

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

**Сборник материалов по итогам
Всероссийской научной конференции
с международным участием
«Политика постправды и популизм
в современном мире»
22–23 сентября 2017 года**

Санкт-Петербург
2017

УДК 32
ББК 66
П50

Рецензенты:

доктор политических наук, профессор Д.П. Гавра (СПбГУ)
доктор социологических наук, профессор А.Ю. Сунгуров (НИУВШЭ)

П50

Политика постправды в современном мире. Сборник материалов по итогам Всероссийской научной конференции с международным участием «Политика постправды и популизм в современном мире» 22–23 сентября 2017 года / под ред. О.В. Поповой. — СПб.: Скифия-принт, 2017. — 282 с.

ISBN 978-5-98620-306-5

В сборнике представлены тексты докладов, сделанных участниками всероссийской конференции с международным участием «Политика постправды и популизм в современном мире», которая прошла 22–23 сентября 2017 г. в Санкт-Петербургском государственном университете. Инициаторами и организаторами конференции выступили преподаватели кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии СПбГУ.

УДК 32
ББК 66

ISBN 978-5-98620-306-5

© Авторы, 2017

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

Алиаскарова Ж.А. Идеология популизма: исторические трансформации и современная практика	7
Антанович Н.А. Конфликтный дискурс и политический цинизм	10
Ачкасов В.А. «Популизм идентичности» в современной Европе	12
Балаян А.А. Политизация Интернета как угроза «монополии на правду» в транзитивных политических системах	15
Баранов А.В. Ориентации и практики левого популизма в Южной Европе (на материалах партий «Подemos» и «СИРИЗА»)	17
Баранов Н.А. Популизм как политический феномен	21
Берендеев М.В. Инверсия образа страны и политика постправды в медийном дискурсе (Россия в польском кейсе)	24
Беспалов А.А. Маскулинность как имидж и средство в политике постправды (на материалах президентских предвыборных кампаний в России, Европе и США в 2007–2017 гг.)	27
Богатова А.В. Популистские практики в избирательной кампании Д. Гудкова и Г. Онищенко (2016 г.)	28
Бойко С.И. Постсоветская постправда: аспекты проектирования устойчивого развития	32
Борисова О.В. Постправда как способ манипуляции общественным сознанием в современной России	35
Бортников Н.А., Пунгина А.П. Визуальный политический интернет-мем как инструмент постправды	38
Будко Д.А. политический популизм и популярная культура: забава или повестка дня?	40
Буранов М.М. Сетевая информационная среда и политика «постправды»	42
Быков И.А. Новые горизонты медиатизации политических процессов: случай Эммануэля Макрона	44
Варакса А.Н. Власть дискурса как новая объективная реальность в мировой политике	46
Варенцова О.Б. Почему в России нет популистских партий?	49
Ветренко И.А. Технологии современного популизма в период выборов	52
Вишневский Б.Л., Балаян А.А. Цена тотальной постправды: российские масс-медиа как зеркало гиперреальности	55
Волков В.А. Популизм как проблема политической экологии	58
Волкова А.А. Визуализация правого популизма в преддверии парламентских выборов в Германии	59
Волкова А.В., Курочкин А.В. Политико-культурные основания современных коммуникативных стратегий в публичной политике России	62
Гайко О.В. Постправда в политическом медиадискурсе на примере изданий «Российская газета» и «Парламентская газета»	65
Гливенко В.О. Трансформация российского и европейского популизма на рубеже XX–XXI веков	67

Глухова А.В. Постфактичность как она есть: кто защитит реальность?	69
Гуторов В.А. Постправда как фактор эволюции современного идеологического дискурса: политико-философские аспекты	73
Жаде З.А. Политическая реклама в контексте политики постправды	76
Завершинский К.Ф. Политика постправды как «реинкарнация» мифического в современных практиках политической легитимации	79
Зайцев С.Ю. Современный кинематограф как инструмент политики постправды	83
Зиновьев А.О. Популизм и тирания: случай Фердинанда Маркоса в сравнительной перспективе	86
Зотова Е.В. Взаимосвязь феноменов популизма и постправды в общественной жизни (на примере Российской Федерации)	88
Ирхин Ю.В. Практики и технологии популизма и постправды в президентских выборах (на примере США и Франции)	90
Казаринова Д.Б. Популизм и глобальный порядок	93
Канюков А.Н. Политическое доверие в дискурсе «постправды» XXI века	97
Коваленко В.Д. Постправда: субъективность и постмодернизм	99
Колесников В.Н. Специфика формирования актуальной повестки дня в современной России	102
Консон Г.Р. Современная академическая традиция в России и зарубежье: <i>quid est veritas?</i>	106
Корьяковцева О.А., Бугайчук Т.В. Историческая постправда и ее влияние на формирование гражданской идентичности российской молодежи	110
Крылова Е.А. Феномен партии «Альтернатива для Германии» на выборах 2017 г.	113
Кузина С.И. Постправда в процессах формирования политического имиджа России	115
Кузьмин А.Г. Явление лингвофричества в неоязыческом направлении движения современных русских националистов: опыт анализа	119
Куманичкин П.С. Неопопулистская волна в постсоциалистических государствах Восточной Европы: причины, особенности, перспективы	124
Курков В.Н. Политика постправды как инструмент дискредитации России в сети Интернет	127
Ланцов С.А. Популизм в политике: структурные ограничения и возможные риски	130
Лукьянова Г.В. Медиатехнологии конструирования постправды	132
Макарин А.В. Бюрократическая антиполитика	134
Мартьянов Д.С. Факторы политики постправды и неовиртуальность	137
Михайлов А.А. Постправда и историческая политика	139
Мораев Ф.В. Феномен постправды в повседневной работе пресс-служб региональных органов исполнительной власти (на примере Ленинградской области)	141
Мутагиров Д.З. Социально-политические последствия популизма	142
Мчедлова М.М. Эпистемологическая проекция феномена «постправды»	146
Неверов К.А. Современный латиноамериканский популизм	148
Негров Е.О. Фейк как системообразующий признак политического дискурса: трансформация основных трансляторов	151
Гиматудинова А.С., Нехаенко А.С. Референдум как инструмент политики популизма в современном мире	155
Никипорец-Такигава Г.Ю. Big Data и новые инструменты популизма в избирательных технологиях	158
Новиков К.А. Риторика Джереми Корбина по отношению к ЕС: от антиевропейского популизма к проевропейскому	160
Онопко О.В. Военная пропаганда в условиях политики постправды: донбасский кейс	161

Павроз А.В. основные тренды мягкой политической пропаганды в России	165
Пашковский Е.А. Феномен успеха популистских партий в Польше в 2011–2017 гг.	167
Peychева А.А. Populist Discourse: Populist Ideology and its Contemporary Problem	169
Полагутина Л.В. Социальные и этические аспекты постправды в сетевом обществе	172
Полякова Н.В. Феномен многообразия популизма (на примере современной Франции)	175
Попова О.В. Политологические научные тексты в эпоху «постправды»: риски идеологизации	178
Приколота М.Д. Постправда в контексте послевоенных критических политических теорий	182
Пшизова С.Н. Управление политическими коммуникациями как вызов современной демократии	184
Раджапова Н.С. Последствия применения популистских технологий в российской политике	188
Радиков И.В. Популизм как способ трансформации политического страха в «плавающем» обществе	190
Ребров С.А. «Постправда» как элемент символической политики: советская и постсоветская практики	194
Реут О.Ч. Исследование популизма в контексте коммуникативного и цифрового поворотов	196
Рожнева С.С. Национальная идея патриотизма как дискурс популизма	199
Рябова Т.Б. Восстановление «традиционного гендерного порядка» в российских дискурсах популизма	203
Сафонова О.Д. Популизм как характеристика деятельности институтов современной избирательной системы	205
Свиридов А.В. Постмодерн и постправда в контексте геополитических трансформаций	208
Сдельников В.А. Основные вызовы международной имиджевой политики России	212
Серавин А.И. Значимость гибридной правды для самоорганизации горожан в сетевом обществе на примере Санкт-Петербурга 3 апреля 2017 г.	215
Сингаевский В.Н. Модернизация техники пропаганды в современных условиях	219
Смаль С.В. Технологии формирования «постправды»: политико-конфликтологический аспект	222
Сопов И.А. Симулякры в избирательной кампании (на примере программы «Тень выборов»)?	226
Тимофеева Л.Н. СМИ в условиях доминирования политики постправды	226
Томин Л.В. Условия возникновения и механизмы функционирования идеологии популизма в современном мире	230
Трофимова И.Н. Популизм в электоральных предпочтениях россиян	234
Тульчинский Г.Л. Радость/печаль узнавания позитивизмом «постправды» и возможности ее фильтрации	238
Ульянова Д.А. Феномен постправды в политике поддержки российского бизнеса: правовой и политический аспект	241
Филиппова Н.А. Популизм: функции в контексте модернизации обществ	243
Харкевич М.В. Постправда как политическая архаика 2.0: кейс публичной дипломатии	247
Фархан Еияс Аль-Хатиб Современный популизм: особенности и риски	249
Хохлова Д.Д. Рождение постполитики: эфемерность, постправда и популизм	253
Черушников И.Д. Постправда как инструмент борьбы за власть во время внутривнутриполитического кризиса	256

Шашкова Я.Ю. Популизм в партийно-электоральных процессах российских регионов	258
Щербинин А.И. У истоков «постправды». Об уникальности президентской кампании 2016 г. в США	261
Щербинина Н.Г. Правда и постправда как информационно-политические феномены	265
Яганова П.А. Информационная стратегия Первого канала в условиях доминирования политики постправды	268
Яковлева И.В. Феномен «фейковых» новостей: новое или хорошо забытое старое?	270
Сведения об авторах	275

Ж.А. Алиаскарова (Санкт-Петербург)

ИДЕОЛОГИЯ ПОПУЛИЗМА: ИСТОРИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ И СОВРЕМЕННАЯ ПРАКТИКА

Популизм как определённый стиль риторики, передающий информацию в упрощённом виде, предлагающий простые решения самых сложных политических, социальных и экономических проблем, имеет давнюю историю, восходящую к концу XIX века. Именно тогда в 1891 г. в США возникла первая в мире популистская партия, выдвигавшая некие прототипы демократических идей, борющаяся за снижение налогов, восьмичасовой рабочий день и предоставление труженикам тех излишков земельных наделов, которые простаивали, будучи собственностью крупных корпораций. Подобные взгляды и предложения весьма импонировали простому народу, однако спустя 17 лет партия популистов прекратила свое существование.

С конца XIX века популистские лозунги и риторические приемы значительно усовершенствовались, а сам термин «популизм» со временем приобрел некую негативную окраску, утратив поэтический флер стремления к равенству, справедливости и народному благополучию, столь свойственные ему на начальном этапе. Сегодня под популизмом традиционно понимают некое «заигрывание» с массами, манипулирование популярными в народе ценностями и убеждениями (Баранов, 2015, 25–30), а также игру слов, призванную объяснить сложные вещи простым и понятным языком. Именно эта стратегия, громко провозглашающая, что участие в политическом процессе есть гражданский долг всего народа, интересы которого незыблемы и первичны, наиболее эффективна в период предвыборных кампаний, так как вселяет в избирателей чувство их личностной значимости, а также надежду на долгожданное решение накопившихся злободневных проблем.

По мнению английского ученого Д. Макрея, ядром популизма является «личность, в первую очередь ее моральный аспект» (MacRae, 1969, 159). Это означает, что первичным выступает «счастье рядового человека, его материальное благосостояние и духовная гармония» (Баранов, 2015, 28). Справедливым признается лишь то общество, где каждый индивид живет в достатке и доволен своим положением. Подобное упрощение, или «романтический примитивизм», и есть суть идеологии популизма, неизбежно порождающая антиинтеллектуализм, то есть «убогий, хотя и влиятельный тип мышления» (MacRae, 1969, 162–163). Такая идеология лишена фундаментальных ценностей; зачастую она возникает как ответная реакция на кризисы или модернизационные процессы; занимает позицию хамелеона, всем своим существом подстраивающегося под цвета окружающей его среды (Сморгунов, 2014, 33).

Популизм выступает как совокупность технологий, направленных на мобилизацию электората путем использования спекуляций и различных упрощений. К числу

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

данных технологий относятся: попытки подстроиться под требования народа; использование готовности больших социальных групп эмоционально реагировать на примитивные громкие лозунги; удовлетворение тяги народа к сильной личности; игра на ожиданиях народа; апелляция к простоте и понятности предлагаемых мер, поиск простых решений сложных проблем; прямой контакт между лидерами и массами без посредства политических институтов; манипулирование общественным мнением (Баранов, 2015, 29).

Если абстрагироваться от объекта изложения, создается устойчивое ощущение, что перед нами краткое описание политики авторитарного или даже тоталитарного государства. Действительно, мировая история показывает, что громко провозглашаемая забота о народе и апелляция к его нуждам зачастую являются лишь прикрытием, за которым скрывается антидемократический политический режим. Возникают образы нацистской Германии А. Гитлера, Италии Б. Муссолини или Испании времен Ф. Франко с многомиллионными народными массами, жадно смотрящими на диктатора, зачарованными единой идеей, охваченными стремлением к благосостоянию государства и общества.

Вся советская система управления также была построена на апелляции к нуждам простых тружеников, на единстве их ценностей и сплочении масс. Для этого в большом количестве использовались громкие и понятные каждому лозунги типа «Землю – крестьянам!», «Депутат – слуга народа», «Народ и партия/армия – едины!». С помощью этих и других популистских лозунгов достигалось народное единство и связанные с ним трагедии и победы. После распада СССР вину за массовые репрессии и процветание ГУЛАГа всецело возложили на перегибы со стороны приверженцев коммунистической идеологии. При этом никто не обратил внимание на то, что именно простые и понятные всем популистские призывы вроде «Кто не с нами – тот против нас» заложили фундамент для доносов, борьбы с «врагами народа» и будущих неоправданных человеческих жертв. С главенством коммунистов было покончено, в то время как количество популистов, привыкших в преддверии любых выборов обещать «как можно больше, а выполнять лишь то, что выгодно» (Баранов, 2015, 30), возросло настолько, что сама политика общепризнанно стала восприниматься как «грязное дело», чуждое морали и нравственности.

Хотя популистские приемы использовались не одно десятилетие, особого распространения они достигли в связи с появлением технологий Web 2.0, благодаря которым стало возможным удаленное общение с избирателями. У партий и политиков появились доступные интернет-площадки для размещения контента и мобилизации электората.

Принимая во внимание высокую подконтрольность традиционных СМИ, становится очевидным, что лишь крупные политические игроки способны использовать их для самопродвижения (Сморгунов, 2014, 21). Использование сетевых ресурсов — зачастую единственный шанс небольших или новых партий заявить о себе. По мнению Д.С. Мартьянова, «они должны крайне активно использовать... Интернет для пропаганды своих взглядов, для создания сети сторонников, для налаживания контактов с другими медиа и, в конечном счете, для роста и усложнения партийной структуры» (Мартьянов, 2013, 118).

Как же на самом деле партии использовали сетевой фактор и популизм в ходе недавних выборов в Государственную Думу VII созыва, и как это повлияло на исход голосования? За места в федеральном парламенте в 2016 г. боролось 14 партий; 5 из них («Родина», «Коммунисты России», «Российская партия пенсионеров за справедливость», «Зеленые», «Гражданская платформа») были зарегистрированы

ПОЛИТИКА ПОСТИНГОВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

после электоральной реформы 2012 г. Им предстояла сложная борьба с четырьмя ведущими думскими фракциями и с широко известными политическими игроками «Яблоком» и «ПАРНАСом». «Единая Россия», КПРФ, ЛДПР и «Справедливая Россия» разделили между собой депутатские мандаты; «Родина» и «Гражданская платформа» получили по одному депутатскому мандату.

В регионах, где победу одержали лидеры двух новых думских партий, кандидаты от партии власти не выставлялись. Это послужило основанием для того, чтобы посчитать итоги выборов очередным политическим шоу. Тем не менее, именно «Родина» и «Гражданская платформа» активнее других использовали для своего продвижения сетевой фактор и популистские технологии. Такой вывод был сделан на основе анализа активности новых партий в социальных сетях спустя полгода после объявления результатов выборов и подтвердился в ходе повторного анализа, проведенного в августе 2017 г. (см. таблицу).

Таблица. Поддержка новых партий в социальных сетях

Название партии	Подписчики ВКонтакте		Количество лайков в Facebook		Подписчики в Twitter	
	04.20 17	08.2017	04.2017	08.2017	04.2017	08.2017
«Гражданская платформа»	25680 / 25063		35598 / 34635		8992 / 8548	
«Родина»	7380 / 7238		10819 / 10776		> 5000 / 5559	
РЭП «Зеленые»	1515 / 1519		Нет группы / 3203		Нет группы	
«Коммунисты России»	1115 / 3723		24 / 8176		Нет группы	
«Российская партия пенсионеров за справедливость»	278 / 786		43 / 591		14 / 24	

Контент всех официальных страниц «Родины» обновляется каждый час. «Гражданская платформа» делает это по другому принципу: она освещает каждое сколько-нибудь важное выступление своего лидера или те события, участником которых он стал. «Родина» регулярно использует такие популистские посылы, как выражение недовольства, стремление противопоставить власти чиновников власть народа и регулярное предложение простых решений сложных проблем. В каждом посте есть следующие слова: «необходимо изменить», «нужно принять», «надо приравнять», «нужно менять экономику». При этом регулярно демонстрируется лидер партии как сильная фигура, опора страны. «Гражданская платформа» активно использует мемы. Например, в определенный момент на главной странице сайта партии была размещена фотография бывшего президента с надписью «пора спать в другом месте!». Используется популистская фраза «эпоха Ельцина – эпоха позора!». На сайте постоянно используются формулировки «мы предлагаем», «мы продвигаем», «мы наметили конфликтные точки». С помощью этого приема демонстрируется, что Р. Шайхутдинов активно выполняет возложенные на него обязательства, т.е. доверие избирателей к партии вполне оправдано.

Примеры «Родины» и «Гражданской платформы» показывают, насколько важно для победы на выборах задействовать все доступные средства саморекламы, включая работу в сетевом пространстве. Пример данных партий показывает, что в предвыборной гонке популистским технологиям отводится далеко не последняя роль. По мнению исследователя Э. Лаклау, «любое политическое движение, особенно в периоды обострения борьбы за власть, будет иметь популистские черты» (Laclau, 2005). Наиболее ярким популистом в современной России традиционно считается В.В. Жириновский. Благодаря экспрессивным высказываниям и открытому выражению своего недовольства работой каждого

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

второго министерства РФ данный политик пользуется широкой известностью. В предвыборной речи в 2016 г. лидер ЛДПР заявлял: «Хватит заставлять пенсионеров выживать на нищенскую пенсию! Государство должно позаботиться об одиноких гражданах!». Эти и другие популистские высказывания обеспечили ЛДПР хороший результат на выборах.

Идеология популизма, в современном варианте «работающая на упрощение и понижение идей и ценностей» (Тульчинский, 2014, 193), является неотъемлемой частью политического процесса и, несмотря на ряд присущих ей деструктивных черт, активно используется как действенный инструмент мобилизации электората.

Литература

Баранов Н.А. Возрождение популизма: европейский опыт и российские практики // Вестник СПбГУ. Сер. 6. – 2015. – Вып. 3. – С. 25–36.

Мартыанов Д.С. Сравнительный анализ репрезентации новых российских партий в сети Интернет // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. – 2013. – № 161. – С. 117–121.

Политическая культура / учеб. пособие под общ. ред. Г.Л. Тульчинского / М.: Юрайт. – 2014. – 326 с.

Сморгунов Л.В. Сетевые политические партии // М.: Полис. Политические исследования. – 2014. – № 4. – С. 21–37.

Laclau E. On populist reason // London: Verso. – 2005. – 276 p.

MacRae D. Populism as an Ideology // Populism: Its Meanings and National Characteristics / ed. By G Jonsescu, E. Gellner. – London: Weidenfeld and Nicolson. – 1969. – 263 p.

Н.А. Антанович (Минск, Республика Беларусь)

КОНФЛИКТНЫЙ ДИСКУРС И ПОЛИТИЧЕСКИЙ ЦИНИЗМ

Политический плюрализм как признак демократии связан со свободой СМИ, а также свободой формирования и выражения мнения. Для формирования собственного мнения необходимы альтернативные источники информации. Реализация указанных принципов демократии в идеале создает для граждан возможности влиять на формирование повестки дня политики. Указанные принципы реализованы в условиях «до-интернетовской», «до-сетевой» политической коммуникации. Политическая коммуникация в интернет-пространстве отличается дифференциацией тематики, стилей подачи материала (зачастую неформальностью и импульсивностью), разнообразием участников (от политиков и экспертов до рядовых граждан). Размываются традиционно устоявшиеся роли коммуникатора (отправителя информации) и реципиента (получателя информации). Под влиянием интернет-форумов и блогов идут процессы индивидуализации политической коммуникации. Но приводят ли данные процессы к расширению свободы формирования мнений? Как нам представляется, не в полной мере. Во-первых, интернет-форумы и блоги являются своего рода «эхом» презентации информации в традиционных масс медиа и в официальных каналах коммуникации (концепция «эхо-камеры», Уоллстэн, 2005). Во-вторых, применяя терминологию «производители смыслов» и «потребители смыслов», можно выявить «двухслойность» политической коммуникации. «Производители смыслов», занимаясь социальным проектированием, задают своего рода интеллектуальный и эмоциональный «интервал», «коридор» восприятия информации, представлений о ее истинности либо ложности, влияют на генерирование эмоционального восприятия событий. Для формирования таких «коридоров» применяются технологии конфликтного дискурса, ведь именно они позволяют поддержать политический плюрализм (подлинный или мнимый).

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Конфликтный дискурс амбивалентен: 1) нацелен на противоречивую интерпретацию информации; 2) «проявляется в отрицательной оценке говорящим действий адресата либо ситуации, на которую повлияли эти действия» (Каразия, 2006), «характеризуется интолерантной, негативно-оценочной, а зачастую агрессивной направленностью общения» (Кошкарова, 2015, 8). В первом случае конфликтный дискурс предполагает конкурентное отстаивание притязаний на значимость представления информации, является проявлением плюрализма. Во втором случае применяются вербальная агрессия, «наглость как стиль политического поведения и его вербального оправдания» (Оболонский, 2015, 84).

Конфликтный дискурс, нацеленный на дискредитацию оппонента, основан на применении обличения, оскорблений, речевых выпадов, унижающих оппонента высказываний. Дискредитирующая форма конфликтного дискурса, связанная с моральным нигилизмом, нарушением норм общения и поведения, проявляется в политическом цинизме. Проблематика политического цинизма нашла отражение в работах А. В. Оболонского, Л. Д. Гудкова. В 2015 г. в Ростове-на-Дону состоялась Всероссийская научная конференция «Политический цинизм: концепт и постсоветская реальность». Л. Д. Гудков определил цинизм как «высказывание или действие с установкой на намеренное ценностное снижение Другого, в пределе – демонстративный отказ от признания моральных ценностей других людей того же круга, к которому принадлежит и сам циник» (Гудков, 2015, 138), «демонстративное пренебрежение мнениями и нормами поведения обывателей» (Гудков, 2015, 139).

Порожденный политическими ошибками цинизм проявляется, с одной стороны, в массовом разочаровании в состоятельности управленческих практик, а, с другой стороны, в том, что «производители смыслов демагогически маскируют словесными клише, такими как, “национальные интересы”, “патриотизм”, “исторические корни”, “скрепы” – одновременно стигматизируя несогласных клише негативными – “пятая колонна”, “национал-предатели”» (Оболонский, 2015, 84).

Политический цинизм элит проявляется в пренебрежительном отношении к общечеловеческим ценностям, в оправдании исключительности управленческой роли и необходимости дистанцирования правящих кругов от масс, в самоуверенности и отрицании критической установки к принимаемым решениям. Проявлением политического цинизма является рекрутирование в административный аппарат по основаниям лояльности и личной преданности. Как следствие – беспринципность и поиск путей ухода от ответственности управленцами различных уровней. Политический цинизм элит как злоупотребление властью производит трансформацию вертикального давления власти на население в различные формы горизонтального давления, нетерпимости и агрессивности, социальной апатии и атомизации.

Политический цинизм как сущностная характеристика, сопутствующая неэффективным и провальным политическим решениям и действиям, может проявляться в популистском дискурсе. Применяются технологии «похвалы адресату» (Нежданов, 2001), «логики схождения/общности позиций и интересов», намеренного редукционизма, упрощения проблем при замалчивании реальных путей их разрешения, риторика «собственного уникального пути» в противовес «недружелюбным партнерам/конкурентам». «Логика однообразия» (Мусихин, 2013) нивелирует социальную дифференциацию, необходимость адресной политики при выполнении общественных требований. Плюралистический дискурс строится на аргументированной логике различий и инструментальных решений проблем.

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

Гудков Л.Д. От двоемыслия к цинизму: общественная цена стратегии понижающей адаптации // Политическая концептология. – 2015. – № 2. – С. 138–163.

Каразия Н.А. Лингвопрагматическое исследование конфликтного дискурса. URL: <http://psibook.com/linguistics/lingvopragsmaticheskoe-issledovanie-konfliktnogo-diskursa.html> (дата обращения 15.08.2017).

Кошкарлова Н.Н. Конфликтный и кооперативный типы русскоязычного дискурса в межкультурном политическом пространстве. Автореф. дис. на соиск. учен. степ. докт. филолог. наук. – Екатеринбург. – 2015. – 48 с.

Мусихин Г.И. Очерки теории идеологий. – М.: Изд. Дом Высшей школы экономики, 2013. – 288 с.

Нежданов Д.В. Манипулятивная политика: дискурс популизма // Дискурс-Пи. – 2001. – Т. 1. – № 1. – С. 33–34.

Оболонский А.В. Этика публичной сферы и реалии политической жизни. – М: Мысль, 2016. – 445 с.

Оболонский А.В. Политический цинизм: концепт, практика, альтернатива // Общественные науки и современность. – 2016. – № 2. – С. 73–81.

Wallsten K. Political Blogs and the Bloggers Who Blog Them: Is the Political Blogosphere and Echo Chamber? – University of California, Berkeley. Paper Presented at the American Political Science Association, 2005. P. 3. URL: <http://www.journalism.wisc.edu/~dshah/blog-club/site/Wallsten.pdf> (date of access 15.08.2017).

В.А. Ачкасов (Санкт-Петербург)

«ПОПУЛИЗМ ИДЕНТИЧНОСТИ» В СОВРЕМЕННОЙ ЕВРОПЕ

В начале третьего тысячелетия в полной мере проявилась новая общеевропейская политическая тенденция. Суть ее в смещении оси конфликтности из социально-классовой сферы в сторону этнонациональных и этноконфессиональных отношений. Это привело к появлению, наряду с партиями национальных меньшинств, популистской «третьей силы», которая стремится занять свою нишу в политической жизни и не без успеха борется за власть и влияние как с традиционными левыми, так и с традиционными правыми.

К числу современных разновидностей популизма исследователи относят *популизм протеста* (или социальный) и *популизм идентичности* (или националистический). Популизм протеста — это критика элит, сочетающаяся прославлением народа, понимаемого как «простые люди», «обычные граждане». Данная разновидность популизма означает «гипердемократизм», призыв к непосредственной демократии и отрицание обычных демократических процедур. Популизм идентичности, как и популизм протеста, направлен против элит, против демократического государства как института, но главное внимание уделяется протесту против «чужих», «иностранцев». Элиты осуждаются прежде всего потому, что они не национальны, а оторваны от народа, космополитичны (Национализм и популизм в Восточной Европе..., 2007, 59–60).

В современной Европе наибольший политический успех имеют политические партии, использующие потенциал популизма идентичности. Формулируя наиболее общие причины подъема популизма идентичности, немецкий исследователь Карл Беллестрем пишет: «Не все граждане способны ценить основные ценности либеральной демократии, к которым относятся основные свободы личности, плюрализм образа жизни и убеждений, взаимная терпимость и готовность к компромиссу, уважение демократического порядка. Как только на горизонте появляется кризис, немало граждан с готовностью оставляет позиции свободы и попадает в руки правых популистских и фундаменталистских движений» (Беллестрем, 2003, 269). Россиянам этот феномен знаком давно, с момента возникновения ЛДПР и политического успеха партии В.Жириновского в декабре 1993 года. Однако и в европейских странах есть свои ЛДПР и свои политические лидеры–популисты.

ПОЛИТИКА ПРАВОПООПРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Отвечая на вопрос о причинах электоральных успехов правых популистов как на общеевропейских, так и национальных выборах, многие исследователи в качестве решающих факторов называют проблему массовой иммиграции в западноевропейские страны, превращение этих государств в мультикультурные и даже многорасовые общества, реакцию на эти процессы — рост расовой и этнической ксенофобии (именно поэтому эти партии часто называют антииммигрантскими).

Причины подъема волны национал-популизма в посткоммунистических странах Европы несколько иные. Во всех государствах региона, конечно, есть выигравшие от системных трансформаций, но «в течение уже 20 лет в обществе углубляется раскол между выигравшими и проигравшими от реформ. Во всех странах региона к выигравшим от экономических трансформаций относятся политики, но далеко не всегда — избиратели. Постоянные случаи коррупции демонстрируют избирателю этот разрыв», — отмечает Д. Зегерт (Зегерт, 2009, 32).

При этом у западного проекта было серьезное преимущество перед проектом коммунистическим, поскольку идеал, на который нацелен Запад, более осязаем. Однако его реализация также требовала больших жертв, что уже осознали граждане постсоциалистических стран вступивших в Европейский союз. В Восточной Европе, по словам немецкого журналиста К.-О. Ланге, «растет новое нетерпение. После столь значительных жертв в прошлом люди наконец-то хотели бы пользоваться плодами экономического роста» (Орлов, 2007, 18). Но ожидаемого процветания не последовало, напротив, вступление стран региона в ЕС привело к заметному росту социального неравенства. Таким образом, усиление политического влияния в странах ЦВЕ национал-популистов и противников европейской интеграции — это и плата «за слишком быстрое продвижение, за иногда возникающие уродливые формы интеграции, за отрыв политических элит от своих народов, которые лишь частично идентифицируют себя с пока еще абстрактным европейским целым и по-прежнему мыслят национальными, а иногда и националистическими категориями» (Кризис ЕС..., 2015, 24).

Неразрешенность или недостаточная решенность социально-экономических проблем, эйфория, а затем постепенное разочарование в стратегии «возвращения в Европу» обусловили движение «по спирали» политических предпочтений восточноевропейского электората на протяжении более двух десятилетий истории региона «после коммунизма»: «...сначала взяв резко вправо (эра апологетов быстрой декоммунизации, либерализации и приватизации по образцам США и Великобритании), затем пошло влево (приход к власти сторонников европейского социального государства), затем снова вправо, но уже со скорректированным курсом, на знамени которого значились популистские и национальные лозунги» (Национализм и популизм..., 2007, 10). Объяснение различий в степени влиятельности правопопулистских партий кроется в степени остроты социальных и особенно этнополитических проблем в разных странах региона.

Отмеченный С. Хантингтоном парадокс новых демократий заключается в том, что демократические «правила игры» облегчают приход к власти политическим объединениям, апеллирующим к групповым лояльностям (этнической, конфессиональной либо классовой) и одновременно отбрасывающим ценности и образцы западной либеральной демократии (Huntington, 1996, 6). Если активность национал-популистских партий в целом не очень опасна для стабильных старых демократий, то в новых демократиях при определенных условиях она может стать причиной их падения. По мнению польского политолога Е. Налевайко, «странам Центральной и Восточной Европы присуща некая внутренняя, имманентная

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

предрасположенность к популизму идентичности (*националистическому* – прим. В.А.): для большинства популистских партий региона характерны видение государства как собственности доминирующей этнической группы, неприятие гражданского общества, уверенность в необходимости господства присущего большинству народа вероисповедания, недоверие к соседям и институтам либеральной демократии» (Nalewajko, 2004, 57). Впрочем, это верно и для постсоветских государств.

После вступления стран Восточной и Центральной Европы в Европейский Союз многие граждане посткоммунистических государств испытывают все большее разочарование от экономических и политических последствий членства в «Единой Европе». «Идея единой Европы перестала играть роль вдохновляющего и мобилизующего девиза, как это было в течение длительного времени — с середины 40-х по середину 90-х годов минувшего столетия. Теперь это не столько ценностный ориентир, выстраданный предыдущим трагическим опытом и наполненный богатейшим историко-филологическим содержанием, сколько прагматическая задача, определяемая экономическими и геополитическими интересами европейских государств» (Кризис ЕС..., 2015, 35). В этой связи исследователи предсказывают рост электоральных успехов националистов, последовательно выступающих против процессов европейской интеграции и глобализации не только на Востоке Европы, но и на Западе. Поэтому одной из насущных проблем для большинства стран Европы становится проблема маргинализации и вытеснения с политической арены национал-популистских идеологий и партий, исповедующих презрительное отношение к представителям тех или иных этнических и конфессиональных общностей и отрицающих саму возможность предоставления демократических и гражданских прав всем группам населения своей страны, поскольку, как утверждает Р. Хардин, политическая мобилизация большого числа групп, объединенных по этническому, расовому, религиозному или какому-либо другому приписываемому критерию, будет скорее подрывать, а не создавать основу для демократии (Hardin, 1995).

По мнению известного болгарского исследователя И. Крастева, рост популярности популистских партий в странах, недавно вошедших в ЕС, «обусловлен приоритетом строительства капитализма и отодвигания на второй план проблем строительства демократии... фактическим исключением принятия решений в вопросах экономики из демократического процесса». По его мнению, рост популизма отражает новую структуру конфликтов в современной европейской политике: на смену противостояния между левыми и правыми пришло «структурное столкновение... между элитами, которые становятся все более подозрительными по отношению к демократии» и массами, которые, протестуя против политиков технократов, все более поддерживают политиков антилиберальных (Крастев, 2007).

Таким образом, в условиях, когда значение классовой идентичности и идеологии снизилось, а традиционные партии стран Западной Европы, как и стран Центральной и Восточной Европы, стали все более зависимыми от социокультурных характеристик избирателей, правые популистские и этнорегиональные партии продемонстрировали способность привлекать поддержку ряда социальных и региональных групп, сделав ставку на одну из самых выигранных политических стратегий – политизацию этничности и культурный расизм.

Однако следует специально отметить, что те же факторы, которые дают крайне правым популистам возможность добиваться серьезных электоральных успехов сегодня, могут вскоре обернуться против них, поскольку «третий путь» и «простые решения» сложных проблем, стоящих перед странами Европы, которые они

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

предлагают, вполне иллюзорны. Они не способны практически удовлетворить электоральный «спрос», однако почти неизбежно их деятельность способна породить новые проблемы и конфликты. Правый популизм, несомненно, опасен для демократии, особенно на востоке Европы, так как он апеллирует к неконтролируемой мобилизации масс не во имя созидания, а во имя разрушения. Используя утопии и массовые иллюзии, популизм акцентирует существующее различие между умозрительным демократическим идеалом и реально существующей несовершенной демократией. Национал-популисты ставят в политическую повестку действительно остроактуальные вопросы, но дают на них ложные ответы. Как отметил известный британский социолог З. Бауман, «популизм предлагает нереальные методы решения реальных проблем. Опасность популизма в пренебрежении правилами демократической игры, сведении политики к борьбе добра со злом» (Бауман, 2008, 2011).

Литература

- Бауман З. Текущая современность. – СПб.: Изд-во Питер, 2008. — 240 с.
- Беллестрем К. Сколько плюрализма может вынести человек? (к вопросу о вызове коммунитаристов либерализму) // Глобализация и столкновение идентичностей. Международная Интернет-конференция 24 февраля – 14 марта 2003 / Сб. материалов; под ред. А. Журавского, К. Костюка. – М.: Изд. Кнорус, 2003.
- Зегерт Д. Трансформация и развитие партий в Восточной Европе после завершения переходного десятилетия // Политическая конкуренция и партии в государствах постсоветского пространства. Сб. статей. / Ред.-сост. Е.Ю. Мелешкина, Г.М. Михайлова. – М.: ИНИОН РАН, 2009. – С. 20–43.
- Крастев И. Странная смерть либеральной Центральной Европы // Прогнозис. – 2007. № 3. – С. 79-87.
- Кризис ЕС: Последствия и перспективы // Современная Европа. – 2015. – № 4. – С. 21–36.
- Национализм и популизм в Восточной Европе. Сб. науч. трудов / Редкол.: Игрицкий Ю.И. (отв. ред.) и др. – М.: ИНИОН РАН, 2007. – 74 с.
- Орлов Б.С. «Срачивание» Западной и Восточной Европы: Культурно-исторические аспекты проблемы // Актуальные проблемы Европы: Сб. науч. тр. – М.: ИНИОН РАН. – 2007. – № 4. – С 10–34.
- Hardin R. One of All: The Logic of Group Conflict. – Princeton, NJ: Princeton University Press, 1995. – 302 p.
- Huntington S. Democracy for the Long Haul // Journal of Democracy. – 1996. – Vol. 7 (2). – P. 3–13.
- Nalewajko E. Populizm a demokracja. – W-wa, 2004.

А.А. Балаян (Санкт-Петербург)

ПОЛИТИЗАЦИЯ ИНТЕРНЕТА КАК УГРОЗА «МОНОПОЛИИ НА ПРАВДУ» В ТРАНЗИТИВНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ

Одним из ключевых условий изменений современного мира является трансформация роли и структуры социальных институтов. Подобные изменения произошли с момента перехода стран Запада в постиндустриальную стадию в 1960-х годах. Более существенную роль стала играть информация, что было связано с бурным технологическим развитием. Так, по мнению Э. Тоффлера, период третьей волны характеризуется возросшей ролью информационных потоков, их усложнением и дифференциацией (Тоффлер, 1999, 268). В такой системе каналы телевидения открыто моделируют реальность, сами творя образы и симулякры, которые её заменяют (Бодрийяр, 1995, 163).

Как отмечают Бартон и Хигли, исторические события показывают, что, когда режим сталкивается с различными кризисными явлениями и процессами, элиты, как правило, начинают изменять институты радикальными способами (Burton, Higley, 1998). Это особенно ярко проявляется в последние несколько лет, когда власти

ПОЛИТИКА ПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

многих переходных политических режимов пытаются усилить контроль над новыми медиа. Проблема в том, что в таких системах институты нужны не для того, чтобы обеспечивать демократизацию или социальную эффективность; их основная задача – служить интересам тех, кто устанавливает правила. В современных «просвещённых» автократиях СМИ играют роль своеобразных «медиавойск», которые обеспечивают информационное прикрытие политического режима системы. Разумеется, подобный механизм работает максимально успешно, когда политическая повестка контролируется государством.

Специфику функционирования СМИ в переходных режимах можно рассмотреть через концепцию Д. Брайанта и С. Томпсона, которые развивают идею Г. Ласуэлла о том, что масс-медиа выполняют в обществе три основные функции: наблюдение за внешней средой, связывание фрагментов внешней среды, передача социальных норм и установлений. Авторы предлагают несколько моделей воздействия СМИ на аудиторию: транзактную, ожидания-оценки, использование и зависимость (Брайант, Томпсон, 2004, 149). В большинстве автократий или электоральных демократий сейчас преобладает модель использования и зависимости. Такой механизм довольно успешно подходит для применения властью так называемых информационных каскадов, когда одна новость подхватывается и ретранслируется практически всеми СМИ и, соответственно, осуществляется эффект большей достоверности и принятия населением. Именно поэтому большинство населения этих стран является потребителем информации, т.е. того, что называют правдой официальные власти.

Интернет и СМИ до определённого момента играли на разных площадках. Политическое оставалось за СМИ, а Интернет больше концентрировался на досуге и развлечении. Разумеется, политическое в нем присутствовало в виде блогов в ЖЖ, но они оставались практически незамеченными в общей информационной повестке. Подобная ситуация не была обострена до тех пор, пока не произошла массовая политизация YouTube в 2011–2012 гг. Появилось значительное число каналов на YouTube, которые начали критически относиться к власти; «правда» этих каналов довольно существенно отличалась от государственной, началось вовлечение в эту политизацию молодёжи. Эта ситуация привела к значительному числу акций протеста молодёжи против власти (Турция, Иран, Ближний Восток, Латинская Америка, Юго-Восточная Азия, Россия). Эти процессы совпали с развитием портативной электроники и скоростных мобильных сетей 3G (а затем 4G), а в закрытых странах (Китай, Иран, Тунис, Сирия) с массовым внедрением технологии VPN.

Первой глобальной политизированной акцией в Интернете стала публикация в 1996 г. «Декларации независимости киберпространства», которую написал и разместил в Сети Д.П. Барлоу — основатель Фонда электронных рубежей, организации, нацеленной на исследование социальных и правовых проблем в Киберпространстве и защиту свободы в Интернете (Barlow, 1996). Это была ответная мера, вызванная попыткой американского правительства ввести цензуру в Интернете. Почти сразу же этот текст оказался скопирован в тысячах блогах в десятках стран мира. Сознательно используя нелицеприятные выражения в адрес власти, Барлоу хотел показать, как легко любая информация может быть распространена в Сети. И если в любых СМИ власть может пресечь распространение нежелательной информации, то в Сети это сделать практически невозможно. Основная мысль декларации — это провозглашение независимости Интернета от государственных структур. Как отмечал Барлоу, киберпространство

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

выступает альтернативой обществу как таковому, ибо уже не является тем, что мы привыкли считать социальной реальностью (Barlow, 1996).

