

УДК 81'42+32.019.51

СУБЪЕКТЫ ПОЛИТИЧЕСКОГО «ДИСКУРСА ВРАЖДЫ» В ПРОСТРАНСТВЕ МАСС-МЕДИА



Фурсов Кирилл Константинович,

Институт философии и права
Уральского отделения Российской академии наук,
аспирант,
Екатеринбург, Россия,
E-mail: biathlon91@mail.ru

Аннотация

Масс-медиа используют дискурс вражды благодаря наличию объективного интереса – защиты социально-политической идентичности. Дискурс вражды, транслируемый масс-медиа, зависит от субъектов его использования. Этими субъектами являются различные категории интеллектуалов и экспертов. Следствием распространения дискурса вражды в масс-медиа стала этика низкой ответственности среди интеллектуалов.

Ключевые понятия:

дискурс вражды, интеллектуалы, масс-медиа, идентичность.

Современная публичная политика формируется в значительной степени посредством участия в ней различных профессиональных групп – экспертов, политологов, учёных, журналистов, публицистов, писателей и т. д. В условиях информационной войны основным компонентом политических масс-медиа выступает дискурс вражды, порождаемый конкретными субъектами – участниками конфронтационных политических коммуникаций.

В данной статье под дискурсом вражды будет пониматься такой дискурс, который реализует стратегию снижения имиджа противника, причинение ему репутационного и политического вреда посредством формирования образа врага. Целью статьи является выявление роли основных акторов (субъектов), участвующих в артикуляции и трансляции в масс-медийном пространстве дискурса вражды.

Масс-медийные субъекты в лице владельцев и руководителей медиахолдингов, профессиональных журналистов, пропагандистов, политических сетевых технологов выступают в роли медиатизированных властных акторов, управляющих массовым сознанием и формирующих общественное мнение.

В ряде современных исследований масс-медиа рассматриваются в качестве инстанции контроля над обществом и государственной властью (четвёртая власть), медиатора власти и общества, нового вида политических коммуникаций, где происходит сращивание властных и медийных ресурсов [6]. Важным для масс-медиа является вопрос о масштабах их самостоятельности и политической власти.

Для решения этой проблемы научное сообщество ввело в оборот понятие «медиакратия». Под медиакратией подразумевается система управления, для которой институты масс-медиа играют главную роль. Можно выделить два основных подхода к пониманию сути медиакратии. Согласно первому подходу, медиакратия – это власть независимых СМИ, которые играют роль самого важного элемента в политической системе общества. Они обладают правом и стремлением формировать общественное мнение и влиять на политический процесс по своей воле и в своих интересах [5, с. 91].

Второй подход базируется на теории медиа-релейшнз (media relations). В данном подходе масс-медиа трактуется как инструмент продвижения интересов тех или иных институтов власти посредством их аккредитации и иных форм «приручения». В этих условиях формируются и распространяются неформальные отношения между политическими субъектами и журналистами, главными редакторами, происходит сращивание политических и медийных институтов [5, с. 104]. При таком понимании медиакратия не может рассматриваться отдельно от института государства, от его пропагандистских и манипулятивных функций. В этом случае масс-медиа не являются частью коммуникативной модели «власть–общество». Они выступают в качестве инструмента разработанной государством информационной стратегии. Результатом подобного подхода стала выработка понятия ноополитики, используемого в исследованиях международных отношений. «Ноополитика, по определению С. Б. Никонова, – это информационная стратегия по манипулированию международными процессами посредством формирования у общественности через средства массовой информации положительного или отрицательного отношения к внешней и внутренней политике государства или блока государств с целью создания положительного или отрицательного имиджа идей и пропагандируемых ценностей» [8, с. 41]. Ноополитика подразумевает осуществление стратегии политического субъекта, направленной на ментальное форматирование и программирование массовой аудитории посредством определенных (манипулятивных, по сути) дискурсивных практик.

Дискурсивная практика предполагает участие ее субъектов в процессе смыслоформирования и семиотизации (означивание и переозначивание) объектов и процессов реального мира, конструирования вербальных и визуальных образов действительности [10]. В процессе дискурсивных практик субъекты масс-медийного дискурса реализуют свою трансформационную функцию в отношении массовой культуры [7], а также распространяют в массовом сознании собственные политические и идеологические установки.

