

УДК 323

МЕДИАОБРАЗ ВРАГА В КОНТЕКСТЕ ТЕХНОЛОГИЙ МЯГКОЙ СИЛЫ



Двойненко Максим Олегович,

Южно-Уральский Государственный Университет (НИУ),
преподаватель кафедры Социологии и политологии,
Челябинск, Россия,
Email: dvoinenkomo@susu.ru

Аннотация

Создание медийного образа врага является актуальной технологией мягкой силы. Цель данной технологии – организация оперативного ответа правящей политической элиты на внешнеполитические и внутривнутриполитические вызовы и угрозы. Использование мягкой силы для формирования медиаобраза врага предполагает интерактивное участие граждан в широком обсуждении возможных и реальных угроз для безопасности страны, в самостоятельной выработке общественного мнения по поводу сопротивления враждебным информационным и политическим атакам. В статье дается сравнительный анализ технологий мягкой силы и пропаганды в сфере формирования образа врага.

Ключевые понятия:

мягкая сила, политический дискурс, медиаобраз врага, пропаганда, угрозы, вызовы.

Включенная в коммуникативное пространство политического дискурса мягкая сила выполняет функцию формирования определенного образа государства, политических элит, отдельных институтов и политических деятелей. В зависимости от поставленных стратегических задач эти образы могут быть как привлекательными, так и не привлекательными. Привлекательные образы обеспечивают органам власти дополнительную легитимность как во внутренней, так и во внешней политической среде. Джозеф Най считает, что на внешнеполитической арене данная технология работает посредством демонстрации актуальности своей культуры, ценностей, а вместе с тем – институтов и позиций, существующих в государстве благодаря наполнению их особым ценностным содержанием [5, с. 151].

Стратегически заданный непривлекательный политический образ, овладевший массовым сознанием, превращается в образ врага. Образ врага, если в нем заклю-

чена угроза для конкретной общности, страны, государства, помогает преодолеть комплекс политической или национальной неполноценности, активизировать мобилизационные процессы, обосновать любую «исключительность» [10, с. 64]. Образ врага «включает» эмоциональные процессы, связанные с желанием дать решительный отпор враждебным силам. К примеру, о запросе населения России на усиление противодействия враждебно настроенным по отношению к стране политическим силам свидетельствуют результаты социологического опроса, проведенного «Левада-Центром» в июне 2017 года [3].

Значимой технологией защиты правящего политического режима, технологией, легитимизирующей власть правящей элиты, способной мобилизовать патриотические чувства общества, выступает медийный образ врага. К. Шмитт в своих лекциях «Теория партизана» дает определение политического врага, характеризуя его как «нечто такое, что по какой-либо причине должно быть устранено... по этой причине я должен с ним столкнуться в борьбе...» [9]. Сам же образ врага есть совокупность представлений о потенциальной или реальной угрозе обществу или политической системе, которые основываются на сложившихся политических мифах и архетипах, а в некоторых случаях имеют вполне естественное происхождение, основанное на коллективном опыте и исторической памяти.

Наиболее распространённое понимание образа врага сложилось на стыке конфликтологии и социальной психологии, где данный образ трактуется как качественная (оценочная) характеристика (имидж) врага, сформированная в общественном сознании [4, с. 32]. К.Г. Юнг в своей работе «Архетип и символ» выделяет архетип «Тень», который содержит представление обо всем плохом и негативном для конкретной культуры или общества, о ценностях и моделях поведения, которые общество не приемлет [8, с. 59]. Медийный образ врага также содержит в своей структуре архетипические представления конкретного социума о враждебных ему силах, о чуждом, неприемлемом поведении или об опасностях, которые грозят обществу.

Принимая во внимание архетипы вражды в структуре массового сознания, масс-медиа способны сконструировать медийными средствами яркие и устрашающие образы врага. Они выстраиваются в соответствии как с бессознательными страхами, так и с рациональными стратегическими установками властной элиты, которая отчетливо понимает, что образ врага мобилизует в массах чувство сплоченности перед лицом потенциальной угрозы, усиливает патриотические настроения.