Безусловно, Интернет и информационные технологии повышают степень личной свободы гражданина и, как следствие, ограничивают власть государства. Именно с этим связана убежденность некоторых авторов в том, что в ближайшем будущем политические, социальные и законодательные структуры «будут заменены ничем не стесненными взаимодействиями между автономными индивидами и их программным обеспечением» (Барбрук, 2015, 18). «Мы думали, что Интернет породит поколение “цифровых бунтарей”, а он дал поколение “цифровых невольников”, умеющих с комфортом устроиться в Сети, какой бы ни была политическая реальность» (Морозов, 2014, 28). В последние несколько лет мы наблюдаем политическую активность, которая связана с усталостью молодёжи от популистской политики властей и традиционных средств массовой коммуникации. Бесконтрольное распространение информации через социальные сети, мессенджеры и YouTube прямым образом угрожают монополии на истину государственных медиа и стабильности политического режима. Многие недемократические режимы пытаются использовать Интернет для распространения нелиберальной культуры и ценностей, чтобы сгладить эффект от политизации сети.

Россия идёт к контролю над Интернетом по модели закрытых стран. Законодательные ограничения и резонансные судебные решения подтверждают это. Так, уже сейчас можно говорить о тенденции влияния на офис русского YouTube, что приводит к удалению преимущественно оппозиционного контента, критикующего власть. Жалобы на контент лояльных к власти каналов остаются без рассмотрения, что может косвенным образом свидетельствовать об определённых договорённостях с российским представительством Google, либо руководством всей компании.

«Мы сотворим в Киберпространстве цивилизацию Сознания. Пусть она будет более человечной и честной, чем мир, который создали до того ваши правительства», — писал Барлоу (Barlow, 1996). Но время показало, что его мечте не суждено сбыться. Иерархии никуда не исчезают, они пытаются контролировать реальность уже в современных системах коммуникаций, что не может не вызывать тревогу.

Литература

- Барбрук Р. Интернет-революция. – М.: Ад Маргинем, 2015. – 128 с.
Бодрийяр Ж. Система вещей. – М.: Домино, 1995. – 172 с.
Брайант Д., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. – М.: Вильямс, 2004. – 425 с.
Морозов Е. Интернет как иллюзия. Обратная сторона сети. – М.: АСТ; CORPUS, 2014. – 528 с.
Тоффлер Э. Третья волна. – М.: АСТ, 1999. – 261 с.
Barlow J.P. A Declaration of the Independence of Cyberspace. URL: <https://www.eff.org/cyberspace-independence> (дата обращения: 05.08.2017).
Burton M., Higley J. Political Crises and Elite Settlements // Elites, crises, and the origins of regimes / M. Dogan & J. Higley (Eds.). NY – 1998.

А.В. Баранов (Краснодар)

ОРИЕНТАЦИИ И ПРАКТИКИ ЛЕВОГО ПОПУЛИЗМА В ЮЖНОЙ ЕВРОПЕ (НА МАТЕРИАЛАХ ПАРТИЙ «ПОДЕМОС» И «СИРИЗА»)

Левый популизм усилился и приобрёл модернизированные формы в условиях мирового экономического кризиса 2008–2011 г., который особенно долго и тяжело повлиял на страны Южной Европы. Электоральные успехи левопопулистских партий

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

(«Подemos» в Испании, «СИРИЗА» в Греции, «Движения пяти звёзд» в Италии и др.) подтверждают массовый запрос на политический курс, альтернативный господству глобальных корпоративных элит и традиционных партий. Выбор партий и стран для бинарного синхронного сравнения вызван тем, что «Подemos» и «СИРИЗА» наиболее влиятельны из числа «новейших левых» Европы. Опыт Испании и Греции демонстрирует многим политиям мира, что их ждёт в будущем. Но остаётся нерешённым вопрос, реальна ли леворадикальная альтернатива, либо это – манипуляция общественным мнением со стороны изощёренных в политтехнологиях правящих элит.

Цель доклада – определить политические ориентации и практики левого популизма на примере партий «Подemos» и «СИРИЗА». Степень изученности темы неравномерна. Предметом специализированных исследований стали идеология, стратегии и методы коммуникации партии «Подemos», её связи с массовыми протестными движениями (Müller González, 2014; Pucciarelli, Russo Spina, 2014; Torreblanca, 2015; Astakhova, 2015; Хенкин, 2016). Слабо изучены взаимосвязи «Подemos» с региональными и традиционными левыми партиями. Работы о «СИРИЗЕ» делают акцент на нереалистичности экономического курса партии, её дрейфе к центризму после прихода к власти (Stavrakakis, Katsambekis, 2014; Miliotis, 2016; Sheehan, 2016; Зеликсон, Голубев, 2013; Квашнин, 2015; Лубоцкая, 2016). Мало внимания уделено диффузии идей и тактик активности партий на международном уровне.

В условиях глобализации партийные системы подвергаются неизбежным трансформациям. Данные процессы приводят к кризису моделей партийного представительства общественных интересов, что особенно зримо проявляется в политиях с непрочными традициями демократии.

Испанская полития, достигшая консолидации демократии в итоге транзита 1976–1983 гг., испытывает кризис. Речь идёт об упрочении идеологий и политических организаций, требующих коренного пересмотра политической системы. Процесс идёт, в том числе, в русле неосоциалистической критики неравенства (партия «Подemos», блок «Объединённые левые»). Важны не только организационные трансформации партий, но и изменения повестки дня конкуренции, содержания и способов коммуникации. Речь идёт о кризисе доверия к партиям и к базовому консенсусу в рамках либеральных, консервативных и социал-демократических ориентаций.

Традиционные партии развивались к «всеохватному» типу, утрачивая идеологические и социально-классовые различия с учётом трансформаций идентичностей. За 1985–2009 гг. частота идентификаций испанцев с людьми сходных политических взглядов сократилась с 11,7 до 3,7%, с лицами своей классовой принадлежности – с 24,6 до 8,8%, а выросла с 39,1 до 65,8% – со средним классом (Del Campo, Tezanos, 2010, 24–25). Это сделало малоэффективным партийное позиционирование на основе отчётливой программы.

В ноябре 2016 г. опрос 3500 испанцев (погрешность 1,7%) зафиксировал рекордно низкий уровень доверия партиям – 20% во всей выборке. Самый низкий уровень доверия политической системе – у сторонников леворадикального блока «Вместе мы можем» (“Unidos Podemos”) и его союзников – 21% (Camas García, 2016). Запрос на коренную реформу сосредоточен среди сторонников социализма.

Протест развивался, в том числе, в русле антисистемных леворадикальных инициатив (в 2011 г. организовались народные ассамблеи и “Indignados” – «Возмущённые», они же «Движение 15 мая»). «Возмущённые» выступало против партий и профсоюзов как устаревших форм, требуя «немедленного установления

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

реальной демократии» (Alvarez, Gallego, Gandara, Rivas, 2011). Вскоре логика конкуренции сделала неизбежным перерастание протестных движений в партию «Подemos» (январь 2014 г.). Она имеет сетевой тип строения и коммуникаций (состоит из равноправных «кружков»), принимая решения путём внутреннего консенсуса. Её документы отвергают власть глобальных элит и «касты», которой именуют правящие элиты и руководство традиционных партий. «Подemos» и её харизматичный лидер П. Иглесиас Туррион усматривали позитивные цели в кардинальной смене общественной и политической системы, в создании «прямой демократии», государственном перераспределении доходов. «Подemos» — единственная из общеиспанских партий, поддерживающая проведение референдума о статусе Каталонии (Iglesias, 2014; Müller González, 2014, 80).

На выборах Европарламента (май 2014 г.) леворадикальные партии и блоки смогли в 3 раза повысить своё влияние – с 6,9 до 20,1%, причём «Подemos» поддержала половина данного электората (Elecciones europeas, 2014). На местных выборах 2015 г. «Подemos» завоевала посты мэров четырех крупнейших городов: Мадрида, Барселоны, Валенсии и Сарагосы. Успех повторён на выборах национального парламента (Генеральных кортесов) в декабре 2015 г. – 21,7% и в июне 2016 г. – 21,1% (Consulta, 2015; Elecciones generales, 2016).

Со строительством сильной партии в лице «Подemos» согласны не все сторонники «антисистемных» движений. Это привело в 2015–2016 гг. к размежеванию леворадикального лагеря (выход из «Подemos» одного из её основателей Х.К. Монедеро Фернадеса-Гала). Потребность увеличить электоральную поддержку привела к непоследовательности лозунгов «Подemos», к значительному смягчению и непоследовательности программы. В декабре 2014 г. П. Иглесиас избран генеральным секретарём партии, что противоречит исходному сетевому принципу построения «Подemos». Проявляются растущие разногласия между П. Иглесиасом (лидером радикального крыла) и секретарем И. Эррехоном (сторонником социал-демократической адаптации). Не вполне оправдалась тактика 2016 г. – идти на парламентские выборы несколькими блоками, что вызвало раздробление фракции в кортесах. «Системные» партии исходили из приоритета изоляции «Подemos». Невозможна по идеологическим мотивам и левоцентристская коалиция «Подemos» с Испанской социалистической рабочей партией и «Гражданами». «Подemos» стремится сохранить идеологическую непримиримость и, в меньшей мере, образовать парламентское большинство левых сил, что нереалистично совместить.

В Греции экономический кризис оказал ещё более сокрушительное воздействие на политическую систему. Уровень безработицы вырос с 8,6 до 22,5% за 2009 – март 2017 г., а на пике кризиса (июль 2013 г.) составлял 28,7% (Unemployment, 2017). Основные партии, менявшие друг друга у власти, – консервативная «Новая демократия» и социал-демократическая ПАСОК погрязли в коррупции и капитулировали перед финансовым ультиматумом Евросоюза. «СИРИЗА» («Коалиция радикальных левых») воспользовалась этими условиями и на парламентских выборах 2012 г. стала второй по влиянию в стране и сильнейшей левой партией. «СИРИЗА» требовала немедленно отменить все меры, ведущие к обнищанию, отказаться от принятия законов, подрывающих права трудящихся, отменить судебный иммунитет депутатов парламента, расследовать незаконную деятельность банков, создать международную комиссию по расследованию причин бюджетного кризиса в Греции, ввести мораторий на выплаты по госдолгу до обнародования итогов этого расследования (Квашнин, 2013, 145). «СИРИЗА» позиционировала себя как широкий фронт всех униженных и обделённых,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

защитница молодёжи и новая сила, не несущая ответственности за правление элит. Играла свою роль и харизматическая личность лидера А. Ципраса.

Выборы в Европарламент 2014 г. принесли партии относительное первенство – 26,6% голосов (European, 2014). В январе 2015 г. «СИРИЗА» победила на национальных парламентских выборах с итогом 36,3%, что позволило создать коалиционное правительство во главе с А. Ципрасом. Несмотря на подтверждение успеха на референдуме о финансовых взаимоотношениях с ЕС и на внеочередных парламентских выборах в сентябре 2015 г. (набрано 35,5% голосов) (Parliamentary, 2015), «СИРИЗА» вынуждена была отказаться от наиболее радикальных социально-экономических и политических требований. По сути, Греции был предъявлен ультиматум глобальных элит, опытных в «приручении» радикалов. А. Ципрас признал неизбежность выплаты внешних долгов Греции вопреки собственной предвыборной программе. В июле 2015 г. меморандум между ЕС и Грецией о контроле международных кредиторов над госсобственностью страны и о дополнительной приватизации был подписан. От партии откололось её левое крыло, создавшее новые партии «Народное единство» и «Курс свободы», оставшиеся маргинальными.

Итак, подтверждён массовый общественный запрос на влиятельные антисистемные партии. Они позиционируются как прагматические движения с сетевой организацией и популистскими лозунгами, спланированными разнородные депривированные слои. «Подemos» и «СИРИЗА» смогли добиться тактических успехов, но правящие элиты блокируют их развитие и не позволяют реализовать программные обещания. Выбор – между перерождением этих партий и их радикализацией.

Литература

Зеликсон Д.И., Голубев Н.В. Влияние политического популизма на успех СИРИЗЫ на парламентских выборах 2012 года // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. – Тамбов. – 2013. – № 11-1. – С. 88–92.

Квашнин Ю.Д. Внутриполитическое развитие Греции в условиях кризиса // Современная Греция в мировой экономике и политике. – М.: ИМЭМО РАН, 2013. – С. 142–151.

Квашнин Ю.Д. Греция: левые радикалы у власти // Год планеты: ежегодник. – М.: Идея-Пресс, 2015. – С. 273–283.

Лубоцкая А.С. От кризиса 2010 г. – к сегодняшнему дню: новые страницы политической истории Греции // Проблемы национальной стратегии. – 2016. – № 2. – С. 49–69.

Хенкин С.М. Феномен Подemos // Иberoамериканские тетради. – 2016. – № 1. – С. 15–28.

Alvarez K., Gallego P., Gandara F., Rivas O. Nosotros, los Indignados: Los voces comprometidas del #15-M. – Barcelona: Destino, 2011.

Astakhova E. Lenguaje político de Podemos desde el punto de vista cognitivo // España: Vivir y crecer en la democracia. – Moscu: ILA RAN, 2016. – P. 92–104.

Camas García F. Confianza institucional: de los defensores del PP a los críticos de Unidos Podemos. 2016. URL: <http://metroscopia.org/confianza-institucional-de-los-defensores-del-pp-a-los-criticos-de-unidos-podemos/> (дата обращения 11.08.2017).

Consulta de Resultados Electorales. Congreso/Diciembre 2015. URL: <http://www.infoelectoral.mir.es/infoelectoral/min/busquedaAvanzada>Action.html> (дата обращения 11.08.2017).

Del Campo S., Tezanos J.F. (eds.). España. Una sociedad en cambio. – Madrid: Fundacion Caja Madrid, 2010. – P. 11–32.

Elecciones europeas 2014. Resultados 2014. URL: <http://resultados.elpais.com/elecciones/2014/europeas/index.html> (дата обращения 11.08.2017).

Elecciones generales 2016, 26 de junio. URL: www.resultados.elpais.com/elecciones/generales.html (дата обращения 11.08.2017).

European Parliament / Results of the 2014 European elections. Results by country. Greece. URL: <http://www.europarl.europa.eu/elections2014-results/en/country-results-el-2014.html> (дата обращения 11.08.2017).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

- Iglesias P. Disputar la Democracia. – Madrid: Acal, 2014.
- Milios J. SYRIZA: From “Subversion” to Centre-Left Pragmatism // Global Dialogue. – 2016. – Vol. 6. Issue 4. December. – P. 1–4.
- Müller González J.F. (coord.) Podemos. Desconstruyendo a Pablo Iglesias. – Barcelona: Centro libros PAPP, Ediciones Deusto, 2014.
- Parliamentary Elections September 2015. URL: <http://ekloges.yves.gr/current/v/public/index.html?lang=en> (дата обращения 11.08.2017).
- Pucciarelli M., Russo Spena G. Podemos: La sinistra spagnola oltre la sinistra. – Roma: Edizione Alegre, 2014.
- Sheehan H. Syriza Wave: Surging and Crashing with the Greek Left. – N.Y.: Monthly Review Press, 2016.
- Stavrakakis Y., Katsambekis G. Left-wing populism in the European periphery: the case of SYRIZA // Journal of Political Ideologies. – London. – 2014. – Vol. 19. № 2. – P. 119–142.
- Torreblanca J.I. Asaltar los cielos: Podemos o la politica despues de la crisis. – Barcelona: Punguin Random house grupo editorial; S.A.U., 2015.
- Unemployment by sex and age – monthly average, 2017. URL: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=une_rt_m&lang=en (дата обращения 11.08.2017).

Н.А. Баранов (Санкт-Петербург)

ПОПУЛИЗМ КАК ПОЛИТИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН

Политические события, произошедшие в западных странах в последние годы, свидетельствуют о востребованности технологий популизма не только в развивающихся государствах, но и в консолидированных демократиях. В США неожиданную победу на президентских выборах одерживает правый популист Д. Трамп. В Великобритании правые популисты, ассоциирующиеся с выходом из ЕС, побеждают на референдуме. «Популистская волна» набирает силу и включает такие движения, как «СИРИЗА» в Греции, «Подemos» в Испании, «Левый блок» в Португалии, «Движение пяти звезд» в Италии, «Альтернатива для Германии», националистические партии в Великобритании, Франции, Нидерландах, Австрии, которые добиваются на парламентских выборах впечатляющих успехов.

Достаточно четко обозначились разновидности популизма: правый и левый, политический и экономический. Коренным различием правого и левого популизма является образ врага. Врагом правого популизма является «эмигрант», «чужой», «другой». Враг левого популизма — «мир капитала», «олигархия», «банки». Но и те, и другие сходятся в одном: чиновники отделились от народа и не представляют интересы общества.

Политический популизм является инструментом в борьбе за власть, к которому все чаще прибегают современные политики. Экономический (бюджетный) популизм связан с безответственной бюджетной и денежной политикой, перераспределением доходов, манипулированием с собственностью, что способствует экономическому кризису, и характерен для современной Венесуэлы. Для политологов актуален вопрос: чем является популизм – политической доктриной, стилем публичной политики или издержками прямой демократии? Некоторые исследователи (Г. Мусихин, К. Мадде, Н. Урбинати) предлагают трактовать популизм как фрагментарную идеологию, которая формирует определенный набор представлений, взаимодействующий с ценностными конструкциями традиционных глобальных идеологий. К. Мадде определяет популизм как идеологию противостояния «народа» и «другого, нежели народ» (Mudde, 2004, 543).

Г. Мусихин, отмечая неспособность популизма к концептуальной целостности, не исключает возможности интерпретировать его «как особую идеологию, которая, будучи слабой, ограниченной и ущербной в своем концептуальном ядре, открыта к “браку по расчету” с другими более цельными идеологиями» (Мусихин, 2013, 156).

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Согласно иной точке зрения, популизм не заимствует позиции других идеологий, а добавляет некоторые популистские принципы к другим идеологическим концепциям, оставаясь, тем не менее, узнаваемым в своей интерпретации политического. Кроме того, популизм не может связать теорию с практикой, т.е. «не обладает механизмом перевода идеологических принципов в пункты конкретного политического проекта» (Мусихин, 2013, 166).

Н. Урбинати выделяет характерные черты популистской идеологии: превознесение чистоты народа как условия политики искренности, противопоставляемой повседневной практике компромисса и переговоров, которой заняты политики; апелляция к правоте большинства и утверждение его права против любого меньшинства; идентичность, построенная на противопоставлении, конструировании «нас» против «них»; канонизация единства и однородности народа, противопоставляемых любой его части (Урбинати, 2016, 288).

Некоторые политические деятели считают популизмом искусство завоевывать симпатии людей. Однако апелляция различных политических сил к народу, а тем более спекуляция именем народа еще не является популизмом. В более детальном виде их популизм представляется как набор технологий, таких как попытки подстроиться под требования народа; использование готовности больших человеческих масс эмоционально реагировать на примитивные громкие лозунги; использование черт обыденного сознания масс — упрощенность представлений об общественной жизни, непосредственность восприятия, максимализм, тягу к сильной личности; игра на ожиданиях народа; апелляция к простоте и понятности предлагаемых мер, приоритет простых решений сложных проблем; прямой контакт между лидерами и массами без посредства политических институтов; манипулирование общественным мнением.

В российских справочных изданиях популизм рассматривается как «деятельность, имеющая целью обеспечение популярности в массах ценой необоснованных обещаний, демагогических лозунгов и т. д. Популист в современной политике: деятель, заигрывающий с массами» (Политология, 1993, 306).

Термин «популизм» происходит от латинского слова «populus» – народ. В русском языке в XIX веке появилось заимствованное из французского языка слово «популярный», где «populaire» является синонимом латинского «popularis» и обозначает «народный, обычный в народе, любимый им» (Толковый словарь, 1955, 307). Следовательно, популизм можно этимологически объяснить как народную популярность. Популярность не имеет отрицательного содержания. Более того, завоевание популярности в определенных сферах деятельности, например, в сфере публичной политики является необходимым условием поддержания высокого реноме. Однако популярность достигается различными методами. Под популистскими методами понимаются приемы, способы, образ действия, используемый политическими субъектами для того, чтобы заручиться поддержкой народных масс. Суть популизма заключена в таких методах достижения популярности, которые имеют отрицательную природу с точки зрения норм жизнедеятельности общества. Так как он основан на манипулировании ценностями и ожиданиями, то по своей сущности популизм есть метод социально-управленческого воздействия на общество, основанный на отклоняющихся нормах и использующий поддержку народа для завоевания успеха.

Сами по себе обещания не содержат ничего предосудительного. Подобные приёмы используют практически все политические силы и политики, тем более те, кто находится у реальных рычагов власти. Определяющим является то, насколько объявленные предвыборные обещания будут фактически выполнены, насколько

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

искренен конкретный политический лидер в своих предвыборных планах изменить жизнь к лучшему. Важно, чтобы обещания не превратились в популизм, ибо не всякое обещание выступает в качестве популизма. У. Альтерматт считает, что популизм — это форма политики, связанная с новым способом связи политиков и политических организаций с народом (Альтерматт, 2000, 257). Он появляется лишь в условиях, когда возникает потребность в демократических преобразованиях и политики хотят заручиться поддержкой общества.

Однако популизм стремится не к демократии, а к единодушию, принося защищаемую им свободу в жертву моральному единству. В данном контексте можно согласиться с точкой зрения Д. Кейтеба: «популизм — это результат серьезного усугубления ряда худших демократических тенденций» (Kateb, 2012, <http://www.the-utopian.org/post/26917463171/against-populism>).

Популизм может уничтожить демократию, поскольку он стремится к централизации власти, ослаблению сдержек и противовесов, усилению исполнительной власти, пренебрежению политической оппозицией, трансформации выборов в плебисцит, служащий интересам лидера. Ядро популизма — это народ, а не гражданин. Популистская политика чужда плюрализму, инакомыслию, мнению меньшинства. Недаром У. Альтерматт считает, что популизм связан с президентской или авторитарной формой господства (Альтерматт, 2000, 258).

В результате анализа этого феномена можно определить популизм как исторически сложившийся переходный тип политического сознания; термин, используемый для обозначения различных социально-политических движений и идеологий, в основе которых лежит апелляция к широким народным массам; политическая деятельность, основанная на манипулировании популярными в народе ценностями и ожиданиями (Баранов, 2001, 34).

Популистское сознание — это особый демократический компонент политической культуры, сутью которого является стремление широких народных масс к подлинному и непосредственному участию в политическом процессе. Любой политик, действующий в условиях демократии, должен быть немного популистом, так как полное игнорирование нужд избирателей во имя теорий приводит к поражению на выборах. В явлении популизма как совокупности форм и методов за влияние в народе важно, во имя чего ведется эта борьба, как будет использовано это влияние, что в итоге получит народ.

Аналогичной точки зрения придерживается американский политолог Джордж Кейтеб, полагающий, что популизм — это не только политический феномен, но и «устойчивое качество культуры, которое порождает каждая демократия» (Kateb, 2012, <http://www.the-utopian.org/post/26917463171/against-populism>). Популизм влияет на общий облик культуры, причем он способствует ее «упрощению», поэтому является востребованным в условиях доминирования массовой культуры. Как пишет Г. Тульчинский, «популизм — это и есть массовое сознание в политике, работающее на упрощение и понижение идей и ценностей» (Политическая культура, 2015, 193).

В качестве одной из причин популярности популизма в современном мире можно выделить последствия экономической стагнации в ряде западных стран, которая связана с опасениями среднего класса потери своего статуса и отсутствием перспективы.

Но для возникновения популизма не обязателен кризис: популизм может вырасти из повседневных механизмов демократии. Уругвайский политолог Франсиско Паницца, например, видит в популизме зеркало демократии по той причине, что оно отражает глубинную природу демократии, выводя на свет все ее проблемы (см.: Panizza, 2005, 1–31).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Еще одной причиной популярности популизма во всём мире являются сильные антиэлитные настроения. Избиратели все чаще голосуют против «истеблишмента» по причине невыполнения элитой своих обязательств перед народом (Laclau, 2005, 120). На президентских выборах во Франции гранды французской политики проиграли молодому политику, 39-летнему Э. Макрону, создавшему свое политическое движение всего за год до выборов.

Не следует относиться к популизму как к однозначно негативному явлению. Современные популисты поднимают проблемы, о которых политики предпочитают не говорить, так как они сложны, а любые возможные шаги по их решению болезненны и неизбежно вызовут рост напряжения и конфликты. Уже сейчас наблюдается перехват инициативы действующими политиками, которые под напором популистов смелее начинают говорить о злободневных проблемах, замалчиваемых ранее, о чем свидетельствуют предвыборные кампании 2017 г. в ряде европейских государств.

Литература

- Альтерматт У. Этнонационализм в Европе. – М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 2000. – 367 с.
- Баранов Н.А. Эволюция взглядов на популизм в современной политической науке. – СПб.: Изд-во СЗАГС, 2001. – 41 с.
- Мусихин Г.И. Очерки теории идеологий. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 288 с.
- Политическая культура / Г.Л. Тульчинский [и др.]. – М.: Издательство Юрайт, 2015. – 326 с.
- Политология: Энциклопедический словарь / Общ. ред. и сост.: Ю.И. Аверьянов. – М.: Изд-во Моск. коммерч. ун-та, 1993. – 431 с.
- Толковый словарь живого великорусского языка. Т. 3. / Сост. В.И. Даль. – М.: ГИС, 1955. – 555 с.
- Урбинати Н. Искаженная демократия. Мнение, истина и народ / пер. с англ. Д. Кралечкин; науч. редактор перевода В. Софронов. – М.: Изд-во Института Гайдара, 2016. – 448 с.
- Kateb G. Against Populism // The Utopian. 07.07.2012. URL: <http://www.the-utopian.org/post/26917463171/against-populism> (дата обращения 10.08.2017).
- Laclau E. On Populist Reason. – London: Verso Books, 2005. – 276 p.
- Mudde Cas. The Populist Zeitgeist // Government and Opposition. – 2004. – Vol. 39. – Issue 4. – P. 541-563.
- Panizza F. Introduction: Populism and the Mirror of Democracy // Populism and the Mirror of Democracy / ed. by F. Panizza. – London, New York: Verso, 2005. – 361 p.

М.В. Берендеев (Калининград)

ИНВЕРСИЯ ОБРАЗА СТРАНЫ И ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ (РОССИЯ В ПОЛЬСКОМ КЕЙСЕ)

Проблема формирования политических образов государств в ситуации информационного противостояния, политики постправды и медийного дискурса современности является одной актуальной в современной политической науке.

Традиционно считается, что образ есть «знаковая модель, опосредующая представления о национально-государственной общности и её членах через доступные обыденному сознанию понятия и суждения» (Семененко, 2008). Анализируя дискурс, необходимо учитывать грамматику, социальную семиотику, политическую семантику, синтаксис, структуру аргументации. Социально-конструктивистские теории дискурс-анализа декларируют, что «способы понимания и представления мира обусловлены историческим и культурным контекстом» (Филлипс, Йоргенсен, 2004). Это помогает понять, как рождается тот или иной образ в зависимости дискурса, его контекстов, рамок.

Понятие «инверсия» в современной научной литературе имеет множество значений. Практически все из них восходят к латинскому слову «inversio»,

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

означающему переворачивание или перестановку. Аналогично трактуется и инверсия в логике как операция над суждениями, результатом которой является противоположное исходному суждение. Таким образом, инверсия в политических дискурсах есть искажение смысла события, текста, истории или реальности. Смысл одних и тех же событий или процессов будет обусловлен множеством контекстов, когда происходит оперирование смыслами понятий в заранее предустановленном дискурсом «правилах игры». Под инверсиями дискурса мы понимаем процедуру искажения или полного изменения смысла (включая сюда его онтологические, аксиологические и когнитивные параметры) описываемого события с последующим его укоренением в определённой знаковой и культурной системе (включая язык).

Инверсии в дискурсе можно разделить на несколько типов. Это может быть простая процедура по созданию ложных суждений и убеждений в контексте конкретных политических дискурсов, целью которых выступает дискредитация политического соперника или формирование альтернативных версий истории с помощью новых контекстов. Но инверсия может затрагивать социальную семантику и семиотику, представлять собой более объёмную процедуру по формированию альтернативных, ложных моделей мира, которые структурируются в качестве системы знаков с присвоенными этим знакам определенных достроенных или даже перевернутых значений. Для политического дискурса, в котором оценочность и идеологичность являются едва ли ни главными его свойствами, любой конструируемый образ будет напрямую зависеть от повестки дня. «Образы, с помощью которых выстраивается политический дискурс, фиксируют и отражают те представления о политических институтах и участниках политического взаимодействия, которые формируются в пространстве публичной политики и признаются самими носителями образов как значимые для неё повестки дня» (Семененко, 2008). Поэтому любой образ имеет ту основу, которую мы в него закладываем в зависимости от ситуации. Эта антиэссенциалистская установка, получившая развитие в парадигме постструктурализма и описанная Я. Торфингом (Laclau, Mouffe and Žižek, 2005), выводит нас на то, что дискурсы есть ментальные конструкции.

Ещё в 70-х годах XX века английский социолог С. Холл (Hall, 1973) выдвинул идею, что любое событие, выраженное в языке и доведенное до слушателя или читателя, фактически представляет собой систему кодов, впоследствии декодируемых, а восприятие информации возможно на основе тех кодов, которыми располагает получатель. Получатель может использовать «навязанный вариант», когда использует заложенный в тексте код. Часто получатель информации может частично разделять или вообще не разделять код послания, «сопротивляется» ему во избежание изменения собственной позиции. «Коммуникации между агентами строятся с помощью различных понятийных рядов в различных знаковых системах, из чего следует, что не всегда одна и та же совокупность фактов по одному событию ведёт нас к одинаковым выводам» (Hall, 1973). Данная ситуация возникает, когда любое событие, отражаясь в медиа, испытывает инверсию в процессе конструирования дискурса и в представлении его потребителю.

Современное западное медиапространство (как новые медиа, так и традиционные) конструируют свои образы России, фокусируя дискурс не на исторических фактах или документах, а на вторичных интерпретациях, присваивая им собственные коды. Можно предположить, что образ России на Западе создаётся в ситуации «информационной войны», цивилизационных и геополитических противостояний последних лет по ряду событий. Качественно меняется и структура

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

дискурса, в которой посылки, направляемые потребителю, зависимы от «образа мира» автора.

В качестве примера возьмем кейс медиадискурса о России в современной Польше, где тема России является одной из ведущих. Тема исторической конфронтации России и Польши, активно тиражируемая польскими политическими элитами и СМИ после крушения социалистического блока, сегодня фактически трансформировалась в альтернативную историю польско-российских отношений. «Gazeta Wyborcza» («Газета избирателя» — польская ежедневная общественно-политическая газета, одно из самых известных современных польских изданий) в структуре ранжирования СМИ играет роль не просто дискурс-транслятора, а активного агента массовой коммуникации, конструирующего международное содержание образов государств и доносящего их до широкой аудитории. В период с марта 2014 г. (события на Украине), в которых активно участвовали польская элита и медиа, по август 2017 г. нами было отобрано 128 публикаций по ключевым политическим темам, связанным с Россией. В результате дискурс-анализа текстов было выявлено, что практически каждый второй материал, попавший в выборку, содержит семантические и семиотические инверсии к социальным событиям.

Практически все инверсии привязаны к дискурсу постправды, в которых апелляция к интерпретациям или авторскому видению мира является более «сильной» конструкцией текста. Не менее 30% текстов не содержат логических выводов и доказательств, в их конструкциях лежат некоторый набор месседжей, направленных на эмоциональное восприятие массового потребителя информации, не знакомого с реалиями или их исторической и политической канвой.

Среди самых распространённых инверсий, перекодирующих значения и смыслы ядер современной российской идентичности в представлении польского потребителя информации, является инверсия образа Великой отечественной войны. Например, в одной из статей под заголовком «Мир российской сказки» декларируется, что «многие жители России не только не знают, но и не хотят знать фактов, связанных со Второй мировой войной... Каждый, кто воюет с российским народом, не прав по определению, в символическом смысле он встает на сторону “нацистов”... Большинство россиян верят, что победа над фашистской Германией, стала в первую очередь заслугой СССР... Они уверены, что своим сегодняшним миром Европа обязана героизму и жертвам их предков. Потребность в мифе о Великой отечественной войне, родилась из избытка преступлений прошлого, печального настоящего и мрачных перспектив на будущее. Ядром мифологического сознания выступает День Победы» (статья Wyborcza, Pełczyńska-Nałęcz K., W rosyjskim świecie bajki, 10.05.2017). Этот пример иллюстрирует повествование без обращения к фактам. Публикация избыточно категоризирует альтернативного образа войны: «страдания солдат», «нищета мирных жителей», «геополитические интриги», «жестокость сталинского режима» «много пафоса», «отсутствие интереса к судьбам советских солдат». Подобные тексты создаются постоянно, они служат эмоциональным подкреплением к действиям, которые должны получить социальное одобрение определённых практик, проводимых элитами. Таким примером является символическая политика Польши, выраженная на законодательном уровне документом «Об изменении закона о запрете пропаганды коммунизма или иного тоталитарного строя в названиях зданий, объектов и помещений для публичного пользования». Поправки, принятые летом 2017 г., предполагают снос более 500 советских памятников и мемориалов.

Примером другой инверсии является замещение реальности. Прослеживается создание материалов в виде экспертных интервью, в которых выстраивается

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

негативное повествование о процессах, протекающих в современной России, присутствует манипулирование фактами, используется прием смещения акцентов и многократных повторений одной и той же мысли, содержащей негативный месседж по отношению к России. Подобная инверсия базируется на создании «мусорной корзины» из различных событий, имён, фактов с использованием множества пресуппозиций, когда в тексте присутствует то, что воспринимается как истинное, что не подлежит обсуждению или сомнению; в дополнение используются «образы страха». В одной из подобной публикации ожидания автора от России выглядят следующим образом: «Они хотят убрать Украину с первых полос газет, усугубить проблему с беженцами в Европе, помогая Асаду и продолжая бомбардировки Сирии, европейское руководство может смениться в соответствии с кремлевскими планами, гангстеры берут верх» (статья Wyborcza, Piotr Brysacz, Jędrzej Morawiecki, 25.06.2016. «Pułń pod ścianą»). При этом в «корзине» слиты воедино Сирия, Чечня, КГБ, Марин Ле Пен, Болотная площадь, Дональд Трамп, которые даже внутри текста не связаны рамками дискурса.

Третьим примером инверсии является продуцирование мифа о вторжении, о якобы готовящейся полномасштабной войны против Украины со стороны России, нападения России на одну и стран Балтии, или на Польшу из Калининградской области в районе Сувалок. Подобная инверсия связана с общей демонизацией образа России.

В публикации «США и Россия в Сирии, Или как выбирать союзников», (статья Wyborcza, Warszawski, D., 10. 02.2016, «USA i Rosja w Syrii, czyli jak sobie dobierać sojuszników») автор повествует о том, что американцы стараются, насколько это возможно, беречь мирных жителей, а россияне действуют ровно наоборот; комиссия ООН признала, что их действия граничат с «истреблением мирного населения». Подобная речевая практика построена на явной дезинформации. При такой коннотации образ России изначально постулируется как «образ внешнего врага», затем в тексте начинают «работать» культурные мифы, стереотипы и условности.

Содержание дискурса о России локализуется в системе координат, где «образ» изначально предписан, он предстаёт как продукт технологий, репрезентующий дискурс-инверсии для внутреннего потребителя.

Литература

Семенов И. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Политические исследования. — 2008. — № 5. С.7–18.

Филлипс Л.Дж., Йоргенсен М.В. Дискурс-анализ. Теория и метод / Пер. с англ. — Харьков: Изд-во Гуманитарного центра, 2004. — 336 с.

Hall S. Encoding and Decoding in the Television Discourse, 1973. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.birmingham.ac.uk/Documents/college-artslaw/history/cccs/stencilled-occasional-papers/1to8and11to24and38to48/SOP07.pdf> (дата обращения 10.08.2017).

Tracey P., Phillips N., Haugh H. New theories of discourse: Laclau, Mouffe and Žižek. Oxford: Blackwell, 2005. [Электронный ресурс]. — URL: <http://docjax.net/g/search?q=New%20theories%20of%20discourse%20Laclau> (дата обращения 10.08.2017).

А.А. Беспалов (Екатеринбург)

МАСКУЛИННОСТЬ КАК ИМИДЖ И СРЕДСТВО В ПОЛИТИКЕ ПОСТПРАВДЫ (НА МАТЕРИАЛАХ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ПРЕДВЫБОРНЫХ КАМПАНИЙ В РОССИИ, ЕВРОПЕ И США В 2007–2017 гг.)

Второй президентский срок Дж. Буша-младшего и второй президентский срок В. Путина, начавшиеся соответственно в 2004 г. и 2005 г., подошли к своему

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

логическому концу в 2007 г. В США спустя 10 лет появилась реальная кандидатка на пост главы государства, супруга бывшего президентом до Буша Билла Клинтона Хиллари, в России единственной отчаянной в XXI в. стала Ирина Хакамада. В избирательной кампании Ирина Муцуовна сделала акцент на критике действовавшего президента, однако успеха это не принесло.

Каждая президентская кампания в той или иной мере апеллирует не только к образу отца нации, но также «идеального» мужчины/мужа таковой, делая участие женщин в выборах такого уровня двусмысленным с точки зрения гендерных стереотипов массового сознания. Отсутствие рефлексии на уровне теории и практики публичной политики в России, позитивные сдвиги в США и опыт европейских стран (Эстония — Керсти Кальюлайд, президент с 2016 г., Великобритания — премьер-министр Тереза Мэй с 2016 г., Сан-Марино — Лорелла Стефанелли, капитан-регент Сан-Марино в 2015–2016 гг. (до неё: Валерия Чаватта, Анна Мария Муччоли, Антонелла Муларони, Мария Луиза Берти), Польша — Беата Шидло, премьер-министр с 2015 г., Хорватия — Колинда Грабар-Китарович, президент с 2015 г., Мальта — Мари-Луиз Колейро Прека, президент с 2014 г., Литва — Даля Грибаускайте, президент с 2009 г., Финляндия — Тарья Халонен, президент в 2000–2012 гг., Латвия — Вайра Вике-Фрейберга, президент в 1999–2007 гг., Ирландия — Мэри МакЭлис, президент в 1997–2011 гг. и другие) заслуживают самого тщательного анализа с использованием как гендерной теории, так и теории манипуляции общественным сознанием.

А.В. Богапова (Москва)

ПОПУЛИСТСКИЕ ПРАКТИКИ В ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ Д. ГУДКОВА И Г. ОНИЩЕНКО (2016 г.)

Предвыборная борьба за депутатское кресло в парламент в 2016 г. в Тушинском округе № 206 Москвы названа в сборнике «Электоральная Россия 2016» от консалтинговой компании «Николло М» одной из самых ярких и конкурентных кампаний. С помощью метода Digital-CATI (массовые опросы) были определены и классифицированы конкурентные избирательные округа. 206-ой округ вошел в категорию «очень горячие». Интерес к этому округу определен наличием в нем активной конкурентной борьбы провластной и оппозиционной предвыборных кампаний. Кейсы Гудкова и Онищенко представляются интересными для исследования популистских практик и дальнейшего осмысления феномена популизма.

Штаб. Работа штаба и люди, входящие в него, зачастую определяют не только стратегии агитации, но и сами являются частью агитации. Руководителем штаба Д. Гудкова являлся муниципальный депутат, сооснователь фонда «Городские проекты», экс-заместитель руководителя избирательного штаба А. Навального в 2013 г., очень известный блогер М. Кац. Политический менеджер штаба Гудкова не уступал в медийности и популярности кандидату, а это было дополнительным каналом для привлечения волонтеров и работников в штат, и даже электората. В целом штаб состоял из молодых людей, имел хорошую коммуникацию через telegram-мессенджер; рекрутинг агитаторов и иных специалистов шел через рекламу в социальных сетях с последующим собеседованием. Была создана атмосфера скорее тусовки, чем офиса. Такие коммуникационные практики в штабе позволяли избегать дистанционности «руководитель–подчиненный» (каждый агитатор мог обратиться к координатору, М. Кацу, Д. Гудкову или дать фидбэк); эта

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

горизонтальная сеть коммуникации распространялась на потенциальных избирателей. Штаб Гудкова имел свой блог, освещающий события и обычные дни штаба, позволяющий избирателям следить за ходом кампании. Финансирование кампании происходило за счет фандрайзинга, ход которого публиковался в социальных сетях; это также можно определить как канал коммуникации с потенциальными избирателями и сторонниками.

Официальный волонтерский штаб Г. Онищенко возглавила актриса А. Снаткина, что можно обозначить как пиар ход. Бюджет для кампании был выделен партией «Единая Россия», размер нигде не указан. Штаб Онищенко не освещал свою работу в социальных сетях, публикуя посты только о своем кандидате. Отметим определенную субординацию и ограниченную мобильность штаба по сравнению со штабом Гудкова.

Работа с электоратом. Агитационную работу можно условно поделить на оффлайн (встречи, пикеты, обход квартир) и онлайн (социальные сети, интернет площадки). Агитация Д. Гудкова формировала сетевую структуру избирателей: агитаторы «вербовали» потенциального избирателя, который становился «шефом подъезда», т.е. имел личный аккаунт на специальном сайте gudkov.ru, куда размещались задания для шефов («пригласить соседей на встречу с кандидатом», «раздать агитационные материалы», «приглашения на медийные мероприятия» и др.). Сторонников заносили на карту, где можно было непосредственно общаться с ними и контролировать их активность.

Встречи кандидата с избирателями во дворах и около торговых центров были хорошо организованы: устанавливали сцену, аппаратуру, стулья для слушателей. На встречах приветствовались провокационные вопросы.

Уличные пикеты Г. Онищенко появились несколько позже, чем у главного конкурента, а их количество было меньше, чем у других оппонентов. Агитационная сеть «от двери к двери» была запущена только в августе, что уменьшило ее эффективность (Игнатовский, Михайличенко, 2016, 181). Некоторые технологические решения были заимствованы у штаба соперника без надлежащей их организации. Агитаторами были в большинстве своем бюджетники и студенты. Дворовые встречи Г. Онищенко с избирателями были малочисленны. На встречах артикулировалась тема здравоохранения. В конце предвыборной кампании в Строгинском парке был дан митинг-концерт со звездами российской эстрады в поддержку кандидата.