В условиях нарастания идейно-политической конфронтации между акторами мирового политического процесса масс-медиа выступают не только в роли средства, но и коллективного институционального субъекта, принимающего активное участие в формировании и распространении дискурса.

Дискурс масс-медиа обозначается также через понятие «медиадискурс», а с учетом его проникновения в сферу политики – понятием «политический медиадискурс». Под медиадискурсом подразумевается система медийных приёмов продвижения и пропагандистских технологий привлечения внимания, обеспечивающих эффект продвижения и пропаганды определённой продукции [9, с. 108]. Основной функцией политического медиадискурса является формирование коллективной политической картины мира посредством выработки и трансляции определённых образов и смыслов, мифологем, политических установок, ценностных ориентиров и политических предпочтений. С политической точки зрения медиадискурс – это властный ресурс, использующий идеологические, психологические инструменты влияния на массовую аудиторию.

Понятие «медиадискурс» в плане его семиотической функции категориально пересекается с понятиями «медиаобраз» и «дискурс медиаобраза». В дискурсе медиаобраза вербальные компоненты уходят на второй план, уступая дорогу визуальным, пластическим и музыкальным формам означивания и репрезентации смыслов. Медиаобразы задают и формируют в массовом сознании определённое видение политических реалий. Структурными компонентами дискурса медиаобразов являются бинарные стратегии: 1. установка на усиление привлекательности образа продвигаемого объекта; 2. установка на формирование негативного образа конкурента [10, с. 56–57]. В ходе реализации второй стратегии применяются разнообразные риторические, визуальные и психологические приемы, посредством которых формируется образ врага. Совокупность данных приемов выступает в качестве технологического арсенала дискурса вражды.

Важной составляющей дискурса вражды в масс-медиа является его психологическая компонента, которая оформляется посредством медийной репрезентации эмоционально-заряженного фрейма «свой-чужой». К психологическому плану дискурса вражды также относится процесс взаиморефлексии, в рамках которой субъект дискурса ориентируется на ожидания, возможную реакцию и ответные действия противоположной стороны. Конструирование негативного образа противника (врага) реализуется через риторические, визуальные и иные приемы, психологически вызывающие у массовой аудитории эмоции гнева, отвращения, презрения.

Дискурс вражды выполняет функцию социально-политической, идеологической и культурной идентификации. Следствием этого становится вовлечение в дискурсивное противостояние социальных групп, ведущих борьбу за общественное признание и развитие собственной идентичности. Массовое распространение дискурса вражды ведёт к широкому применению мифопорождающих практик, к тиражированию стереотипов восприятия событий и фактов в массовом сознании, чему в значительной степени способствуют современные масс-медиа.

Медиакратия, принимающая активное участие в конструировании дискурса вражды, стремится перейти от рекламно-маркетингового к агитационно-

пропагандистскому типу политических технологий [2, с. 89]. Для достижения цели используются неоднократно распространяемые технологии: массированное тиражирование одной и той же версии события, спираль молчания, блокирование нежелательной информации и оценок, неадекватная визуализация события, включение в интерпретацию неадекватной аналогии из прошлого, эксплуатация стереотипов негативного восприятия мишени информационной атаки. В рамках масс-медиа осуществляется узнаваемая для большинства репрезентация убеждений о собственной идентичности и идентичности противника. Стратегией масс-медиа в «дискурсе вражды» становится демонизация врага, обращение к угрозам, разговор о перспективах будущего в случае решения/игнорирования проблемы. Отсутствие ответственности масс-медиа перед аудиторией приводит к зависимости от групп политических интересов. Упрощается возможность использования «дискурса вражды» и непроверенной информации.

Использование «дискурса вражды» в масс-медиа обусловлено этикой порождающих его субъектов, включая интеллектуалов и экспертов. Ещё со времён Платона поднимался вопрос этичности философов. Особую актуальность эта проблема приобрела в XX веке. Между двумя мировыми войнами была поставлена проблема ответственности интеллектуалов за непротиводействие разжиганию дискурса вражды. Большое возмущение вызвало участие интеллектуалов в поддержке нацистского дискурса расизма. Проблемам субъектности и этике интеллектуалов посвящали свои работы Ж. Бенда, Н. Хомский, Н. Боббио.