При анализе способов конструирования медиаобраза врага важно сопоставить соответствующие технологии мягкой силы и пропаганды. С нашей точки зрения между данными технологиями существуют определенные сходства и различия. Э. Бернейс в своей классической работе «ПРОПАГАНДА» в главе 6. «Пропаганда и политическое лидерство» рассматривал пропаганду как умение работать с эмоциями масс, максимально использовать простейшие эмоции и предрассудки для достижения политических целей. Он отмечал, что методы пропаганды эффективны только в том случае, если избиратель принимает решение, исходя из предрассудков и устремлений, бытующих в его социальной группе. Однако современный политик для того, чтобы быть успешным, должен не столько угождать массам, сколько уметь склонить их на свою сторону [1].

Технологии мягкой силы схожи с технологиями пропаганды в том, что тоже эксплуатируют чувства и эмоции людей, их страхи и надежды. Образ врага формируется обеими технологиями, но продвигается в сознание масс по-разному, их дискурс неодинаков. Дискурс политической пропаганды прямолинеен, его риторика заострена на достижении однозначной ответной реакции («Ты записался добровольцем?»; «Если не мы, то кто?»; «Да или нет?»), она предполагает четкую определенность выбора («Выбирай или проиграешь», «Родина или смерть!»), содержит конкретные призывы к действию.

Образ врага в политической пропаганде не содержит никаких нюансов, он одномерен, поскольку призван воплощать абсолютное зло. Для его обозначения официальные институты пропаганды ввели в современный политический оборот такие понятия как «империя зла», «ось зла», «кровавый режим» и др. Напротив, в дискурсе мягкой силы образ врага преподносится в неопасной, на первый взгляд, оболочке, это, по сути, «волк в овечьей шкуре». Акцент делается на том, чтобы побудить массы самостоятельно разобраться, кто есть кто, конечно, не без определенной подсказки. Важно, чтобы публика сама смогла распознать двуличие и лицемерие политики или политика, таящуюся в них угрозу. Враг, согласно технологиям мягкой силы, должен быть изобличен общественными усилиями. Против него надо расставить ловушки, чтобы потом «задушить в объятиях». В конце 1980-х гг. наша страна сама попала в такую ловушку. Когда распался Варшавский Договор, западные политики «убаюкали» отечественную политическую элиту обещаниями включения России в сообщество цивилизованных демократий, обещали не продвигать к ее границам базы НАТО, поскольку Россия, якобы, перестала быть системой, враждебной западной цивилизации.

Как оказалось впоследствии, образ России как врага никогда не исчезал из стратегических проектов мягкой силы и пропаганды Запада. В самой же России «отрезвление» после «мягкого» удушения наступило только с наступлением «эпохи Путина». Как только Запад ощутил новую мощь России, им тут же были взяты на вооружение все стереотипные представления о России как враждебном государстве, задействованы технологии эпохи «холодной войны».

Продолжая сравнивать политические дискурсы мягкой силы и пропаганды, отметим, что дискурс политической пропаганды базируется на ментальном насилии, поскольку требует действовать определенным образом и в определенном направлении. Технология же мягкой силы базируется на интерактивном убеждении общественности, не подавляя его волю, стремится апеллировать к аргументам, выстроенным рационально, признает право на умеренное несогласие. Эти же особенности, с нашей точки зрения, проявляются и при создании образа врага.

По нашему мнению, политический образ врага, конструируемый с помощью инструментов мягкой силы, обладает следующими чертами:

- Образ врага не преподносится как официальная позиция первых лиц государства, а выстраивается на мнения привлеченных экспертов и аналитиков.
- Медийный образ врага не закреплён в официальных документах государства, например в Доктрине национальной безопасности, и тем самым не имеет программного характера, его задачей становится моментальный ответ на насущные вызовы, стоящие перед политической элитой в данный момент, и придание им социальной значимости.

- Использование мягкой силы для формирования медиаобраза врага предполагает интерактивное участие граждан в широком обсуждении в традиционных СМИ и в социальных сетях возможных и реальных угроз для безопасности страны. Мягкие технологии стимулируют инициативу граждан в деле разоблачения враждебной фейковой информации, в выработке приемов противодействия информационным и политическим атакам.

Следует отметить, что пропаганда по сравнению с дискурсом мягкой силы апеллирует к простым и понятным коллективным чувствам и переживаниям. При формировании образа врага она, прежде всего, вызывает чувство страха у населения. Пропагандистское оружие – это оружие устрашения. Дискурс мягкой силы не запугивает публику образом врага, а подталкивает граждан к самостоятельному его разоблачению и к формированию механизмов своей защиты.