Следует отметить наиболее яркие кейсы использования административного ресурса штабом Г. Онищенко. Во-первых, публикация видео, в котором в помещении центра социальной защиты населению должна была состояться предвыборная встреча Онищенко. Однако при съемке журналистом предвыборных стендов в зале кандидат спешно покинул здание (Смелова, 2016). После распространения этого видео в сети, за 26 часов до завершения агитации штаб Гудкова получил приглашение на проведение встреч в центре социальной защиты населения (Кац, 2016). Во-вторых, не единичны случаи проведения встреч Онищенко в школах избирательного округа (например, в школе № 2097).

Интернет. В России к Интернету относятся скорее как к цели: формирование идеологических повесток, конкуренция дискурсов. Однако для популиста Интернет – это инструмент, позволяющий быть наравне с избирателями, строить вокруг себя горизонтальные сети, апеллировать к общим проблемам и потребностям народа. Интернет-кампания Гудкова была как раз тем самым инструментом построения сети сторонников для общения с соседями, приглашения на мероприятия и встречи. Виртуальная площадка служила для поиска и «вербовки» потенциальных избирателей. Целевой электорат Д. Гудкова состоял из молодежи, а также

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

либерального и протестного сообщества. Помимо постоянно обновляемых личных блогов Гудкова и Каца и их сайта, агитация и общение с потенциальным электоратом происходили на таких площадках, как vk, Twitter, Facebook.

Пополнение контента и диалог с пользователями происходили в режиме реального времени и только от лица Гудкова или Каца. На данный момент все интернет-площадки имеют открытый доступ и пополняются общественно-политическим контентом. При работающем колл-центре штаба Гудков также лично обзванивал избирателей.

Электоральная база Г. Онищенко состояла, прежде всего, из бюджетников и лояльных к власти граждан, скорее, пожилого возраста. Штаб Онищенко не был готов к нестандартным решениям, в том числе к использованию Интернета как инструмента непосредственного общения с избирателями: все посты выкладывались политтехнологами из штаба; «работа в социальных сетях также строилась по принципу “надо что-то сделать”» (Игнатовский, Михайличенко, 2016, 181). Использовались Facebook и Twitter. Последние записи были опубликованы после победы кандидата на выборах, сейчас все публичные страницы Онищенко по выборам–2016 удалены!

Для агитации Онищенко более характерны традиционные методы пропаганды, которые не предполагают наличия обратной связи в отличие от средств массовых коммуникаций. Так, штаб Гудкова подал жалобу в ЦИК на «незаконную предвыборную агитацию СМИ, которые размещали десятки публикаций в пользу определенных кандидатов»: «РИА Новости» и «Аргументы и Факты».

Программа. Программа Д. Гудкова ориентирована на общие тезисы: как сменяемость власти, независимый суд, возвращение прямых выборов мэров и губернаторов. Однако кампанией Гудкова применялись популистские и прямые технологии по привлечению сторонников. Так, агитаторы на пикетах всегда освещали местную повестку, говорили о проблемах района, затем создавались соответствующие АПМ.

Продвижение пролиберальных идей «Яблока» происходило за счет построения реальных социальных сетей, основанных на взаимодействии кандидата с народом. В некоторых листовках и интервью Д. Гудков употреблял понятие «популист» в негативной коннотации. Программные тезисы кандидата собирают в себе упрощенные смыслы, легкие решения, что делает их тоже популистскими. Такая программа позволяет объединить эклектичные социальные группы, что и реализовалось через агитационную сеть.

Напротив, программа Г. Онищенко была заточена на здравоохранение, основные тезисы касались качества продуктов питания/воды, доступа к лекарствам, защите от биологических угроз и др. Стенды кандидата также имели исключительно тематику защиты здоровья. Материалы, которые висели в соцсетях штаба Онищенко, апеллировали к биографии и статусному положению кандидата или носили медицинский характер. Таким образом, его повестка скорее близка Кремлю, а не локализована под конкретный округ; «экс-глава Роспотребнадзора видит себя скорее чиновником федерального уровня, нежели депутатом-одномандатником, чья участь — следить за благоустройством дворов, вывозом мусора и прочими мелочами» (Рожкова, 2016). Интересно, что после выборов удалены не только страницы в социальных сетях, но и какой-либо оригинальный агитационный материал кампании Онищенко. В избирательном штабе Гудкова можно было обратиться к любому для получения агитматериала.

Итоги. Основываясь на проведенном анализе, обозначим следующие результаты, которые необходимы для осмысления феномена популизма. Во-первых,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

необходимо определить популизм как дискурс и пост-правду (апелляция к эмоциям избирателя, невыполнимые обещания кандидата) и популизм как технологию, которая стремится стать реальным способом участия человека в политике. Так, для Онищенко характерен набор методов популизма как пост-правды. Например, «от имени жителей Строгино Онищенко требует построить новейшую поликлинику. У кого требует — не написано» (Болдырев, 2016). Популизм Гудкова более нестандартен и технологичен (создание площадок и сетей для непосредственного участия граждан в делиберации по поводу политики в своем районе), хотя он и не отказывается от «обычного» популизма в своих программных тезисах. Следует отойти от только негативной коннотации концепции популизма, необходимо идентифицировать утилитарные популистские стратегии для формирования новых форм активности и идентичностей. Во-вторых, избирательные кампании Д. Гудкова и Г. Онищенко представляют два различных кейса. Хотя штаб Онищенко пытался заимствовать некоторые технологии штаба соперника, они не могли достичь такой же яркой коммуникации. Представляется важным выделить популизм патриархальный («ретроактивность установок, патернализм» (Медушевский, 2017, 28)), т.е. использование традиционных методов (частые новости в СМИ, апелляция к авторитету или звездным личностям, митинг-концерт), непрозрачность и централизованность кампании) и популизм «конкурентный»/«оппозиционный», который использует реальные практики и технологии завоевания современного избирателя, зачастую неидеологичного и, возможно, аполитичного. В-третьих, требуется отметить важную роль Интернета в современных избирательных кампаниях. Именно ведение кампании он-лайн в режиме реального времени позволяет потенциальному электорату чувствовать сопричастность к важным социально-политическим событиям. Виртуальные площадки позволяют сделать кампанию максимально прозрачной (например, кампания Гудкова), что вызывает доверие у избирателя. Важно, что популистские стратегии понимают Интернет как инструмент организации коммуникаций между кандидатом и избирателем и избирателями между собой.

Литература

- Болдырев О. Высококонкурентный 206-й. Интересно ли избирателю в Тушино? // ВВС. – 2016. URL: <http://www.bbc.com/russian/features-37323798> (дата обращения 25.04.2017).
- Выборы 2016: 42 «горячих» госдумских округа. Аналитический доклад РАПК. – 2016. URL: https://www.politanalitika.ru/doklad/vibori_2016_42_goryachih_gosdymskih_okryga_chast_ii/ (дата обращения 5.05.2017).
- Геннадий Онищенко опубликовал свою предвыборную программу. Пресс-релиз // РИА АМИ. – 2016. URL: <http://riaami.ru/2016/08/gennadij-onishhenko/> (дата обращения 23.04.2017).
- Игнатовский Я., Михайличенко Д. Тушинский КОЛ. Кампания в Тушинском округе №206 (Москва) // Электоральная Россия – 2016: битва за Госдуму. Ежегодный сборник статей о российских выборах. – М.: Грифон, 2017. – С. 173–179.
- Макаренко Б. Популизм и политические институты: сравнительная перспектива // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. – 2017. – № 1-2 (124). – С. 15–28.
- Медушевский А. Популизм на Западе и в России: сходства и различия в сравнительной перспективе // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. – 2017. – № 1-2 (124). – С. 28–48.
- Наиболее конкурентные округа на выборах в Государственную думу. Аналитический доклад АПЭК. – 2016. URL: <https://regnum.ru/news/polit/2157987.html> (дата обращения 5.05.17).
- Политолог Кынев: «Законов о запрете колготок в новой Думе будет меньше» // ВВС. – 2016. URL: <http://www.bbc.com/russian/features-37082181> (дата обращения 26.04.2017).
- Рожкова Н. Онищенко обещает прививки и защиту от биотеррора // Газета.ru. – 2016. URL: https://www.gazeta.ru/politics/2016/07/29_a_9717959.shtml (дата обращения 24.04.2017).
- Смелова А. Геннадия Онищенко обвинили в незаконной агитации // Коммерсант. – 2016. URL: <https://kommersant.ru/doc/3014445> (дата обращения: 25.04.2017).

ПОСТСОВЕТСКАЯ ПОСТПРАВДА: АСПЕКТЫ ПРОЕКТИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

После того как Советский Союз исчез с политической карты мира, возникли две взаимосвязанные проблемы: а) политико-социальной самоидентификации не только индивидуальной, но и самоидентификации социальных групп (общественных классов), всех социальных страт; б) поиска инструментария обеспечения устойчивого развития в бывших советских республиках. В социальной стратификации определяющее по отношению к ориентации государственного управления место занимает политическая элита.

В политологии обоснован один из признаков государства как основного института политической системы – наличие выделенного из общества и возвышающегося над ним аппарата власти и управления, состоящего из профессионально подготовленных личностей. Современная демократия – всегда демократия делегированная, представительная. Граждане (те из них, кто участвует в избирательных кампаниях) через электоральную систему делегируют право управлять государственными структурами профессионально и нравственно подготовленным, тем, кого они считают способными организовать устойчивое функционирование институтов государства и местного самоуправления.

Политика постправды стала отражениемкратно возросших возможностей современных средств коммуникации влиять на государственную власть в интересах отдельных групп политической элиты и контрэлиты, вне зависимости от фактических социально-экономических и политических процессов, от истинного положения дел и аналитических оценок. Идет непрерывная многообразная апелляция к эмоциям и сформированным под воздействием информационных потоков личным и групповым убеждениям о политических событиях. Политическая культура постправды, появилась задолго до самого термина. Можно привести много примеров обращения к эмоциям в политической культуре. Массовый психоз среди советских граждан, связанный со смертью Сталина в 1953 г., когда многие считали, что страна (вместе с государством) погибнет, когда во время плохо организованных похорон в Москве в результате массовой давки желающих проститься с «вождем народов» произошла трагедия с погибшими и пострадавшими. В этом же ряду «культурная революция» Мао Цзедунa в Китае, популизм перестройки М.С. Горбачева, демонстративная «близость к народу» и борьба с коррупцией первого президента постсоветской России Б.Н. Ельцина, демонстрация на Болотной площади в мае 2012 г. против инаугурации вновь избранного президентом В.В. Путина.

От способности регулировать эмоции и влиять на убеждения зависит качественный состав интеллектуалов (в российской социальной традиции – интеллигенции), естественной части политической элиты. Интеллектуал, согласно энциклопедическому несокращенному словарю английского языка Вебстера, – это «человек, который высоко ценит и придает значение более сложным формам и областям знания, особенно таким, как эстетические или философские вопросы. На абстрактном и общем уровне – чрезвычайно рациональный человек, человек, который полагается на интеллект, а не на эмоции или чувства» (Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary, 1996, 990). От политической ориентации национальной элиты зависит рационально и научно обоснованное формулирование концепций и определение путей, соответственно, инструментов устойчивого развития государства. Представители национальной элиты должны быть лучшими, рациональными, минимально подверженными эмоциям, стрессоустойчивыми

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

личностями, эффективными лидерами. Для проектов устойчивого конкурентоспособного развития государства ориентация элиты – фактор определяющий. Х. Ортега-и-Гассет сформулировал задолго до появления термина «постправда» основополагающий вопрос: в чем и для кого элита – лучшие? И сделал вывод – в служении нации, для нации. Борьба групп политической элиты должна ограничиваться доказательствами и поиском альтернативных путей устойчивого развития, а не удовлетворением личных амбиций и честолюбия любой ценой. Субъекты государственного управления – не массы. Это иллюзия, иллюзия «гибридной правды», постправды. Смысл существования, цели для развития государства (нации) формулирует не масса, а меньшинство, выдающиеся мыслители, политики, управленцы. «Государство, каким бы оно ни было – первобытным, античным, средневековым или современным, – это всегда приглашение группой людей других людских сообществ для совместного осуществления какого-то замысла. Замысел, каковы бы ни были его частности, в конечном счёте заключается в организации нового типа общественной жизни. Государство и программа жизни, программа человеческой деятельности и поведения, – понятия неразделимые» (Ортега-и-Гассет, 2001, 162). И уточняет: «Может ли общество жить без аристократии – вопрос праздный. И, кроме того, однозначно решенный с первозданных времен: общество без аристократии без избранного меньшинства абсолютно невозможно» (Ортега-и-Гассет, 2001, 335). Современная политическая элита — это уже не столько аристократы, сколько интеллектуально выдающиеся граждане, добившиеся успехов в различных сферах деятельности, не только в политике, и способные разрабатывать проекты воздействия на умонастроения граждан в современных условиях транспарентного информационного пространства.

Советский Союз был результатом политической практики реализации экономической и социально-политической теории К. Маркса, Ф. Энгельса и их последователей. Объективный характер и обоснованность марксистской экономической теории генезиса и развития хозяйственной деятельности человечества признается практически всеми представителями научного сообщества. Сельское хозяйство, промышленность, торговля и финансы в исторический период исследованы системно, комплексно, с применением эмпирических и статистических данных. «Капитал» К. Маркса и сейчас входит в программы всех университетов мира. Напротив, практика строительства социалистических государств показала несостоятельность социально-политической части марксистской теории и теорий ее последователей, теоретиков и практиков государственного и партийного строительства, обосновывающих и реализующих различные вариации и постулаты теории коммунизма, «светлого будущего человечества». Из экономической теории были сделаны не совсем адекватные политические выводы. Мира, разделенного на два идеологических полюса, после 1991 г. не существует.

В постсоветский период политическая элита России прошла по крайней мере две точки политической бифуркации как внутри себя, так и в отношении векторов социально-политического и экономического развития государства. Сначала – в первые постсоветские годы, когда получила поддержку большинства граждан и первенствовала концепция проектирование и строительства государства с политическим демократическим режимом, тождественным западным (европейской и англосаксонской) моделям демократии, являющимся примером успешного устойчивого продолжительного развития. На первом этапе для постсоветской элиты Запад стал эталоном успеха, в странах Запада организовывали бизнес, хранили

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

денежные средства, учили, детей, покупали недвижимость, отдыхали. Второй этап – примерно после речи В.В. Путина на Мюнхенской конференции по вопросам политики безопасности в 2007 г. К тому времени выяснилось, что Россия не идеологический противник, а экономический и политический конкурент в объективном соперничестве за ресурсы планеты, необходимые для устойчивого развития национальных государств и комфортной жизни своих граждан. Тогда не поверили, что «Россия заявила о себе, как о стране, окончательно вышедшей из фарватера американской политики, стране независимой, собирающей под свое крыло всех тех, кто недоволен современным международным курсом Америки» (Злобин, 2009, 342). Понадобилось «принуждение к миру» Грузии в 2008 г., события в Крыму и на Украине в 2014 г., вплоть до санкций за итоги избирательной кампании президента США Д. Трампа.

На Западе открыто заговорили об экономических войнах. Конфигурация экономических коалиций, соответственно, политических и военно-политических блоков, будет меняться, и не по идеологическим мотивам, а по причинам явного противодействия глобального политического истеблишмента многополярному мироустройству, конфигурация которого пока не получила сколько-нибудь детерминированного проекта или даже политического абриса.

С.Л. Чепель исследовал использование популизма в авторитарной модели политического режима и особенности экономико-культурного проектирования развития постсоветской России (Чепель, 2016, 63).

Постправда однополярного мира, эмоциональность и нежелание объективно пересмотреть условия конкурентного сосуществования с постсоветской Россией – причины политических и экономических санкций США, втягивающих современную систему международных отношений в период турбулентности и пертурбаций геоэкономического и геосоциального пространства. Попытки ограничения российского суверенитета угрозами снижения участия в международном разделении труда, срыва программ устойчивого экономического развития – свидетельства низкого уровня анализа и выводов о российской политической культуре и традициях. Значительная часть российской элиты отказалась от участия в проектировании будущего государства по западным моделям развития.

Забылось вызвавшее в свое время удивление утверждение А.А. Сахарова, что «именно КГБ оказался благодаря своей элитарности почти единственной силой, не затронутой коррупцией и поэтому противостоящей мафии» (Сахаров, 1988, 125). Сейчас известно множество примеров коррупции в силовых и правоохранительных структурах, не оставшихся в стороне от коммерциализации постсоветских общественных отношений, но именно «по А.А. Сахарову» кадровые профессионалы специальных служб составляют существенную часть политической элиты и государственных управленцев современной России.

Попытки реализации теории конвергенции и встраивания постсоветской России в однополярную мировую политическую систему по американскому образцу будут продолжаться, однако успех их сомнителен. Был мир идеологически биполярный с соответствующими зонами социально-политической ориентации в так называемом «третьем мире», заканчивается попытка строительства однополярного мира, теперь в XXI в. начинается противоборство за проектирование основ формирования мира многополярного.

Значительная часть реальной политики находится в непубличной сфере. Объекты политики могут быть ограждены от информации о действительных причинах событий. А субъекты политики могут не понимать и не учитывать определяющих факторов тех или иных политических действий, быть не в состоянии соответствовать

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

запросам общества в формулировании задач и поиску адекватных механизмов достижения целей устойчивого социально-экономического развития. Тогда и возникает парадигма постправды как эмоциональное отражение несоответствия политической элиты уровню компетенций, необходимых и достаточных для обеспечения организации комфортной и устойчивой эволюции социума в конкурентной геополитической и геоэкономической среде современного мира.

Второе поколение постсоветской элиты в условиях постправды (или гибридной правды) и геополитической конкуренции должно обеспечить выработку политической стратегической концепции устойчивого постлиберального социально-экономического развития.

Литература

Злобин Н.В. Противостояние: Россия – США / Н.Злобин, В. Соловьев; [предисл. А.Волошина]. – М.: Эксмо, 2009. – 560 с.

Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс: Сб. Пер. с исп. / Х.Ортега-и-Гассет. – М.: «Издательство АСТ», 2001. — 269 с.

Сахаров А.А. Неизбежность перестройки / Иного не дано: Судьбы перестройки. Вглядываясь в прошлое. Возвращение к будущему/ под. ред. Ю.Н. Афанасьева. – М.: Прогресс, 1988. – С. 122–134.

Чепель С.Л. Проектирование политических процессов в странах «новой демократии»: экономико-культурный подход // Политическое проектирование: глобальное, национальное, региональное измерения / [Л. Е. Бляхер и др.]. – М.: Мир философии, 2016. – Гл. 2. – С. 47–66.

Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language: Random House Value Publishing, Inc. Gramercy books. – New York, 1996. — 1693 p.

О.В. Борисова (Санкт-Петербург)

ПОСТПРАВДА КАК СПОСОБ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В современном обществе понятие «постправда» находит всё большее распространение. Постправда как способ эмоционального воздействия на аудиторию всё чаще используется в СМИ, в социальных сетях. Оксфордский словарь дает следующее определение постправды: «Слово описывает обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям». Постправда — инструмент манипулирования общественным мнением и сознанием. Именно через манипулирование необходимо рассматривать современную «эпоху постправды».

Известный специалист по PR Э. Бернейс, изучая социальные последствия, к которым привела Первая мировая война, сформулировал в книге «Пропаганда» следующий постулат: «Сознательное и умелое манипулирование упорядоченными привычками и вкусами масс является важной составляющей демократического общества. Те, кто контролирует эти невидимые механизмы общества, представляют собой тайное правительство, которое и управляет нашей страной» (Бернейс, 2010, 13).

Итальянский философ А. Грамши в 1920-е годы создал учение о так называемой «культурной гегемонии» и «культурной агрессии в ядро суверенных государств». Согласно этой теории, революция означает не столько вооруженное восстание и насильственные действия, сколько постепенную борьбу, главным объектом которой становится не политическая верхушка, а мировоззрение и сознание простого человека (Маев, 2004, 9). Согласно Грамши, гегемония — «правление, которое не осознается теми, кем оно правит». Это установленные правила, мировоззрение,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

идеалы господствующего класса; с помощью гегемонии постоянно поддерживается иллюзия общей необходимости навязанных мыслей, образа жизни. Российский политолог С. Кара-Мурза, рассматривая теорию гегемонии Грамши, говорит о том, что гегемония является не только принуждением, насилием, но и согласием общества (Кара-Мурза, 2004, 37). Согласие общества вырабатывается с помощью ненасильственного принуждения, оно опирается на массовую культуру общества. Гегемония действует через культуру общества; это — традиции, предрассудки, мировоззрение, представления о добре и зле, символы, религиозные особенности и т.д. Кара-Мурза утверждает, что пока такое «культурное ядро» неподвижно, то существующий порядок устойчив, так как нет сил, которые готовы его менять.

Теория Грамши крайне актуальна для современного информационного общества. Наше сознание постоянно становится объектом манипулирования со стороны огромного количества инструментов, таких как СМИ, Интернет, кинематограф, музыка, культура. Внедряя определенные тренды это в культурное ядро, можно переформатировать сознание и судьбы целых государств и народов.

В современном российском обществе власть опирается на свойственную (или приписываемую) российскому обществу религиозную ортодоксальность, консерватизм в суждениях, этатизм. В качестве примера можно привести реакцию российского общества на выступление панк-группы Pussy Riot в храме и их последующее тюремное заключение. «Левада-центр» провел социологическое исследование, которое показало, что почти половина опрошенных (46%) поддерживали тюремное наказание участниц «концерта» в храме от двух до семи лет лишения свободы (Российская газета, 2012). На наш взгляд, это указывает на то, что доминантные идеи гегемонии активно поддерживаются населением России.

Не менее важно в «эпоху постправды» создавать новых героев или воспевать давно забытых в кинематографе, литературе; не важно, насколько это соответствует действительности; эти герои могут быть вымышленными. Один из примеров — фильм о подвиге 28 панфиловцев, историческая достоверность которого стала предметом широких обсуждений; министр культуры В. Мединский публично заявил, что это «святая легенда, к которой просто нельзя прикасаться» (РИА Новости, 2016). Граница между реальностью и вымыслом в постправде становится все более размытой.

В современном обществе существует борьба дискурсов, описанных в теории Э. Лакло и Ш. Муффа. С точки зрения этих авторов, дискурс — это конкуренция, незавершенная, открытая для изменений структура (Голобов, 2003, 3), а идентичность людей зависит от дискурсивных процессов (Клюев, 2016, 60). Именно власть создает идентичность и отношение индивидов друг к другу, т.е. индивид сам является частью дискурса. В то же время социальные группы, которые не обладают доминирующей идентичностью, становятся «чужими», что порождает социальные антагонизмы.

Социальные антагонизмы очень сильны в российском обществе — между людьми с традиционной и нетрадиционными сексуальными ориентациями, представителями титульной нации и национальными меньшинствами, между различными религиозными группами, между аппаратом чиновничества и населением и т.д. Когда индивид понимает, что относится к «чужим», например разделяет точку зрения, которая не поддерживается большинством, то он, чтобы не остаться в изоляции, старается не выражать открыто свое мнение по тому или иному вопросу. Это приводит к раскручиванию «спирали молчания» (Нойман, 1996, 44). Согласно теории «спирали молчания», одним из ее важных элементов являются средства массовой коммуникации, так как именно они создают общественное мнение по актуальными

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

проблемам. Не менее важной является проблема фиксированной идентичности Э. Лакло (Laclau, 1991, 24–27), когда статичная, замкнутая и фиксированная идентичность противопоставлена другой идентичности, что образует совершенно взаимоисключающие идентичности. Все это, как отмечалось выше, приводит к социальным антагонизмам и, как следствие, к конфликтам и открытому соперничеству.

Именно социальные антагонизмы общества активно демонстрируются в сюжетах СМИ с помощью использования методов пропаганды. Одним из самых распространенных приемов в освещении военных конфликтов, протестных акций является метод «создание угрозы» (Почепцов, 2002, 170). Этот метод используют преимущественно для формирования и поддержки существующего политического режима и демонизации политического противника и оппозиции, представляя их уголовниками, провокаторами, убийцами. Как правило, такие сюжеты базируются на эмоциональной составляющей, когда целевая аудитория, зрители настолько возмущены жуткими историями, что им не требуется никакие существенные доказательства. Один из ярких примеров в России — это сюжет о «распятом мальчике» на Первом федеральном канале (Первый канал, 2014). Не важно, насколько правдив сюжет, если он отражает картину мира тех, кому адресован. Эмоциональная манипуляция — главная составляющая «эпохи постправды».

Постправда стала следствием того, что называют информационной войной и манипуляцией сознанием. Методы выпуска и распространения «фейковых новостей», создание так называемых «троллей» и «ботов», которые занимаются распространением определенной информации, оказывают воздействие аудиторию. В современных обществах (Россия — не исключение) постправда будет получать все большее распространение как инструмент воздействия на массовую аудиторию из-за роста популярности социальных сетей и Интернета.

Литература

- Бернейс Э. Пропаганда / под ред. И. Ющенко. — М.: Hippo Publishing, 2010. — 176 с.
- Гололобов И.В. Теория политического дискурса Эрнесто Лаклау: введение // Бюллетень: антропология, меньшинства, мультикультурализм. — Краснодар, 2003. — Вып. 3. — С. 129–136.
- Гидденс Э. Последствия современности / под ред. А.А. Веретенникова. — М.: Праксис, 2011. — 343 с.
- Журналисты Первого отвечают на обвинения во лжи в связи с сюжетом про убийство ребенка в Славянске // Первый канал. URL: https://www.1tv.ru/news/2014-12-21/31502-zhurnalisty_pervogo_otvechayut_na_obviniya_vo_lzhi_v_svyazi_s_syuzhetom_pro_ubiystvo_rebenka_v_slavyanske (дата обращения 20.08.2017).
- Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием. — М.: ЭКСМО, 2004. — 832 с.
- Клюев Ю.В. Политический дискурс в массовой коммуникации: анализ публичного политического взаимодействия. — М.; Берлин: Директ Медиа, 2016. — 263 с.
- Маев Г. Грамши о Гегемонии // Альманах «Восток». — 2004. — Вып. 9.
- Мединский назвал «кончеными мразями» сомневающимися в подвиге панфиловцев // РИА Новости. URL: <https://ria.ru/society/20161004/1478502045.html> (дата обращения 20.08.2017).
- Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания / под ред. Н.С. Мансурова. — М.: Прогресс-Академия, 1996. — 352 с.
- Россияне хотят посадить «Pussy Riot» в тюрьму // Российская газета. URL: <http://rg.ru/2012/03/30/opros-site.html> (дата обращения 10.06.17).
- Laclau E. The Impossibility of Society // Canadian Journal of Political and Social Theory. — 1991. — Vol. 15. — N 1-2, 3. — P. 24–27.

Н.А. Бортников, А.П. Пунгина (Санкт-Петербург)
ВИЗУАЛЬНЫЙ ПОЛИТИЧЕСКИЙ ИНТЕРНЕТ-МЕМ
КАК ИНСТРУМЕНТ ПОСТПРАВДЫ

В современном мире интернет и социальные сети занимают лидирующие позиции среди каналов формирования общественного мнения. Д. Трамп привлек к себе внимание в социальных сетях с помощью Twitter, А. Навальный активно использует YouTube, Twitter, Вконтакте для продвижения своей кампании и т.д. Помимо целенаправленных пиар-кампаний на просторах Рунета существуют независимые пользователи, которые своими действиями способствуют продвижению постправды. Одним из таких каналов передачи постправды, на наш взгляд, являются мемы.

Понятие «постправда» в общественный дискурс введено недавно, но данный феномен не является новым и уникальным в человеческой истории. Манипуляция фактами для формирования необходимого общественного мнения на протяжении веков являлась неотъемлемой частью политического процесса. Сам термин впервые появляется в 1993 г. в эссе Стива Тесича о конфликте в Персидском заливе (Flood, 2016), а в 2016 г. он становится «международным словом года» по версии Оксфордского словаря. Мы используем определение постправды Оксфордского словаря как рабочее. Постправда — «обстоятельства, в которых объективные факты менее важны для формирования общественного мнения, чем обращение к эмоциям и личным убеждениям» (Оксфордский словарь, 2017).

Механизм работы постправды имеет определенное сходство с механизмами работы пропаганды и манипуляции. К основным характеристикам постправды можно отнести: а) апеллирование к эмоциям и личным убеждениям аудитории (не акцентируя внимания на подробностях). По мнению А. Юрчак, это — новости, которые «встраиваются в картину мира зрителя» (Юрчак, 2016); б) преднамеренное замалчивание объективных или вступающих в противоречие с заданной концепцией фактов, т.е. акцентируется внимание только на необходимой части информации, тогда как другая просто скрывается; в) информационная перегрузка, трансляция непрерывного новостного потока, основная часть которого состоит из абстрактных рассуждений; г) комбинирование правды и лжи; д) появление информации в «удачный» момент, т.е. когда она наиболее ожидаема; е) провокация бурной реакции аудитории посредством представления «сенсационной» смысловой нагрузки содержимого постправды. Широкому распространению постправды способствовала мировая Сеть. Интернет позволяет каждому пользователю стать журналистом, но в нем отсутствует «ответственный редактор». Именно это и ведет к порождению огромного количества ложной информации.

Термин «мем» (мим) был введен Р. Докинзом в работе «Эгоистичный ген» в 1976 г. (Докинз, 1993, 108). «Мем» является культурным репликатором, как ген — биологическим (мемом может быть популярная песня, способ приготовления борща и все, что содержит культурный код). Интернет-мем, по определению Ю.В. Щуриной, — «единица информации, объект, который получил популярность в среде, обслуживаемой информационными технологиями» (Щурина, 2012, 162). Интернет-мем транслирует определенный культурный код, обладающий большим ареалом распространения.

Существуют различные виды интернет-мемов. А.Г. Квят дает следующую классификацию: речевые клише (цитаты, паремии); визуальные и аудиовизуальные объекты (фотографии, рисунки, видеоролики); образы реальных или вымышленных персонажей медиапространства; бренды компаний или товаров; тематические доминанты медиапространств (Квят, 2013). В докладе представлены результаты

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

исследования визуальных объектов (фотографий и рисунков, преимущественно обработанных в Photoshop).

С.В. Канашина провела исследование прагматического потенциала интернет-мема, выделив следующие его функции (Канашина, 2014, 14): аффективную (воздействие на эмоции); когнитивную (формирование общественного мнения; мемы «оседают в головах» (Часовский, 2013, 173)); манипулятивную (способность побуждать к определенным действиям); образовательную (стимулирование целевой группы к получению знаний); развлекательную.

Мы считаем, что интернет-мемы являются эффективным инструментом функционирования постправды.

1. Для интернет-мема свойственно употребление разговорной лексики, что позволяет ему быть «живым» и доступным для любого пользователя интернета. В основу мема всегда положен один факт (это подразумевает формат мема).

2. Выбор этого факта необъективен и имеет определенную цель. Постправда работает по аналогичному принципу. Адресат получает уже сформированную реакцию на определенный факт, не анализируя ее, если эта единица информации встраивается в структуру его политического сознания. Он принимает ее, не задумываясь. Так, люди, принявшие мемы «Он вам не Димон», «Денег нет, но вы держитесь», «Спящий мишка» (фотография, где Д.А. Медведев закрыл глаза на Олимпиаде), каждый раз, видя в СМИ премьер-министра, вспоминают их, а не политическую деятельность второго лица государства.

3. Эмоциональный эффект. Основная функция мема — аффективная, что делает его схожим с механизмом работы постправды. Мем апеллирует обычно к эмоциям смеха (мемы про «Лукашенко и картошку»), раздражения (мемы «часы Пескова», «машины служащих церкви» вызывают негативные эмоции у тех, кто «платит налоги на это») и т.д.

4. Привлечение внимания к незначительным подробностям. Создатели мемов «играют» на разных сторонах жизни политических акторов. Основными примерами являются акценты на: атрибутах внешности («усы Лукашенко», «красные штаны Пескова»), вырванных из контекста фразах («денег нет, но вы держитесь» Д.А. Медведева, «хватит это терпеть!» В.В. Жириновского), личных недостатках (В. Мутко и его английский язык, речь В. Кличко), личных отношениях (мемы про «Путина и Кабаеву»), материальных ценностях политика («часы Пескова», «домик для уточки» Д.А. Медведева) и др. Эти мемы являются наиболее популярными в Сети и способствуют формированию негативного образа политиков.

5. Формирование общественного сознания. Из-за своей лаконичности, простоты, эмоциональности и (чаще всего) юмористичности мемы моментально привлекают к себе внимание реципиента и надолго оседают в его памяти. Эти же характеристики помогают мемам распространяться по Сети с огромной скоростью, так как пользователи готовы добровольно размещать данный контент на своей странице и т.п. Яркое, привлекающее внимание изображение создает необходимую атмосферу при восприятии мема. Для создания необходимого эффекта авторы стараются максимально использовать такие невербальные инструменты, как шрифт, цветовая гамма, графика и т.д. Например, мем «он вам не Димон» имеет определенный дизайн, яркую цветовую гамму, запоминающуюся картинку.

6. Комбинирование лжи и правды. Мемы могут совмещать в себе истинные и ложные факты, поэтому пользователям сложно отличить правду от вымысла. Например, авторы мемов берут фотографию реально происходящего события, но используют надпись, которая искажает то, что действительно имело место быть. Ярким примером является мем с депутатом В. Милоновым «Милонов хочет, чтобы

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

мужики рожали». Он предложил введение воинской обязанности для женщин, которые в свою очередь негативно восприняли его инициативу, «аргументировав» это тем, «что пусть мужики тогда рожают». В результате появился мем-постправда якобы с желанием Милонова, «чтобы мужики рожали».

7. Быстрота и легкость создания (существуют специальные генераторы мемов) делают интернет-мем всегда своевременным и злободневным. Мемы позволяют моментально реагировать на те или иные события и трактовать их необходимым образом. Например, Интернет запестрел мемами об антикоррупционных митингах 26 марта уже спустя пару часов после начала данного события, хотя первые аналитические статьи появились только на следующий день.

8. Детабуизация. Интенсивное использование обценной лексики и тем-табу (религиозных, моральных, политических и т.д.) в условиях почти полного отсутствия цензуры наделяет интернет-мем чертой детабуизацией. «Вечные» традиционные истины и скрепы разрушаются перед бесцеремонностью интернет-мема. Например, на тему «церкви и коррупции» часто можно встретить мемы с фотографией патриарха Кирилла и надписями: «Деньги зло — несите их в церковь», «Вилкой в глаз или в церковь раз?», «Бабки молятся — дачи строятся», «Иконы висят — бабосы хрустят».

9. Интернет-мемы, которые получает пользователь, как правило, соответствуют его мировоззрению. Индивиды самостоятельно выбирают, на какие группы им подписаться, т.е. происходит создания информационного «кокона», который постоянно подтверждает мнение подписчиков, в том числе и с помощью мемов.

Интернет-мемы стали неотъемлемой частью процесса формирования постправды. На сегодняшний день большинство мемов создаются простыми пользователями (не все, но чаще), а у политтехнологов есть возможность через «смешные картинки» влиять на сознание людей.

Литература

Канашина С.В. Интернет-мем как новый тип полимодального дискурса в интернет-коммуникации: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.04. – М., 2016. – 27 с.

Квят А.Г. Медиамем как инструмент политического PR: когнитивный подход [Электронный ресурс]. URL: <http://mediascope.ru/node/1254#24>. – Загл. с экрана. (дата обращения 12.08.2017).

Медведев С., Мартынов К., Юрчак А. и др. Эпоха постправды. Откуда берется троллинг? [Электронный ресурс]. URL: <https://www.svoboda.org/a/28150925.html>. – Загл. с экрана (дата обращения 13.08.2017).

Часовский Н.В. Речевая агрессия в креолизованных текстах // Вестник ЧелГУ. – 2013. – № 37 (328). – С. 173–175.

Щурина Ю.В. Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Научный диалог. – 2012. – № 3. – С. 161–173.

Flood A. Post-truth' named word of the year by Oxford Dictionaries [Электронный ресурс]. URL: <https://www.theguardian.com/books/2016/nov/15/post-truth-named-word-of-the-year-by-oxford-dictionaries> (дата обращения 3.08.2017).

Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth> (дата обращения 13.08.2017).

Докинз Р. Эгоистичный ген / пер. с англ. Н. О. Фоминой. – М.: Мир, 1993. – 317 с.

Д.А. Будко (Санкт-Петербург)

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ПОПУЛИЗМ И ПОПУЛЯРНАЯ КУЛЬТУРА: ЗАБАВА ИЛИ ПОВЕСТКА ДНЯ?

Произведения популярной культуры, как правило, относят к так называемым маргинальным жанрам. При этом, являясь неотъемлемой частью повседневности,

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

она представляет собой интересный, хоть и весьма специфический, объект для изучения современных общественно-политических процессов и формирования общественного мнения. Этот феномен одновременно относит нас к областям философии, культурологии и политической науки (так, вероятно, самым известным исследователем данной проблематики можно назвать С. Жижека (Жижек, 2011)). В первых двух случаях можно говорить о том, что в те или иные временные периоды она способна трансформироваться от низкого к высокому, приводя к тому, что некоторые из ее образцов переходят в разряд классических произведений, высокой интеллектуальной значимости (наиболее уместным здесь будет вспомнить цитату художника Э. Уорхола о значимости консервной банки из под супа «Campbell's»). Сегодня наблюдается апологетизация жанра телевизионного сериала, который больше не ассоциируется только с мыльными операми, в производство и рекламу которых вкладываются крупные финансовые средства (зачастую большие, чем в иной голливудский блокбастер); сериалы обретают большое число поклонников по всему миру, становятся предметом рефлексии для исследователей и создания университетских учебных курсов (заметим, что это происходит как с книгами, так и музыкой; например, Университет в Копенгагене в начале сентября 2017 г. проанонсировал курс, посвященный творчеству певицы Бейонсе (University of Copenhagen...)).

Одной из особенностей популярной культуры является то, что она может выступать как транслятор неких идей, так и отражение существующих трендов (хотя зачастую это бывает тесно переплетено). В этом контексте, как это ни парадоксально, политический популизм может стать ее неотъемлемой частью, даже если автор произведения в этом не заинтересован, чему можно привести множество примеров. Наиболее наглядно это можно представить на примере политических идей и мифов, имеющих не столь трендовый, сколь глубокий исторический характер. Таковой может по праву считаться тема, связанная с шотландским сепаратизмом, после второго якобитского восстания, окончательно приобретшим в народном сознании характер не только освободительной борьбы, но и романтических устремлений, вдохновляющих композиторов, писателей и художников (не последнюю роль здесь сыграла непосредственно королева Виктория, увлекавшаяся культурой горной Шотландией). Ключевую роль здесь играют как благородный образ борьбы за правое дело (который можно отнести к одним из наиболее распространенных политических мифов), так и особенности природы и исторического уклада жизни шотландцев, в особенности, жителей Высокогорья. Не касаясь особенностей внутривнутриполитической ситуации Великобритании, а также самих тонкостей и причин сепаратистских тенденций, по сию пору присутствующих в этом регионе, отметим, что данная проблематика становится живописным антуражем для художественных произведений, в том числе и относимых к популярной культуре. В первую очередь это наглядно демонстрируют произведения, написанные в жанре фэнтези и/или любовного романа. Анализ текстов этих авторов (Д. Гэблдон, Дж. Гарвуд, Д. Грант, Д. Кросби, Дж. Макнот, М. Маккарти и т.д.) показывает, что образы героев этих книг, шотландцев, имеют схожие черты: это мужественность, отчаянность, красивая внешность и героический характер, в противовес героям-англичанам, наделяемым не самыми лучшими чертами характера. Все это вместе с благородными поступками способствует тому, что значимым, пусть и не всегда явным лейтмотивом данных романов становится тема политики, причем преподносимая крайне эмоционально, что переводит ее в сферу популизма. Соответственно происходит формирование мнения о том или ином политическом событии как историческом, так и актуальном, но также связанных с ним.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Можно по-разному относиться к различным жанрам популярной культуры, однако важно учитывать, что в той или иной степени она все равно оказывает влияние на восприятии политической повестки дня и в том или ином случае может сыграть свою роль в отношении к текущим политическим процессам.

Литература

Жижек С. Искусство смешного возвышенного. О фильме Дэвида Линча «Шоссе в никуда». — М.: Изд-во «Европа», 2011. — 168 с.

University of Copenhagen // Courses HMVA0431OU Musikvidenskab/Visuel Kultur/Moderne Kultur/Litteraturvidenskab/Teater: KA-emnekursus: Beyoncé, køn og race (UDBYDES IKKE I EFTERTILMELDINGEN). — URL: <http://kurser.ku.dk/course/hmva0431ou/2017-2018> (Дата обращения: 03.09.2017).

М.М. Буранов (Санкт-Петербург)

СЕТЕВАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ СРЕДА И ПОЛИТИКА «ПОСТПРАВДЫ»

Всемирная сеть Интернет и социальные сети становятся неотъемлемой частью жизни человека. Интернет стал новой платформой для социальных отношений, упрощающей процесс коммуникации между людьми. По данным Международного союза электросвязи от 22.07.2016, количество пользователей интернета в мире составляет 3,5 миллиарда человек. Россия немного уступает по этому показателю передовым странам, однако процент вовлеченности пользователей достаточно большой – 70,4% (84 млн. человек в возрасте от 16 лет). Проникновение Интернета среди молодых россиян (16–29 лет), по данным GfK (немецкая исследовательская компания), достигло отметки 97%. При этом в России и по всему миру активно растет количество пользователей социальных сетей. Однако, как отмечает ВЦИОМ, на сегодняшний день главным источником новостей для россиян остается телевидение, хотя его популярность постепенно снижается (62% в 2015 г., 57% в 2016 г.). При этом возрастает доля людей, использующая Интернет как основной новостной ресурс (22% в 2015 г., 27% в 2016 г.). Есть основания полагать, что в дальнейшем эта цифра будет только расти (Интернет является основным источником для 62% 18–24-летних, 47% 25–34-летних.).