В 1927 году вышла книга французского философа Ж. Бенда «Предательство интеллектуалов». Автор описывает процесс того, как интеллектуалы стали выразителями враждебной политики. У этого явления оказалось несколько причин. Современные интеллектуалы предали рациональную науку ради политических страстей. Основой выступали расовые, классовые, национальные страсти. Для французского философа эти политические страсти приобрели объективный характер. В XX веке одной из причин враждебности интеллектуалов стало проникновение массовых политических страстей. Черты массовости проявились во всеобщности и коллективности чувствования единомышленников. Политические страсти стали постоянными доминантами в социальных страстях.

Политическая страсть разных групп направлена на получение временных благ и связана с ощущением собственного отличия от других людей. Для интеллектуалов собственное отличие и ксенофобия стали выше всеобщего единства. Интеллектуалы назначают себя единственными судьями нравственности, пренебрегают другими мнениями. Интеллектуалы презирают всеобщую мораль, всеобщую истину. Частные истины выше всеобщих, сила выше справедливости. Новая мораль приравнивается к практическому действию. Зло, служащее политике, становится благом. Ж. Бенда констатирует: «Интеллектуал в наши дни стал служить делу войны» [3, с. 150].

Выдающийся американский философ Н. Хомский в период войны во Вьетнаме в 1967 году выпустил статью «Ответственность интеллектуалов», в которой обозначил специфику деятельности интеллектуалов и экспертов в ходе осуществления информационной политики. Интеллектуалы выступают в роли идеологов, которые манипулируют идеями, а эксперты манипулируют информацией. Для идеологов важен принцип политического реализма, ограничивающий

моральный аспект и проблему соблюдения прав человека. Ответственность интеллектуалов заключается в создании и анализе идеологии, в конструктивной критике внутренней политики. Недостаток экспертов в том, что они формируют нерациональные прогнозы, стремятся получить власть и прибыль, эксперты и политические субъекты сращивают свои интересы. Эксперты стремятся к забвению идеологии, в которой для Н. Хомского главным аспектом выступает элемент социального изменения. Решения экспертов приводят к выводу о невозможности социальных изменений. Политическая позиция эксперта предшествует результату научного анализа. В связи с этим Н. Хомский констатирует порождение политически ангажированной экспертизы на примере эксперта И. Кристалла: «Вьетнамцы были бы совершенно счастливы от того, что их бомбят ради их свободы» [13, с. 19].

Итальянский философ Н. Боббио в работе 1977 года «Ответственность и власть» вопрос о субъектности интеллектуалов рассматривает в контексте проблем этики. Для Н. Боббио интеллектуалы самостоятельны, поэтому субъектны. Политика выступает в качестве разделителя интеллектуалов на идеологов и экспертов. Идеологи акцентируют внимание на целях, принципах, ценностях, эксперты акцентируют внимание на средствах достижения цели. Для идеологов важна этика добрых устремлений, для экспертов – этика ответственности или учёт последствий от выбора средств достижения цели. Недостаток идеологов заключается в политических страстях – службе могуществу государства, политической группе интересов. Они становятся гуманистами, которые манипулируют информацией. Недостаток экспертов выражается в том, что информацией компетентных учёных манипулируют ради разрушений и смерти.

Н. Боббио соединил идею субъектности интеллектуала с проблематикой дискурса вражды. Согласно исследователю, причиной использования интеллектуалами дискурса вражды выступают политические страсти. Для интеллектуалов важна идея различия целей реализации власти: собственная власть служит во благо, а противника – во зло. Н. Боббио призывает интеллектуалов быть субъектными – участвовать в политической и социальной борьбе, сохраняя критический подход. Субъектность интеллектуала как создателя идей выражается в применении методов убеждения, разубеждения, поддержки, отказа. Для Н. Боббио важно, чтобы реализация власти в виде монополии на силу не превращалась в монополию на истину. Интеллектуалы должны отказаться от стремления к самоуничтожению общества и перейти к принципу созидания [4].

В начале XXI века произошло взаимопроникновение общественных функций интеллектуалов и масс-медиа. Р. Айерман сформулировал новое понятие интеллектуала: интеллектуал – это «тот, кто принимает на себя выполнение социальной роли, заключающейся в формировании идей и донесение их до широкой публики посредством различных медиа или в ходе непосредственной дискуссии с целью воздействия на общественное мнение» [1, с. 2]. Основные функции интеллектуалов в масс-медиа – интерпретация значений и создание событий. Журналисты могут выполнять роли и функции интеллектуалов, но они находятся с интеллектуалами в разных профессиональных статусах. Интеллектуал придумывает идеи и форму эмоциям и осуществляет доступную их репрезентацию. Вопрос этики интеллектуалов и экспертов для Р. Айермана связан с профессией.