Один из ранних примеров создания медийного образа врага был описан военным историком К. Гайворонским. В своей статье «Тревожное лето 1927 года» он обращается к анализу действий советской политической элиты, направленных на формирование чувства «тревожности» у граждан страны в связи с обострением к 1927 году международной ситуации. Благодаря широко развернувшейся идеологической работе с населением при активном участии советских печатных изданий, руководителям государства удалось сформировать среди широких масс желание стать более защищенными от возможной агрессии противника. В итоге граждане сами смогли ощутить внутреннюю потребность в ужесточении советского законодательства. Образ внешнего врага, создававшийся в тот период, был в значительной степени сформирован посредством пропагандистских приемов, однако, по всей видимости, в ход была пущена и технология мягкой силы, которая базировалась на задачах самостоятельной выработки у граждан потребности в дополнительной защите со стороны государства [2].

Комплексное применение пропагандистских и «мягких» технологий в данном случае привело к тому, что рабочие, служащие и колхозники начали собирать деньги на постройку эскадрильи «Наш ответ Чемберлену», проводить массовые пикеты, направленные против шпионов и врагов. Правящие круги, в свою очередь, за счет принимаемых мер по ужесточению политического режима смогли дискредитировать действующую внутри страны политическую оппозицию, введя в 1927 году в Уголовный Кодекс статью 58 УК СССР «О борьбе с контрреволюционным движением».

Медийная актуализация образа врага имеет большое значение для выработки единой повестки дня в публичном информационном пространстве, для идейно-политического сплочения нации перед лицом возможных угроз. Эффективность его использования подтверждается, в частности, экспертным исследованием, проведенным ЦСИ «Платформа» на тему «Социология российского политического телевидения». Полученные результаты подтверждают нашу гипотезу о значимости медийного образа врага как инструмента формирования и укрепления легитимности правящей политической элиты, инструмента мобилизации общества. Эксперты выделяют несколько особо обсуждаемых медийных тем, провоцирующих усилия по формированию образа врага в последние годы: военные и революционные действия на Украине и проецирование их на Россию; борьба с мировым терроризмом и вклад в защиту легальных политических режимов на примере миротворческой военной акции России в Сирии; потенциальная

внешнеполитическая угроза со стороны западных стран и их лидеров; введение санкций на внешнеполитическую деятельность России и вопросы эффективности антисанкций. По данным исследования, у 61% опрошенных новостная повестка федеральных СМИ вызывает чувство тревоги и беспокойства, а вместе с этим – и чувство раздражения [7].

Наш общий вывод таков: наибольшая эффективность в формировании образа врага и в эксплуатации его в политических целях приносит комплексное применение технологий пропаганды и мягкой силы. Данная комплексность должна присутствовать как в открытом публичном пространстве, так и в медийном. При этом именно медиаобраз врага создает наиболее сильный эмоциональный отклик у широких масс, способствуя укреплению чувств национальной сплоченности, солидарности и патриотизма.

1. Бернейс Эдвард. ПРОПАГАНДА // <http://commondatastorage.googleapis.com/brainmod/book/Edward-Bernays-Propaganda.pdf>.

2. Гайворонский К. Тревожное лето 1927 года // Ведомости [сайт]. – Режим доступа <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2017/07/14/723578-trevozhnoe-let> (дата обращения: 01.08.2017).

3. Какую линию, по вашему мнению, должен проводить избранный в 2018 году президент: Исследование [Социологический опрос от 23.06.2017] // Левада-центр [сайт]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/07/05/narod-hochet-pozhestche/> (дата обращения: 03.08.2017).

4. Козырев Г.И. «Враг» и «образ врага» в общественных и политических отношениях // Социологические исследования. – 2008. – № .1. – С. 31–39.

5. Най С. Джозеф (младший). Будущее власти / С. Джозеф Най, младший; пер. с англ. В.Н. Верченко // Москва: АСТ. – 2014. С. 444.