Мировой и российский опыт показывает, что Интернет становится новой площадкой и для политической жизни государства. На его базе осуществляется политическая социализация, ведутся политические дискуссии, устанавливается повестка дня; он обладает большим потенциалом для политической мобилизации граждан (Шерстобитов, Брянов, 2013, 196). Интернет, в отличие от традиционных средств массовой коммуникации, упрощает создание новых информационных каналов, способствует объединению пользователей на основе их политических предпочтений, что приводит к появлению большого количества независимых новостных ресурсов. К подобным ресурсам можно отнести новостные сайты, блоги, группы в социальных сетях и личные страницы политиков в социальных сетях. Как правило, каждая из данных информационных площадок обладает собственной специфической аудиторией, которая разделяет мнение авторов в их оценке общественных и политических событий, однако это не исключает возможность пересечения аудитории различных новостных каналов со схожей позицией в оценке общественных проблем.

В условиях наличия большого количества новостных ресурсов происходит и дробление различных идеологических направлений. Приверженцы различных политических взглядов, несогласных с существующими политическими

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

объединениями, получают возможность организовать свое собственное сообщество и привлекать туда людей со схожими политическими взглядами. Однако подобные объединения не замыкаются на себе и поддерживают связи с другими сообществами — публикуют ссылки на другие группы, комментируют записи, что приводит к формированию сетевой коммуникации между пользователями, основанной на горизонтальных связях. Сложившаяся ситуация положительно влияет на проявление свободы слова и плюрализм мнений, однако у нее есть и негативные последствия.

Усложнение структуры современного общества влечет за собой увеличение количества социальных проблем. Проблемы, находящиеся в повестке дня общества, неминуемо находят свое отражение в предвыборных программах и в высказываниях политических лидеров, поскольку от них требуется решение данных проблем. Предполагается, что на политической арене должна происходить борьба аргументов о будущем государства, о том, как должны решаться стоящие перед обществом проблемы. Однако в условиях раздробленной идеологической среды, когда в информационном поле существует большое количество независимых новостных каналов, увеличивается и количество представлений, как общественные проблемы должны решаться. Каждый информационный канал может выступать самостоятельным интерпретатором событий в государстве со своим видением его будущего. Политические лидеры представить решения на каждую значимую проблему общества в условиях, когда количество интерпретаций этих проблем резко возрастает. И в подобном контексте справедливо усомниться в том, возможно ли консолидировать общество, основываясь только на рациональной аргументации.

Для концептуального описания данных информационных каналов подходит теория публичных арен (Хилгартнер, Боск, 2008, 74), которая сосредотачивается на «аренах», в рамках которых развиваются и получают огласку социальные проблемы. Авторы определяют социальную проблему, как условие или ситуацию, на которую действующие лица (функционеры – авторы, редакторы) «наклеивают ярлык» проблемы на аренах публичного дискурса. При этом значимость проблемы определяется не её объективным характером, а процессом коллективного определения. Каждая публичная арена обладает своей «пропускной способностью»; из огромной «популяции» потенциальных проблем только малая их часть добьется освещения. Вследствие этого социальные проблемы постоянно конкурируют между собой за попадание в повестку дня и за то, чтобы как можно дольше остаться в ней. Но конкуренция происходит и между различными формулировками одной и той же проблемы. Внимание потребителей информации тоже ограничено. Представители различных социальных групп, как правило, обращают внимание на специфичный спектр социальных проблем и обладают своим уровнем «личного сострадания».

По утверждению авторов концепции, общественные проблемы, которые представлены в более драматичном виде, обладают преимуществом в борьбе за попадание в повестку дня. Конкурентным преимуществом обладают и проблемы, которые связаны с «глубокими мифическими темами или широко распространенными культурными акцентами». Ограниченная «пропускная способность» публичных арен и индивидуального внимания приводит к тому, что функционеры стремятся к лаконичности сообщений. Для привлечения внимания сообщениям необходимо придать яркую форму, которая при этом облакала бы посылку в авторитетный и настоятельный тон.

С появлением Интернета количество публичных арен постоянно растет. В подобных условиях перед политическими лидерами ставится задача продвижения своей собственной повестки дня и своих формулировок актуальных проблем.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Однако в условиях сетевой организации информационных ресурсов ограничивается возможность консолидации общественности путем рациональных доводов. Для победы на выборах политики вынуждены прибегать к узнаваемым символам, широко распространенным мифам и эмоциям людей, что приводит к политической культуре «постправды».

Литература

ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3098. ТВ, Интернет, газеты, радио: доверяй, но проверяй? — URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115679> (дата обращения 14.08.2017).

Хилгартнер С., Боск Ч. Рост и упадок социальных проблем: концепция публичных арен // Социальная реальность. Журнал социологических наблюдений и сообщений. – 2008. – № 2. – С. 73-94.

Шерстобитов А.С., Бряннов К.А. Технологии политической мобилизации в социальной сети «ВКонтакте»: сетевой анализ провластного и протестного сегментов // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 10-1. – С. 196–202.

И.А. Быков (Санкт-Петербург)

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ: СЛУЧАЙ ЭММАНУЭЛЯ МАКРОНА

В политической коммуникативистике уже несколько десятилетий обсуждается тенденция медиатизации современной политики (Пугачев, 1999). Этот термин обладает большей универсальностью, поскольку описывает процессы, которые происходят не только в странах так называемой развитой демократии, но и во всех остальных странах мира. Основная идея этой концепции заключается в том, что все функции современного общества не могут быть реализованы без медиа-сопровождения. В этом отношении термин медиатизация учитывает возросшую роль СМИ в жизни общества, но не абсолютизирует ее (Мельник, 1996; Schultz, 2004; Stanyer, 2007).

Вот как определяют медиатизацию Мацолени и Шульц: «Процесс медиатизации политических акторов, политических событий и политического дискурса является основным трендом девяностых. Это феномен который уходит корнями к моменту появления телевидения, но достиг полного развития с момента глобальной экспансии и коммерциализации медиа-сферы... характеристика медиатизированной политики выходит за пределы простого описания системных требований. Медиатизированная политика это политика, которая потеряла автономность, стала зависимой в своих центральных функциях от масс-медиа и создается в рамках взаимодействий с масс-медиа. Это утверждение базируется на наблюдениях о том, как средства массовой информации производят политический контент и вмешиваются в политический процесс» (Mazzoleni, Schultz, 1999, 249–250). В первую очередь медиатизация проявилась в требовании телегенности, предъявляемом к публичным политикам. В сегодняшних условиях это требование дополняется требованием оптимизации информации для социальных сетей и других социальных медиа в политической коммуникации.

Одним из важнейших проявлений медиатизации в последние пару десятилетий стала персонализация политического процесса, которая заключается в том, что индивидуальные политические акторы играют все более и более важную роль за счет уменьшения роли политических партий и других коллективных субъектов (Aelst et al., 2011; McAllister, 2007). Это проявилось, например, во время избирательных

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

кампаний, когда поведению политических лидеров стало уделяться значительно больше внимания, чем деятельности партий, идеологическим вопросам, предвыборным программам и т. п. (Реут, 2013) Очевидно, что тут существует прямая связь с тем, что массовой аудитории более понятны житейские вопросы, а не абстрактные понятия и концепции. Анна Лангер считает, что персонализация политики состоит из трех основных компонентов: 1) президентализация власти, то есть сдвиг власти к лидерам и связанное с этим усиление роли лидеров, проявляющееся в увеличенном информационном освещении их деятельности; 2) концентрация на лидерстве, то есть увеличенное подчеркивание лидерских качеств и умений, необходимых для компетентного государственного управления; 3) политизация частной жизни, то есть упор на особенностях политических лидеров в частной жизни, которые трактуют лидеров не как представителей определенной политической идеологии, партии и государства, а как «человеческих существ» (Langer, 2007, 373).

В этой связи СМИ пестуют человеческие характеры в политике, а не политические программы и реальные проблемы. Но лидеры также играют активную роль в этом процессе, поскольку такой подход к политике требует меньше усилий по работе в области координации интересов. От политика требуется телегеничность и артистизм, а не стратегическое видение и тяжелый труд по урегулированию конфликтующих интересов. Современные политики превращаются в своего рода «знаменитостей» или «селебрити».

Более того, большое значение в современном медиапространстве получили так называемые «теории заговора» или псевдо-научное объяснение политики и политических процессов. Передачи подобного рода получили большое распространение в связи с тем, что они поражают воображение зрителей, являясь неким аналогом фильмов ужасов. Медиатизация политики приводит к снижению уровня дискуссии, принятию популистских решений и трате ресурсов на темы, не имеющие приоритетное значение, а зачастую и на абсурдные темы.

Тренд медиатизации особенно актуален в странах с высоким уровнем экономического развития и демократическими режимами, поскольку «демократия является единственной формой политического строя, при котором политика обязана постоянно вступать в процесс коммуникации» (Соловьев, 2004, 39). Это связано с тем, что политические системы демократических стран, испытывающие трудности с поддержанием тесного контакта с гражданами при помощи традиционных политических институтов вроде партий и избирательных процедур, теперь все больше и больше внимания уделяют средствам массовой информации.

В 2017 г. мировая общественность стала свидетелем значительной трансформации политического ландшафта Франции (Брэнфорд, 2017, Руткевич, 2017; Эммануэль Макрон, 2017), вызванного одновременно неожиданной и убедительной победой Эммануэля Макрона на президентских выборах, а затем, его политического движения на парламентских. Избирательный штаб Макрона использовал инновационные методы проведения предвыборной кампании с акцентом на волонтеров и социальные медиа. При этом, персонификация политика достигла парадоксального уровня: по словам его супруги, «главное, что их всех интересует, – это мой возраст» (Руткевич, 2017). Личная жизнь будущего Президента Франции стала одним из основных драйверов его кампании. Медиатизация политической жизни Франции в итоге привела к поражению традиционных массовых партий, полному реформатированию партийной системы и частичному изменению избирательной системы. Вероятно, тенденция медиатизация современной политики усиливается.

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

- Брэнфорд Б. Эммануэль Макрон: пять причин, почему он выиграл // BBC: Русская служба. 2017. 8 мая. — URL: <http://www.bbc.com/russian/features-39840537> (дата обращения 10.08.2017).
- Мельник Г. С. Mass-media: Психологические процессы и эффекты. — СПб.: СПбГУ, 1996. — 161 с.
- Пугачев В. П. Информационная власть и демократия // Общественные науки и современность. — 1999. — № 4. — С. 65–78.
- Реут О. Ч. Американская президентская кампания-2012 как отражение медиатизации политического участия // Политическая наука. — 2013. — № 1. — С. 232–245.
- Руткевич Н. Продукт по имени Макрон // Радио свобода. 2017. 9 марта. — URL: <https://www.svoboda.org/a/28355982.html> (дата обращения 10.08.2017).
- Соловьев А. И. (ред.) Политические коммуникации. — М.: Аспект Пресс, 2004. — 332 с.
- Эммануэль Макрон, избранный президент Франции // Эхо Москвы, 48 минут, 2017, 10 мая. — URL: <http://echo.msk.ru/programs/48minut/1977900-echo/> (дата обращения 10.08.2017).
- Mediatization: Concept, Changes, Consequences / Ed. by K. Lundly. — NY: Peter Lang, 2009. — 316 p.
- Schultz W. Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept // European Journal of Communication. — 2004. — Vol. 19. — N 1. — P. 87–101.
- Stanley J. Modern Political Communication: Mediated Politics in Uncertain Times. — Cambridge: Polity Press, 2007. — 222 p.
- Mazzoleni G., Schulz W. «Mediatization» of Politics: A Challenge for Democracy? // Political Communication. — 1999. — Vol. 16. — N 3. — P. 249–250.
- Aelst P. van, Sheafer T., Stanley J. The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings // Journalism. — 2011. — Vol. 13. — N 2. — P. 203–220.
- McAllister I. The Personalization of Politics // The Oxford Handbook of Political Behavior / Ed. by Russell J. Dalton & Hans-Dieter Klingemann. — Oxford: Oxford University Press, 2007. — 734 p.
- Langer A. A. Historical Exploration of the Personalisation of Politics in the Print Media: The British Prime Ministers (1945–1999) // Parliamentary Affairs. — 2007. — Vol. 60. — N 3. — 373 p.

А. Н. Варакса (Петрозаводск)

ВЛАСТЬ ДИСКУРСА КАК НОВАЯ ОБЪЕКТИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ В МИРОВОЙ ПОЛИТИКЕ

Голландский исследователь Т. Дейк в работе «Дискурс и власть» рассматривает сложные взаимоотношения между дискурсом и властью. Власть политическая, по его мнению, обладает фактически неограниченными возможностями по управлению дискурсами научными, культурными, политическими, направляя с помощью печатных и электронных изданий, телевидения в направлении, выгодном властям. Жесткий контроль властей за СМИ захватывает косвенно и относительно свободные издания, которые, как правило, не могут продолжительное время сопротивляться доминирующему «общему мнению» и вынуждены приспособливаться к нему, чтобы не прослыть маргиналами.

Ван Дейк показывает, что «влиятельные публичные дискурсы, в частности дискурсы элит и элитарных институтов, обладают большим количеством общих черт. Они не только отражают схожие базовые ментальные модели и социальные репрезентации, разделяемые представителями элит, но и обладают схожими способами социального взаимодействия, коммуникации, убеждения и формирования общественного мнения». Исследователь пишет: «Мы можем обнаружить в них стереотипные темы, конвенциональные общие места, отрицания, которые призваны сохранить лицо и управлять формированием впечатления; они появляются в аргументированных ошибках, одинаковых выборах лексики при описании Их, или в использовании одних и тех же метафор, подчеркивающих Их (плохие) черты» (Дейк, 2013, 148).

Так, Э. Лакло и Ш. Муфф, применяя свою теорию дискурс-анализа к «карте» социального пространства, показывают, как отдельные географические понятия,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

наполняются конкретным политическим содержанием, исходя из «воли к власти» и политических интересов тех, кто задает тему и направление данного дискурса. Так, «Запад» в соответствующем дискурсе, по мнению исследователей, не просто географическая категория, он наделен определенными политическими смыслами и функциями, долженствующими утвердить в западном сознании мысль о коренном отличии Запада от всего того, что лежит по «другую сторону». «Дискурсивное формирование общества вызвано отнюдь не свободной игрой идей в головах людей. Это следствие их социальной практики, которая глубоко укоренена и сориентирована на реальные, материальные социальные структуры» (Иоргенсен, 2008, 11).

«Сила моральных предрассудков глубоко внедрилась в умственный мир человека, где, казалось бы, должны царить холод и свобода, – и, само собою разумеется, она действует вредоносно, тормозит, ослепляет, искажает» (Ницше, 1990, 258). «Признать ложь за условие, от которого зависит жизнь, – пишет Ф. Ницше, – это, конечно, рискованный способ сопротивляться привычному чувству ценности вещей, и философия, отваживающаяся на это, ставит себя уже одним этим по ту сторону добра и зла» (Ницше, 1990, 243).

То, что становится доминантой творчества Ф. Ницше и его «Философии жизни», есть, прежде всего, глубокое недоверие немецкого философа к понятию истины, то, что монополизировали западная философия и западная цивилизация. Истина в традиционной интерпретации западной философии представляет собой, по мнению Ницше, лишь набор метафор, произвольно набранных, факт произвола, насилия над истиной. Любое обозначение, осуществляемое целенаправленно, содержит в себе, как считает Ф. Ницше, стремление уравнивать причину и следствие и как таковое несет в себе явное насилие над объектом обозначения. «В случае с Ницше, — отмечает Ж. Дэррида, — мы имеем дело, по сути, с тем же, что и в случае с Гегелем — с метафизикой абсолютной субъективности. Однако беспредельная и безусловная субъективность у Ницше принадлежит не тому, что знает об этом, т. е. не разуму; это абсолютная субъективность тела, его импульсов и аффектов; это абсолютная субъективность воли к власти» (Derrida, 1989, 73).

Великая историческая драма Крестовых походов наложила серьезный отпечаток на отношения Запада со всем остальным миром. Как отмечает западный исследователь М. Родинсон, «образ ислама был порождением не только Крестовых походов... но скорее идеологического единства, к которому постепенно приходит сам мир латинского христианства. Это единство вылилось в более отчетливый образ врага и помогло сфокусировать энергию Запада на Крестовых походах. Эти два процесса подпитывали друг друга. Нарастающее единство внутри христианства придавало дополнительную энергию Крестовым походам, направленным против “другого”; Крестовые походы, в свою очередь, способствовали сплочению самого христианского мира» (Нойманн, 2004, 75). По утверждению данного автора, поскольку роль «другого» была весьма значима для Европы в ее отношениях с неевропейскими странами, а европейская идентичность неразрывно была связана с существованием этого “другого”, «то этот “другой” будет оставаться составной частью Европы, что, в свою очередь, будет неизбежно влиять на европейские представления об этом “другом”. «Круг замкнулся», выйти из него означает изменить всю парадигму европейского мышления.

Восток на протяжении длительного времени не только питал воображение европейского рыцаря, купца, горожанина, но и организовывал и спланировал западный мир, морально подготавливал его к экспансии. «Готовясь к покорению новых земель, люди не просто построили более надежные корабли, они осмелели настолько, чтобы

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

бросить вызов океану и собственным слабым силам и начать рассматривать свои открытия не просто как подтверждение старых теорий... Наемные солдаты, пираты, странствующие рыцари, беженцы — дети нескончаемых войн; клирики, паломники, миссионеры, нищенствующие монахи — продукты всеобъемлющей религиозной системы; купцы, артисты, ремесленники, нищие — искатели заработка в эпоху тотального обнищания народа; все эти профессиональные мигранты были одновременно и «джентльменами удачи» — отчаянными фантазерами и любителями рискованных приключений» (Касавин, 2000, 165).

«Эпоха Крестовых походов, — пишет Дж. К. Райт, — как и все великие созидательные эпохи в истории цивилизации, была временем контрастов. Нарастание конфликта между идеалами папства и империи ознаменовалось рядом кризисов... Хотя вера и подвигла людей на грандиозные совместные предприятия — строительство соборов и Крестовые походы, тем не менее эта эпоха была временем исканий и сомнений... Из авторитетных сочинений прошлого извлекали содержащуюся в них мудрость, и на их основе составлялись чудовищные фундаментальные компиляции...» (Райт, 1988, 14).

Теории об отсталости и неполноценности отдельных рас и народов, рожденные в период колониальных захватов, канули в прошлое, но на смену им пришли новые, которые сохранили в себе прежний идеологический посыл. Столкнувшись с новой постколониальной реальностью, Запад сделал все возможное, чтобы разобщить молодые освободившиеся государства. Им были умелой рукой подброшены различные лозунги, призванные посеять рознь и вражду, а вместо настоящего врага был указан ложный враг, чей образ не без успеха эксплуатировался Западом все последующие годы. «Как бы ни различались между собой народы мира по цвету кожи, языку, религии и степени цивилизованности, — отмечает А. Тойнби, — на вопрос западного исследователя об их отношении к Западу все — русские и мусульмане, индусы и китайцы, японцы и все остальные — ответят одинаково. Запад, скажут они, — это архиагрессор современной эпохи, и у каждого найдется свой пример западной агрессии» (Тойнби, 2002, 103).

Американка К. Армстронг в исследовании, посвященном истории мифа, утверждает, что многие мифы прошлого потерпели крах, поскольку «эти деструктивные мифы представляли собой всего лишь узко расовые, этнические, религиозные или эгоистические попытки возвеличить “своих” путем демонизации “чужих”». Подобным мифам, по ее мнению, не найдется места в современной «мировой деревне», где все жители земли оказались в одной лодке. Но победить подобные еще остающиеся мифы невозможно с помощью одного разума, нужны новые мифы, которые помогут нам возвыситься над былыми предрассудками и побороть в себе наши заблуждения, например «мифы, которые научат нас почитать землю как святыню» (Армстронг, 2005, 147).

Многие мифы и созданные на их основе стереотипы обладают поразительной устойчивостью. Мир вопреки утверждениям глобалистов не стал по-настоящему единым и вряд ли им станет в обозримую перспективу. Мировые политические события последнего времени говорят о том, что человечество вступило в сложную и противоречивую эпоху, где разворачивается новый виток борьбы за власть, ресурсы в масштабах всей планеты, и эта борьба будет требовать политической и идеологической консолидации. Поэтому образ «другого», каким бы он ни был — в образе ли «русской» или «китайской» угрозы, «всемирного халифата» или ИГИЛ, будет актуализироваться в мировой политике.

По мнению П. Фейерабенда, процесс нашего познания не является постепенным приближением к истине, а скорее «представляет собой увеличивающийся океан

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

взаимно несовместимых альтернатив, в котором каждая отдельная теория, сказка или миф являются частями одной совокупности, побуждающими друг друга к более тщательной разработке» (Фейерабенд, 1986, 162) П. Фейерабенд использует понятие метафоры, с помощью которой мы, по его мнению, производим «замещение» (сознательно или нет) недостающих элементов знания о предмете путем заимствования и перемещения из одной искусственной системы в другую.

Границы, давно отделившие Запад от всего остального мира, есть границы не только государственные, но в большей степени ментальные, они создавались длительное время, и ожидать того, что они скоро падут, не приходится. И все же надежда на то, что настанет время, когда Запад и Восток найдут необходимый баланс в своих отношениях, сохраняется. У И. Гёте есть такие слова:

К душам ведающий нить
Уж знаком с уроком:
Вовсе не разъединить
Запад с Востоком.
Меж различными мирами
Связь держать не прочь мы сами,
Мысли мудрой быстрым током
Свяжем Запад мы с Востоком (Гете, 1988, 347).

Литература

- Армстронг К. Краткая история мифа / пер. А. Блейз. – М.: Открытый мир, 2005. – 160 с.
Гёте И.В. Западно-восточный диван. – М.: Наука, 1988. – 895 с.
Дейк Т., ван. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации / пер. с англ. Е. А. Кожемякина и др. – М.: URSS: Либроком, 2013. – 344 с.
Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. Дискурс-анализ: теория и метод / пер. с англ. А.А. Киселевой. – Харьков: Гуманитарный центр, 2008. – 350 с.
Ницше Ф. Сочинения: в 2 томах. Т. 2. – М.: Мысль, 1990. – 830 с.
Нойманн И. Использование «Другого»: образы Востока в формировании европейских идентичностей. – М.: Новое издательство, 2004. – 335 с.
Райт Дж. К. Географические представления в эпоху Крестовых походов: исследование средневековой науки и традиции в Западной Европе / пер. М.А. Кабанова. – М.: Наука, 1988. – 478 с.
Тойнби Дж.А. Цивилизация перед судом истории. – М.: Айрис-Пресс, 2002. – 592 с.
Касавин И.Т. Традиции и интерпретации: фрагменты исторической эпистемологии. – СПб: РХГИ, 2000. – 320 с.
Фейерабенд П. Избранные труды по методологии науки. – М.: Прогресс, 1986. – 544 с.
Derrida J. Of Spirit: Heidegger and the question. – Chicago: University of Chicago Press, 1989. – 148 p.

О.Б. Варенцова (Москва)

ПОЧЕМУ В РОССИИ НЕТ ПОПУЛИСТСКИХ ПАРТИЙ?

Феномен популизма. Популизм — один из типов массовой политики. В отличие от двух других ее разновидностей — классовой политики и плюрализма — здесь субъектом выступают мультиклассовые коалиции, а не социальные классы и индивиды. Подобные коалиции возникают при сплочении масс вокруг общей идеи противостояния «врагу», чему-то внешнему и инородному. Идея о том, что мультиклассовые коалиции и, соответственно, популизм, невозможны вне логики антагонизма принадлежит одному из первых исследователей популизма — британскому политологу аргентинского происхождения Эрнесто Лаклау. В книге «Политика и идеология в марксистской теории. Капитализм, фашизм, популизм» Лаклау отмечал, что благодаря антагонистическому дискурсу, делящему общество на «своих» и «чужих», происходит формирование надклассового единства (Laclau,

ПОЛИТИКА ПРАВОСЫДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

1978). Только при условии существования фронта различные социальные страты способны осознать себя как нечто целое, объединиться и артикулировать общие требования («долой коррупцию», «долой мигрантов», «долой бедность»). Последние именно через это общее («пустое означающее») становятся массовыми, складываются в так называемые «цепочки эквивалентности» (Laclau, 2005).

Каким будет образ врага, зависит от самого общества и характера его страхов или от политического актора, избирающего в качестве тактики выживания политику антагонизма. Современный специалист по европейскому популизму Кас Мудде в книге «Популистские радикальные правые партии в Европе» (Mudde, 2007) представил типологию «врагов», упоминаемых в популистском дискурсе. Это могут быть «враги нации» или «враги государства» (Таблица).

Таблица. Типология врагов в популистском дискурсе

Государство	Нация	
	Внутренние	Внешние
Внутренние	1. Элита (истеблишмент) 2. Интеллектуалы-западники 3. Сексуальные меньшинства	1. Этнические меньшинства 2. Мигранты
Внешние	1. Интеллектуалы-эмигранты 2. Бывшие соотечественники, выступающие против репатриации	1. Иностранцы

Источник: Mudde, 2007, 65, авторский анализ

Как правило, в большинстве случаев политики-популисты выступают против внутренних врагов – элиты (истеблишмента), заявляя о ее коррумпированности. Так, например, в конце 1990-х годов будущий президент Венесуэлы Уго Чавес выступал против так называемой «системы *Punto Fijo*» – чередования во власти двух традиционных политических партий страны *AD* и *COPEI*, которую американский политолог Майкл Коппедж назвал партократией (Coppedge, 1992). Можно вспомнить и выступления кандидата в президенты Дональда Трампа против либеральных элит в 2016 г.

Как утверждает американский специалист по популизму Джон Джудис, выступление от имени народа против коррумпированных элит — типичный пример левого популизма, который представляет собой своего рода вертикаль — борьбу низов с политической верхушкой, в то время как правый популизм больше похож на треугольник – борьбу низов с элитами и другой «паразитирующей» группой, которой элиты якобы «потворствуют» (иммигранты, евро-оптимисты и т.д.) (Judis, 2016).

Популизм имеет региональные особенности: если в Латинской Америке, чье население традиционно страдает от экономического неравенства, за голоса избирателей борются левые популисты, то в Европе, где в последнее время актуальными трендами являются проблема миграции и евроскептицизм, укрепляют свои позиции правые популисты. Если в Латинской Америке на политической арене в основном действуют популистские лидеры, которые создают нестабильные харизматические партии, то в Европе — высоко институционализированные популистские партии (как, например, «Национальный фронт» во Франции).

Почему популистские партии имеют успех в Европе? Электоральный успех популистских партий в Европе можно объяснить, во-первых, большим количеством евроскептиков и противников миграции среди населения европейских стран и их запросом на политическое представительство (demand-side). По данным британского независимого аналитического центра Чатэм Хаус (Королевского института международных отношений), простые европейцы не разделяют взгляды элитарных групп по ключевым вопросам миграции и евроинтеграции (The Future of

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Europe, 2017). Опросив 10 тысяч жителей и 1800 представителей элиты 10 европейских стран в конце 2016 г. – начале 2017 г., Чатэм Хаус выяснил, что лишь 34% простых европейцев считают, что получает выгоду от евроинтеграции (против 71% представителей элиты), и 25% полагают, что иммиграция приносит пользу стране (против 57% представителей элиты). Соответственно, многие европейцы вправе считать, что традиционные политические партии не представляют их взгляды.

Во-вторых, пропорциональная и смешанная избирательные системы, действующие в большинстве европейских стран, а также высокий уровень электоральной волатильности (нестабильных связей между политическими партиями и избирателями) могут способствовать электоральному успеху популистских партий (supply-side).

В-третьих, идеологическая конвергенция традиционных партий также может открыть политическое пространство для антисистемных лидеров и партий (supply-side). Так, американский политолог Кеннет Робертс в книге «Изменяя курс в Латинской Америке. Партийные системы в неолиберальный период» описывает, как идеологическая конвергенция традиционных партий в Венесуэле в 1990-е годы привела к появлению на политической сцене антисистемных лидеров, один из которых (Уго Чавес) возглавил страну в 1999 г. (Roberts, 2014). Тезис о негативных последствиях идеологической конвергенции для стабильности партийных систем подтверждается и в отношении западноевропейских стран (Mudde, 2007).

Могут ли в России появиться популистские партии? В России складываются благоприятные условия для появления популистских партий: 1) наличие социальных размежеваний по вопросу миграции в обществе (по данным ООН, в 2015 г. Россия заняла третье место в мире среди стран-реципиентов мигрантов (UN Population Division, International Migration report 2015)); 2) слабая партийная институционализация (Росс, 2012; Гельман, 2009); 3) идеологическая конвергенция партий на национальном уровне.

Литература

Гельман В.Я. Политические партии в России: от конкуренции – к иерархии // Электоральное пространство современной России. — Политическая наука: Ежегодник 2008. — М.: РАПН, 2009. — С. 27-49.

Массовая политика: институциональные основания / С.В.Патрушев. — М.: Политическая энциклопедия, 2016. — 286 с.

Росс К. Партии в российских регионах: вымирающий вид? // неприкосновенный запас. — 2012. — №1 (81).

Chatham House. The Future of Europe, 2017.

UN Population Division, International Migration report, 2015.

Coppedge M. Strong Parties and Lame Ducks: Presidential Partyarchy and Factionalism in Venezuela. — Stanford: Stanford University Press, 1994. — 242 p.

Inglehart R.F., Norris P. Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-Nots and Cultural Backlash. — Harvard Kennedy School Working Paper Series. — 2016.

Judis J.B. The Populist Explosion. — New York: Columbia Global Reports, 2016. — 182 p.

Laclau E. Política e ideología en la teoría marxista. Capitalismo, fascismo, populismo. — Madrid: Siglo XXI de España Editores, S.A., 1978. — 323 p.

Laclau E. La razón populista. — Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A., 2005. — 312 p.

Mudde C. Populist Radical Right Parties in Europe. — Cambridge: Cambridge University Press, 2007. — 385 p.

Roberts K.M. Changing Course in Latin America. Party Systems in the Neoliberal Era. — Cambridge: Cambridge University Press, 2014. — 330 p.

ТЕХНОЛОГИИ СОВРЕМЕННОГО ПОПУЛИЗМА В ПЕРИОД ВЫБОРОВ

Популизм является неотъемлемой частью политики, он неотделим от нее и присущ ее природе. Отношение к нему в политической науке разное. Большинство исследователей покорно признают его естественность в политическом пространстве, но есть и те, кто считает популизм крайне опасным явлением. Профессор А.В. Глухова называет его «вызовом современной демократии» и предлагает пути противодействия ему: «...повышение влияния граждан на процесс принятия решений и гарантированные возможности политического участия. На этой основе могут появиться новые модели гражданского участия, включая консультативную демократию» (Глухова, 2017, 71).

Популизм разных эпох имеет свои отличительные черты. Так, сегодня можно констатировать то, что современный популизм стал высоко технологичным, более продуманным и целенаправленным в контексте получения нужного эффекта. Особенно это становится очевидным в период электоральных циклов. Технологии современного популизма позволяют наиболее эффективно на выборах получить поддержку определенного пула избирателей. Он включает в себя простой набор посылов и технологий для привлечения внимания за частую дезориентированного гражданина, который не помнит, за кого обычно голосует, или вовсе не ходит на выборы, не читает программ, не разбирается в политике и определяется с выбором в последний момент. Как правило, его внимание неустойчиво, а решения импульсивны.

Сотрудники Экспертного института социальных исследований выявили следующую закономерность: популизм – естественное циклическое явление в политике с периодом в XX веке примерно в 20–25 лет, что связано со структурными кризисами, повторяющимися с той же периодичностью и формирующими востребованность популизма в политике. Первый этап приходится на конец 1940-х и начало 1950-х гг. (правые движения, вызванные антикоммунистическим откатом, например «Любой человек» (*L'Uomo Qualunque*) в Италии, маккартизм в США, пужадисты во Франции); второй — конец 1960-х – начало 1970-х гг. (левый популизм почти по всей Европе, за исключением правого датского движения Могенса Глиструпа); третий этап — конец 1980-х – начало 1990-х гг. (популизм национальной гордости и самоопределения, от Станислава Тимински и Роса Перро в Канаде и США до немецкого «Републиканера»); наконец, последний — 2005 г. – настоящее время (современный технологический популизм) (Кузнецов, Соколова, 2017, 4). Сегодня мы на гребне новой волны, связанной с реакцией на затяжные кризисные явления в экономике и современным витком развития коммуникационных технологий. Последним и объясняется технологичность современного популизма.

Отличия и специфику популизма этого этапа нам хотелось бы проанализировать с двух позиций — содержания и формы. На наш взгляд, самой главной особенностью популизма сегодня является отсутствие идеологии и политических идеологических смыслов в нем. Он уже давно перестал быть правым или левым по своей идейной ориентации, он такой, каким его хочет видеть и потреблять само общество, он присущ всем политическим партиям и всем политическим лидерам без исключений.

Причин тому несколько. Во-первых, нынешний популизм — это реакция на экономический кризис в отдельных странах и в мире в целом, найти оптимальные и сбалансированные пути выхода из него не способны ни социалисты, ни либералы, ни консерваторы. Спор, лучше жить при капитализме или социализме, сегодня совсем не актуален. Общество перестало быть классовым в традиционном

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

марксистском понимании, соответственно, снизился спрос на политические идеологии, а вырос на популизм. Во-вторых, как отмечают специалисты Экспертного института социальных исследований в стратегическом докладе 2017 г. «Технологии современного популизма», с развитием общества потребления избиратель начинает вести себя подобно покупателю. Он не выбирает стратегически между правым и левым ответом. Он выбирает набор благ, которые желает получить, и яркие маркетинговые решения. Качество жизни как программа, маркетинг как технология становятся смыслом современного популизма (Кузнецов, Соколова, 2017, 8). На самом деле избирателя интересует развитие и решение определенных проблем, а не политический окрас тех, кто выдвигается на выборы. Люди делают не комплексный идеологический выбор, а приобретают конкретные решения и блага — чистую воду и воздух, хороший транспорт, современное образование. Это не политический, а потребительский выбор.

В содержательном разрезе современный популизм основывается на одном и том же призыве. Все призывают к изменениям. На примере последних выборов в Европе легко заметить, что практически все успешные кандидаты и движения говорят о необходимости изменений. При этом никто из них не утруждает себя конкретизацией их содержания. Расчет сделан на то, что главное создать веру в возможность изменений, а какими они должны быть, должно быть очевидно для всех. Так, Виржиния Раджи стала первой женщиной – мэром Рима, набрав на выборах в 2016 г. 67%. Она была единственным кандидатом, чьи плакаты не имели вообще конкретики. Ее основной слоган звучал так: «#Решайся. Время изменить Рим!».

Еще один важный момент, определяющий повестку современного популизма, — это рост социального расслоения. Популизм — это ответ на затяжной экономический кризис, естественным последствием которого всегда является рост индекса социального расслоения — индекса Джинни. Очевидной реальностью становится снижение уровня жизни наименее обеспеченных слоев населения и среднего класса при росте состояний наиболее обеспеченных. В связи с этим популисты начинают призывать к социальной справедливости, некоторые лидеры доходят даже до требования меритократии, т.е. жизненные шансы должны определяться компетенциями и навыками людей (каждому по способностям).

Самый главный популистский посыл всех времен связан с доступом всех граждан к принятию политических решений, т.е. обещание возврата права на прямую демократию. Однако современный популизм подразумевает синергетический эффект гражданского общества и общественного мнения, а именно то, что нация лучше политиков понимает суть стоящих перед ней проблем, имеет народную мудрость для поиска и выработки принципиально новых простых решений. Популисты пытаются убедить избирателей в том, что современные технологии способны вернуть людям право на реальную прямую демократию участия.

Сегодня популярность популистов в политическом мире объясняется тем, что мы можем наблюдать кризис всех традиционных политических акторов (групп, сообществ). Этому кризису подвержены политические партии, профсоюзы, религиозные общины. Социальные идентичности стали изменчивыми и ситуативными. Популистские движения задают самые общие рамки работы, организуют пространство для диалога и формирования клубов на местах. Движения тем более успешны и живучи, чем дольше им удается избежать формализации, превращения в вертикально интегрированную партию.

Переходя к технологическим характеристикам современного популизма, следует отметить, что его часто называют web-популизмом, так как его успехи во многом основаны на Интернет-технологиях и, в первую очередь, на работе с социальной

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

сеть. Успешный web-популизм понимает сеть не как новые медиа, а как технологически новый способ распространения информации, подобный газете и агитке, но только в сети Интернет. Сеть представляет собой набор горизонтальных взаимодействий между людьми. Интернет становится только средством облегчения коммуникации между ними.

Популизм не пытается запустить информацию в соцсети, которая не будет пользоваться доверием пользователей. Он организует коммуникацию людей, которые сами создают необходимую информацию, ее обсуждение и поддержку. Социальные сети для популистов — это не средство доставки сообщения по подобию газеты или ТВ-канала, а пространство создания общих ценностей. Вместо «фиксированного контента» предлагаются площадки и пространства обсуждения. Вместо «не думай, а распространяй» — «вместе придумаем». Это добрая старая «народная программа», только организованная на совершенно другом идеологическом и технологическом уровне. Популисты грамотно используют Интернет и соцсети как возможность непрерывного референдума и социологии, что повышает доверие к нему.

Европейские популисты сегодня очень активно стали использовать технологию «Big Data» — связанные наборы данных, позволяющие иметь сведения об объекте по множеству параметров из различных источников, например госданные о владельцах автомобилей, разрешений и лицензий, базы данных об избирателях, данные о покупках в сети и платежах и многое другое. При этом эти массивы данных имеют важные отличительные признаки: они являются не просто набором статистических данных, но описывают цифровые социальные отношения в сетевом пространстве. Данные генерируются самими интернет-пользователями в процессе их онлайн-активности (пользователи самостоятельно формируют так называемые «цифровые следы»), что позволяет постоянно не только поддерживать базы данных в актуальном состоянии, но и отслеживать динамику, а также выявлять тренды в массовом восприятии социально-политической реальности в режиме реального времени в разрезе различных электоральных групп с точностью до конкретного человека, что позволяет в дальнейшем осуществлять эффективный таргетинг любого информационно-коммуникационного воздействия.

Безусловно, такого рода возможности анализа больших объемов данных об особенностях восприятия и поведения интернет-пользователей не могли остаться незамеченными крупными акторами политического управления. Использование цифровых данных Big Data позволяет сегодня не только проводить соответствующие исследования электоральных аудиторий и с весьма высокой точностью описывать особенности моделей их ожиданий, представлений и реакций, но и активно применять имеющиеся данные для формирования коммуникационных стратегий и механик, учитывающих данные особенности, что популисты и делают. Так или иначе, но популизм перестает иметь столь большое воздействие на избирателей, как только в обществе нормализуется экономическая и политическая ситуация. Так, Н.А. Баранов утверждает, что популистские стратегии являются эффективными лишь в краткосрочный период, но они не применимы при выработке государственной политики, так как не решают актуальных социальных проблем (Баранов, 2015, 33).

Популизм, как мы показали, технологичен, а это подразумевает и наличие технологий нейтрализации популизма. Наглядным примером является избирательная кампания Президента Франции в 2016 г. Е. Минченко отмечает: «Выборы президента Франции, их ход и итоги оказались важны не только для этой страны, но и для всего мира. Популистская волна, развернувшаяся в последние несколько лет в странах Запада, стала серьезной угрозой не только для

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

глобалистского проекта, но и для самой модели воспроизводства правящей элиты. Эксперимент по противодействию антиистеблишментным силам, который был осуществлен французским истеблишментом, оказался успешен» (Минченко, 2017, 3).

Действительно, избирательная кампания во Франции 2016 г. позволила выработать универсальную формулу победы над кандидатами-популистами, которая может использоваться и в других странах, включая Россию. Она включает в себя несколько аспектов: перехват у оппозиции популистской и антиистеблишментной повестки; копирование и «отзеркаливание» методов ведения популистской кампании — отказ от идеологических догм, опора на низовую активность, использование социальных сетей; дробление оппозиционного фронта, недопущение его консолидации; кастинг и выдвижение «новых лиц»; акцент на работе с профессиональными навыками лидера нового проекта, постоянная тренировка.

Литература

Баранов Н.А. Возрождение популизма: европейский опыт и российские практики // Вестник СПбГУ. – Сер. 6. Политология. Международные отношения. – 2015. – Вып. 3. – С. 25–35. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/vozrozhdenie-populizma-evropeyskiy-opyt-i-rossiyskie-praktiki> (дата обращения 10.08.2017).

Глухова А.В. Популизм как политический феномен: вызов современной демократии // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 4. – С. 49–68. URL: <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.04.05> (дата обращения 13.08.2017).

Кузнецов Г.С., Соколова Е.Н. Современный технологический популизм: стратегический доклад. – М., 2017. – 84с.

Технологические уроки выборов президента Франции для России: сокращенная версия // Коммуникационный холдинг «Минченко консалтинг». – М., 2017. – 32с.

Б.Л. Вишневский, А.А. Балаян (Санкт-Петербург)

ЦЕНА ТОТАЛЬНОЙ ПОСТПРАВДЫ: РОССИЙСКИЕ МАСС-МЕДИА КАК ЗЕРКАЛО ГИПЕРРЕАЛЬНОСТИ

*«Правда — это то, что сейчас во благо королю...
Все остальное ложь и преступление»
А. Стругацкий, Б. Стругацкий «Трудно быть богом»*

Постправду создают и распространяют СМИ во всех странах. Однако в демократических странах существуют институты и механизмы противодействия постправде, резко снижающие ее влияние на общество. Подобные механизмы обеспечиваются стабильными институтами, которые подотчётны гражданам и/или их представителям. В таких системах постправда, ретранслируемая СМИ, просто не может играть ключевую роль для определения общественного мнения и, как следствие, формирования социально-политической повестки. Контролирующие структуры уравнивают или нивелируют негативные эффекты от формирования постправды современными масс-медиа. Поэтому подобные негативные эффекты не оказывают существенного влияния на систему демократических государств, но становятся чрезвычайно опасны в закрытых странах, поскольку демократические государства ценны именно наличием в них так называемых «групп вето», которые находятся между собой в постоянных конфликтах на микроуровне, что удерживает систему от перекося в сторону какой-либо из ветвей власти (Липсет, 2016, 50).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Совершенно иная ситуация проявляется в посттоталитарных странах, которые, как правило, далеки от определения «либеральная демократия». Это — электоральные режимы президентского типа, которые базируются на контроле правящей группы за политическими и экономическими ресурсами. Выборы в таких системах — это процедура для подтверждения легитимности власти, а СМИ — средство для формирования гиперреальности, абсолютно комплиментарной для правящих кабинетов. Ярким примером является сегодняшняя Россия, где наблюдается отсутствие механизмов социально-политического контроля и превращение СМИ в «испорченный институт» (North D, 1990), который (в отличие от неработающих институтов) действует в интересах лишь правящей группировки, «партии власти», обслуживая ее интересы и создавая для общества заведомо искаженную картину мира.