Интеллектуалы и эксперты независимы от внешнего влияния, могут обладать или не обладать особым моральным кодексом. Интеллектуалы как профессионалы могут действовать в интересах политического клиента. С позиции автора интеллектуалы и эксперты выступают субъектами дискурса, а этика зависит от соотношения профессиональных и моральных качеств.

Для медиадискурса интеллектуалов важен политический контекст, поведение политиков, характер и качество медийных репрезентаций, участие влиятельных групп проводников информации и образ их действий. Интеллектуалы влияют на характер и качество медийных репрезентаций. На этом этапе важны событийные рамки дискурса, то, как строится нарратив и визуальное представление. В ситуации обострения дискурса вражды интеллектуалы, вырабатывая рамочную концепцию конфликта, осуществляют контроль за способами его интерпретации с целью реализации доминирования собственной позиции и собственного политического медиаобраза.

Ряд авторов, среди которых можно выделить П. Нора и М. Винок, ввели в оборот понятие медиаинтеллектуалов, обозначающее интеллектуальные группы и специалистов-идеологов, активно продвигающих свои идеи посредством Интернет-ресурсов. Особенности этики медиаинтеллектуалов выступают: частая анонимность авторов и аудитории; низкая ответственность авторов за достоверность информации и оскорбительные высказывания, за так называемый троллинг; нагнетание пафоса, истерии, конфронтационности, ведущее к исключению критического ответа аудитории. Основная роль медиаинтеллектуалов заключается в продвижении повестки дня [12]. Низкая ответственность медиаинтеллектуалов позволяет усиливать стереотипы массового сознания, политические предубеждения, дискурсы вражды.

В заключение сформулируем основные выводы. 1. Субъектами дискурса вражды интеллектуалы становятся в условиях усиления в общественной жизни массовых политических страстей. 2. Этика ответственности является ключевой для разных категорий интеллектуалов – идеологов, экспертов, медиаинтеллектуалов. 3. Для идеологов важно соблюдать этику добрых устремлений, для экспертов – учёт последствий от выбора средств достижения цели. 4. Преобладание «дискурса вражды» у различных категорий интеллектуалов связано с недостатками использования этики ответственности. 5. Субъектность медиаинтеллектуала определяется способностью интерпретировать значения, создавать события и придавать языковую форму эмоциям. 6. Использование дискурса вражды масс-медиа и разными категориями интеллектуалов характеризуется массовостью и эмоциональной заразительностью отстаивания собственной идентичности, а также низкой ответственностью перед массовой аудиторией.

1. Айерман Р. Интеллектуалы и культурная травма [Электронный ресурс] URL: <http://www.inliberty.ru/library/599-intellektualy-inbspkulturnaya-travma> (дата обращения: 10.02.2016).

2. Балашов А.Н. Информационные технологии в политике: сущность, содержание и классификация // Среднерусский вестник общественных наук. – 2014. – № 2. – С. 85–91.

3. Бенда Ж. Предательство интеллектуалов / Жюльен Бенда; пер.

с франц. В.П. Гайдамака и А.В. Матешук. – М.: ИРИСЭН, Мысль, Социум, 2009. – 310 с.

4. Боббио Н. Интеллектуалы и власть // Вопросы философии. – 1992. – № 8. – С. 162–171.

5. Бодрунова С.С. Медиакратия: атлантические подходы к определению термина // Медиафилософия. – 2009. – № 2. – С. 91–105.

6. Грибовод Е.Г. Медиатизация политики как стратегический ресурс политических коммуникаций // Наука Красноярья. – 2016. – № 6. – С. 48–57.

7. Кожемякин Е.А. Субъект дискурса // Дискурс-Пи: Научный журнал. 2013, вып. 13. С. 125–126.

8. Никонов, С.Б. Генезис трансформации медиакратии в ноополитику // Власть. – 2014. – № 7. – С. 39–42.