6. Смотрите ли вы новостные передачи телевизионных каналов: Исследование [Социологический опрос от 31.03.2017] // Левада [сайт]. – Режим доступа: <https://www.levada.ru/2017/07/28/prosmotr-novostej> (дата обращения: 03.08.2017).

7. Социология российского политического телевидения: Исследование [Электронный ресурс] // Платформа центра социального проектирования: [сайт]. – Режим доступа: <http://pltf.ru/2017/02/01/polit-tv/> (дата обращения: 03.08.2017).

8. Юнг К.Г. Архетип и символ. – Renaissance, 1991. С. 160.

9. Шмитт Карл. Теория партизана: Промежуточное замечание по поводу понятия политического // <http://gosuslugi.kck.ru/documents/10147/14901/KarlShmidt.pdf>.

References

1. Bernejs E'dvard. PROPAGANDA // <http://commondatastorage.googleapis.com/brainmod/book/Edward-Bernays-Propaganda.pdf>.

2. Gajvoronskij K. Trevozhnoe leto 1927 goda // Vedomosti [sajt]. – Rezhim dostupa <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2017/07/14/723578-trevozhnoe-let> (data obrashheniya: 01.08.2017).

3. Kakuyu liniyu, po vashemu mneniyu, dolzhen provodit' izbrannyj v 2018 godu prezident: Issledovanie [Sociologicheskij opros ot 23.06.2017] // Levada-

centr [sajt]. – Rezhim dostupa: <https://www.levada.ru/2017/07/05/narod-hochet-pozhestche/> (data obrashheniya: 03.08.2017).

4. Kozyrev G.I. «Vrag» i «obraz vraga» v obshhestvennykh i politicheskikh otnosheniyaх // Sociologicheskie issledovaniya. – 2008. – № .1. – S. 31–39.

5. Naj S. Dzhozef (mladshij). Budushhee vlasti / S. Dzhozef Naj, mladshij; per. s angl. V.N. Verchenko // Moskva: AST. – 2014. S. 444.

6. Smotrite li vy novostnye peredachi televizionnykh kanalov: Issledovanie [Sociologicheskij opros ot 31.03.2017] // Levada [sajt]. – Rezhim dostupa: <https://www.levada.ru/2017/07/28/prosmotr-novostej> (data obrashheniya: 03.08.2017).

7. Sociologiya rossijskogo politicheskogo televideniya: Issledovanie [E'lektronnyj resurs] // Platforma centra social'nogoproektirovaniya: [sajt]. – Rezhim dostupa: <http://pltf.ru/2017/02/01/polit-tv/> (data obrashheniya: 03.08.2017).

8. Yung K.G. Arxetip i simvol. – Renaissance, 1991. S. 160.

9. Shmitt Karl. Teoriya partizana: Promezhutochnoe zamechanie po povodu ponyatiya politicheskogo // <http://gosuslugi.kck.ru/documents/10147/14901/KarlShmidt.pdf>.

UDC 323

MEDIA IMAGE OF THE ENEMY IN THE CONTEXT OF SOFT POWER TECHNOLOGIES

Dvoinenko Maxim Olegovich,

South Ural State University (NIU),
The teacher of the Chair of Sociology and Political Science,
Chelyabinsk, Russia,
E-mail: dvoinenkomo@susu.ru

Annotation

Creation of a media image of the enemy is actual technology of soft power. The purpose of the given technology - the organization of the operative answer of ruling political elite on foreign policy both internal political challengers and threats. Use of soft power for formation of a media image of the enemy assumes interactive participation of citizens in wide discussions of possible and real threats for safety of the country, in independent development of public opinion concerning resistance to hostile information and political attacks. In article the comparative analysis of technologies of soft power and propaganda in sphere of formation of an image of the enemy is given.

Key concepts:

soft power, media image of the enemy, political discourse, propaganda, threats, challengers.

DISCOURSE-P
Дискурс★Ни
Научный журнал

PHILOSOPHY -
ФИЛОСОФИЯ
POLITICAL SCIENCE -
ПОЛИТИЧЕСКАЯ НАУКА
PAST & PRESENT -
ПРОШЛОЕ И НАСТОЯЩЕЕ
PUBLIC RELATIONS -
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
PHILIOLOGY -
ФИЛОЛОГИЯ

№ 4 (29) 2017

DISCOURSE-P
ДИСКУРС★НИ