При этом постправда генерируется в российских СМИ с огромной интенсивностью именно на государственном уровне, при помощи практически всех контролируемых государством или зависящих от него СМИ (каковых подавляющее большинство), становясь важнейшей частью внутренней политики, ключевым элементом обеспечения несменяемости власти. Более того, в последнее время она оказывается единственным механизмом обеспечения воспроизводства власти, потому что никакие другие не позволяют создать необходимый имидж для власти, не способной справиться с проблемами общества. Опасность неисправляемой постправды крайне велика. Она не только приводит к манипулированию общественным мнением и его искажению в угоду правящей группировке, но и ведет к насилию и жертвам.

Генерация постправды в российских СМИ производится на двух уровнях. На первом уровне идет так называемое «продуцирование гиперреальности» (Бодрийяр, 2013, 45), когда создается царство «симулякров», заменяющих реальные новости или вытесняющих их из информационного пространства. Вместо того, чтобы говорить о реальности, в которой существует российское общество — инфляции, коррупции во власти, небывалом воровстве бюджетных средств, ухудшении жизни граждан, росте тарифов, отсутствии безопасности, беспределе чиновников, невозможности для граждан найти защиту у правоохранительных органов или в суде, о войне с участием российских военных (выдаваемых за «добровольцев») на востоке Украины, о жертвах среди мирного населения во время российской военной операции в Сирии, — СМИ рассказывают совсем о другом (о поездках президента на рыбалку, вылавливании им со дна моря греческих амфор или путешествиях на «Ладе Калине», о встречах с восторженно настроенным народом и о его рейтинге, о решении президентом в прямом эфире и в «ручном режиме» различных проблем, которые ранее не решались годами (получение жилья, проведение газа, строительство дороги и так далее), о небывалых очередях к «мощам святых» и об их целительном эффекте, о том, что санкции против российской экономики введены Западом, чтобы навредить России). Результатом этого становится создание в обществе «квазикартин событий», в которой собраны реальные, но малозначимые события (вытесняющие реальность) или «оборванные» события, не сопровождаемые указанием на причинно-следственные связи, а потому искажающие реальность.

Поскольку в современном мире во многом существует лишь то, о чем рассказали СМИ (хотя Интернет в последнее время играет роль существенного корректировщика информации СМИ), то, что не попадает в СМИ, как бы не существует вообще, поскольку не получает репрезентации. Все, что попадает в объектив, а затем на экран, неизбежно становится зрелищем. Будучи

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

преображёнными СМИ, события утрачивают своё подлинное значение. Эта деятельность СМИ имеет четкую политическую цель – создать положительный имидж действующей власти, обозначить ее как всенародно поддерживаемую и единственно возможную, не имеющую альтернативы, решающую все актуальные проблемы, которая должна остаться несменяемой. При этом обсуждение реальных проблем блокировано потоком «гиперреальности».

Важную роль здесь играет похожий на «спираль молчания» механизм. Известно, что человек с меньшей вероятностью выскажет своё мнение на ту или иную тему, если чувствует, что находится в меньшинстве, так как боится возмездия или изоляции (Ноэль-Нойман, 1992, 35). Именно страх остаться одному против толпы и запускает механизм спирали молчания. В такой системе намного легче быть конформистом и воспринимать пространство политического как нечто иллюзорное и происходящее не с тобой. С поддержанием этого ощущения прекрасно справляются российские государственные или квазигосударственные СМИ.

На втором уровне генерации постправды речь идет уже не о создании «гиперреальности» или «квазикартин событий», здесь применяется формирование ложной реальности путем создания «информационных каскадов», когда сложно контролировать исходный источник информации. В последние месяцы выросло число политических программ на телевидении, контролируемом государством; в эфире этих программ непрерывно создается поток лживых, фейковых новостей, которые потом обсуждаются, комментируются, превращаются для общества в часть реальной картины мира. В подавляющем большинстве целью этих новостей является оправдание политики, которую проводит правящая группировка, и представление в максимально негативном свете того, с чем она борется (прием «расчеловечивание оппонентов»).

Американский сайт Examiner.com опубликовал 60 наиболее примечательных неправдивых фактов, опубликованных в российских СМИ, об Украине. Среди примеров приведены статьи в крупнейшем информационном агентстве России РИА–Новости, Russia Today и «Российской газете». Так, фото из Боснии — об убийстве мирных жителей, — выдается за действия украинских военных. Убийство в Кабардино-Балкарии выдается за Донецкую область. Ребенок, убитый в Алеппо, выдается за ребенка, убитого «украинскими карателями» в Славянке. Фейковые новости распространяются в огромных масштабах, а их разоблачение общество почти не видит; об этом расскажут на «Эхе Москвы» или в «Новой газете», выложат в Интернет, но это не может перебить» телевизионную картинку.

Чтобы прервать эту порочную практику, нужен целый ряд серьёзных мер. Самое главное, это наличие в стране независимых законодательных и судебных органов власти. Только наличие системы сдержек и противовесов может гарантировать минимизацию неправильной работы СМИ и формирования испорченных институтов.

Не менее важным представляется массовое и публичное осуждение профессиональным сообществом журналистов, которые замечены в изготовлении и распространении фейковых новостей, разжигании вражды и ненависти. Ведь известно, что безнаказанность рождает вседозволенность.

Литература

- Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. — Тула: Тульский полиграфист, 2013. — 204 с.
Липсет М. Политический человек: социальные основания политики. — М.: Мысль, 2016. — 612 с.
Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. — М.: Прогрес-Академия, Весь Мир, 1996. — 352 с.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

North D. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. — USA: Cambridge University Press, 1990. — 152 p.

Olson M. Power and Prosperity. Basic Books. — NY., 2000.

В.А. Волков (Санкт-Петербург)

ПОПУЛИЗМ КАК ПРОБЛЕМА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОЛОГИИ

Политическая экология представляет собой сферу знания, раскрывающую основание взаимодействий между субъектами политики по поводу отношения общества и природы в свете глобального экологического кризиса. Политические сообщества в свете политической экологии разделяются вовне и внутри на тех, кто признает, и тех, кто не признает приоритет экологической угрозы в качестве императива современной политики; на тех, кто решает экологические проблемы за счет других, и тех, кто создает коллективные структуры безопасности; на тех, кто исходит из существующей реальности, и тех, кто ориентируется на конструирование альтернативных сценариев. В сфере экологии интересы политических субъектов вращаются возле контроля над природными ресурсами, возле установления и лоббирования норм и стандартов, фиксирующих нанесение экологического ущерба от производственной деятельности, формирования политико-правовой базы для управления экологическими проблемами. Экологическая аргументация противоборствующих политических субъектов с неизбежностью оказывается популистской. Жизнь человека и человеческих сообществ всегда была полна опасностей, которые носят объективный характер. Сегодня именно человеческая составляющая в системе угроз, создает риски, принципиально отличающиеся от прошлых опасностей.

Алармизм, как форма общественного мнения, является той доминантой, которая определяет повышенное внимание к проблемам политической экологии. Современная цивилизация демонстрирует условность равновесия своего существования. Современные государства развиваются экспоненциально и рано или поздно исчерпают любой доступный им ресурс, после чего возникает экологический коллапс или начинается война за ресурсы. Сложные системы предполагают возможность «нормальных аварий» и вероятность перехода в неуправляемый хаотический режим (Турчин, 2011, 243).

Общество, которое столкнулось с экологическим кризисом, не является абстрактным. Это конкретное общество XX – XXI веков с политической и экономической организацией, предполагающей необходимость политико-управленческих решений для его преодоления. Сообщество народов неизбежно столкнется с проблемой выживания либо в формах политического согласия, солидарности, о которой забывают с начала эпохи буржуазных революций, либо в форме мирового правительства и гуманитарно-тоталитарных интервенций во все жизненное пространство.

Популизм в проблематике политической экологии выступает в нескольких ипостасях.

Во-первых, популизм выступает ядром алармистской экологической идеологии. Смысл эксплуатации популистских обращений политиками заключается в тотальной мобилизации общественного мнения с целью легитимации экологической проблематики, без каких-либо предложений по преодолению угроз. Во-вторых, популизм используется как метод политической борьбы между государствами и народами «Севера» и «Юга» в борьбе за выживание одних за счет других. Здесь

ПОЛИТИКА ПРАВОТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

широко используется интерпретация представлений о справедливости с точки зрения альтернативных интересов, выдающих себя за всеобщие. Экополитическая справедливость состоит в выработке императива государственно-правовых отношений для обеспечения охраны окружающей среды, жизненного мира человека. Понятие справедливости характеризует порядок в обществе и соразмерность воздаяния за общественные деяния. Справедливость — это то, что задает правовое поле для выстраивания рефлексивных отношений между субъектами. Достижение субъектами политики превосходства в борьбе за экологические ресурсы не решает всех проблем. Перераспределение ресурсов в пользу более сильных в политическом и военном отношении государств лишь отодвигает во времени необходимость принятия кардинальных решений. Политически проигравшие страны в экологическом плане начинают становиться угрозой глобального масштаба. Контроль над экологическими ресурсами, вынос экологических проблем за границы благополучных стран, не исчерпал вопрос безопасности этих регионов. В-третьих, популизм выступает как основа синтетических концепций, основывающихся на представлении о солидарной природе человечества.

Политическая ситуация в мире претерпевает кардинальную трансформацию. Нанесение урона политическому противнику или решение своих экологических проблем за счет других политических субъектов оказывается экологически неприемлемым. Под ударом оказываются условия существования не отдельной страны, а всей планеты, соответственно, отношение к границам и пространствам борющихся политических субъектов должно измениться. Ослабление или утрата контроля над локальным пространством вследствие политического или военного поражения могут обернуться экологической катастрофой глобального масштаба. Все три варианта не имеют бесспорных инструментов решения проблемы и вынуждены использовать популизм в качестве квазиуниверсального механизма легитимации политики.

Литература

Турчин А.В. Структура глобальной катастрофы: риски вымирания человечества в XXI веке. – М.: Издательство ЛКИ, 2011. – С. 243.

А.А. Волкова (Санкт-Петербург)

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПРАВОГО ПОПУЛИЗМА В ПРЕДДВЕРИ ПАРЛАМЕНТСКИХ ВЫБОРОВ В ГЕРМАНИИ

В настоящее время Германия переживает очень непростой электоральный цикл: февральские выборы определили нового Бундеспрезидента, летом были сформированы новые ландтаги (земельные парламенты), а главным событием осени являются девятнадцатые выборы в Бундестаг 24 сентября 2017 г., в результате которых будет обновлён состав парламента и избран новый канцлер. Объектом исследования нами выбрана правая партия «Альтернатива для Германии», являющаяся своеобразным политическим «открытием» для страны. Данное политическое объединение в ходе избирательных кампаний 2017 г. ориентируется на правый популизм.

Согласно опросу, проведённому 31 августа 2017 г. крупнейшей компанией исследования общественного мнения в Германии Forsa, именно «АдГ», завоевав 9% голосов, становится третьей по значимости политической силой в стране. В парламенте лидирующие позиции традиционно занимают «Христианский-

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

демократический союз» Ангелы Меркель и «Социально-демократическая партия Германии», в то время как партия «Левых», «Зелёных» и «Свободная демократическая партия» представляют «малую коалицию». В этом году «Альтернатива для Германии» впервые за всю историю своего существования оттесняет их на задний план.

Причиной столь стремительного взлёта партии немецкие политические эксперты называют её популистскую риторику. Показательным примером является заявление одного из лидеров «АдГ» Бьёрна Хёкке. Политик назвал мемориал жертвам Холокоста в Берлине «памятником позора, который мы посадили в сердце своей столицы», а также призвал «на 180 градусов развернуть политику памяти» в Германии (Spiegel, 2017). Имеется в виду общественно-политический консенсус в стране о том, чтобы хранить память о преступлениях, совершенных национал-социалистами между 1933 и 1945 годами. После скандала, разразившегося в СМИ, Хёкке дал понять, что его слова были ложно интерпретированы, однако необходимый эффект был достигнут. Общественность всколыхнулась, обеспечив «Альтернативу» новыми радикально-настроенными избирателями. Таков один из наиболее характерных методов популизма — привлечение внимания посредством скандальных заявлений (Fallers, 1964, 29).

Своей речью Хёкке не только пробудил интерес ультраправых группировок, но и смог заинтересовать рядовых немцев, поскольку апеллировал к важной, однако болезненной составляющей немецкого общественного сознания — проблеме вины немецкого народа. Сторонники «АдГ» позиционируют себя как храбрые политики, способные открыто, прямо говорить на темы, о которых другие партии предпочитают молчать. Это импонирует избирателям, уставшим от вечной немецкой сдержанности и чрезмерной корректности политического дискурса.

Предвыборная кампания типичной популистской партии «Альтернатива для Германии» основана на провокациях. Средством их трансляции был выбран агитационный плакат. Согласно исследованиям учёных из города Хохэнхайм, именно он наиболее эффективно привлекает внимание немецких избирателей. Для своей продукции «АдГ» выбирает наиболее волнующие общество темы и облакает их в максимально острые формулировки, добавляя броские, дерзкие изображения с целью вызвать эмоции, потрясти зрителя, произвести на него впечатление.

Лейтмотивом кампании становится исламофобия, значительно усилившаяся в немецком обществе после миграционного кризиса. Партия требует положить конец строительству и содержанию мечетей на деньги исламских государств и иностранных спонсоров. Она собирается добиваться запрета минаретов как «символов исламского владычества», призывов к молитве муэдзинов, поскольку в них звучит утверждение, что «нет бога кроме Аллаха», и ношения паранджи или никаба в общественных местах, поскольку это «усложняет культурную интеграцию». Плакаты наполняются соответствующими символами и призывами бороться за немецкую идентичность. Отчуждённость от всего иного, индивидуализм и «немецкость» подчёркиваются путём введения в изображение национальных костюмов, блюд и напитков немецкой кухни (Webnowski, 2014, 35). «Культурное многообразие? У нас уже есть!» — заявляет плакат с тремя девушками, одетыми в наряды крупнейших немецких регионов Баварии, Саксонии и Швабии. Сторонники объединения дают ясно понять, что ислам, религия большинства мигрантов — чужеродный элемент богатой немецкой культуры, присутствие которого должно быть нивелировано. Носители иных культур в данном случае выступают не как партнёры, равноправные участники коммуникативного процесса, но как нечто чужеродное, опасное для немецкого общества и его обычаев. Исключением, о котором политики

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

«АдГ» помнят и заботятся, являются представители культурных меньшинств, например русские немцы и русскоговорящие мигранты. В стране их насчитывается более 3 млн человек, что для Германии — цифра немалая. Неслучайно представители «АдГ» активнее всего призывают к отмене санкций против России и признают Крым исконно русской территорией. «АдГ», единственная из всех участников парламентской гонки, даже выпускает плакаты и листовки на русском. Сложно не проникнуться симпатией к партии, обращающейся к тебе на родном языке, обещающей защищать твои интересы.

Важная тема для «Альтернативы для Германии» — семья в традиционном её понимании. В планах лидера партии Фрауке Петри сделать модель «отец – мать – три ребёнка» частью повседневности немцев вскоре после выборов. Предвыборные плакаты демонстрируют, что новые жители ФРГ будут немцами не только по гражданству, но и по биологическому признаку. Показателен экземпляр, изображающий четырехлетнюю светловолосую, голубоглазую девочку на фоне Кёльнского собора и подписью «Через 20 лет Лили будет особенно рада, что её родители выбрали АдГ». Таким образом, партия обещает не допустить повторение Новогодней ночи в Кёльне, когда десятки молодых женщин подверглись нападению со стороны мигрантов. Сама госпожа Петри, апеллируя к чувствам обеспокоенных матерей, позирует в образе Мадонны со своим новорождённым сыном Фердинандом (как гласит надпись на плакате, это — её главная причина сражаться за Германию). Изображение главы консервативной партии следует феминистической традиции, подчёркивая способность любой женщины изменить судьбу страны.

Участь других стран популистов интересует мало. Ведущим к неизбежному кризису, опасному для Германии, представляется им ныне проводимая Ангелой Меркель политика поддержки Евросоюза и его валюты. Лозунги с плакатов призывают спасти евро любыми способами, но не из кармана простого немецкого человека («немцы не будут за вас платить»). Если Бундестаг не поддержит этого требования, следует провести референдум о выходе Германии из еврозоны, говорится в партийной программе. Всё больше людей разделяет это мнение. Грамотная визуализация популистских идей помогла «Альтернативе для Германии» добиться значительного успеха на региональном уровне, в некоторых землях даже обойдя правящий «ХДС».

Литература

- Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М.: Прогресс; Универс, 1994. — 531 с.
- Официальный сайт парламента ФРГ. — URL: <http://www.bundestag.de/> (дата обращения 19.08.2017).
- Проект «Designtagebuch». — URL: <https://www.designtagebuch.de/die-plakate-zur-bundestagswahl-2017> (дата обращения 25.08.2017).
- Сайт партии «Альтернатива для Германии». — URL: <https://www.afd.de> (дата обращения 21.08.2017).
- Шапинская Е.Н. Образ Другого в текстах культуры. — М.: Красанд, 2011.
- Bebnowski D. Wettbewerbspopulismus. Die Alternative für Deutschland und die Rolle der Ökonomen. — Frankfurt/M.: Otto Brenner Stiftung, 2014.
- Decker F. Warum der parteiförmige Rechtspopulismus in Deutschland so erfolglos ist. — Vorgänge, 2012.
- Fallers L. Populism and Nationalism // Comparative studies in Society and History, 1964.
- FORSA. — URL: www.wahlrecht.de Дата обращения (дата обращения 31.08.2017)
- Hamm I. Bessere Wahlprognosen mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz. — Darmstadt, 2017.
- Hamm I., Bismarck W.-B. Werbung und Multimedia – Perspektiven für den Konsumenten // Mannheimer Beiträge zur Wirtschaftspsychologie, 1998.
- Populism, Meanings and National Characteristics / ed. by G. Jorescu, E. Gellner. — L., 1970.
- Rudzio W. Das politische System der Bundesrepublik Deutschland. Wiesbaden: Springer, 2009.
- Spiegel. — URL: http://www.spiegel.de/thema/alternative_fuer_deutschland/ (дата обращения 30.08.2017).

Wind T., Schipperges M., Heiser A., Jetzt hängen sie wieder. Wie Wahlplakate wirken. — Heidelberg–Berlin, 2013.

А.В. Волкова, А.В. Курочкин (Санкт-Петербург)
**ПОЛИТИКО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ СОВРЕМЕННЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ
СТРАТЕГИЙ В ПУБЛИЧНОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ**

Идея гуманитарного мышления в политике как противовеса мышлению тоталитарному в России впервые возникла в связи с политическими реформами 1990-х гг.: пришло понимание, что непереносимым слагаемым ценностного сознания выступает личностная (социальная, гражданская, интеллектуальная) свобода. Анализируя современный политический процесс в России, в качестве основной проблемы большинство исследователей выделяет господство манипулятивных технологий различного уровня, в том числе и господство манипулятивных коммуникативных стратегий как основного инструмента управления публичной политикой. Несмотря на формализованную в ряде государственных программ ориентацию на развитие гуманитарного типа мышления и гражданских способностей, манипулятивные коммуникационные технологии выходят на новый организационный уровень. Пропаганда как технология воздействия на политическое сознание и поведение наиболее эффективно работает в тоталитарных и жестко авторитарных режимах, способных обеспечить безальтернативную коммуникативную среду. Манипулирование массовым сознанием в информационном демократическом обществе имеет свои особенности. В информационном обществе невозможно создание полностью безальтернативной коммуникативной среды, однако с помощью набора методов существует возможность поставить под контроль значительную ее часть.

Понятие «постправда», актуализированное в 2016 г. Оксфордским словарем, при всей своей неоднозначности и спорности, является значимой характеристикой, своеобразным «анти-героем» нашего времени. Понимаемая как приоритет апелляции к эмоциям и личным убеждениям граждан, как сознательное искажение фактов современной политической жизни (или исторических фактов), это явление во многом определяет процессы современной публичной политики в США, в Европе и в России.

Как объяснить появление и успех понятия «постправда»? При каких условиях возможно торжество информации, оперирующей ложными фактами и провоцирующей эмоциональные реакции людей? Сегодня много пишут о «идеологизированности» сознания, навязчивости СМИ и Интернет-сетей или вопиющем невежестве граждан. На наш взгляд, ключевым фактором актуализации «постправды» выступает мифологизация сознания и господство стереотипов в условиях гипер-интенсивных информационных потоков. Не каждый набор «фейковых» сообщений способен вызвать массовые эмоциональные реакции. Мгновенная реакция массового сознания обусловлена отсылкой к глубинным, устойчивым культурным кодам-стереотипам, к «символам боли». Чем более глобальная культурная боль затронута, тем интенсивнее реакция. Почему именно «распятый мальчик»? Убиенный младенец — это библейская тема, имеющая в Российской истории свое национальное звучание; это — отсылка к трагической истории царевича Дмитрия, к расстрелянному царевичу Алексею.

Нет сомнений, что действия в рамках каждой политической культуры во многом обусловлены традициями, которые сложились в конкретном обществе на основе его

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

уникального политического опыта и специфики общей культуры, менталитета. Традиции – это исторически сложившиеся, устойчивые формы проявления и закрепления повторяющихся элементов общественных отношений и общественного сознания. Они обеспечивают передачу социального опыта в виде жестко регламентированных стандартов деятельности, как процесса и результата процесса стереотипизации опыта предшествующих поколений. Постановка вопроса о причинах современной актуализации «постправды», в свою очередь, актуализирует философскую проблему понимания, те сложные отношения, которые существуют между знанием и пониманием. Так, знание о некоторых событиях политической истории России предполагает изначальное понимание каких-то закономерностей исторического процесса, но понимание этих закономерностей приходит только в контексте определенного знания. «Знание и понимание — это различные моменты человеческого взаимодействия с окружающим миром, предполагающие друг друга, но не совпадающие полностью» (Гусев, 1985, 22), в этой связи понимание может быть определено как процедура осмысления. Латинскому *interpretatio* (понимание) соответствовали греческие «экзегеза» и «герменевтика», давшее название одной из философских традиций, связанных с проблемой понимания. Первоначально, герменевтика — искусство толкования текстов; собственно философская герменевтика возникает в середине XIX в. (ее основоположниками можно считать Ф. Шлейермахера, В. Дильтея, в этом направлении работали М. Хайдеггер и Х.-Г. Гадамер). Последний настаивал на культурно-исторической обусловленности самого разума (историческая герменевтика). Если Ф. Шлейермахер рассматривал герменевтику как метод всех наук о духе, полагая, что лишь путем «психологического вживания», только проникнув во внутренний мир авторов древних текстов, можно понять их подлинную суть, то В. Дильтей полагал, что факты, относящиеся к обществу, мы можем понять только изнутри, только на основе восприятия наших собственных состояний — с любовью и ненавистью, со всей игрой наших аффектов. Для Г.-Х. Гадамера подлинное понимание было возможно только при постоянном учете исторической дистанции между интерпретатором и текстом, всех исторических обстоятельств, непосредственно или опосредованно связывающих их, взаимодействия прошлой и сегодняшней духовной атмосферы, это не затрудняет, а способствует процессу понимания истории (Гадамер, 1988). Для понимания причин успеха «постправды» как одной из манипулятивных технологий в управлении публичной политикой, важно учесть, что каждый интерпретатор имеет свое «предпонимание» (детерминированное условиями) отсюда и возникновение характерных предрассудков. В расчете на это «предпонимание» и строятся современными технологами фэйковые конструкты. В условиях сетевизации общества, с исключительной интенсивностью информационных потоков и подталкиванию граждан к мгновенным (часто не вполне обдуманым) реакциям (лайк или дислайк), неизбежно срабатывают реакции, обусловленные устойчивыми мифами и стереотипами.

Опираясь на широкомасштабные наблюдения современной политической жизни, Ральф Кейс в своей книге пишет о том, что нечестность теперь является нормой, этот обман теперь институционализирован практически на каждом уровне американской культуры. Р. Кейс собрал огромное количество доказательств, что люди лгали в прошлом, но он предполагает, что нынешнее поколение управленцев в сфере публичного управления разработало беспрецедентные приёмы вранья, возвело вранье в ранг искусства, а обман стал обыденным явлением. Он ставит во главу угла проблему индивидуальной репутации как основания здоровья общества в

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

целом: без честности нет доверия, без доверия невозможно сотрудничество граждан.

В современной России мы наблюдаем всплеск различных коммуникативных стратегий, опирающихся на сознательное искажение фактов. Имеет место и слабо скрываемое переписывание (редактирование) истории, когда события или конкретные исторические личности становятся жертвами разгула «постправды». Это не является чем-то принципиально новым для государственной пропаганды, ибо манипулирование общественным мнением испокон веков было неотъемлемой частью политического процесса и существует при любом режиме. Все дело в масштабах таких явлений.

О России часто говорят как о «стране с непредсказуемым прошлым»; на протяжении XX века можно обнаружить множество примеров избирательного отношения к историческим фактам («избирательной правды»). В качестве положительного примера можно привести восстановление преемственности и связи «советских» воинов и российских защитников отечества, героев освободительных, победных войн «дореволюционного периода», который осуществили структуры, отвечающие за пропаганду в СССР в наиболее сложный период Великой Отечественной Войны. Отбросив классовые противоречия, скорректировав биографии и изменив акценты, советское правительство, руководимое И. Сталиным, «реабilitирует» таких исторических деятелей, как А. Невский, А. Суворов, М. Кутузов, Ф. Ушаков, С. Нахимов, что закрепляется введением их именных орденов, а позже выпуском соответствующих фильмов. В Красной Армии было разрешено носить царские награды «за храбрость» (полный георгиевский кавалер был приравнен к Герою Советского союза). В настоящее время фигура И. Сталина мифологизирована и является одной из востребованных тем публичных дискуссий; для одних граждан он представляет собой резко негативный образ, а для других социальных групп — исключительно позитивный (можно вспомнить конфликты вокруг установки памятника, демарш Г. Резника, лидерство генералиссимуса в ходе реализации проекта «Имя России»).

Существующая в российской политической культуре традиция самозванства напоминает о себе сегодня в связи с развитием темы подлинности царских останков, захороненных в Петропавловском Соборе в Санкт-Петербурге.

Переписывание истории и упрощенное понимание исторических личностей все чаще становится поводом агрессивных публичных дебатов. В качестве примера можно привести конфликт по поводу трактовки личности Николая II (и его отношений с Матильдой Кшесинской), ярко проявившееся в ходе общественно-политического конфликта, связанного с созданием фильма «Матильда» и альтернативного ему кинопроекта. Примечательно, что эти художественные фильмы не рассматриваются уже как произведения искусства, как определенный его жанр, но воспринимаются как исторические хроники, имеющие значение для политического режима. В данном случае мы имеем дело с противостоянием двух «постправд».

Современная Россия не является исключением. Для устойчивого развития публичного пространства России, основанного на гуманитарных принципах и этике ответственности, опасность представляет не сам факт наличия постправды в публичном дискурсе, а тенденции к ее доминированию в процессе управления публичной политикой.

Литература

Барт Р. Миф сегодня. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. — М.: Прогресс; Универс, 1994. — С. 72–130.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Гадамер Г.-Х. Истина и метод: основы философской герменевтики / общ. ред. и пер. Б.Н. Бессонова. — М., 1988.

Гусев С.С., Тульчинский Г.Л. Проблема понимания в философии. — М., 1985.

Keyes R. The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life. — New York: St. Martin's Press, 2004.

О.В. Гайко (Санкт-Петербург)

ПОСТПРАВДА В ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ НА ПРИМЕРЕ ИЗДАНИЙ «РОССИЙСКАЯ ГАЗЕТА» И «ПАРЛАМЕНТСКАЯ ГАЗЕТА»

Процесс медиатизации привел к значительным изменениям роли СМИ: произошла политизация СМИ, была утрачена нейтральность изложения. Средства массовой информации все чаще используются для легитимации политической власти. В таких условиях СМИ являются инструментом для манипулирования общественным сознанием и способствуют развитию феномена популизма и постправды. Особую значимость имеют исследования средств массовой информации, являющихся официальными печатными изданиями органов власти. Они проводят легитимацию основных направлений политики действующей власти и стремятся сформировать общественное мнение, используя для этого различные манипулятивные приемы.

С целью выявить, какие приемы используют официальные печатные издания органов власти для формирования общественного мнения, было проведено исследование изданий «Российская газета» (официальный печатный орган Правительства Российской Федерации) и «Парламентская газета» (печатный орган Федерального Собрания Российской Федерации).

Методологическим основанием исследования выступает критический дискурс-анализ, с помощью которого можно выявить имплицитные смыслы, выделить коммуникативные стратегии и лингвистические особенности текста. При разработке методологии учитывались основные положения дискурс-анализа, сформулированные Р. Водак в работе «Язык. Дискурс. Политика» (Водак, 1997, 28). В качестве метода исследования используется дискурс анализ, основанный на трехмерной модели Н. Фэркло (Fairclough, 1995, 135) с элементами социокогнитивного подхода Т. А. ван Дейка (ван Дейк, 1989, 111). Был проведен анализ дискурсивных практик изданий «Российская газета» и «Парламентская газета». Согласно Г.В. Лукьяновой, дискурсивные практики СМИ включают в себя аудиторию, профессиональные практики и организационные практики (Лукьянова, 2010, 147).

Эмпирическая база исследования основывается на текстах статей, опубликованных в «Российской газете» и «Парламентской газете» в период с 1 января по 31 декабря 2016 г. Осуществлена механическая выборка с шагом 7, отобраны 43 выпуска из 298 для «Российской газеты» и 7 выпусков из 48 для «Парламентской газеты». Данный метод позволяет существенно уменьшить объем изучаемого материала, при этом объем выборки для изданий превышает 10% от генеральной совокупности (14,4% для «Российской газеты» и 14,5% для «Парламентской газеты»), что позволяет сохранить репрезентативность выборки.

В ходе исследования было установлено, что в материалах «Российской газеты» практически нет полемичности и диалогичности (Российская газета, <https://rg.ru>), озвучивается исключительно позиция, поддерживающая действия российской власти. Президент, депутаты Государственной Думы, члены Совета Федерации и Правительство Российской Федерации изображаются как деятельные политики,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

стремящиеся к благу граждан (Кузьмин, 2016, 4), подчеркивается их единение с населением. «Российская газета» неоднократно взывает к патриотическим чувствам читателя и изображает Россию как страну с особой миссией и важным положением в мире. Проблемы общества и экономики обычно объясняются внешними причинами, скомпенсировать влияние которых не удастся, несмотря на усилия органов государственной власти. Другие страны и их властные институты изображаются исходя из их позиции по отношению к России. При этом издание всячески подчеркивает положительное (Катар (Латухина, 2016, 4), Узбекистан) или отрицательное (США, Евросоюз) отношение. Этим позициям приписывают эмоциональную окраску: добрососедские отношения, уважение, страх, зависть или неприязнь. В целом «Российская газета» больше использует факты, описывая положительные ситуации и успехи, к примеру, прибегает к статистическим данным, рассказывая об экономическом росте России.

«Парламентская газета» в целом придерживается схожей позиции по отношению к событиям в России и мире. Однако издание позволяет себе достаточно жесткую критику в адрес Правительства Российской Федерации (Скиданов, 2016, 14) и в большей степени обращает внимание на проблемы экономики и общества. Издание демонстрирует читателям осведомленность об их проблемах, а депутаты Федерального Собрания стремятся их решить (Соколова, 2016, 12). Следует отметить, что тон статей «Парламентской газеты» более эмоционален, а некоторые высказывания в адрес других стран являются довольно резкими. В издании неоднократно повторяется идея о том, что западные страны вмешиваются в российскую политику путем финансирования оппозиции (Редичкина, 2016, 7), а также навязывают России свою волю, чрезмерно критикуют российское государство. «Парламентская газета» использует страх аудитории перед внешним врагом для формирования общественного мнения.

Таким образом, оба издания легитимируют политическую власть Российской Федерации, но «Российская Газета» легитимирует деятельность всех ветвей власти, а «Парламентская Газета» сосредоточена в основном на работе Федерального Собрания. Издания прибегают к методам, характерным для политики постправды: стремятся воздействовать на чувства читателей (к примеру, на патриотические чувства или чувство страха) и используют только те факты, которые выгодным образом вписываются в формируемую картину мира.

Литература

- Водак, Р. Язык. Дискурс. Политика. ВГПУ. – Волгоград: Перемена, 1997. – 138 с.
Дейк Т. А. ван Язык. Познание. Коммуникация. – М.: Прогресс, 1989. – 310 с.
Кузьмин В. Держать расходы в рамках связи // Российская газета. – 2016. – № 6946 (78).
Латухина К. Восток на связи // Российская газета. – 2016. – № 6876 (8).
Лукьянова Г.В. Дискурсивная практика СМИ // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 6. Политология. Международные отношения. – 2010. – № 4. – С. 147–154.
Редичкина К. Запад увеличил финансирование НКО // Парламентская газета. – 2016. – № 8.
Российская газета [Электронный ресурс]: офиц. сайт. Москва, 2012. URL: <https://rg.ru> (дата обращения: 30.08.2017)
Скиданов Ю. Гайдаровский форум: выдержит ли экономика новые экспромты? // Парламентская газета. – 2016. – № 1.
Соколова К. «Единая Россия» настаивает на увеличении соцрасходов // Парламентская газета. – 2016. – № 43.
Fairclough N. Media discourse. – London: Edward Arnold, 1995 – 278 p.

**ТРАНСФОРМАЦИЯ РОССИЙСКОГО И ЕВРОПЕЙСКОГО ПОПУЛИЗМА
НА РУБЕЖЕ XX–XXI ВЕКОВ**

В современном мире все большее внимание к себе привлекают политики-популисты, в различных странах придерживающиеся правой или левой идеологий. Brexit в Великобритании, приход к власти Дональда Трампа, возросшая популярность «Национального фронта» Мари Ле Пен во Франции – все это события, свидетельствующие о новом призраке, шагающем по миру, – популизме. Казалось, что эта политика демагогов была выброшена на «свалку истории». Однако популизм сегодня приобретает популярность среди электората как развивающихся стран, так и на Западе. Усложнение общественных процессов, трансформация социально-экономической жизни отдельных стран (особенно развивающихся) привела к появлению новых аспектов политики. Феномен «роста популистских настроений» в современном мире разными авторами трактуется крайне неоднозначно. Многие исследователи отмечают, что популизм становится универсальным в мировом дискурсе и избегает различных культурных и политических ограничителей, проникая во множество стран. Главным оружием в руках популистов стали электронные СМИ, через которых политика постправды стремительно распространяется среди избирателей. Многие политики спекулируют на различных проблемах, часто вводя людей в заблуждение. Как отмечал З. Бауман, «популизм предлагает нереальные методы решения реальных проблем. Опасность популизма – в пренебрежении правилами демократической игры, сведении политики к борьбе добра и зла» (Бауман, 2008, 211). В этом контексте будут рассмотрены истоки возрождения этой идеологии в Европе и в России, проведено сравнение отличительных черт популизма в двух регионах.

Идеология популизма оказалась крайне востребована в странах Восточной и Центральной Европы. После падения коммунистических режимов Восточного блока и серии «бархатных» революций к власти пришли либеральные правительства, взявшие курс на интеграцию в ЕС и НАТО. Сильный по своему идеологическому воздействию коммунизм эти страны заменили идеей «государства всеобщего благосостояния» и надеждой, что в ближайшей перспективе возможно достичь уровня жизни в странах Западной Европы, если только следовать реформам, предлагаемым международными организациями и государствами Запада. Однако волна энтузиазма на молниеносное изменение всех сторон общественной жизни сменилась апатией большинства жителей «Новой Европы» по поводу межрегионального интеграционного сотрудничества и недоверием к старым политическим элитам. Вследствие этого в некоторых государствах Восточной Европы стали прослеживаться тенденции к возрождению националистических движений, которые выступали с евроскептическими лозунгами по сохранению своего суверенитета и ограничению полномочий европейских бюрократов. Как отмечает В.А. Ачкасов, «главное внимание уделяется протесту против чужих, иностранцев» (Ачкасов, 2011, 146). Острое неприятие мигрантов в своих странах, возрождение национальных проектов Речи Посполитой, «Великой Венгрии» отображает резкий рост числа правоконсервативных настроений среди жителей данного региона. На фоне таких процессов к власти в определенных странах приходят национал-популисты, например В. Орбан в Венгрии, «Право и солидарность» братьев Качинских в Польше, которые ставят руководству ЕС условия. Европейский популизм, в отличие от Латинской Америки, явно приобретает правый окрас и становится на путь возрождения национализма.

ПОЛИТИКА ПРАВОТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В Западной и Северной Европе флагманами популистского дискурса стали политики из Нидерландов и Скандинавии. Одним из первых, чья политика приобрела такой враждебный западному либерализму окрас, стал Пим Фортёйн, который задолго до Мари Ле Пен и Найджела Фараджа начал активно критиковать ЕС и заявлять об ошибочности создания такого общеевропейского проекта еще в начале 2000-х годов. Сравнение его взглядов с позицией лидера партии «Национальный фронт» Жан-Мари Ле Пенем показывает, что они находятся в рамках одной политической доктрины – национализма. Но лозунги Фортёйна и его избирательная кампания в городской совет Роттердама в 2002 г. говорят о возросшем коэффициенте «нереальных решений», которые он предлагал для улучшения жизни в Нидерландах. Это и отделяет правых популистов Европы от их соратников по идеологии. Заметную роль в возрождении правого популизма сыграли страны Скандинавии, где новые «народные» партии противопоставляли свою идеологию модели скандинавского социализма и общества «всеобщего благополучия». Их критика обрушилась на большие социальные льготы для широких слоев населения и политику «открытых дверей» для мигрантов. Чаще всего именно на такие острые противоречия делали акцент в своей избирательной политике правые популисты в Европе. Как подчеркивал Л. Гудвин, в такие моменты политической модернизации и различных социальных проблем существенно усиливается влияние популизма (Гудвин, 1976, 752). Остальные привычные для электората популистские дефиниции антиэлитизма и конфронтации сохраняются, только теперь уже на уровне противостояния местных элит против общеевропейской бюрократии Брюсселя.

Переходя к российским практикам популизма, мы можем вспомнить обширную историческую традицию этой идеологии в России. Она прослеживается еще от движения народничества, предлагавшего простой способ решения всех проблем — убийство царя, и перерастает в систематизированный комплекс идей большевизма, распространяющий лозунги, понятные обывателю: «Землю – крестьянам, фабрики – рабочим!». По мнению некоторых российских политологов, ренессанс популизма в России начался с возобновления политической конкуренции после распада СССР. Появилась востребованность в простых ответах для народа, с помощью которых можно заметно улучшить свои рейтинги в электоральной борьбе. Одной из первых партий, воспользовавшаяся таким шансом, была ЛДПР, которая использовала популистские лозунги на первых демократических выборах Президента России 1991 г. и Государственной Думы 1993 г. На фоне экономических проблем и массового падения жизни обещания по повышению на 100% заработной платы, снижения коммунальных платежей и роста национального благосостояния являлись для граждан весьма привлекательными. На парламентских выборах 1993 г. ЛДПР уверенно вышла в лидеры по количеству голосов. Популистскими методами пользовались и коммунисты, давая обещания возрождения СССР и восстановления всех социальных льгот советского периода, и либералы, которые выдвигали сомнительные проекты перехода российской экономики к уровню жизни западных стран и повсеместного исполнения прав человека. Однако современная риторика «народной идеологии» показывает формирование тенденции к повороту от «нереальных методов решения реальных проблем» в сфере внутренней политики к внешней политике. Как полагает Н.А. Баранов, в нынешнем политическом дискурсе России для граждан более значимыми стали не проблемы социального равенства и справедливости, а вопросы восстановления статуса «великой державы» и историческая преемственность нашей страны в постсоветском пространстве (Баранов, 2015, 32–33). Именно на этих аспектах жизни российского общества стали спекулировать государственные деятели и использовать популистские методы для

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

решения этих проблем. Вновь среди граждан стали актуализироваться вопросы влияния России на внешней арене, положения русского населения в постсоветском пространстве. Обострившийся кризис на Украине стимулировал рост интереса к этим процессам. Уникальная черта российского популизма, когда большинство населения пренебрегает своим социальным положением в пользу политики «великодержавия» на внешней арене.

Таким образом, приход к власти популистских лидеров был обусловлен прежде всего наличием отдельных проблем, которые правительствами своевременно не решались и приводили к ухудшению сфер жизни общества, на чем и спекулировали популисты. Некоторые ученые, например Л. Гудвин, считают, что этот процесс детерминирован социально-экономической ситуацией и политической модернизацией. Другие исследователи предполагают, что приход к власти популистов — это культурный феномен, зависящий от политической психологии общества. При сравнении популистского дискурса в странах Европы и России выявились общие черты антиэлитизма и конфронтации между различными социальными группами. Наблюдается быстрая трансформация популизма в разных социальных конструкциях, обусловленная различиями структуры общества в этих государствах.