9. Русакова О.Ф. Концепты, категории и понятия политической коммуникативистики // Политическая коммуникативистика: теория, методология и практика / под ред. Л.Н. Тимофеевой. – М.: Российская ассоциация политической науки (РАПН); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012. – С. 90–130.

10. Русакова О.Ф., Русаков В.М. «Мягкая сила» дискурса политических медиаобразов: анализ стратегических эффектов // Известия Уральского федерального университета. Серия 3. Общественные науки. 2017. Т. 12. № 1 (161). С. 53–66.

11. Смирнов А.Е. Теоретические модели субъективации: Л. Альтюссер, С. Жижек, А. Бадью // Вестник Бурятского государственного университета. – 2010. – № 14. – С. 96–101.

12. Шелонаев С.И. Типология акторов в современном медиапространстве // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – № 1 (11). – С. 190–194.

13. Noam Chomsky, «The Responsibility of Intellectuals», The New York Review of Books, 8:3 (February 1967).

References

1. Ajerman R. Intellectually i kul'turnaya travma [E'lektronnyj resurs] URL: <http://www.inliberty.ru/library/599-intellektualy-inbspkulturnaya-travma> (data obrashheniya: 10.02.2016).

2. Balashov A.N. Informacionnye tehnologii v politike: sushhnost', sodержanie i klassifikaciya // Srednerusskij vestnik obshhestvennyx nauk. – 2014. – № 2. – S. 85–91.

3. Benda Zh. Predatel'stvo intellektualov / Zhyul'en Benda; per. s franc. V.P. Gajdamaka i A.V. Mateshuk. – М.: IRISE'N, Mysl', Socium, 2009. – 310 s.

4. Bobbio N. Intellectually i vlast' // Voprosy filosofii. – 1992. – № 8. – S. 162–171.

5. Bodrunova S.S. Mediakratiya: atlanticheskie podxody k opredeleniyu termina // Mediafilosofiya. – 2009. – № 2. – S. 91–105.

6. Gribovod E.G. Mediatizaciya politiki kak strategicheskij resurs politicheskix kommunikacij // Nauka Krasnoyar'ya. – 2016. – № 6. – S. 48–57.

7. Kozhemyakin E.A. Sub"ekt diskursa // Diskurs-Pi: Nauchnyj zhurnal. 2013, vyp. 13. S. 125–126.
 8. Nikonov, S.B. Genезis transformacii mediakracii v noopolitiku // Vlast'. – 2014. – № 7. – S. 39–42.
 9. Rusakova O.F. Koncepty, kategorii i ponyatiya politicheskoi kommunikativistiki // Politicheskaya kommunikativistika: teoriya, metodologiya i praktika / pod red. L.N. Timofeevoj. – M.: Rossijskaya asociaciya politicheskoi nauki (RAPN); Rossijskaya politicheskaya e'nciklopediya (ROSSPEN), 2012. – S. 90–130.
 10. Rusakova O.F., Rusakov V.M. «Myagkaya sila» diskursa politicheskix mediaobrazov: analiz strategicheskix e'ffektov // Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 3. Obshhestvennye nauki. 2017. T. 12. № 1 (161). S. 53–66.
 11. Smirnov A.E. Teoreticheskie modeli sub"ektivacii: L. Al'tyusser, S. Zhizhek, A. Bad'yu // Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2010. – № 14. – S. 96–101.
 12. Shelonaev S.I. Tipologiya aktorov v sovremennom mediaprostranstve // Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'. – 2012. – № 1 (11). – S. 190–194.
 13. Noam Chomsky, «The Responsibility of Intellectuals», The New York Review of Books, 8:3 (February 1967).
-

UDC 81'42+32.019.51

THE SUBJECTS OF THE POLITICAL DISCOURSE OF HATRED IN THE SPACE OF MASS MEDIA

Fursov Kirill Konstantinovich,

The Institute of Philosophy and Law,
Ural Branch of the Russian Academy of Sciences,
graduate student,
Ekaterinburg, Russia,
E-mail: biathlon91@mail.ru

Annotation

Mass-media uses discourse of hostility due to protection social and political identity. Mass-media discourse of hostility depends on the use of subjects. This subject is different kinds of intellectuals and experts. Low ethic of responsibility by intellectuals has led to proliferation of discourse of hostility in mass-media.

Key concepts:

discourse of hostility, intellectuals, mass-media, identity.
