashri M. The use of ICTs and mobilisation in the age of parallel media – an emerging fifth estate? A case study of Nafeer's flood campaign in the Sudan // *Ecquidnovi-Africa journalism studies*. 2014. № 35. P. 75–91.
10. Edwards D., Cromwell D. *Guardians of Power. The Myth of the Liberal Media*. L. : Pluto Press, 2006. 256 p.
11. Erdos & Morgan Opinion Leaders Syndicated Survey // Erdos & Morgan. [Electronic resource]. URL: <https://www.erdosmorgan.com/sr/ols.html> (mode of access: 23.09.2018).
12. Global Web Index. [Electronic resource]. URL: <https://www.globalwebindex.com> (mode of access: 23.09.2018).
13. Iskandar A. *Teaching the Arab Uprisings: Between Media Maelstrom and Pedantic Pedagogy* // *PS: Political Science & Politics*. 2013. № 46. P. 244–247.

14. McGarty C. New Technologies, New Identities, and the Growth of Mass Opposition in the Arab Spring // *Political psychology*. 2014. № 35. P. 725–740.
15. Media Kit The New York Times // The New York Times. [Electronic resource]. URL: <http://nytmmediakit.com/digital> (mode of access: 23.09.2018).
16. Media Kit The Wall Street Journal // The Wall Street Journal. [Electronic resource]. URL: <http://www.wsjmediakit.com/products/online> (mode of access: 23.09.2018).
17. Nalbantoglu H. C. Digital activism: Social movements in the digital age. PhD Thesis. Louisville, KY, 2014. 152 p.
18. O'Connell N. Network theory and political revolution: a case study of the role of social media in the diffusion of Twitter communication during the Egyptian revolution. MA Thesis. Sun Diego, 2014. 84 p.
19. Oates S. Introduction to Media and Politics. L., UK, 2008. 202 p.
20. Our history // The New York Times. [Electronic resource]. URL: <https://www.nytc.com/who-we-are/culture/our-history/#1835-1880> (mode of access: 23.09.2018).
21. Shabo M. E. Techniques of Propaganda and Persuasion. Clayton (DE), 2008.
22. Shadid A. Syria allows opposition to meet in Damascus // The New York Times. 27.06.2011. [Electronic resource]. URL: <http://www.nytimes.com/2011/06/28/world/middleeast/28syria.html> (mode of access: 23.09.2018).
23. World Press Trends 2017 // World Association of Newspapers and News Publishers. 10.10.2017. [Electronic resource]. URL: <http://www.wan-ifra.org/reports/2017/10/10/world-press-trends-2017> (mode of access: 23.09.2018).

References

- Annual report pursuant to section 13 or 15(d) of the securities exchange act of 1934. (2017). In *U. S. Securities and Exchange Commission*. URL: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1564708/000119312517257248/d412501d10k.htm> (mode of access: 23.09.2018).
- Bashri, M. (2014). The use of ICTs and mobilisation in the age of parallel media - an emerging fifth estate? A case study of Nafeer's flood campaign in the Sudan In *Ecquidnovi-Africa journalism studies*, no. 35. pp. 75–91.
- Edwards, D., Cromwell, D. (2006). *Guardians of Power. The Myth of the Liberal Media*. 256 p. London. Pluto Press.
- Erdos & Morgan Opinion Leaders Syndicated Survey. (2018). In *Erdos & Morgan*. URL: <https://www.erdosmorgan.com/sr/ols.html> (mode of access: 23.09.2018).
- Finansovyy i operacionnyy otchet za pervoe polugodie 2017 [Financial and Operational Report for the first half of 2017]. (2017). In *RBK*. URL: <http://report2017-1.rbc.group/> (mode of access: 23.09.2018).
- Global Web Index*. (2017). URL: <https://www.globalwebindex.com> (mode of access: 23.09.2018).
- Internet auditorii SMI [Online media audience]. (2018). In *Mediascope*. URL: http://mediascope.net/services/media/media-audience/internet/information/?arrFilter_pf%5BYEAR%5D=2017&captcha_code=0b035cb06d0e511030ea5f9b93457b11&captcha_word=ENXEP&set_filter=Y (mode of access: 23.09.2018).
- Iskandar, A. (2013). Teaching the Arab Uprisings: Between Media Maelstrom and Pedantic Pedagogy. In *PS: Political Science & Politics*, no. 46. pp. 244–247.
- McGarty, C. (2014). New Technologies, New Identities, and the Growth of Mass Opposition in the Arab Spring. In *Political psychology*, no. 35. pp. 725–740.
- Media Kit The New York Times. (2017). In *The New York Times*. URL: <http://nytmmediakit.com/digital> (mode of access: 23.09.2018).
- Media Kit The Wall Street Journal. (2017). In *The Wall Street Journal*. URL: <http://www.wsjmediakit.com/products/online> (mode of access: 23.09.2018).
- Nalbantoglu, H. C. (2014). *Digital activism: Social movements in the digital age. PhD Thesis*. 152 p. Louisville, KY.
- Novosti v internete: SMI i chitateli [News on the Internet: Media and Readers]. (2014) In *Yandex. Issledovaniya*. URL: https://yandex.ru/company/researches/2014/ya_news (mode of access: 23.09.2018).
- O'Connell, N. (2014). *Network theory and political revolution: a case study of the role of social media in the diffusion of Twitter communication during the Egyptian revolution. MA Thesis*. 84 p. Sun Diego.
- Oates, S. (2008). *Introduction to Media and Politics*. 202 p. London, UK.
- Our history. (2018). In *The New York Times*. URL: <https://www.nytc.com/who-we-are/culture/our-history/#1835-1880> (mode of access: 23.09.2018).

Safronov, I. Hmejmim popal pod ogon' [Khemeymim fell under fire]. (2018). In *Kommersant*. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3514249> (mode of access: 23.09.2018).

Shabo, M. E. (2008). *Techniques of Propaganda and Persuasion*. Clayton (DE).

Shadid, A. (2011). Syria allows opposition to meet in Damascus. In *The New York Times*. URL: <http://www.nytimes.com/2011/06/28/world/middleeast/28syria.html> (mode of access: 23.09.2018).

Strovskij, D. L., Sajmons, G. (2013). SMI kak istochnik propagandy (na primere osveshcheniya gazetami "The New York Times" i "The Washington Times" sovremennoj situacii v Sirii) [The media as a source of propaganda (on the example of coverage by the newspapers of The New York Times and The Washington Times of the current situation in Syria)]. In *Izvestiya UrFU*, no 3 (113).

Top-10 SMI [Top-10 media]. (2018). In *Medialogiya*. URL: <http://www.mlg.ru/ratings/> (mode of access: 23.09.2018).

World Press Trends 2017. (2017). In *World Association of Newspapers and News Publishers*. URL: <http://www.wan-iffra.org/reports/2017/10/10/world-press-trends-2017> (mode of access: 23.09.2018).

Yusin, M. (2011). Cepnaya revolyuciya [Chain revolution]. In *Kommersant*. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/1846429> (mode of access: 23.09.2018).

The article was submitted on 25.09.2018