Литература

Ачкасов В. Национал-популизм в Посткоммунистических странах Центральной и Восточной Европы: причины роста электоральной поддержки // Вестник МГИМО Университета. – Сер. 5. Политология. – 2011. – № 5. – С. 145–150.

Баранов Н. Возрождение популизма: Европейский опыт и российские практики // Вестник СПбГУ. – Сер. 6. Политология. Международные отношения. – 2015. Вып. 3. – С. 25–35.

Бауман З. Текучая современность. – СПб.: Питер, 2008. – 240 с.

Goodwyn L. Democratic Promise: The Populist Moment in America. – New York: Oxford University Press. – 1976. – 702 p.

А.В. Глухова (Воронеж)

ПОСТФАКТИЧНОСТЬ КАК ОНА ЕСТЬ: КТО ЗАЩИТИТ РЕАЛЬНОСТЬ?¹

Проблема постправды в условиях так называемой «постфактической эпохи», вызвавшая к себе пристальное внимание исследователей, представляется исключительно многоплановой. Очевидно, что речь должна идти о нескольких теоретико-методологических измерениях этого политического феномена: субстанциональном, информационно-коммуникационном и т.д. Особое измерение проблемы представляет популизм, успешно паразитирующий на трудностях современного общественного развития и являющийся как результатом политики «постправды», так и в известной степени ее творцом. Не случайно широко распространившиеся сегодня заявления о «постфактической эпохе», помимо прочего, основываются на наблюдении, что именно представители популистских партий в своих высказываниях держатся не фактов, но противостоят этаблированному знанию и откровенно лгут. Они обвиняют СМИ, говорят о заговоре «лживой прессы» и подрывают веру в центральный институт демократии. При этом они позиционируют себя как защитники демократических прав, например, свободы мнений, и требуют больше «прямой» демократии (Глухова, 2017). При помощи таких,

¹ Статья выполнена в рамках гранта РФФИ № 15-03-00059 на тему «Провокация как конфликтотенная форма взаимодействия: социологическая, социополитическая и социоморальная интерпретация».

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

довольно успешных поведенческих стратегий они мобилизуют многочисленных последователей.

«Что случилось с нашим обществом, если оно не доверяет больше журналистам и ученым, а становится добычей крысоловов? — задается вопросом П. Вайнгарт. — Этот вопрос встает все более остро в условиях перехода от индустриального общества к обществу знания, в котором знание ценится как важнейшая производительная сила: научное знание, т.е. “надежное”, “подлинное” знание имеет ключевое значение для общественного прогресса» (Weingart, 2017).

Тревога по поводу распространяющегося популизма и антиинтеллектуализма двойственна: с одной стороны, современная наука и шагающая в ногу с нею рациональность еще со времен Просвещения выстраивали жесткий отпор искажению фактов. С другой стороны, очевидна хрупкость демократии. Демократический принцип принятия решений имеет одну серьезную слабость: он располагает к эмоционализации, скандализации, пропаганде и основанных на ней решениях *ad hoc*.

Для противостояния этой опасности был развит концепт представительной демократии, являющийся конститутивным для всех современных демократий. Выбор представителей, решающих в парламентах важнейшие политические вопросы, действует как модерированный механизм. Решения проверяются на их признание партиями, представленными в парламенте, но также и на их предполагаемые последствия, насколько это позволяет наличествующее знание. Политика легитимируется не только посредством выборов, но и через рациональность. Если она противоречит эмпирическим показателям, то рано или поздно подвергнется санкциям либо на следующих выборах, либо в судебных инстанциях.

Однако культура лжи грозит уничтожением этих отношений доверия между представителями и представляемыми. Подозрение, что политики лгут и тем самым становятся ненадежными для граждан, снижает доверие к ним. Потеря доверия ведет к политическому отчуждению и апатии – и в конечном счете к тому, что у населения не формируется необходимая поддержка политической системы. Чувство быть обманутым наносит ущерб политической культуре и в долгосрочной перспективе угрожает стабильности демократии (Чугров, 2017).

Современные политические дебаты могут создать впечатление, что ложь в политике является совершенно новым политическим феноменом. В действительности политике всегда было свойственно гибкое обращение с фактами, о чем свидетельствуют такие кейсы, как скандал с М. Левински в США в 1990-е годы или аргументы в обоснование необходимости иракской войны в 2000-е годы. Факт присутствия лжи/обмана в политике признается также общественным мнением. В частности, 57% опрошенных граждан Германии в 1998 г. поддержали высказывание, что «политики не стесняются переворачивать или приукрашивать факты, чтобы победить на выборах», сопроводив его следующим комментарием: «Что-то неладно в нашем государстве» (Marschall, 2017). Еще О. фон Бисмарку приписывают высказывание о том, что нигде не лгут так много, как «перед выборами, в ходе войны и после охоты». В политике, как это следует из широко распространенного суждения, честность играет подчиненную роль.

Вместе с тем ложь нельзя считать инородным телом в политической коммуникации, поскольку последняя является коммуникацией стратегической. Если следовать логике Н. Лумана, то в политической системе речь не идет о поисках истины; это всегда вопрос о власти. Политическая коммуникация в своей значительной части есть властная коммуникация, служащая тому, чтобы действовать против других. Поэтому от того, насколько широко ее поле, настолько

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

большим будет объем циркулирующей в ней лжи: кто обманывает, кого обманывают, в связи с чем распространяется обман и какова его цель?

Под понятием «ложь» скрываются совершенно различные коммуникативные акты. Философский словарь определяет «ложь» как «высказывание, рассчитанное на введение в заблуждение, которое замалчивает или искажает то, что говорящий знает или знает иначе, чем говорит, об обсуждаемом содержании дела» (Marschall, 2017). В первую очередь ложь является речевым актом, языковой игрой; только во вторую очередь встает вопрос о том, при каких условиях это становится политической проблемой. При этом центральную роль играет контекст лжи, в данном случае – политика и демократия.

Начало президентства Д. Трампа ознаменовалось скандальными заявлениями, обвинениями в адрес «лживых и продажных СМИ» и заявлениями о наличии у новой президентской администрации «альтернативных фактов». Но какой смысл оспаривать факты, которые могут быть легко верифицированы? Вероятно, нельзя презентовать «альтернативные факты», не впадая в ложь или в заблуждение. «Само собой разумеется, можно спорить о том, в самом ли деле это факт. Но противореча фактам, мы противоречим самой действительности», — отмечают немецкие авторы (Hendricks, Vestergaard, 2017).

Двусмысленная позиция по отношению к фактам возникает сознательно и вполне может стать успешной стратегией. Пример с Д. Трампом может быть истолкован как симптом развитой постфактической демократии. Демократия находится в постфактическом состоянии, когда не факты и доказательства, но оппортунистические нарративы служат основой формирования мнений в публичных дебатах и в политике в целом. В постфактической демократии факты и их доказательства потеряли свой авторитет. Теперь залогом политического успеха становится игнорирование фактов. Политики приносят в мир заблуждения и практикуют снисходительное обращение с правдой и ложью, хотя этот факт ни в коем случае не нов. Золотого века демократии, когда политики были честными и аутентичными, не было никогда. Политика с незапамятных времен является грязным делом и известный масштаб обмана и маскарада входит в арсенал ее средств, не выступая открыто.

Новым в постфактической демократии является то, что больше не нужно прилагать усилий, чтобы скрывать ложь или перепроверять «противоречие» при помощи проверяемых фактов. Тот, что уличен во лжи, вряд ли может бояться последствий, пока он или она с успехом могут обвинить во лжи или лишить доверия тех, кто их разоблачает. «Если СМИ, вскрывшие ложь, успешно заклеены в партийности – например, как часть оппозиции или нелегитимной элиты – или если избиратели им не доверяют, тогда обнаружение лжи не будет иметь серьезных последствий в смысле отставки (превращения политической карьеры) или ущерба имиджу лжеца. В постфактической демократии это кажется второстепенным – действовать в соответствии с фактами» (Hendricks, Vestergaard, 2017).

Оксфордский словарь определяет «постправду» синонимично постфактивности. Это понятие описывает обстоятельства, при которых объективные факты имеют ничтожное влияние на состояние общественного мнения по сравнению с призывами к чувствам или личным (персональным) воззрениям». В этой связи немецкие авторы предпочитают понятие «постфактивности», поскольку оно не затрагивает конroversы вопроса об истине/правде – одного из старейших вопросов политической философии.

Если разделение труда между политическими акторами и источники фактов будут поставлены под вопрос, факты лишатся признания и станут предметом

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

политических дискуссий, политизируются, следуя логике партийной борьбы, то для политических дебатов больше не останется подлинного основания. «Факты превратятся в изюминки, которые будут извлекаться лишь при условии соответствия политической позиции или партийной линии. Будут отобраны не только мнения, но и факты. Уже сам вопрос о том, светит ли сегодня солнце или нет в этом экстремальном сценарии зависит от политического мнения» (Hendricks, Vestergaard, 2017). Если все теперь является политическим, т.е. релятивируется – фактическая действительность покидает политическую сцену. Это и есть начало постфактической демократии.

Постфактичность сильно стимулируется благоприятным медийным контекстом. Для потенциала распространения в сети фактичность второстепенна, она не создает большого содержательного резонанса. В поле новых онлайн–медиа слухи, фальшивые сообщения и выдуманные истории хорошо расцветают и долго живут. Раздутое онлайн-внимание может реально влиять на демократические дебаты, формирование мнений и политический ландшафт.

С Интернетом, цифровой эпохой и социальными медиа медийный ландшафт драматически изменился: традиционные медийные учреждения потеряли монополию на распространение информации. Конвенциональные привратники по информации и знанию фактов, т.е. журналисты и редакторы, утратили значительную часть своей власти. Поначалу это приветствовалось, поскольку новые цифровые или сетевые медиа сделали возможным, без больших издержек публиковать содержание и информацию на онлайн-платформах и в социальных сетях для любого человека.

Но вопреки оптимистическим надеждам эмпирические исследования показывают, что внимание, ни в коем случае не распространяется равномерно между источниками информации. Оно распределяется по правилам власти. Немногие большие холдинги — каналы и онлайн-платформы — распределяют большую часть внимания и определяют повестку. Это развитие похоронило роль «привратников» и информационного фильтра, которую выполняли профессиональные журналисты.

Профессиональные журналисты и редакторы в своей работе следовали квалификационным требованиям, осуществляли просвещение и декларировали целый ряд принципов, которым должны следовать журналисты, если они хотят считать себя соответствующими этой задаче. Искать правду, перепроверять ее, точно и аккуратно об этом сообщать – вот первостепенная задача. Но сегодня политические акторы всех мастей, а также анонимные циники, преследуя единственную цель – деньги, власть или популярность – намерены обходить профессиональных журналистов, редакторов, ученых. В результате при распространении через социальную трансмиссию Фокс Ньюс обгоняет проверяемые сообщения о тех или иных событиях.

Вместе с тем остаются еще публичные учреждения, в которых, вопреки правилам политики, «истина и правдивость всегда оставались высшим мериллом для оценки речей и усилий» (Арендт, 2014, 384). Это судебная власть и вузы /университеты, серьезно увеличивающие шансы истины восторжествовать в публичной сфере.

Литература

Арендт Х. Между прошлым и будущим. Восемь упражнений в политической мысли / пер. с англ. и нем. Д. Аринсона. — М.: Изд-во Института Гайдара, 2014. — 416 с.

Глухова А.В. Популизм как политический феномен: вызов современной демократии // Политические исследования. — 2017. — № 4. — С. 49–68.

Чуров С.В. Post-truth: Трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Политические исследования. — 2017. — № 2. — С. 42–59.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Hendricks V., Vestergaard M. Verlorene Wirklichkeit? An der Schwelle zur postfaktischen Demokratie // Aus Politik und Zeitgeschichte. 24. 03. 2017 (APuZ 40 – 13/2017).

Marschall S. Luegen und Politik im postfaktischen Zeitalter // Aus Politik und Zeitgeschichte. 24. 03. 2017 (APuZ 40 – 13/2017).

Weingart P. «Wahres Wissen» und demokratisch verfasste Gesellschaft // Aus Politik und Zeitgeschichte. 24. 03. 2017 (APuZ 40 – 13/2017).

В.А. Гуторов (Санкт-Петербург)

ПОСТПРАВДА КАК ФАКТОР ЭВОЛЮЦИИ СОВРЕМЕННОГО ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: ПОЛИТИКО-ФИЛОСОФСКИЕ АСПЕКТЫ

Понятие «постправда», возникнув сравнительно недавно, к настоящему времени приобретает настолько прочные позиции в политическом дискурсе и научном мире Западной Европы и США, что с успехом стало вытеснять многие родственные термины, претендуя в определенном плане на завоевание некоей монополии в том, что обычно именуется «общественным мнением». В статье «Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии?», опубликованной проф. С.В. Чугровым в мартовском номере журнала «ПОЛИС» за 2017 г., наряду с адекватным определением данного понятия, были выделены следующие основные политико-идеологические факторы и параметры, в рамках которых доминирование ситуации постправды становится предсказуемым и даже неизбежным: 1. «*Post-truth* — это “обстоятельства, при которых объективные факты менее значимы для формирования общественного мнения, нежели обращения к эмоциям и личным убеждениям”... Постправда — это постмодернистская девиация, деформированное и стереотипизированное состояние сознания, в котором стереотипы уже оторвались от реальных образов»; 2. «“Общество постправды” появилось потому, что, во-первых, либеральная демократия вступила в ту фазу, когда стали раздвигаться и размываться границы дозволенного; во-вторых, развитие информационных технологий и соцсетей достигло того уровня, когда с их помощью индивиды и малые группы смогли оказывать политическое влияние; в-третьих, сложилось гедонистическое массовое информационное общество (назовем его “новой толпой”), очарованное популизмом, смакующее сенсации и предпочитающее душевный комфорт и простые решения. В итоге механизмы формирования сетевого информационного поля стали задавать парадигму манипулирования всем массовым сознанием, когда свобода выбора и самовыражения оказались в узком коридоре искаженной политической реальности, за пределы которого нелегко вырваться»; 3. «Социум под влиянием сетевой публичной политики приобретает новые атрибутивные характеристики, становится аморфной и малоструктурированной массой, утрачивая — полностью или частично — черты группового сознания. В результате место социальных групп — больших или малых — занимает сумма разобщенных, но временно объединившихся под знаменем конкретной (реальной или мнимой) цели “переменчивых и имеющих множество аффилиаций индивидов”... В сегодняшнем обществе, где стала господствовать двойственная “ментальность ‘маленького человека’, поработанного, стремящегося к власти и в то же время протестующего... Высокая политика превратилась перед ‘маленьким человеком’ в балаганное представление” (Reich, 1946, XI). Невольно напрашивается сравнение с идеологией фашизма. Если небольшая группа идеологов создает некий нарратив, а потом с помощью

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

технологии постправды навязывает его обществу (т.е. отбирает все, что вписывается в этот нарратив, и отсекает все остальное), то его можно назвать элементом (или матрицей) тоталитарной идеологии, граничащей с идеологией фашизма» (Чугров, 2017, 42, 46, 49–50).

Вполне естественно возникает вопрос – насколько новыми являются как сам термин «постправда», так и характер обоснования его научного и идеологического статуса, а также те социально-политические обстоятельства, которые заставляют признавать принципиальную новизну ситуации, олицетворяемую данным термином? На наш взгляд, этому препятствует не только обозначенная С.В. Чугровым близость «идеологии постправды» к фашистской, психология которого была проанализирована Вильгельмом Райхом еще в начале 1930-х гг., но и в явной недостаточность аргументов, позволяющих окончательно утвердить ее принципиальную эпистемологическую и политическую новизну. Так, например, еще в 2001 г., комментируя события 11 сентября, Жан Бодрийяр в знаменитом эссе «Дух терроризма» отмечал: «Акт возмездия развивается по принципу такой же непредсказуемой спирали, как и террористический акт, никто не знает, на чем он остановится, где повернет вспять и что за этим последует. Как на уровне образов и информации нет возможности различения между спектакулярным и символическим, так нет возможности различения между преступлением и возмездием... Вплоть до того, что либеральная идея, еще новая и свежая, уже начинает умирать в сознании и нравах, и либеральная глобализация будет осуществляться в форме совершенно противоположной: в виде полицейской глобализации, тотального контроля и террора безопасности. Либерализация закончится максимальным принуждением и ограничением и приведет к созданию общества, которое будет максимально приближено к фундаменталистскому» (Бодрийяр, 2016, 117–118).

Естественно, в своем анализе Бодрийяр, не ощущая ни малейшей потребности в изобретении каких-либо новых понятий, почти в точности воспроизвел ту же самую картину, в цвета которой в настоящее время повсеместно окрашиваются образы «постправды». Эта картина, в свою очередь, с небольшими вариациями очень напоминает характеристику Н.А. Бердяевым большевистской диктатуры как «идеократии, псевдометаморфозы теократии» и «одной из трансформаций платоновской утопии», предопределившей «неизбежность отрицания свободы совести и мысли, неизбежность религиозных гонений» и т.д. (Бердяев, 1990, 137).

На наш взгляд, в современном идеологическом дискурсе понятие «постправда» занимает вполне определенную промежуточную позицию между обыкновенной правдой и научной истиной, с одной стороны, и различными видами лжи, включая ложь политическую, — с другой. В эпоху модерна в области обыденной жизни ложь и правда стали легко заменять друг друга. «Людвиг Витгенштейн однажды заметил как часто он лгал даже в тех случаях, когда правдивость давала точно такой же результат. У венского философа много современных учеников. Интервал между правдой и ложью сморщился до размеров маленькой шерстяной нити. Выбор того, что мы говорим, часто является вопросом удобства. Мы лжем по всяким обычным причинам или вообще без каких-либо очевидных соображений» (Keyes, 2004, 9).

Трудно судить, в какой степени на подобное слияние лжи и правды в общественном дискурсе оказывали влияние не только глубокие сомнения ученых и интеллектуалов в истинности философских теорий (см. подробнее: Dahl, Stinebrickner, 2010, 131), но и тот факт, что статус научной истины вот уже многие десятилетия вызывает глубокие сомнения. «Истина — центральное понятие в философии... Несмотря на свое центральное положение, или, возможно, именно благодаря ему, понятие “истина” вовсе не является внятным» (Slob, 2002, 5).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

«...Взгляд на прогресс как *аккумуляцию истин*, — отмечает И. Ниинилуото, — подвергался эффективной критике многими философами и учеными с XVIII в. до наших дней и теперь считается общепринятым, что он рисовал наивную и предельно простую картину развития науки» (Niiniluoto, 1984, 7). Своеобразный итог данному направлению аргументации был подведен Л. Лауданом в работе «Прогресс и его проблемы»: «Наука является, скорее, прогрессом в решении проблем, чем прогрессом в поиске истины» и, следовательно, научный прогресс может анализироваться без таких категорий как «истина» и «подтверждение» (Laudan, 1977, 7, 22–26, 70).

В настоящее время остается мало сомнений в том, что именно утрата веры в созидательную мощь и истинность научного знания, постоянно провоцируя всеобщий скептицизм и «разочарование в прогрессе», способствует формированию своеобразного идеологического поля «промежуточных истин», олицетворением которых становится «постправда». «Предполагается, — отмечает П. Фейерабенд, — что имеется некий “метод науки” и только этот метод приводит к приемлемым результатам. Если спросить ученого, в чем состоит этот мнимый метод, мы получим самые различные ответы, которые показывают, что ученые весьма редко знают, что именно они делают в процессе своих собственных исследований. Почему же мы должны им верить, когда они берутся судить о том, чем занимаются другие? Вторая же часть предположения, утверждающая, что только наука получает приемлемые результаты, очевидно ложна. Каждая идеология, каждая форма жизни получает некоторые результаты. Однако, возражают нам, эти результаты неприемлемы. Но всегда ли наука получает приемлемые результаты? И не удастся ли, напротив, мастерам колдовства или восточной медицины вызвать смерть врага или исцелить больного, страдающего функциональными нарушениями?» (Фейерабенд, 2007, 25-26).

В гораздо меньшей степени «ситуация постправды» способна принципиально изменить характер политических процессов в так называемых «цивилизованных странах», в которых «никто никогда не сомневался, что истина и политика плохо ладят... Ложь всегда считалась необходимым и оправданным инструментом в ремесле не только политика или демагога, но и государственного деятеля» (Арендт, 2014, 334).

Литература

Арендт Х. Между прошлым и будущим. Восемь упражнений в политической мысли. – М.: Изд-во Института Гайдара. – 2014. – 416 с.

Бердяев Н.А. Истоки и смысл русского коммунизма. – М.: Наука. – 1990. – 224 с.

Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было. – М.: РИПОЛ классик, 2016. – 224 с.

Фейерабенд П. Против метода. Очерк анархистской теории познания. — М.: АСТ; АСТ МОСКВА; ХРАНИТЕЛЬ, 2007. – 413 с.

Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // ПОЛИС. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С. 42–59.

Dahl R., Stinebrickner B. Modern Political Analysis. – New Delhi: PHI Learning Private Limited, 2010. – 172 p.

Keyes R. The Post-Truth Era. Dishonesty and Deception in Contemporary Life. – New York: St. Martin's Press. 2004. – 244 p.

Laudan L. Progress and Its Problems. – London: Routledge & Kegan Paul, 1977. – 280 p.

Niiniluoto I. Is Science Progressive? – Dordrecht: Springer-Science + Business Media, B.V. 1984. – 272 p.

Reich W. The Mass Psychology of Fascism. – New York: Oregon Institute Press, 1946. – 344 p.

Slob W.H. Dialogical Rhetoric. An Essay on Truth and Normativity after Postmodernism. – Dordrecht: Springer-Science+Business Media, B.V., 2002. – 224 p.

ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА В КОНТЕКСТЕ ПОЛИТИКИ ПОСТПРАВДЫ

В условиях свободы слова, печати и других СМИ особый смысл приобретает эффективное функционирование политической рекламы в конкретном информационном пространстве. И прежде всего речь идет об особенностях рекламы в контексте политики постправды. Реклама вообще и политическая в частности, как самостоятельный поток информации, является существенным фактором активизации политической конкуренции в жизни общества в эпоху постправды.

В сфере политики, публицистики и журналистики до сих пор не выработаны единые подходы в определении понятия рекламы, особенно политической. Нам представляется наиболее полным определение политической рекламы, которое принадлежит А.И. Соловьеву. По мнению известного политолога, политическая реклама — это такая форма «направленного безличного обращения к человеку, которая в условиях свободного и конкурентного выбора информации нацелена на создание у него позитивного образа политического товара (кандидата, института, символа), предполагающего и мобилизующего его (человека) на соответствующую поддержку» (Соловьев, 2004, 525). Он уточняет, что политическая реклама является важнейшим способом и самостоятельным направлением формирования имиджа.

На наш взгляд, правомерно рассматривать рекламу и ее политическую составляющую в контексте политики постправды в тесной связи взаимоотношений экономики с другими сферами человеческой жизнедеятельности – политикой, правом, системой государственного управления, религией и т.д. Из диалектического единства экономики и политики напрашивается вывод: с одной стороны, реклама — категория экономическая, коммерческая, с другой – категория политическая.

Анализируя все возможные аспекты потребительского поведения (именно рекламный рынок, прежде всего, связан с потреблением), обращаешь внимание в первую очередь на символические, знаковые стороны последнего. К тому же через потребление индивидом того или иного предмета обретается и демонстрируется статус и принадлежность к определенной социальной группе. Опять-таки реклама, затрагивая чувствительную социальную сферу, по своей сути, характеристикам превращается в политическую.

Ретроспективный, политологический взгляд относительно СМИ в формировании общественного мнения и политического сознания показывает значимость феномена рекламы в социальной и политической коммуникации. С появлением электронных СМИ и коммуникации, Интернета, новых информационных и коммуникационных технологий, социальных сетей в производстве и распространении рекламы широко используются тактильные (осязательные) и слуховые возможности человека – зрителя, человека – слушателя. Тем самым создается особый мир всесторонней сопричастности социальному и политическому миру.

В массовых многотиражных печатных изданиях параллельно с коммерческой рекламой появляются различного рода политические и развлекательные программы, в которых просматриваются в скрытой форме признаки политической рекламы. В журналистике и публицистике, в электронных СМИ, благодаря активной деятельности рекламных агентств, коммерческих радиостанций и телевизионных каналов, формируется специфический рекламный жанр, в основе которого рекламно-коммерческие ролики с определенным изобразительным языком и привлекательной эстетикой.

Рекламный рынок становится своеобразной ареной конкурентной экономической и политической борьбы крупных корпораций, компаний, холдингов, а также

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

противостояния и соперничества различных политических сил и группировок. Постепенно приходит понимание важности всех видов рекламы в сфере политики и конкуренции.

Политическую рекламу как феномен культуры и политического процесса, средство агитационно-пропагандистского характера и психологического воздействия важно анализировать в контексте политики постправды. К месту привести здесь рассуждения Юргена Хабермаса о «человеческом общежитии с нормативным консенсусом, заранее гарантированным благодаря традиции и этносу». Бертран Рассел добавляет: «агитация не должна таить расхождений с законом», «хорошо еще, если демократия все же ограждена от событий, порождающих общее волнение, и воспитанием, предупреждающим население от негативного поведения». Более конкретен в своих выводах Йозеф Шумпетер: «Психотехника управления партией, ее рекламная кампания, лозунги, марши – это все не украшения. Это есть суть политики». Лучше, наверно, не скажешь.

Далее следует подчеркнуть, что в нашей стране слабо отработаны стандарты и правила, регламент взаимоотношений с рекламодателями во многих рекламных фирмах и агентствах, газетах, рекламно-коммерческих подразделениях телерадиокомпаний. Трудно, порой невозможно найти рекламу, которая рассчитана на самые разные потребности самых разных слоев населения. Много нареканий вызывают манера, приемы, мастерство подачи рекламных материалов. Нередко забывается, что реклама – составная часть нашей культуры, ментальности, российской информационной модели, информации, очень нужной и полезной потребителю. Не вызывают восторга скрытая реклама и потеря доверия, которые являются взаимосвязанными аспектами рекламно-информационного поля.

Политическая реклама всегда связана с формированием и присутствием в сфере публичной власти разных идеологий, чувств, ценностей, символов, многообразных оценок и мнений официальных и оппозиционных акторов политического процесса. Являясь специфическим потоком политической информации, политическая реклама выступает как побудительное средство действий политического субъекта и как его важнейший ресурс, который позволяет эффективно взаимодействовать или противодействовать в политической сфере ради достижения конкретных целей (Жаде, 2017, 71). Однако этот информационный поток может быть правдивой информацией или настоящей дезинформацией, в зависимости от профессиональной и правовой безупречности действующих в рекламном поле игроков – журналистов, рекламопроизводителей, рекламораспространителей.

Конкретизируя понятие «политическая реклама» в контексте политики постправды, следует отметить ее социальный характер. Не лишены оснований и утверждения, что любая политическая реклама выражает постоянную заинтересованность рекламодателя не столько в информировании граждан, сколько в их мнении. В практической политической деятельности всегда прослеживается взаимосвязь, взаимодействие политической рекламы с теми, кто работает в сфере имиджмейкинга и маркетинга, обеспечивает перевес сил в политическом контроле над рекламными потоками в информационно-коммуникационном пространстве.

В технологиях манипулирования средствами политической рекламы предусмотрены: реклама имени, образа (имидж-реклама), реклама проблемная и контрастная (сравнительная), негативная реклама (антиреклама), реклама в поддержку и другие. Ощутимый эффект в политике дает сочетание (комбинация) рекламных средств – печатных, электронных носителей информации, наглядной агитации и т. д.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Составляющими элементами в рекламной деятельности являются формирование имиджа в политике и имидж-реклама. В типологии политических имиджей основными компонентами выступают визуальный, речевой, символический, невербальный и другие особенности. В выстраивании и коррекции политического образа средствами рекламы вносят свою лепту и имиджмейкеры. Технологии, связанные с политической рекламой, используются также в театрализации и манипуляции современной политики.

Рекламное пространство не обходится без распространения политических мифов и фантомов, т.е. иллюзорных представлений, умышленно применяемых различными политическими силами для привлекательности своих программных целей и задач. В политической рекламе нередко используется политическая семиотика (наука о системах коммуникации при помощи сигналов, знаков, символов). В политике довольно комфортно чувствуют себя, действуют типовые, языковые коды, стиль административных циркулярных писем, фразеология глав государств, речи и концептуальные воззрения кандидатов на выборах в период избирательных кампаний. В данном случае рекламные технологии, преодолевая формально-статусные отношения гражданина и государства, побуждают электорат к политической активности.

Процесс политического рекламирования в социуме предполагает, естественно, ряд общественно-экономических, культурных, социальных и политико-институциональных предпосылок, связанных с реакцией самого общественного мнения.

В процессе политического рекламирования, выражаясь словами Макса Вебера, проводником политики «среди масс общественности все чаще становится умело сказанное или написанное слово», «главнейшим представителем данного жанра является... политический публицист, и прежде всего журналист» (Вебер, 1990, 19, 20).

Политическая реклама в эпоху постправды становится действенным оружием в информационной войне. Это тоже особенность политического рекламирования, когда превосходство порой берет ложная пропаганда, направленная против России, на дискредитацию ее внутренней и внешней политики. Чего стоит, к примеру, лживая, с подтекстами документалистика с кричащим названием «Армия российских хулиганов» вещательной корпорации Великобритании (British Broadcasting Corporation – BBC – Би-Би-Си), подготовленная к чемпионату мира по футболу 2018 г. в России, или широко используемые зарубежными телеканалами так называемые заставочные фейки (не что иное как враждебная пропаганда посредством политической рекламы), серия провокационных «допинговых» документальных фильмов Первого немецкого телевидения (АРД) для дискредитации российских спортсменов. Даже в своей стране «отличились» четыре телекомпании, в том числе «Америкэн бродкастинг компании – Эй-Би-Си» («American Broadcasting Company – ABC») и Си-Эн-Эн (Cable News Network – CNN), объявленные президентом США «врагами американского народа».

Чтобы ограничить возможности российских СМИ и коммуникации в противостоянии антироссийской пропаганде, искусственно создаются всякого рода преграды, выдвигаются нелепые требования в международном информационно-рекламном пространстве (дискриминационное вытеснение СМИ Российской Федерации с медийного рынка в Балтии, противоправные меры по отношению к радиостанции «Спутник» и телеканалу «Russia Today» («Россия сегодня») в ряде зарубежных стран. Рассматривая различные аспекты политической рекламы в контексте политики постправды, сегодня можно говорить о полном игнорировании

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

законодательных актов в области информации и рекламирования, о профессиональной деградации тех, кто занят в информационных войнах против России, отсутствии элементарных стандартов и морально-нравственных ограничений в западной журналистике. В информационном противостоянии, как говорится, все средства хороши, но надо помнить, что в эпоху постправды лживая (фейковая) пропаганда обоюдоострое оружие и нет гарантий от обратного воздействия на тех, кто ее проводит.

Все сказанное выше приводит к однозначным выводам: во-первых, политическая реклама – эффективное средство внедрения политических и идеологических ценностей в эпоху постправды; во-вторых, политическая реклама предполагает использование многообразия информационных технологий, ориентированных на определенные слои общества; в-третьих, политическая реклама различными средствами (печатными, электронными) побуждает к поддержке той или иной политической программной цели; в-четвертых, средства и способы политического рекламирования предусматривают широкую палитру информационно-коммуникационных технологий; в-пятых, по своей стилистической характеристике политическая реклама может быть либо поддерживающей, либо завоевательной; в-шестых, нередко в рекламном пространстве в эпоху постправды применяются так называемые «черные», «грязные» технологии, технологии лжи и дезинформации, технологии информационных (гибридных) войн, которые противоречат нормам морали и права.

Литература

Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные сочинения. – М.: Прогресс, 1990. – С. 644–675.

Жаде З.А., Хуако З.Ю. Политическая реклама в контексте политической идентичности // Гуманитарий Юга России. – 2017. – № 2. – С. 66–78.

Конституция Российской Федерации. – М.: Издательство «Омега-Л», 2016. – 64 с.

Соловьев А.И. Политология: Политическая теория, политические технологии. – М.: Аспект Пресс, 2004. – 559 с.

К.Ф. Завершинский (Санкт-Петербург)

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ КАК «РЕИНКАРНАЦИЯ» МИФИЧЕСКОГО В СОВРЕМЕННЫХ ПРАКТИКАХ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛЕГИТИМАЦИИ

Феномен «постправды» (*post-truth*) в современных политических коммуникациях все чаще является предметом анализа в зарубежном и отечественном научном дискурсе (см., напр.: Чугров, 2017; Lockie, 2017), но в семантическом плане понятия «постправды», «политики постправды» остаются весьма размытыми и чаще используются в рамках идеологического и пропагандистского сегмента современных масс-медиа. При этом все участники дискуссии по вопросам политических рисков политики постправды или «постфактической» политики (*post-factual politics*), замещающей факты «фальшивыми новостями» («фейками»), так или иначе, связывают подобные явления с изменением режима производства, распространения и влияния политической информации в публичной сфере.

Обращаясь к способам концептуализации феномена «политики постправды», можно обнаружить, что ее описания весьма противоречивы и полисемичны. Подходя к интерпретации коммуникативных феноменов в русле социально-феменистического подхода можно вывить три основных смысловых измерения в многообразных семантических версиях этого понятия. Предметное пространство

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

анализа «политики постправды» описывается как специфическая «неистинная», «неразумная», «манипулятивная», «пропагандистская» технология социального конструирования элитами и экспертными сообществами политической повестки дня посредством современных СМИ во время избирательных компаний, в противоположность «истинным», «демократическим» универсальным практикам мирового, цивилизованного сообщества, вступившего в эру политического «постмодерна». В темпоральном, временном измерении, пространство «политики постправды» рассматривается либо как некий специфический локально-исторический феномен («симуляции» и «зрелищности» политики), связанный с трудностями, рисками демократического транзита в условиях глобализации политических коммуникаций или же как некая, достаточно универсальная константа политического процесса, связанная с символизацией практик принуждения, которые используют, борющиеся за сохранение или приобретение политической власти социальные акторы. В социальном аспекте, связанном с анализом восприятия социальными акторами друг друга, понятие «постправда» в высшей степени нормативно амбивалентно: то что для одних участников коммуникативного процесса воспринимается как естественное условие (некая «правда и справедливость жизни») поддержания политической идентичности и государственного суверенитета, для других – это «постправда» политического цинизма, «популизм», «политическое варварство».

В целом можно констатировать, что исследователи, которые прибегают к понятию *политика постправды*, в основном исходят из посылки, что умножение акторов и медийных технологий при продуцировании политической информации ведет к диверсификации критериев истинности и ложности при интерпретации событий прошлого и настоящего в политике. Широкое использование в «политике постправды» таких медийных продуктов как политические слухи, ложь, сплетни, мистификации, скандалы стало значимым символическим ресурсом политической мобилизации для многих социальных движений и организаций (формальных и неформальных) с весьма неоднозначными политическими последствиями подобной консолидации. При этом отсылки авторов к разработке строгих процедур проверки «истинности», «объективности» политической информации, повышению моральной ответственности акторов информационной политики и их умеренный оптимизм по поводу постепенного оформления *публичной социологии*, способной минимизировать последствия пропагандистской направленности «политики постправды», не проясняют природу институциональных и организационных оснований нынешних трансформаций информационного режима и парадоксов «демократизации» сферы производства знания, которые стимулируют насильственные конфликты.

Уместно в связи с этим вспомнить критические ремарки Николаса Лумана по поводу специфики коммуникативного процесса в современной информационной среде, где «системы сознания» наличествуют в «миллиардах единиц» и функционируют одновременно (Луман, 2004, 119). В таких коммуникативных реалиях требование «истинности» по отношению к когнитивной и символической продукции любой коммуникативной системы (правовой, политической, системе масс-медиа и т.д.), в частности, к новостям и комментариям политического характера в СМИ, становится весьма проблематичным и стимулируют упрощенные представления о смысле подобных коммуникаций. Так, замечает немецкий социолог, сообщения массмедиа определяются не столько кодом *истинное/ложное*, а кодом *информация/неинформация* и зависят от процедур отбора этих сообщений на основе специфических коммуникативных кодов, оформившихся в рамках этой

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

коммуникаций, находящейся в сложных отношениях с иными коммуникативными пространствами (Луман, 2005, 62–64). «Общество вкладывает» в коммуникацию все больше ожиданий и разочарований и производит символические продукты, «вызывающую у него самого иллюзии, прежде всего, в политической системе» (Луман, 2006, 190–192).

Как отмечалось выше, эта сопряженность символических кодов и идентичностей в реалиях умножения участников коммуникативного процесса и дифференциации сфер коммуникации становится все более проблематичной. Как полагает автор тезисов, в таких реалиях *на первый план* все чаще могут выходить коммуникативные стратегии, ориентирующие участников коммуникаций на когнитивные схемы повседневности и антропологические модели солидарности, тесно связанные с базовыми, часто мифическими в своих основаниях, способами кодирования и идентификации.

Подобная теоретическая посылка позволяет сделать, по мнению автора тезисов, несколько методологических выводов, по поводу исследования феномена, номинируемых в современном публичном дискурсе «политикой правды». Прежде всего, соглашаясь с обоснованностью посылки, что изучение феномена «постправды» так или иначе отсылает нас к особенностям социокультурной динамики современного общества, в частности, пространства политической культуры, важно видеть методологическую ограниченность более традиционных теоретических моделей политической культуры, описывающих культурный процесс с позиций «рационального гражданина» и либерально-демократических ценностных ориентаций, упрощающих процесс нарастающей фрагментации политико-культурного пространства. Более эвристичным представляется дискурс политико-культурных исследований, опирающийся на когнитивные модели современной «культурсоциологии» (cultural sociology), культурной антропологии и социологического неоинституционализма, представители которых подчеркивают перспективность понимания культуры как сетей смысла, исторической формы социальной памяти, изучение которых должно опираться на когнитивный анализ символических структур сетей смыслов, в отличие от исследовательских программ, где описания культурных феноменов редуцируется к ценностям, нормам, идеологиям, производным от структур формальных институтов или социально-психологических моделей коллективного сознания (см., напр.: Alexander, 2003, 11-26; Alexander, 2006, p. 29–89). Для анализа феномена «постправды» как специфического состояния политических культур представляют интерес теоретико-методологические посылки социологического неоинституционализма, где в трактовке процессов институционализации современные социальные институты, как культурно-нормативные, когнитивные структуры рассматриваются в рамках подвижного взаимодействия с оформлением идентичности многообразных движений и организаций (коллективных акторов), которые нередко вырабатывают *рационализированные мифологии и ритуальности* (Meyer, 2008, 788–809). В связи с подобными теоретическими моделями институционализации, представители социологического институционализма, рассматривают «легитимность» как центральный концепт при описании социокультурной динамике (Deerhouse, Suchman, 2008, 49–77). Легитимация в этом случае описывается как процесс интерпретации, теоретическом обосновании, прояснении возможных альтернатив социальной эволюции организации и процессов «оповседневнивания» (рутинизации) организационных норм и правил как условия организационной устойчивости и активности организаций в динамичном социокультурном пространстве (поле).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

«Политика постправды», достаточно очевидно сопряжена с практиками политической легитимации, поэтому более перспективным представляется интерпретация «политики постправды», как *специфического измерения символической политики*, связанной с легитимацией и делегитимацией институционального пространства социальными акторами, в процессе которой происходит конструирование или деконструкция политической идентичности участников подобного процесса. Это позволяет многообразию практик политической легитимации, в частности и тех, которые номинируются «политикой постправды», представить более многомерно.

Подытоживая обозначенные выше теоретические экспликации, можно прийти к выводу, что «политика постправды («политика за пределами фактов») — это измерение символической политики, нацеленной на *чувственно-эмоциональное обоснование политических идентичностей* в условиях реконструкции и деконструкции структур национальных политических памятей.

В современных коммуникативных реалиях, когда социальное конструирование политических событий напоминает некий «смысловой калейдоскоп», на первый план часто выходят коммуникативные практики политической мифологизации, связанные с презентацией «политической телесности», эмоционально-чувственного восприятия политики и ее символизации в политических коммуникациях, что выступает важным измерением и семантическим катализатором политических коммуникаций. В современном, при первом приближении весьма рационализованном обществе, нет политических движений и сопровождающих их когнитивных процессов без эмоционально-чувственных презентаций, и нет процесса рационального осмысления без эмоционального фона (Melucci, 2003, 71). Более того, мифологизация повседневности – неотъемлемая составляющая современных политических коммуникаций, поскольку распространение новых медиатехнологий и биополитики существенно расширяет возможности для актуализации мифического, нередко делая его воздействие «более зловещим» чем в прошлом (см., напр.: Bottici, 2007, 243–248, 259–260, 358), порождая многообразие «рационализированных политических мифов (новые «религиозные политические мифы», «научные политические мифы», «исторические политический миф». Поэтому современный политический миф следует рассматривать не только как индикатор массовой «иррациональной» политической энергетики, но прежде всего, как специфический процесс социального конструирования политических идентичностей на основе артикуляции коллективной значимости повседневной деятельности людей.

За критическим пафосом, нацеленным на развенчание «популизма» и «цинизма» акторов «политики постправды», нередко «выносятся за скобки» подлинные риски и креативные измерения современной политической мифологии, закладывающей семантические основания для новых форм политической солидарности, непредсказуемых в своем коммуникативном потенциале. Подобное состояние современных политических коммуникаций делает весьма актуальными теоретические интенции социолога А.Ф. Филиппова, подчеркнувшего в одной из своих работ, что наряду с антропологией «рационального гражданина», в современном обществе возрастает значимость антропологии «человека чувственного» и науки о «новой чувственности» (в терминах А. Филиппова — *эстезиологии*), ее символических проекций. Поскольку тот, «кто будет владеть словарем новой чувственности, тот будет владеть словарем мобилизации» (Филиппов, 2008, 127–128, 140).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

- Alexander J.C. Cultural pragmatics: social performance between ritual and strategy *Social Performance // Symbolic Action, Cultural Pragmatics, and Ritual* / eds J.C. Alexander, B. Giesen, J.L. Mast. – Cambridge University Press, 2006. – P. 29–89.
- Луман Н. Дифференциация / Пер. с нем. Б. Скуратова. – М.: Издательство "Логос", 2006. – 320 с.
- Луман Н. Л Общество как социальная система / Пер. с нем. А. Антоновского. – М.: Издательство "Логос", 2004. – 232 с.
- Луман Н. Реальность массмедиа / Пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – М.: Праксис, 2005. – 256 с.
- Филиппов А.Ф. Чувственность и мобилизация. К проблеме политической эстеziологии // *Defuturo, или История будущего* / под ред. Д.А. Андреева, В.Б. Прозорова. – М.: Политический класс; АИРО-XXI, 2008. – С. 119–140).
- Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // *Полис. Политические исследования*. – 2017. – № 2. – С. 42–59.
- Alexander J.C. The meanings of social life: a cultural sociology. – New York: Oxford University Press, 2003. – 312 p.
- Bottici C. A Philosophy of Political Myth. – New York: Cambridge University Press, 2007. – 286 p.
- Deephouse D.L., Suchman M. Legitimacy in Organizational Institutionalism // *The SAGE handbook of organizational institutionalism* / R. Greenwood, R. Suddaby, K. Sahlin (eds.). – Los Angeles; L.: SAGE, 2008. – P. 49–77.
- Lockie S. Post-truth politics and the social sciences // *Environmental Sociology*. – Volume 3. – 2017. – Issue 1. – P. 1–5.
- Melucci A. Challenging codes. Collective action in the information age. – Cambridge: Press Syndicate of the University of Cambridge, 2003. – 441 p.
- Meyer J.W. Reflections on Institutional Theories of Organizations // *The SAGE handbook of organizational institutionalism* / R. Greenwood, R. Suddaby, K. Sahlin (eds.). – Los Angeles; L.: SAGE, 2008. – P. 788–809.

С.Ю. Зайцев (Санкт-Петербург)

СОВРЕМЕННЫЙ КИНЕМАТОГРАФ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИКИ ПОСТПРАВДЫ

В основе политики постправды лежит обращение агента к эмоциям и чувствам объекта с целью формирования определенной картины мира. Для достижения этой цели используется манипулирование информацией, игнорирование фактов, не вписывающихся в текущую концепцию, а также другие средства, которые относятся скорее к области пропаганды. Российский политолог С.В. Чугров определяет постправду как контекст, особую среду, наиболее благоприятную для распространения ложных новостей и непроверенных фактов, за распространение которых не предполагается санкций и наказания (Чугров, 2015, 46).

Усилению применения приемов политики постправды способствует рост числа каналов распространения информации. Однако, её потребители замыкаются лишь на одном из них, не извлекают информацию из множества источников. Поэтому необходимо искать сквозные инструменты воздействия на сознание, которые объект не будет воспринимать как СМИ. Такое средство должно применять художественные приемы для формирования мнения зрителя.

Современные кино и телевидение представляют собой очень крупные индустрии и каналы коммуникации со зрителем. Их влияние и сила воздействия на индивидуальное и массовое сознание со временем только растет. Это связано, во-первых, с применением новых технологий в кинопроизводстве (применение технологий 3D показа в кинотеатрах, улучшение компьютерной графики). Во-вторых, ускорение кинопроизводства позволяет отражать в продукте (фильме или сериале) события сегодняшнего дня. Кино стало своеобразным зеркалом происходящих событий в общественно-политической сфере, способным формировать картину мира зрителя, воздействуя на его эмоции. Следовательно, кино можно назвать одним из инструментов современного феномена политики постправды.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Стоит отметить, что кино обладало способностью отражать проблемы сегодняшнего дня с самого начала своего существования. Иногда, конечно, был некоторый временной лаг, но чаще именно попадание в «дух времени» способствовало популярности того или иного фильма. Так, например, фильм Чарли Чаплина «Золотая лихорадка» (вышел на экраны в 1925 г.) рассказывает о приключениях золотоискателей на Аляске, начавшейся в 1896 г. после обнаружения золота на реке Клондайк. Более удачным примером отражения социальных и политических процессов являются такие картины американского актера и режиссера как «Новые времена» (вышел на экраны в 1936 г.) и «Великий диктатор» (1940). В первом фильме, доступными тогда художественными средствами, были показаны те изменения в социальной жизни, которые несет с собой технический прогресс, внедрение конвейерного промышленного производства и урбанизация. В «Великом диктаторе» Чаплин играет вождя вымышленной страны Томании Аденоида Хинкеля, прототипом которого служил Адольф Гитлер. В сюжете фильма также присутствует политика гонения евреев, начало Второй мировой войны, отношения между Гитлером и Муссолини.

Второй характеристикой кино как инструмента политики постправды можно назвать его пропагандистский потенциал, направленный на формирование образа врага, мобилизации граждан и самоопределение индивидов в системе «свой-чужой». Здесь классическим примером является фильм Сергея Эйзенштейна «Александр Невский», вышедший на экраны в 1938 г. Воздействие на эмоции зрителя осуществлялось следующими средствами: песня, напоминающая марш и призывающая человека к действию («Вставайте, люди русские, / На славный бой, на смертный бой. / Вставайте, люди вольные, / За нашу землю честную!...»); сюжет, приближенный к происходящим в то время событиям (наличие сильного лидера, немецкий милитаризм); операторские приемы и костюмы (шлемы тевтонов похожи на немецкие каски того времени; низкорослые солдаты похожи на чертиков и др.).

С началом «холодной войны» западный кинематограф стал эксплуатировать тему антикоммунизма. Этот период пришелся на активную фазу деятельности сенатора Маккарти в США. Характерным примером фильма, формирующего в сознании граждан тему присутствия «красного врага», является «Вторжение похитителей тел» (вышел в 1955 г.). Здесь врагами выступают инопланетные существа, но в период «охоты на ведьм» образ «другого» хорошо лег на проводящуюся антикоммунистическую политику. Спустя десять лет Стэнли Кубрик осмыслил Холодную войну и «охоту на ведьм», используя жанр сатиры через в фильме «Доктор Стрейнджлав, или Как я перестал бояться и полюбил атомную бомбу» (1964).

Интересным периодом формирования мнения о Советском Союзе и эмоционального воздействия на зрителя стали 1980-е годы. С одной стороны, отношения США и СССР смягчаются, провозглашается политика перестройки, заключается ряд международных договоров. С другой стороны, продолжается война в Афганистане и увеличивается напряженность на Ближнем Востоке. И здесь происходит определенная развилка в интерпретации кинематографом этих процессов. Потепление в отношениях между странами было отражено в фильме «Красная жара» (вышел в прокат в 1988 г.), в котором австриец Арнольд Шварценеггер играет капитана советской милиции Ивана Данко, отправляющегося в США для поимки главаря «русской мафии», и получающим в напарники полицейского-американца. Основной посыл заключается в том, что СССР и США могут объединить силы против общей угрозы. При этом, что интересно, угроза создана внутри СССР.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Также появляется ряд фильмов, в которых американцы сталкиваются с представителями СССР в условиях войны или спортивного противостояния. Примером последнего является «Рокки-4» (1985), в котором американский боксер в исполнении Сильвестра Сталлоне участвует в поединке с советским спортсменом в исполнении шведа Дольфа Лундгрена. Стоит отметить, что «советский боксер» также является и офицером армии, а за поединком, в качестве зрителей, наблюдает высший генералитет министерства обороны. Подобный сюжет и художественные приемы убеждают зрителя, во-первых, в милитаризме СССР и жестокости солдат в случае столкновения с США. А, во-вторых, формируют уверенность, что даже на чужой территории американцы могут одержать победу над советской армией.

И здесь мы можем перейти к третьей характеристике кино как инструмента постправды. Это его возможность фальсификации истории, демонстрации тех или иных событий с одной точки зрения. В этом плане, воздействие художественных сцен на эмоции сильнее, чем апеллирование к рациональному в сознании зрителя. Из эпохи «холодной войны» примером подобных фильмов, с элементами пропаганды, является «Рембо-2» (1985) и «Рембо-3» (1988), в которых американский солдат, по заданию правительства США, участвует в секретной боевой операции против советских солдат в Афганистане. Фальсификация здесь заключается и в роли США в войне, и их успехи и т.п. Становится понятным какое место в системе «свой–чужой» зрителя–американца будут занимать персонажи после просмотра фильма.

В современный период фальсификация истории с помощью кино тоже имеет место быть. Так в фильме «Цель номер один» (вышел в 2012 г.) показана интерпретация такого секретного и неоднозначного события как ликвидация Усамы бен Ладена американским спецназом. В этом событии существует ряд белых пятен, из-за чего появилось несколько конспирологических теорий, задающих вопросы о том, был ли это сам террорист, насколько целесообразной была ликвидация, почему не был проведен анализ ДНК для подтверждения личности и т.д. Однако в фильме представлена официальная версия, всё однозначно, никаких белых пятен и «слепых зон». Для закрепления этой версии в сознание граждан фильм является одним из самых эффективных средств (наравне с информационным воздействием через СМИ).

Важным пластом кинематографа как инструмента политики постправды в 2010-х годах являются фильмы про супергероев. Так, в «Первом мстителе» (вышел в 2011 г.) герой по имени Капитан Америка громит базу немецкой организации «Гидра». Действие фильма происходит в 1943 г., в основе сюжета лежит демонстрация роли США в победе над Германией на европейском театре боевых действий во время Второй Мировой войны. В 2012 г. выходит фильм «Мстители», в котором группа американских супергероев защищает Землю от инопланетных захватчиков, напавших на Нью-Йорк. Здесь, в качестве скрытого пласта, используется тема исламского терроризма как глобальной угрозы и возможности США, в лице команды супергероев, противостоять ему. Учитывая прокатные сборы и число зрителей, просмотревших фильм в кинотеатрах, можно смело утверждать, что те послы, которые нес в себе фильм, дошли до адресата. Вторая часть фильма, вышедшая в 2015 г., начинается со сцены атаки супергероев на базу террористов в вымышленной стране Заковии (очень напоминающей Восточную Европу). В сознание зрителя внедряют мысль о возможности и допустимости нелегальных спецопераций по уничтожению террористов и пренебрежение Соединенными Штатами суверенитетом других стран во время их проведения.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Создание картины реалистичного статус-кво берут на себя популярные сериалы. Благодаря небольшому бюджету и срокам производства, данный жанр позволяет очень быстро среагировать на изменения в политической жизни и, исходя из них, немного скорректировать сценарий. Так, в двух популярных американских сериалах «Родина» и «Карточный домик» (6-й и 5-й сезон соответственно) важной частью сюжета является победа на выборах президента США женщины, т.е. изначально в сценарий закладывалась победа Хиллари Клинтон в президентской гонке. После того, как пост получил Дональд Трамп, произошла корректировка сюжета, героям обоих фильмов были добавлены авторитарно-популистские черты характера.

Современный кинематограф является одним из инструментов политики постправды, способным, используя художественные образы и технологии изображения, воздействовать на эмоции зрителей. Так, путем трансляции смыслов и идей, кино позволяет формировать взгляды индивида на различные аспекты политической и социальной действительности.

Литература

Разлогов К.Э. Конвейер грез и психологическая война. Кино и общественно-политическая борьба на Западе. 70-80-е годы. – М.: Политиздат, 1986. – 238 с.

Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. – 2017. – № 2. – С. 42–59.

Юсев А. Кинополитика: Скрытые смыслы современных голливудских фильмов. – М.: Альпина Паблишер, 2017. – 300 с.

Harsin J. Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies // Communication, Culture & Critique. – 2015. – Vol.8. – Issue 2. – P. 327–333.

А.О. Зиновьев (Санкт-Петербург)

ПОПУЛИЗМ И ТИРАНИЯ: СЛУЧАЙ ФЕРДИНАНДА МАРКОСА В СРАВНИТЕЛЬНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ

Хотя феномен «постправды» (или «постистины») совсем недавно попал в центр внимания исследователей наук об обществе, данный феномен может быть обнаружен уже в глубокой древности. Его можно сопоставить с различием «риторики» и «философии» в рамках древнегреческой политической философии. Конечно, именно для современных обществ феномен «постправды» создает серьезную угрозу в силу социальной интеграции современных обществ посредством СМИ. Если в рамках древнегреческой политической философии существовало представление о превосходстве «философии» (или «истины») над «риторикой» (или «постправдой»), то в наше время усиливается понимание важности «риторики» и даже превосходства ее над «истиной» (Romano, 2012). Риторика и «популизм» в Древней Греции связывались с феноменом «тирании». Наше время и Древнюю Грецию объединяет однозначно негативное отношение к феномену «тирании» и ее моральное осуждение (в наше время с позиций идеологического доминирования либеральной демократии).

В теории популизма Эрнесто Лакло предлагает понимать его как онтологическую, а не онтическую категорию. Иначе говоря, «популизм» надо соотносить с практиками «популизма», а не с идеологией «популизма». Данное положение входит в противоречие со второй частью теории Лакло, в которой он предлагает считать признаком дискурса «популизма» соединение всех проблем (или требований) в одну метапроблему («образуя *цель эквиваленций*» (Лаклау, 2009)). Например, все проблемы общества могут быть связаны с проблемой миграции. По моему мнению,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

более правильно было бы говорить о многообразии практик «популизма» как о его наиболее фундаментальном свойстве. Античная традиция позволяет обратить внимание на простую лесть «народу» со стороны демагогов, а также на риторическую (эмоциональную) подачу материала, как на эффективные практики «популизма». Хотя практики «популизма» могут использовать любые политические силы, но наиболее полно практики «популизма» может использовать «тиран» в силу его относительной независимости от идеологических реалий своего времени. Именно «тиран» наиболее прагматично использует практики «популизма» для достижения своих целей и обеспечивает независимость «популизма» от любой идеологической привязки, что довольно трудно делать другим политическим силам, особенно в условиях современной партийной (и идеологической) политики.

Хорошо изученным примером соединения «тирании» и «популизма» является правление президента Фердинанда Маркоса в Филиппинах, которое в современных исследованиях политических режимов определяется как «султанизм» или «неопатримониализм» (Brachet-Marquez, 2005). По мнению Лео Штрауса (Штраус, 2006), древнегреческое понятие «тирании» может быть использовано для анализа любых недемократических политических режимов, но идеологические партийные режимы или режимы «бюрократического авторитаризма» отличаются от классической «тирании» по целому ряду особенностей. Только «султанизм» как современный тип политического режима может быть обоснованно сопоставлен с древнегреческой «тиранией». Одно из их ключевых сходств заключается в «гибкости» по отношению к социальным и идеологическим ограничениям своего времени. Иначе говоря, древнегреческую «тиранию» и современный «султанизм» объединяет широкая опора на практики «популизма», в чем они существенно превосходят другие политические силы своего времени.

Например, Дионисий Старший стал «тираном» Сиракуз используя эмоциональную риторику для воздействия на народ в духе практик «популизма» и «постправды», обвиняя военных руководителей города в измене и подкупе со стороны Карфагена (Э.Д. Фролов опирается на уникальный рассказ Диодора Сицилийского, который, с большой долей вероятности, восходит к сообщению участника событий историка Филиста) (Фролов, 1979). Введение «военного положения» в Филиппинах президентом Маркосом оправдывалось увеличением числа террористических актов, в которых многие обвиняли сторонников Маркоса (Левтова, 2011). По своему социальному происхождению (габитусу) Дионисий Старший был представителем «среднего класса», как и Фердинанд Маркос, т.е. потенциальным сторонником демократии, но опирался на поддержку части богатых аристократов. Маркос перешел из Либеральной партии в Национальную партию для получения возможности выдвинуться кандидатом в президенты в 1965 г. Обратной стороной подобной «гибкости» «тиранов» в маневрировании между различными социальными и идеологическими силами выступает слабая институциональная поддержка «тирании». Современный «султанизм» и древнегреческая «тирания» отличаются слабой «инфраструктурной властью» в области государственного управления (Goodwin, 2005), т.е. способностями влиять на повседневную жизнь граждан своей страны. В Античности и в наше время «тирания» считается худшей формой политического режима из-за ориентации «тирана» на личную выгоду и выгоду своих «друзей». Уже Дионисий Старший вынужден был опираться на небольшой круг своих «друзей» и на поддержку наемной армии, поскольку не мог использовать институты обычного управления полисом. В своем правлении Маркос также опирался на небольшой круг своих «друзей», что дало основания исследователям называть его правление как «капитализм для друзей» (Сумский, 2002).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Подобное усиление личной власти «тирана» ведет к негативным экономическим последствиям. В своем сравнительном анализе революций в Иране, Никарагуа и Филиппинах Мисах Парса (Parsa, 2000) отмечал процесс усиления личной власти как предпосылку для увеличения участия государства в экономике. В Иране имел место традиционный «султанизм» шаха, а в Никарагуа и Филиппинах современный «султанизм» в духе «тирании», но во всех случаях усиление личной власти вело к росту противоречий в экономической политике «султанов». Данный рост противоречий в экономической политике негативно отражался на экономике страны в целом и был предпосылкой для роста революционных настроений в обществе. Поскольку «тирания» и «популизм» разрушают институциональные основы политической жизни, то снижается относительная автономия «тирании» от общественного мнения. Возникают предпосылки для обвального падения легитимности «тирана». Ухудшение экономического положения и коррупция в сочетании с недовольством военных засильем «друзей» Маркоса привели Филиппины в состояние острого политического кризиса. В условиях данного политического кризиса сочетание попытки военного переворота с деятельностью либерального социального движения за демократию привело к падению «тирании» Фердинанда Маркоса.

Таким образом, практики «популизма» составляют и силу, и слабость современной «тирании» в виде «султанизма». Описанную современную форму «тирании» необходимо отличать от «бюрократического авторитаризма», который более соответствует «олигархии» в типологии Аристотеля, поскольку опирается на институты для коллективного (хотя и не демократического) господства.

Литература

- Лаклау Э. О популизме // Вестник Московского университета. – Серия 12. Политические науки. – 2009. – № 3. – С. 54–68.
- Левтова Ю.О. История Филиппин. – М.: ИВ РАН, 2011. – 496 с.
- Сумский В.В. Фердинанд Маркос. Зарождение, эволюция и упадок диктатуры на Филиппинах. – М.: ИМЭМО РАН, 2002. – 89 с.
- Фролов Э.Д. Сицилийская держава Дионисия. – Л.: Изд-во ЛГУ, 1979. – 160 с.
- Штраус Л. О тирании. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2006. – 328 с.
- Brachet-Marquez V. Undemocratic Politics in the Twentieth Century and Beyond // The Handbook of Political Sociology / Janoski T., Alford R., Hicks A., Schwartz M.A. (eds.). – Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- Goodwin J. Revolutions and Revolutionary Movements // The Handbook of Political Sociology / Janoski T., Alford R., Hicks A., Schwartz M.A. (eds.). – Cambridge: Cambridge University Press, 2005.
- Parsa M. States, Ideologies and Social Revolution. – Cambridge: Cambridge University Press, 2000. – 326 p.
- Romano C. America the Philosophical. – N. Y.: Alfred A. Knopf, 2012. – 672 p.

Е.В. Зотова (Санкт-Петербург)

ВЗАИМОСВЯЗЬ ФЕНОМЕНОВ ПОПУЛИЗМА И ПОСТПРАВДЫ В ОБЩЕСТВЕННОЙ ЖИЗНИ (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ)

В докладе в качестве наиболее яркой иллюстрации к феноменам популизма и постправды будет рассматриваться материал, который постоянно предоставляется широким массам населения любой страны — новости из средств массовой информации. Россия не является исключением. Существование популизма и политики постправды в нашей стране очевидно. Любой федеральный телеканал и государственное печатное издание пестрит наглядными примерами проявления

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

подобной политики. Популизм в России рассчитан на широкие слои населения, большинство представителей которых прожили значительную часть своей жизни на территории распавшегося Советского Союза. Обращение СМИ к представителям данных социальных групп имеет под собой достаточно прагматичную основу: большинство из этих людей легче воспринимают ту информацию, которую предоставляют им чиновники и представители власти, реже подвергают такую информацию критике и анализу; эти люди являются наиболее преданными сторонниками правящей политической элиты, что делает их абсолютно невосприимчивыми к критике власти.

Подобное отношение к власти нельзя объяснять пресловутым «русским менталитетом», под которым чаще всего принято считать некую абстрактную совокупность черт, свойственных русскому человеку; речь идет об идеологической закалке, некой привычке, которая вырабатывалась многими десятилетиями, четко говорившая: «власть – это истина», поэтому идти против власти запрещено, бессмысленно. Именно на этом основано доверие к правящей власти. Многие исследователи считают, что распространению популизма в данный момент подвержены именно постсоциалистические страны. Слепое доверие власти, патриотизм, национализм, война «всех против всех», когда участники международных отношений воспринимаются не в качестве союзников и потенциальных партнеров, а как враги — все это эффекты популизма.

Постправда как политика, основой которой является обращение к чувствам людей, в большинстве случаев идет рука об руку с популизмом. Возможно, было бы корректнее не разделять данные понятия, а работать с ними как с совокупностью явлений, взаимопроникающих и дополняющих друг друга как в политике, так и в массовой культуре.

На федеральных телеканалах в последнее время наиболее популярным сюжетом стала тема сноса памятников советским воинам на территории Польши. О моральной стороне данного явления говорить не стоит, а вот о данном факте в качестве проявления популизма и постправды рассказать интересно. Первая мысль, возникшая у обывателя, когда тот узнал о данной новости: «Как же так, они оскорбляют память наших предков и героев». Оценивать данное суждение мы не вправе. Однако вторая мысль, которая возникнет у тех же самых обывателей – Польша выступает против России, пытается подорвать её устои и позиции на международной арене. И здесь мы видим, что популизм и постправда в популярной культуре неразрывны с теми же явлениями в политическом поле. СМИ транслируют новости под нужным углом, вызывают резонанс среди большей части населения, у которого в итоге формируется негативное отношение к определенному государству. Политика «дружбы против кого-то» работает эффективно.

На том же принципе базируется и попытка популяризации отечественного контента: фильмов, музыки, книг и т.д. Чаще всего при выходе очередной новинки в рекламе звучит, что это — «наш ответ Голливуду», «не хуже западных аналогов» и т.д., т.е. СМИ работают по принципу контраста с тем продуктом, который во многих странах огромным количеством людей принят за стандарт; мы не обращаем внимание на создание чего-то своего, особенного на территории нашей страны не только в области культуры, но и в промышленности, сельском хозяйстве, других сферах жизни общества, а делаем в противовес Западу в надежде получить некое превосходство. СМИ на современном этапе, как и во времена Советского Союза, работают в рамках некой информационной и культурной «гонки вооружений», которая непосредственно связана с политикой, так как формирует общественное мнение по отношению к определенным странам.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Проявление данной политики особенно свойственно странам в период кризиса, когда от лояльности населения зависит целостность государства, его мощь для продолжения своей деятельности в качестве самостоятельного игрока на международной арене. Полная смена режима и государственного устройства во втором десятилетии XX в., Вторая мировая война, «холодная война», последствия санкций — все это примеры тех в разной степени кризисных ситуаций в нашей стране, когда политика популизма была наиболее востребованной и эффективной, так как именно в тех случаях, когда мы наблюдаем некую угрозу для нашей страны, мы чаще обращаемся к эмоциональной составляющей нашего сознания, нежели к критической. Применение политики постправды и популизма свойственно не только странам с тоталитарными и авторитарными режимами, но она представляет собой прекрасную лазейку для демократической страны, где из-за особенностей собственного строя не может быть применено прямое и жесткое давление на общественное мнение.

Еще одной особенностью популизма и постправды является способность изменять собственное направление для того, чтобы захватить как можно больше потенциальных сторонников. Одно и то же явление можно преподнести с разных сторон, затронув чувства большего количества людей. Однако появление Интернета и свободного доступа к информации осложнило ситуацию; именно это не позволяет с той же легкостью, как более старшие слои населения, убедить молодое поколение в правильности правительственной или любой другой точки зрения. Независимые информационные агентства, доступ к статистике и документации, поиск альтернативных точек зрения и возможность обращаться к иностранным средствами массовой информации — все это создает некий «щит», который ослабляет потоки популизма и постправды. Свободный доступ к информации населения и критический её анализ — те инструменты, которые снижают эффективность политики популизма и постправды. Другое дело, что люди могут считать отличную от государственной точку зрения предательством; подобное можно наблюдать не только в России. Наконец, важной характеристикой популизма и постправды является абсолютная двоякость результативности их работы: с одной стороны, это эффективный инструмент коммуникации с огромным пластом населения, а с другой — явление, которое вызывает полную антипатию среди тех граждан, которые критически воспринимают предлагаемую информацию. Популизм не способен превратить все население в своих сторонников, он в одно и то же время находит и сторонников, и противников.

Литература

- Лапшин А. О. О новом популизме И глобализации (несколько замечаний) // Власть. – 2017. – № 4. – С. 16–18.
- Рахмаев А. И. Феномен популизма в странах Центрально-Восточной Европы: особенности формирования // Вестник экономики, права и социологии. – 2016. – № 1. – С. 303.

Ю.В. Ирхин (Москва)

ПРАКТИКИ И ТЕХНОЛОГИИ ПОПУЛИЗМА И ПОСТПРАВДЫ В ПРЕЗИДЕНТСКИХ ВЫБОРАХ (НА ПРИМЕРЕ США И ФРАНЦИИ)

Одной из важных особенностей президентской кампании в США 2016 г. явилось то, что два основных претендента на пост президента этой страны – Х. Клинтон и Д. Трамп – широко использовали в ней технологии популизма и постправды. Так, Д. Трамп глубоко понимал логику и значение массовой культуры в условиях сетевого

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

общества, имел опыт руководства весьма популярного в США телевизионного шоу «Кандидат», победитель которого получал работу в одной из его компаний. Кульминацией каждой серии был момент, когда Трамп произносил: «Вы уволены!». Фирменное: «Вы уволены» наделало столько шума, что в массовой продаже появились куклы в синем костюме и красном галстуке, произносящие эту фразу при нажатии кнопки. «Шоу познакомило с Трампом новое поколение избирателей, перед которым он предстал как некая смесь успешности, вульгарности и гедонизма» (Д'Антонио, 1916, 22). Это было необычно, даже для американских выборов, где всегда присутствует элемент театрализации. Такой постмодернистский подход некоторые поддерживали; другие пытались высмеять Трампа (особенно, пресса); третьим было просто любопытно. В результате образ, имидж Трампа выделялся и запоминался избирателям. О личности Трампа и его жизненном пути в США и за рубежом был опубликован целый ряд работ. Книги, написанный самим Трампом, стали бестселлерами и принесли ему широкую известность (Трамп, МакИвер, 2013; Трамп, 2016). На первом этапе праймериз он объективно показал лучшие результаты среди всех кандидатов-республиканцев; съезд Республиканской партии, прошедший 12–21 июля 2016 г., утвердил его официальным кандидатом в президенты США, а Майкла Пенса (губернатора штата Индиана) – кандидатом в вице-президенты США.

Потенциал Д. Трампа составил ряд факторов: сильная харизма, известная личная и политическая независимость как миллиардера, который «сделал себя сам», преодолев многие трудности, обладание существенными финансовыми средствами при рациональном их использовании, его поддержка частью руководства республиканской партии и губернаторами ряда штатов, опытная и сплоченная команда советников, хорошо владеющая современными информационными и маркетинговыми технологиями, многочисленные связи в деловой среде, поддержка влиятельных групп (генералитета, Ротшильдов). Трамп прекрасно владеет компьютерными технологиями и сам ведет или организует свою переписку: число его подписчиков в социальных сетях составляет 26 млн человек (Schmidt, Andrews, 2016, 18).

Во время избирательной кампании Трамп делал акцент на необходимость восстановить былое величие США, возродить производительную национальную экономику, создать значительное число новых рабочих мест, укрепить финансовую систему, обеспечить права, прежде всего, коренных граждан, ограничить бюрократический произвол чиновников из Вашингтона («осушить Вашингтонское болото»). Он учел недовольство многих избирателей положением дел в стране, часто обращался к синим воротничкам (в основном со средним образованием), предпринимательскому классу и др. Трамп также предлагал повысить почасовую зарплату до 10 долл.

Команда Трампа учитывала определенные изменения в социальной структуре США, где за последние десятилетия произошло «размывание» среднего класса и, соответственно, озвучивала разочарование американцев, в тех штатах, которые больше всего пострадали от экономических недугов за последнее десятилетие.

Запоминающийся имидж, разумный популизм, ксенофобия, национализм, хорошее знание экономических проблем штатов и экономики в целом, а также ярко выраженные коммуникационные способности создавали ему определенный уровень поддержки избирателей (Pollak, Schweikart, 2017, 132). Конкуренты стремились придать Трампу образ экстравагантного политика, у которого якобы нет опыта управления государством. Но когда Трамп обсуждал конкретные проблемы как США в целом, так и их регионов, он показывал отличное знание этих вопросов и выглядел

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

весьма профессионально. Конкуренты использовали против Трампа его двусмысленное высказывание о женщинах, сделанное десять лет назад. Однако семейное положение Трампа, всей его «большой семьи» было безупречным, особенно в сравнении с известными скандалами четы Клинтон. В результате за Трампа проголосовало больше женщин, чем за Клинтон. Важно заметить, что те, кто хотел бы проголосовать за Трампа, не всегда могли осмелиться высказать альтернативную точку зрения («спираль молчания») активно формируемой прессой позиции о якобы «неизбежной победе Клинтон» и «катастрофе» в ином случае.

Потенциал и шансы Х.Клинтон, как кандидата в президенты США, представлялись большинству журналистов и социологов предпочтительнее. В активе Клинтон были: опыт работы сенатором от штата Нью-Йорк; деятельность в должности Государственного секретаря; поддержка Президента США Б. Обамы, большинства СМИ (за исключением части социальных сетей), значительной части многочисленной либеральной интеллигенции, северо-американской финансовой элиты, правящего политического класса ЕС. Х. Клинтон написала яркие автобиографические книги, ставшие бестселлерами во многих странах и принесшие ей подлинно мировую известность (Clinton, 2015; 2016). О карьере Клинтон и истории ее жизни был опубликован целый ряд исследований. Во многих книжных магазинах США и за рубежом на самом видном их месте обычно выставлялась книги Клинтон солидного объема и большого формата с ее фотографией на обложке, заметной издали (Ирхин, 2015, 116). Она легко узнавалась избирателями. В то же время Клинтон недостаточно уделяла внимания нуждам избирателей штатов Средней полосы, делала неоправданный перекос в своей кампании на постоянные, бездоказательные замечания о том, что Д. Трамп вряд ли сможет быть достойным президентом, и голословные обвинения России в некоем вмешательстве в избирательную кампанию Демократической партии (хакеры и т.п.), которое, как и следовало ожидать, не было установлено. Удар по имиджу Клинтон нанесли публикации WikiLeaks; утечки из служебных документов Демократической партии США о ее сомнительных финансовых операциях с арабскими контрагентами и др. После скандала с утечкой официальной информации в бытность ее Государственным секретарем США и привлечения ФБР к его расследованию, рейтинги Клинтон снизились.

После победы на выборах Д. Трамп подчеркнул, что Х. Клинтон проиграла в том числе и из-за того, что сделала ставку не на те штаты. Клинтон считает, что ее проигрыш в основном связан с развернувшейся против нее информационной кампанией непосредственно перед выборами.

Выборы продемонстрировали новации информационного воздействия на избирателей, использованные командой Трампа. Речь идет об эффективном использовании «Больших данных» (Big Data), в которых содержится и обрабатывается огромная информация, выявляются разнообразные связи пользователей социальных сетей, по которым можно определять их характерные черты, идентифицировать и направлять адресную политическую информацию, учитывающую их психологические склонности.

Телеканал ABC показал, что проблема команда Клинтон была в основном в том, что она не сумела наладить должный диалог с избирателями. В то время как в обществе созрел запрос на перемены, демократы апеллировали к опытности своего кандидата и его поддержке избирателями тех штатов (например, Калифорнии), где у них уже были высокие рейтинги. Клинтон не сумела привлечь на свою сторону подавляющее большинство молодых избирателей: за нее проголосовало около 54% молодых американцев, а за Трампа — 37%. Для сравнения, в 2012 г. среди

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

избирателей от 18 до 29 лет более 70% поддержали Б. Обаму. За Трампа проголосовало около трети граждан США латиноамериканского происхождения (несмотря на его известные высказывания об ограничении миграции из Мексики) и значительная часть афро-американцев. Умелый синтез технологий популизма, постправды и классических избирательных методов с акцентом на интересы избирателей проблемных штатов позволили Трампу успешно решить поставленные задачи (Ирхин, 2017, 65). Выборы показали возрастающее значение имиджа кандидатов в президенты США, их лидерских и психологических качеств, профессионализма команды и групп поддержки, умения использовать технологии популизма и постправды в условиях сетевого общества.

Выборы Президента Франции в 2017 г., в отличие от условий США, хорошо прогнозировались. В победе Э. Макрона мало кто сомневался. Следует назвать факторы его доминирования: сплоченность французских элит, извлекущих уроки из победы Трампа; абсолютное информационное и организационное доминирование Макрона в Париже и ряде крупных городов (в Париже во всех многочисленных киосках были журналы с фотографиями на их обложках только Макрона, а в крупных магазинах на каждые 10 книг о нем только две о М. Ле Пен, часто негативные); почти полное отсутствие компрометирующих материалов о Макроне в ходе избирательной кампании; широкое использование во втором туре кандидатуры Ф. Фийона (третье место в первом туре), получившего почти столько же времени в СМИ, сколько Макрон и М. Ле Пен, но выступавшего против последней; ошибки М. Ле Пен в начале избирательной кампании, выступавшей с лозунгами, которые были сомнительны для большинства избирателей (выход из ЕС и т.п.). Упрощая актуализируя проблему выборов во Франции, можно сказать, что команда Э. Макрона лучше использовала технологии популизма и постправды.

Литература

- Д'Антонио М. Всегда мало: Дональд Трамп и жажда успеха. – М.: Эксмо, 2016. – 442 с.
- Ирхин Ю.В. Институт первых леди США: формирование, признание и очарование // Социально-гуманитарные знания. – 2015. – № 2. – С. 184–197.
- Клинтон Б. Моя жизнь. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 1088 с.
- Трамп Д., МакИвер М. Лидерство. Золотые правила Дональда Трампа. – М., 2013. – 260 с.
- Трамп Д. Трамп никогда не сдастся. 41 урок лидерства от эксцентричного миллиардера. – М., 2016. – 310 с.
- Clinton H.R. Living History. – NY.: Simon & Schuster, 2003. – 2215 p.
- Clinton H.R. Hard Choices. – NY.: Simon & Schuster, 2014. – 830 p.
- Pollak J., Schweikart L. How Trump Won: The Inside Story of a Revolution. – N.Y., 2017. – 256 p.
- Schmidt K., Andrews W. A Historic Number of Electors Detected, and Most Were Supposed to Vote for Clinton // The New York Times. – December 19, 2016. – 23 p.

Д.Б. Казаринова (Москва)

ПОПУЛИЗМ И ГЛОБАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК²

Глобальный кризис лидерства, социальная фрустрация и размывание среднего класса как эффект глобализации, а также новые формы коммуникации создали питательную среду для взрывного роста популизма по всей планете. Несмотря на многообразие форм, все представители этой зонтичной идеологии - паразита (в том смысле, что она не изобретает новых идей, а заимствует их у всего политического спектра) следует единому нарративу и единой стратегии. Распространено мнение,

² Текст доклада подготовлен в рамках реализации проекта РУДН «Религия и образование: социально политический контекст», НИР № 101206-0-000.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

что популизм – это цикличная «болезнь» демократии. Но возможно, наоборот, — лекарство от демократической энтропии. Перевернет ли популизм сложившийся международный порядок или оздоровит его, зависит от степени радикализации политического поля.

Популизм во всем мире на марше. Сегодня это тренд глобальной политики, «популизм предстает далеко не маргинальным, а магистральным политическим явлением» (Глухова, 2017, 53). В прошлом десятилетии породил там такие уникальные формы как *чавизм*. В Азии его лицом стал филиппинский президент Родриго Дутерте. Глобальный вызов – Исламское государство – также является одним из ярчайших и наиболее уродливых проявлений популизма. В последние 2-3 года популизм охватил и Северную Америку и Европу, дотоле считавшиеся нерушимым оплотом либеральной демократии. Вслед за однополярным *liberal interregnum* наступила эпоха постсовременного, постзападного миропорядка — *Post West order*. И масштабы этого превращения таковы, а степень взаимных трансграничных контактов так развита, что в западном мире стало принято говорить о «популистском интернационале» (*Populist international*) или «нелиберальном интернационале» (*Illiberal international*).

Популизм – явление транс-идеологического спектра. Базируясь на страхе как краеугольном основании современной политики (Дуткевич., 2017, 8–21) популисты заимствуют риторику и правых, и левых, часто вплетая ее самым причудливым и зачастую противоречивым образом в свой дискурс. Однако несмотря на разнообразие популистских движений, все они развивают свои идеи по единой схеме. По мнению профессора мадридского университета Комплутенсе М.-Х.Канел (Aduriz, 2017, 51–53), устойчивый нарратив популизма любого толка содержит несколько базовых компонентов: 1) идея внешнего по отношению к народу врага, который оперирует скрытыми и агрессивными методами; 2) идея прямой демократии в обход сложившихся политических институтов, действующих исключительно в интересах истеблишмента (*Illiberal democracy VS Liberal non-democracy*); 3) идея возвращения власти и контроля народу; 4) предельно простые решения крайне сложных проблем; 5) четко сформулированное послание (месседж); 6) подмена реальных проблем надуманными и их раздувание; 7) недоверие традиционным СМИ за обслуживание интересов элит; 8) наличие харизматичного лидера, эксперта в области коммуникации; 9) активное использование новые медиа, гораздо эффективнее традиционных конвенциональных политических партий; 10) медиатизация политики и видеократия (*videocracy*).

Популисты так успешно используют социальные сети, потому что Интернет поощряет прямую коммуникацию между народом и его лидерами, минуя посредников, за что ратует риторика популизма. Новые медиа являются идеальной питательной средой для постправды и популизма по ряду причин. 1. В отличие от традиционных СМИ, где роль журналиста основная, новые медиа более анонимны, их главными акторами являются лидеры мнений. 2. Соцсети поэтому наполнены краткой, упрощенной информацией, слухами и «альтернативными фактами» и эмоциями, которые образуют феномен Пост-правды (*Post-truth*), которыми оперирует популизм. 3. Доступность сетей: дешевизна и широкое распространение сетей, что позволяет активно выступать популистам самого разного спектра. 4. Возникает парадоксальная ситуация: с одной стороны, сети позволяют осуществлять двустороннюю коммуникацию и делают большие возможности демократии, с другой — голоса популистов полностью заглушают любые другие мнения, ставя Твиттер и Фейсбук под свой контроль.

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Электронная демократия, таким образом, не оправдывает возлагавшихся на нее оптимистических надежд. Большая доступность не делает электронную демократию более демократичной. В целом взаимоотношения демократии и популизма сложны и неоднозначны (Вайнштейн, 2017, 20-82), а ученые даже предлагают термин «*новый популизм*» для того, чтобы подчеркнуть особенность современной антилиберальной, альтернативной западному мейнстриму стратегии.

Популизм: эпидемия и лекарство? Популизм, будучи глубоко замешан на эмоциях, и, в первую очередь, страхе, всегда имеет и рациональное основание; это — критика плохо работающих институтов. Популизм — феномен циклического характера, тесно связанный с демократией, по мнению испанского политолога Л. Арройо, или «тень» демократического режима. Он может проводить как к негативным последствиям (авторитаризм как закономерное развитие популизма и столкновение популистских режимов), так и к позитивным — обновлению и «пробуждению» конвенциональной политики, преодолению демократической энтропии и дефицита. В этом случае популизм является не болезнью демократии, а лекарством от другой ее болезни — эрозии, или энтропии (*Democratic entropy*) (термин профессора Автономного Университета Барселоны Ж. Ботельи), когда в отсутствие реальной политической борьбы по мере сближения позиций левых и правых в истеблишменте формируется устойчивый консенсус, а политика начинает восприниматься как бизнес элитных слоев. Не случайно авторы Munich Security Report 2017 “Post-Truth, Post-West, Post-Order?” утверждают: «Главная разделительная линия в политике все меньше проходит между левыми и правыми и все больше между двумя полюсами — либеральным космополитическим и популистским, авторитарным и ксенофобским» (Munich..., 2017, 6).

Такая ситуация вскоре порождает волну популизма, он становится зеркалом для общества, хоть и зеркалом кривым. Помимо этого, популисты вводят в общественный дискурс темы, тревожащие общество, но табуируемые «нормальными» политиками. Такой темой становится в первую очередь проблема миграционного кризиса в Европе. Популисты в этом случае становятся «клапаном для спуска пара» в обществе, убергая его от социального взрыва. Так, например, под влиянием популистской риторики, позиция системных политиков по отношению к регулированию миграционных процессов в Европе заметно эволюционирует от заученных формулировок об открытости и толерантности ко все большей кондициональности. Политики начинают говорить об условиях, которым должны удовлетворять мигранты, чтобы влиться в принимающие общества. Еще недавно такие заявления были немыслимы.

Таким образом, новый популизм, или, как его еще называют, постсовременный популизм, (*postmodern populism*) демонстрирует еще одну грань противоречия: между новыми формами, методами и подходами и ретронационализмом, который является его составной частью. Призывая к золотому веку, к хорошо забытому старому, популизм в современном мире ведет к новым реалиям. Он поднимает волну антисистемной политики или анти-политики (*Anti-Politics*), который претендует на то, чтобы опрокинуть или, по крайней мере, ужать нормативный проект (*Normative project*) Запада.

Многие политики и политологи считают, что «лекарство от демократической энтропии» уже дало свои плоды и происходит некоторое оздоровление европейской политики: Д.Трамп и Brexit дали новый импульс европейскому единству, европейские социал-демократы, долгое время бывшие на обочине политического процесса, делают усилия по созданию общеевропейского Альянса Прогрессистов (*Progress*

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

alliance), а Brexit породил *Regrexit* (Soros, 2016) — кампанию по трансформации ЕС, его обновлению и выходу на новую стадию развития.

Дж. Сорос в статье «Promise of Regrexit» утверждает, что Европа постепенно осознает необходимость выхода из ловушки либерализма и возвращения к социал-демократии. Европейские лидеры должны признать, что ЕС находится на грани распада. Вместо того, чтобы обвинять друг друга, они должны сплотиться и принять исключительные меры. Среди таких мер Дж. Сорос называет следующие. Во-первых, четкое разграничение между членством в ЕС и еврозоны. Не-члены еврозоны не должны подвергаться дискриминации. Еврозона должна иметь свою казну и бюджет, Европейский Центральный банк должен стать полноценным финансовым органом. Во-вторых, ЕС должен использовать не задействованные пока в значительной степени собственные кредитные возможности. В-третьих, ЕС должен укрепить свою оборону, чтобы защитить себя от внешних врагов, которые могут воспользоваться его нынешней слабостью. Самый большой актив ЕС, по мнению Дж. Сороса, это — Украина, чьи граждане готовы пожертвовать жизнью для защиты своей страны и Европы. В-четвертых, планы ЕС по борьбе с кризисом беженцев должны быть тщательно пересмотрены. Они пронизаны заблуждениями и нестыковками, которые делают их неэффективными. Таким образом, довольно популистские по форме (внешний враг, простое решение сложной проблемы, четкий план радикальных действий) заявления Дж. Сороса демонстрирует оптимистический взгляд на будущее европейской интеграции.

Но популизм «встряхивает и оздоравливает» не только европейский регион. В глобальном масштабе болезнь демократического мира, западной либеральной религии подвергается сомнению «популистским интернационалом», как его называют западные авторы. За пределами Запада предпочитают говорить о справедливом мировом порядке — “*just world order*— if you want you can call it a post-West world order” (Lavrov, 2017). Применяется также термин «параллельный порядок» (*parallel order*), который подразумевает дополнение, а затем, возможно, замещение нынешних международных институтов. Этот порядок уже находится в процессе становления; он включает, среди прочего, такие институты, как Новый банк развития БРИКС и Азиатский банк инфраструктурных инвестиций (альтернатива Всемирному банку), Универсальный кредитный рейтинг (в качестве альтернативы Moody's, S&P и Fitch), китайская платежная система China Union Pay (в дополнение MasterCard и Visa), CIPS (альтернатива SWIFT), БРИКС (дополнение к Большой Семерке G7), и многие другие инициативы. Многие из них до сих пор неизвестны большинству, но некоторые из этих институтов будет играть ключевую роль в становлении пост-западного порядка. Важно отметить, что Германия и ряд других европейских государств, несмотря на давление США, решили подключиться к некоторым китайским инициативам (Post-Western..., 2017). Такие новые технологии управления финансами как Биткойн тоже оставляют Запад без контроля, так как в них в принципе не возможно государственное или частное управление системой.

Таким образом, мир становится пост-западным не только в силу геополитических амбиций незападных игроков, но и по объективным причинам распространения технологий не только поверх национальных, но и поверх региональных и даже макро-региональных границ. Глобальный «новый» популизм сегодня громко заявляет право на альтернативу в складывающемся глобальном порядке. И главным лейтмотивом является в нем запрос на справедливость.

Литература

Вайнштейн Г. Современный популизм как объект политологического анализа // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 4. – С. 69–89.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Глухова А. Популизм как политический феномен: вызов современной демократии // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 4. – С. 49–68.

Дуткевич П., Казаринова Д. Страх как политика // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 4. – С. 8–21.

Aduriz I. Asi convence El Populismo. Cambio 16. 2017. N 2.235.

Munich Security Report 2017 “Post-Truth, Post-West, Post-Order?”. URL: <https://www.securityconference.de/en/discussion/munich-security-report/>

Post-Western world: How are emerging powers changing the world? URL: <http://www.postwesternworld.com/2017/03/28/post-western-order/>

Russia's foreign minister calls for 'post-West world order' in speech to global leaders. URL: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/russia-post-west-world-order-lavrov-munich-security-conference-nato-trump-putin-ukraine-syria-assad-a7587006.html>

А.Н. Канюков (Санкт-Петербург)

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ДОВЕРИЕ В ДИСКУРСЕ «ПОСТПРАВДЫ» XXI ВЕКА

Вопрос доверия к политическому дискурсу всегда будет подниматься в информационном пространстве. Завоевание власти и противодействие такому завоеванию заставляет политических акторов ставить под сомнение правдивость оппонентов. Но может ли выйти политическая коммуникация за пределы правдоподобного, какова роль доверия, вытекающая из этих тезисов? Какую методику можно применять для исследования дискурса «постправды» XXI века?

Концепт «правдоподобное» сохраняет свою философскую и научную ценность уже на протяжении двух с половиной тысяч лет. Этимологически понятие восходит к греческому «*eoikota*», которое мы находим еще у досократиков. Так, Парменид характеризовал свою теорию следующим образом: «Я излагаю тебе вполне правдоподобное мироустройство» [Дилс, Кранц, 1951–1952, 291]. Его ценность связана с неким срединным положением, попыткой примерить собственный опыт человека и внешний мир. Концепт подчеркивает сложность постижения реального и влияние субъективного, что позволяет сохранить рациональный взгляд на всю сложность познавательного процесса. «Правдоподобное» является имманентным современному политическому дискурсу «постправды».

«Постправда» раскрывает себя в механизмах обретения смысла и формирует наше мировоззрение посредством идеологии, религии и науки. Обретение смысла в языке происходит через «правдоподобное», которое обретает «реальное» посредством внутренних психических механизмов. Жак Лакан раскрывая этот механизм указывал, что чувство реальности является следствием работы памяти и заключается в том, что некое воспоминание или всплывшее в памяти впечатление организуется в историческую последовательность [Лакан, 2014, 149]. Для целей пропаганды принципиальное значение получает референтная группа, с которой мы сравниваем наши позиции, а также *mass media*, которые питают информацией данную группу.

В современной лингвистике есть определенное согласие с тем, что ни слова естественного языка, ни морфемы, ни структурные схемы словосочетаний и предложений не выражают правды или неправды [Киклевич, 2014, 265]. Данным обстоятельством пользуется идеология. Наиболее разумно полагаться в этом случае на принятие аргументации, максимально соответствующей стандарту научного познания, в основу которого положены логика и эмпирический способ проверки. Это означает, что, чтобы принять идеологию, необходимо, чтобы все ее теории были верны, т.е. доказаны.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В настоящее время мы наблюдаем сакрализацию общественной жизни в России. Религия все больше становится частью политического пространства, в том числе пытаясь завоевать и научное. В связи с этим нам хотелось бы представить аргументы, почему для научного познания не имеет значения наличие Божественной силы, не могут быть приняты аргументы со ссылкой на нее. Раскрывая первый аргумент, нам представляется необходимым указать лишь на то, что использование всего божественного и чудесного зависит от сверхъестественного существа, значит, не может стать частью научного опыта по желанию ученого. Вторым аргументом касается определения того, что является уникальным источником теологического знания. Если мы говорим о Божественном знании, то доступ к нему ограничен отсутствием какой-либо связи с источником. Третьим аргументом выступает позиция К. Поппера, согласно которой подлинно эпистемологический вопрос относится не к источникам, нас интересует, скорее, истинно ли высказанное утверждение, согласуется ли оно с фактами (Поппер, 2008, 53). Следовательно, попытки заявить о научных открытиях на ввиду доступности божественного собственному опыту должны встречать жесткое противодействие, ввиду невозможности верификации и рисков фальсификации данного явления.

В политической коммуникации акторы, пытаясь завоевать доверие, делают дискурс максимально правдоподобным, приближенным в большей или меньшей степени к реальности. Мы вынуждены признавать, что доверие к политическому дискурсу, а через него к самому политику, не имеет укорененности в объективном, истинном и неизменном. Политическое доверие в коммуникативном пространстве обладает всеми характеристиками веры и должно трактоваться согласно ей. Поскольку политический дискурс в конечном счете нацелен на управление властными полномочиями, для анализа политического текста как для анализа постправды необходим некий банк методик. Мы предлагаем авторскую методику «ЭМОИ» как инструмент сплошного анализа политического текста. Она состоит из 28 правил. Методика предназначена для выявления функциональных характеристик политических акторов в медиапространстве, формирующих их политический образ.

Используя ЭМОИ, нами были проанализированы инаугурационная речь Президента Российской Федерации В.В. Путина от 7 мая 2012 г. и речь Дональда Трампа на инаугурации в 2016 г. В инаугурационной речи В. Путин целенаправленно выбрал имидж «патриота», второй присутствующий имидж — «президент». О нем специально упоминается, чтобы подчеркнуть статусность выступающего, но при этом целенаправленно делается упор на патриотизм. Обществу представлена характеристика, которая обладает максимальной непротиворечивостью. В дискурсе отсутствуют какие-либо упоминания оппонентов. Выступающий старается максимально концентрироваться на том, что представляет граждан страны в целом. Это подтверждает и выбор основного контрагента. В своем выступлении актер подчеркивает обращение к народу, реализуя ту цель, для которой и служит данная речь. Использованная аргументация указывает на стремление обратиться, в первую очередь, к эмоциональной составляющей сознания. Единственная отсылка к рациональной аргументации — это формальные речевые шаблоны. Наряду с ними присутствуют обещания, связанные преимущественно с патриотизмом. В выступлении Д. Трампа представлен целый спектр имиджевых характеристик, каждая из них характеризует то, каким говорящий должен предстать перед населением США. Выделены две основные характеристики: защитник народа и патриот. Основным противником выбран действующий истеблишмент, что должно сблизить новоизбранного президента с народом. Но настоящий герой данной речи — это контрагент. Отсылки к гражданам США превышают суммарную характеристику

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

двух ведущих имиджевых образов президента. Выступление строится на обещаниях и эмоционально положительно окрашенных словах. Подчеркивается противопоставление негативного политического опыта граждан, живших под контролем прежнего истеблишмента, и обещаний радикальных изменений.

Если сравнивать оба выступления, то они, возможно, в силу жанра инаугурационной речи, имеют высокую степень популизма и минимальные отсылки к рациональной аргументации. В одном случае делается ставка на достижения и патриотические чувства, что характерно для уже действующего должностного лица, в другом случае — на обещания защиты интересов общества в противостоянии истеблишменту и разным силам во внешней политике, которые мешают титульной нации жить счастливо.

В рамках доклада, помимо эмпирического анализа инаугурационных речей, представлены теоретические положения для осмысления феномена политического доверия в условиях «постправды», позволяющие проследить истоки современного взгляда на политический дискурс, который строится на основе конфликта и предельно субъективен. Для анализа дискурса предложена методика ЭМОИ, направленная на выявление способов воздействия на формирование политического имиджа и доверия к нему.

Литература

Киклевич А.К. Динамическая лингвистика: между кодом и дискурсом. – Харьков: Гуманитарный центр, 2014. – 444 с.

Лакан Ж. Психозы (семинар, книга III (1955/1956)) / пер. с фр. А. Черноглазова. – М.: Гнозис, 2014. – 432 с.

Поппер К.Р. Предположения и опровержения: Рост научного знания / пер. с англ. – М.: АСТ: АСТ Москва, 2008. – 638 с.

Diels H., Kranz W. Die Fragmente der Vorsokratiker. – 6th ed. – Dublin, Zurich: Weidmann. – 3 vols. – 1951–1952. – 1592 p.

В.Д. Коваленко (Санкт-Петербург)

ПОСТПРАВДА: СУБЪЕКТИВНОСТЬ И ПОСТМОДЕРНИЗМ

Сама природа феномена «постправды» как новой политико-философской категории является крайне ненормативным феноменом. Понятие «постправда», или «post-truth», по определению Оксфордского словаря, семантически означает «прилагательное, определяемое как относящееся к или обозначающее обстоятельства, при которых объективные факты менее влияют на формирование общественного мнения, чем призывы к эмоциям и личной вере» (Word of the Year 2016... 2016). Семантика данного термина совпадает с самой его происхождением (на странице термина в Википедии утверждается, что первым эту категорию ввел некий блогер на сайте «grist» (Post-truth politics, 2010). Так это или нет, решительно нельзя выяснить, что в своем роде является уже постправдой и может только приниматься на веру. Выведенные на передний план фигуры веры и эмоций, дезавуирующее категорию «объективность» (исходящую из эпохи Просвещения) синонимичны с общей политико-философской парадигмой современности — с постмодернизмом, чья «...позиция демонстрирует недвусмысленный скептицизм по отношению к тому общему пониманию человека и общества, которое стало следствием стремления эпохи Просвещения трактовать действительность на основе объективности (или системной субъективности), разумности и универсальности» (Мусихин, 2013, 104).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В этом противоречии веры и рациональности / эмоций и объективности лежит главный конфликт между идеологиями модерна, его рационалистическими и объективными установками и постмодернистской парадигмой. Подобное смещение акцентов в философии, как следствие, и в «духе времени» (если понимать под этим определение по Гегелю), мы видим в двух процессах: а) появления философии Ф. Ницше как предвестника постмодернизма (Емелин, 1999); б) победа картезианства в европейской мыслительной парадигме. В первом пункте мы не будем разбирать предвещание постмодернизма в философии Ф. Ницше, поскольку данная работа была бы весьма объемна. Однако, если «возможно, вся европейская философия — лишь набор комментариев к Платону», то осмелимся добавить, что вся европейская философия с середины XIX века — набор комментариев к Ницше. В контексте феномена «постправды» крайне важным является то, для Ницше понятие «истина» — «движущая толпа метафор, метонимий, антропоморфизмов, — короче, сумма человеческих отношений, которые были возвышены, перенесены и украшены поэзией и риторикой и после долгого употребления кажутся людям каноническими и обязательными: истины — иллюзии, о которых позабыли, что они таковы; метафоры, которые уже истрепались и стали чувственно бессильными; моменты, на которых стерлось изображение и на которые уже смотрят не как на монеты, а как на металл» (Об истине и лжи...). Ф. Ницше определяет мир как интерпретацию, мир явлений для него — это мир становления, «гераклитов поток», в котором всё течёт и изменяется» (Звездина, Корнилова, Ланцова, 2011, 275–280), «тем самым человек — только интерпретатор и истолкователь мира явлений» (там же).

Ж. Лакан, Л. Альтюссер, М. Фуко, Ж. Делез, Ж. Деррида, М. Серр, Ж-Ф. Лиотар, Ж.Л. Нанси, Ф. Лаку-Лабарт, Ф. Гваттари, считающие Ф. Ницше своим предшественником, довели его учение до Абсолюта. Мы не зря упомянули Платона, потому что, если в его учении «истина» была объективно задана и существовала, то в учении Ницше и парадигме постмодерна истина невозможна в принципе, как категория она сводится к интерпретации. Подобное размывание понятия «истина», вольная трактовка явлений в мире и событий этого мира, впитавшихся в «дух времени», и есть предтеча современного феномена постправды, однако без следующего пункта оно было бы невозможно. Проблема картезианства заключается в унификации мира в контексте конкретного субъекта. Сама фраза «Cogito, ergo sum» выводит на передний план не сущность мира, не его данность, не феномен бытия, а именно мысленные операции и мышление как таковое. Поэтому, вполне возможно, благодаря картезианству и возникает одиозное явление империализма, изничтожения коренных народов — не по религиозным и экономическим воззрениям, а исключительно потому что в этих воззрениях заложена центральность мыслящего субъекта. В работе «Ориентализм» Э. Саид упоминает, что «...обеспечивало эту культурную гегемонию как внутри, так и вне Европы: идея европейской идентичности как превосходства над всеми другими неевропейскими народами и культурами. Вдобавок ко всему существует гегемония европейских идей по поводу Востока, сама утверждающая снова и снова превосходство Европы над восточной отсталостью, как правило, не допускающая возможности того, что некий более независимый или скептически настроенный мыслитель может иметь и другие взгляды по этому поводу» (Саид, 2006, 13).

В данном контексте необходимо упомянуть М. Хайдеггера, который, поднимая проблему «технизации» человечества, пользуясь феноменологией Гуссерля, сместил акцент с мыслящего субъекта на бытие (Зейфрид, 2002), актуализировав феномен «техноморфизма» (Маливский, 2013, 14–22), отмечая, что его дальнейшее

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

распространение ведет к деформации природы человека (там же). Здесь мы осмелимся сделать акцент на том, что «постправда» является продуктом картезианства, как выделение «сogito», вместо «sum». Однако сама природа «технизации» и «техники» исследовалась не одним М. Хайдеггером; в работах середины XX века «Совершенство Техники» и «Машина и Собственность» Г.Ф. Юнгер акцентировал внимание на подчинении человека технике, на власти технических алгоритмов над человеком (Юнгер, 2003, 615). Данные утверждения были сделаны около 70 лет назад. Если мы обратимся к современной технике, которая с ее возможностью мгновенно получать информацию из любой точки мира и делиться данной информацией становится серьезным способом власти и подчинения. Так, современная техника привносит в жизнь следующие явления: а) у людей нет возможности проверить сведения, которые им поставляются СМИ; б) на фундаменте первого пункта появляется возможность дискретизации информационного поля по линии трактовки и интерпретации каких-либо событий. Так, по данным eMarketer к 2018 г. в мире будет порядка 2,5 миллиардов смартфонов (2 миллиарда потребителей..., 2016), а агентство CNET еще в 2014 г. сообщило о том, что «количество активных смартфонов и планшетов превысило население Земли» (Количество активных..., 2017).

Получается, что в условиях современности мы имеем огромное количество технических устройств, способных связывать между собой людей по всему миру по разным интересам – от сексуальных извращений и транснационального терроризма до коллекционирования плюшевых мишек в обход всякого контроля со стороны государства и общества. Техника ушла достаточно далеко, в отличие от общественного развития людей. Подобная стихийная выработка ассоциаций и сетевых сообществ порождает в обществе постоянное создание новых сетей и их постоянное разрушение, создание новых «нарративов» и их «снятие».

Когда в Санкт-Петербурге произошел теракт 3 апреля 2017 г., стихийно появлялись сообщения о взрывах на прочих станциях метро, вырабатывающихся внутри небольших сетевых сообществ и уносящиеся дальше в сеть. В условиях развития техники и информационных технологий человек впадает в ситуацию отчуждения от реальности, он выброшен из реального мира и не может проверить подаваемые ему сведения. Человек может только принимать их на веру либо не принимать. Выбор информации заключается теперь не только в объективности, проверке и дифференциации сведений, а в принятии или не принятии на веру той или иной интерпретации событий или сообщения о событии вообще.

Постправда – это не явление в полной мере институциональное или политехнологическое, хотя и такое тоже, постправда – это продукт долгого развития и превалирования субъективности и интерпретации мира в отрыве от самого мира. Вся информация в парадигме постмодерна становится постправдой, которая созвучна с «симулякром» Бодрийара. Проблема в том, что интерпретируемая реальность все больше начинает подаваться в качестве апелляции к эмоциям и вере (здесь можно привести пример интернет-агитации Навального, которая построена на призыве к эмоциям и четкой дуальности «хороший–плохой»). Главное в информации – эпатаж, образ и соответствие определенной парадигме без оглядки на реальность. Так, руководитель ведомственной науки и советник министра по научной работе министерства Алии и интеграции Израиля, профессор отделения политологии и изучения Ближнего Востока Университета А.В. (Зеева) Ханин в лекции для студентов Института социально-философских наук и массовых коммуникаций и Института международных отношений, истории и востоковедения Казанского федерального университета сказал, что, «когда в 2013-ом году случилось

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

то, что случилось, да, в Сирии режим Асада использовал, как принято считать, что они отрицают, тогда масштабно использовал химическое вооружение, скажем так, второе, после применения Саддамом Хусейном масштабное использование химических вооружений против своих политических противников, понятно, там пострадало гражданское население. В Дамаске то, что это они отрицали, но, так сказать, в данном случае, не мне вам рассказывать, особенно господа журналисты прекрасно знают, что иногда виртуальная реальность она не менее реальна, чем физическая» (Ближневосточная политика..., 2017). Можно констатировать, что правда как объективная истина, как соответствие реальности заменяется формой эрзац-религии в виде комплексной веры в те или иные сообщения, советуемые представлениям реципиента.

Литература

2 миллиарда потребителей по всему миру обзаведутся смартфонами к 2016 году // BYYD. – URL: http://www.byyd.me/ru/blog/2015/06/2_bln_consumers_worldwide_to_get_smartphones_by_2016/ (дата обращения 08.07.2017).

Post-truth politics // grist. – URL: <http://grist.org/article/2010-03-30-post-truth-politics/> (дата обращения 07.07.2017).

Word of the Year 2016 // English oxford living dictionaries. – URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (дата обращения 07.07.2017).

Ближневосточная политика в «эпоху Трампа» — взгляд из Иерусалима. Лекция 3. Ханина. 24.04.17 // YouTube. – URL: <https://www.youtube.com/watch?v=8CWne66jtus&t=304s> (дата обращения 08/07/2017).

Емелин В.А. Ницше и постмодернизм // Социальная философия и современность. – М.: ИНИОН РАН, 1999. – URL: <http://emeline.narod.ru/nietzsche.htm> (дата обращения 08/07/2017).

Звездина А.А., Корнилова Г.И., Ланцова И.В. Мир как интерпретация // Вестник ИрГТУ. – 2011. – № 1 (48). – С. 275–280.

Количество активных смартфонов и планшетов превысило население Земли // TJ. – URL: <https://tjournal.ru/p/more-phones-than-people> (дата обращения 08.07.2017).

Лассуэл Г. Техника пропаганды в мировой войне / Пер. с англ. Н.М. Потапова. – М.-Л.: Изд-во военной политической литературы, – 1929. – 200 с.

Маливский А.Н. Хайдеггер Об антропологических интенциях философствования Декарта // антропологічні виміри філософських досліджень. – 2013. – № 3. – С. 14–22.

Мусихин Г. Очерки теории идеологий. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2013. – 365 с.

Об истине и лжи во вненравственном смысле // Фридрих Ницше. – URL: <http://nietzsche.ru/works/other/about-istina/> (дата обращения 08.07.2017).

Саид Э. Ориентализм. Западные концепции Востока. – СПб.: «Русский Миръ», 2006. – 640 с.

Томас Зейфрид Хайдеггер и русские о языке и бытии // Новое литературное обозрение. – 2002. – № 53. – URL: <http://magazines.russ.ru/nlo/2002/53/zeif-pr.html> (дата обращения 08.07.2017).

Юнгер Г.Ф. Совершенство техники. – СПб.: Владимир Даль, Фонд "Университет", 2003. – 615 с.

В.Н. Колесников (Санкт-Петербург)

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ АКТУАЛЬНОЙ ПОВЕСТКИ ДНЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Современная наука выработала несколько концептуальных подходов к проблематике политической повестки дня – ее сущности, условий и технологий ее разработки, роли различных политических субъектов в этом процессе и т.п. В широком контексте политическая повестка дня предстает в аналитическом дискурсе как совокупность актуальных социальных проблем, отражающих потребности общества или отдельных групп интересов, на которые субъекты государственного управления готовы обратить внимание и способны реагировать (Ямалнеев, 2015). В практическом плане повестка дня увязывается со способностью и готовностью

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

политиков и администраторов решать актуальные социальные проблемы, отражающие потребности общества или отдельных групп интересов (Дегтярев, 2004, 163–164). Все имеющиеся различия в трактовках политической повестки дня базируются на одном социально-политическом основании: речь идет о системе актуальных социально-политических проблем, отвечающие интересам значимой части общества и требующих адекватного политического решения. Следующий теоретический момент, который необходимо, на наш взгляд, принимать во внимание в нашем случае, заключается в тезисе о том, что повестка дня воплощает в себе функцию взаимодействия основных политических акторов в реальной политике

Политико-коммуникативный дискурс современной отечественной аналитики характеризуется по крайней мере двумя важными особенностями. Первая из них связана с недооценкой проблемы системности политики, предполагающей анализ степени ее фрагментарности, функциональной полноценности основных институтов и их эффективности, организованности и степени рациональности поведения политических субъектов (Казаков, 2011, 70–74). Вторая особенность современной аналитики повестки дня связана с преобладанием медиакратического подхода. В рамках теории артикуляции повестки дня современные исследователи особое значение придадут тезису Б. Коэна о том, что СМИ не могут указывать людям, что им следует думать, но они обладают мощным потенциалом для наведения на мысль, о чем думать; основное влияние СМИ на аудиторию заключается в «строительстве повестки дня», а не в навязывании определенных взглядов и идей. П. Бурдые выделил одну из важных тенденций развития современных представительных демократий, что вполне подтверждается отечественной политической практикой. Французский ученый приходит к выводу о том, что, чем дальше идет процесс институционализации современных демократий, «...тем больше борьба за “умы” уступает место борьбе за “посты” и все больше активисты, объединенные единственно верностью “делу”, отступают перед “держателями доходных должностей...”» (Бурдые, 1993, 216–217).

Важно учитывать еще один важный нюанс: отсутствие единой «повестки дня» во всех ее возможных вариантах. Очевидно, что информационный контент Интернета достаточно сильно отличается от совокупного содержания печатных изданий. Еще больше разнятся между собой характер и содержание материалов СМИ, настроенных по отношению к действующей власти лояльно и оппозиционно. Таким образом, отсутствие внутреннего единства в отдельном аспекте повестки дня (общественном, политическом или медийном) является детерминирующим обстоятельством исследования рассматриваемой проблемы. Но в нашем случае, полагаем, следует ставить на первый план социально-политическую обусловленность процесса агрегирования и артикуляции вопросов актуальной повестки дня.

В свете вышесказанного при обращении к реалиям современного отечественного политического процесса возникает ряд прикладных аналитических вопросов. Речь идет о таких вопросах, как степень адекватности реализуемой повестки дня, степень соответствия официальной повестки дня, представляемой обществу ведущими политическими акторами реальным потребностям общественного развития в реальном времени, роли коммуникационных технологий в этом процессе, проблемы доминирования повестки дня определенного типа как инструмента политического господства.

Сам процесс артикуляции и агрегирования актуальной повестки дня базируется на всестороннем укреплении отечественного традиционализма, философии державности и патриотизма, преимущественно в формате лояльности к

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

государственной власти. Отсутствие в стране большого политического проекта компенсируется реанимацией известных идей из прошлого России, в первую очередь русской идеи и особой исторической миссии России. В то же время, обновляется тактика взаимодействия с общественными институтами с целью повышения управляемости институтов политической коммуникации, в том числе контроля различного рода общественных инициатив.

Какие сюжеты публичного пространства структурируют сегодняшнюю повестку дня? Это — «тоска» по большому политическому проекту, представленная в виде реанимация поиска национальной идеи, русской идеи, русского мира и т.п. Отчетливо выражены также упреждающие формы социальной активности как купирования протеста, как ответ на потребность самовыражения общества. Смещение повестки дня в сторону от острых проблем внутреннего развития компенсируется трактовкой исторических и внешнеполитических событий на базе бытовой массовой психологии.

В этом же контексте можно рассматривать тенденцию замены научно-аналитического дискурса непрерывным информационным потоком экспрессивного характера, призванного воздействовать не на разум человека, а на его чувство. В целом современное российское публичное пространство можно оценить как систему, в которой политики все сильнее замыкаются в своем собственном мире, поддерживая связь с обществом при помощи манипулятивных техник, основанных на рекламе и маркетинговых исследованиях, в то время как все формы конституционной демократии продолжают функционировать. В этих условиях востребован результативный научный анализ состояния современного публичного пространства. Основное противоречие в российской политической системе в настоящее время — между ее ориентацией на поддержание любой ценой стабильности как в элитах, так и отношениях в обществе и нарастающими симптомами ее неэффективности, напряжениями в элитах и депрессивными настроениями в обществе.

Предлагаемая повестка дня в реальных условиях отечественного политического процесса целом может быть характеризована как отвлекающая внимание и интерес общества от нарастающих внутренних проблем социально-экономического характера. Вместо того, чтобы анализировать объективную реальность — экономику, социальные отношения, политику, внимание сосредотачивается на обсуждении того, что и как сказано противной стороной (Красин, 2013, 51–58; 2014, 268–269). В этом же контексте можно рассматривать тенденцию замены научно-аналитического дискурса непрерывным информационным потоком экспрессивного характера, призванного воздействовать не на разум человека, а на его чувство. На процесс формирования актуальной повестки дня в современной России воздействуют такие факторы как разрыв между реальной и официальной повесткой дня; смещение повестки дня в сторону внешней политики эксперты объясняют тем, что международные проблемы носят ненавязчивый характер, так как люди непосредственно не сталкиваются с ними в повседневной жизни, а их значимость для населения определяется во многом благодаря активности СМИ и политических субъектов (Мамонов, 2008, 63–66); начало президентской избирательной кампании; упреждающее воздействие государства на коммуникационные процессы в сфере общественных отношений; перекося в картине мира, которую создают в настоящее время наиболее действенные акторы коммуникационного пространства, прежде всего государственно-ориентированные масс-медиа. В отношениях с зарубежным миром мы стали терять общий язык аналитики: вместо дискуссии — непонимание смыслов (Красин, 2014, 268–269). Ускоряющаяся динамика геополитических и

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

региональных ментальных разрывов с трудом находит интерфейсы взаимопонимания. Одной из важных, но вместе с тем недостаточно изученной является проблема зависимости характера оценки политических институтов и отдельных политиков от структуры и содержания повестки дня населения.

Однако в 2016–2017 гг., во многом вследствие украинского кризиса и нарастающего обострения отношений РФ с ведущими мировыми державами, мы наблюдаем, как общая картина актуальной повестки в России начинает заметно меняться. В первую очередь это касается межличностной повестки дня. По данным Левада-Центра за 2016 г., самыми острыми проблемами РФ, по мнению россиян, является рост цен (77%), бедность/обнищание большинства населения (49%) и рост безработицы (43%). Еще 38% респондентов по результатам опроса в декабре 2016 г. были обеспокоены кризисом в экономике, плохим состоянием промышленности и сельского хозяйства, 27% — обесцениваем рубля, 26% — резким расслоением на богатых и бедных, несправедливым распределением доходов. В то же время война на востоке Украины, по сравнению с 2015 г., стала волновать россиян гораздо меньше — 28% в 2015 г. против 14% сейчас.

Между тем официальная повестка дня, артикулируемая в первую очередь федеральными телевизионными каналами, продолжает занимать львиную долю телевизионного пространства проблемами международной политики РФ в рамках философии противостояния России агрессивному западному миру. В этих условиях отчетливо выделяется нарастающая тенденция расхождения двух вариантов отечественной повестки дня — на уровне межличностных отношений и на официальном уровне.

Анализ новейшей практики отечественного общественного процесса позволяет вносить в этот перечень свои коррективы. Во-первых, активизация сетевой и уличной гражданской активности вокруг проблемы коррупции; во-вторых, на формирующуюся повестку дня сильно влияет фактически начавшаяся президентская избирательная кампания и активизация работы над различными вариантами стратегии социально-экономического развития страны; в-третьих, нельзя не учитывать нарастающее напряжение в глобальной политике и необходимость реагировать на внешние угрозы. Стало очевидным, что механизм формирования и артикуляции политической повестки дня преимущественно через федеральные каналы телевидения начинает терять свою эффективность. «Телевидение утратило связь с реальностью, — полагает в этой связи известный отечественный специалист в сфере массовых коммуникаций И.Засурский, — и я не могу это считать каким-то достижением власти» (Pro et Contra, 2017).

Наметившиеся расхождения между повесткой дня, активно обсуждаемой на интернет-площадках и на официальном телевидении, приобретают политическое звучание. Трудно не согласиться с этой оценкой: есть пропагандистская повестка, которая идет из телевизора, и реальная повестка дня, где, собственно, и протекает жизнь. Именно здесь коренится подлинная угроза стабильному и устойчивому развитию страны. Содержание национальной повестки дня должно отражать то, что реально волнует граждан, не только внешнеполитические проблемы, но проблемы социально-экономической политики, угроза безопасности, уровень жизни, качество жизни, социальной справедливости и т.п.

Литература

«Pro et Contra»: В Кремле задумались об изменении повестки российского ТВ. – URL: http://www.kommersant.ru/doc/3262605?utm_source=kommersant&utm_medium=all_levo&utm_campaign=vybor (дата обращения 20.08.2017).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Бурдые П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.

Дегтярев А.А. Процесс принятия и осуществления решений в публично-государственной политике: динамичный цикл и его основные фазы // Полис. Политические исследования. – 2004. – № 4. – С. 163–164.

Казаков А.А. Взаимодействие информационной и политической «повесток дня»: к постановке проблемы // Известия Саратовского университета. – Новая серия. Серия «Социология. Политология». – 2011. – Т. 11. – Вып. 3. – С. 70–74.

Красин Ю.А. Горячее лето 2014: «Украинский кризис» сквозь призму политологической мысли // Российская политическая наука: истоки, традиции и перспективы. Материалы Всероссийской научной конференции (с международным участием). Москва, 21–22 ноября 2014 г. [Электронное издание]. – М.: РИЦ МГГУ им. М.А. Шолохова, 2014. – С. 268–269.

Красин Ю.А. Государство и общество: сдвиги во властном поле // Полис. Политические исследования. – 2013. – № 5. – С. 51–58.

Мамонов М.В. О влиянии структуры повестки дня на характер оценки политических акторов // Власть. – 2008. – С. 63–66.

Г.Р. Консон (Москва)

СОВРЕМЕННАЯ АКАДЕМИЧЕСКАЯ ТРАДИЦИЯ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖЬЕ: QUID EST VERITAS?

В связи с глобальной экспертизой Диссернета, выявившего среди 6 тыс. журналов из базы РИНЦ около 1000 так называемых «хищных», или «мусорных», в результате чего из индекса 344 самые одиозные были исключены, обнаружилась катастрофическая неграмотность не только самих изданий, но и авторов, которые, позиционируя себя как ученых и требуя вернуть рейтинг публикациям, свои претензии выдвигали с орфографическими ошибками и без соблюдения правил пунктуации. Неграмотность, однако, обнаружилась не только в собственно исследовательской сфере, но и в презентации своей научной продукции, т.е. в менеджменте. Здесь очевидны две тенденции: отечественная и зарубежная³. В *первой* — это образец российского (советского) исследователя. Его учили серьезной вдумчивой работе, но не продвижению своих исследований. Считалось, что сама диссертация и публикации сделают своё дело. Научному менеджменту его никто не обучал. Естественно, когда отечественных ученых бросили в горнило современного научного менеджментского ремесла, многим это показалось чуждым и неприемлемым. Во *второй тенденции* нам представляется западный ученый, которого прежде всего учат, как быть министром собственных дел, умеющим подать результаты своих исследований. Как он работает в узнаваемом современном американском университете, во многом определяя политику научного учреждения? Девять месяцев в году ему выдается приличная базовая зарплата: от 10 тысяч долларов в месяц до 15 (профессорская ставка без учёта доходов от участия в специальных исследовательских проектах, включая создание академических публикаций, а также получения роялти от результатов интеллектуальной деятельности). А три месяца коллег зарплата фактически не имеет, так как это время отводится на организацию грантирования. Конечно, он может быть состоятельным человеком и этим не заниматься. Но если он не показывает себя как успешный грантер, это является показателем снижения востребованности его как

³ Отдельные идеи, фигурирующие в настоящем сообщении, были представлены его автором в рамках Пленарного заседания Международной научной конференции «Искусствоведение в контексте других наук в России и за рубежом: Параллели и взаимодействия», состоявшейся 23–28 апреля 2017 г. в Московском государственном институте музыки имени А.Г. Шнитке, организованного при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 17-04-14080).

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

генерирующего перспективные идеи исследователя, вследствие чего ценность такого сотрудника существенно снижается.

Конкуренция во многих зарубежных вузах необычайно жесткая. В Израиле доктор физико-математических наук, полный профессор Хайфского университета, колледжа (педагогического института) «Ораним» в Хайфе и Хайфского техниона А.Я. Гордон, возглавляющий в университете комиссию по продвижению в профессорат по физике и в колледже — по всем направлениям, рассказывал, как проходит конкурс на замещение вакантной должности, например профессора кафедры. Под отдельную вакансию обычно объявляется публичный конкурс. Заявления принимаются со всего мира, количество заявок, в зависимости от специализации, составляет от 30 до 400. Научный бэкграунд претендентов изучается до 9 месяцев. Эксперты специально создаваемой международной коллегии, которые, в свою очередь, отбираются по ряду жестких критериев, включая публикационную активность в узнаваемой академической периодике, уровень цитирования, современность — участие в профильных научных событиях, а также, хотя и не в первую очередь, занимаемую академическую позицию, фактически проводят что-то вроде расследования. Они анализируют научные достижения соискателей, реальный рейтинг цитирования в известных журналах, которые обычно входят в Web of Science Core Collection и Scopus, собирают комплект отзывов от коллег по всему миру. Здесь возникают очень интересные явления, значительной части российских исследователей незнакомых.

Отзыв может быть *положительным*. Но когда некий специалист пишет, что хорошо знает данного ученого как замечательного человека и рекомендует непременно взять его на работу, однако при этом свою характеристику не аргументирует, — такой отзыв является, по сути, отрицательным, потому что неясно, почему, собственно, он невольного своего подопечного хвалит? *Рецензия бывает и отрицательной*, нередко буквально разгромной. Рецензент пишет, что он знает труды контрибьютора, который не очень хороший ученый, потому что, например, выдвинул концепцию, которая, на взгляд оппонента, научной не является. А дальше может идти подробный критический анализ, по изучении которого возникает вывод о наличии у ученого ряда конкретных публикаций, причем широко известных, вследствие чего сложился определенный интеллектуальный тренд. Такого рода ответ на запрос потенциального работодателя о соискателе свидетельствует о том, что рецензент хорошо его знает. Поэтому реинтерпретирован такой текст будет, скорее всего, в качестве весьма положительного. Фактически эксперт уже и представил претендента на работу в вузе. И таких отзывов собирается очень много. Подобная ситуация для России является, в силу определенной клановости значительной части научных кругов и, как следствие, явной лично-корпоративной доминанты в мышлении во многом чуждой.

Еще одна важная тенденция на Западе, которая находится в дисгармонии с российским сознанием, — это *установление критерия в определении наукоемкости деятельности кандидата*, который ни при каких условиях не может являться так называемым академическим лидером, так как под этим понятием подразумевается чиновник, возможно, очень хороший, который проявил себя, например, в качестве декана. Он прекрасный медиатор учебного процесса, может отвечать и за научные проекты, но прежде всего он занимается *организацией*. Персональный вклад в науку обычно он не вносит, так как времени у него на это не появляется. В таком случае, когда он подает на академическое звание, весьма остро встает вопрос: как же он может быть ученым, если устроитель или координатор?

Еще один важный вопрос — *институт защит диссертаций*. Как явление она вырастает в *следующую тенденцию*, которое в России является итогом

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

определенного пути. Уже кандидатская — это своеобразные офицерские «погоны». Я даже из сравнения существующих квалификационных армейской и образовательной систем, оставленных нам в наследство в сталинское время, составил для себя такую табель о рангах в вузе: ассистент — младший лейтенант, преподаватель — лейтенант, старший преподаватель — старший лейтенант, и. о. доцента (доцент по должности) — капитан, доцент — майор, и. о. профессора (профессор по должности) — подполковник, профессор — всегда полковник, заведующий кафедрой — генерал-майор, декан — генерал-лейтенант, проректор — генерал-полковник, ректор — генерал армии, министр образования — маршал. (P.S. Ну, и генералиссимус в качестве президента страны.) У нас система такова, что сразу и только после защиты диссертации человек получает достаточно широкие академические права. И плохого в этом ничего нет, это просто специфика именно нашей академической квалификационной системы. Что касается докторской, то после ее защиты автор текста получает что-то наподобие «короны», становясь удельным князем своей темы, весьма часто ревностно свои владения охраняющим. Иногда это блистательный ученый, который идет дальше, двигая науку, но чаще все же остается на месте, коллегальную творческую мысль фактически консервируя.

В сообществах различных зарубежных академических традиций, которые я бы очень условно, если рассматривать США и Европу, а также бывшие их колонии, поделил на англосаксонскую, норманнскую и нордическую (или викингов), также встречаются аттестационные системы, российским формально близкие. Но тезаурус мышления, формирующий соответствующие критериальные процедуры, иной. Когда человек на Западе защищает PhD, — это только своеобразный стартовый уровень, чтобы с ним вообще начали разговаривать. Он приступает к рассылке документов в университеты, чтобы потом, в случае заинтересованности возможных работодателей, проявить себя в так называемом постдокторате — «постдоке» в профессиональном сленге, т.е. речь об очень умеренно оплачиваемой, обычно, впрочем, достаточной для безбедного существования ученого, иногда с супругой/ом, в международном исследовательском проекте, реализуемом в каком-либо узнаваемом университете. Здесь он начинает «самораскрутку» как ученого, чтобы утвердиться в глазах всего научного сообщества, поэтому им движет необходимость постоянного саморейтинга. А университет, новоиспеченного кандидата защитивший, за качество подобной степени отвечает головой. Вот почему столь существенно *место* защиты ученого, что во многом фундирует репрезентацию перспективности не только самого автора, но и всего направления, в котором он работает. Поэтому контролирующим тамошних диссертантов структур наподобие российской/советской ВАК обычно и не требуется.

Институт постдока, таким образом, является в зарубежной академической среде мощным социальным лифтом для молодого ученого, продвигающим его в международном научно-образовательном пространстве. Данная практика от российской отличается кардинально, так как в нашей стране подобное явление пока не прижилось. Это объясняется атомизацией вузовского пространства страны, что исследовательскую интеграцию и, как следствие, развитие науки в целом тормозит.

Еще одним конфликтным полем в России, особенно в области гуманитарных и общественных наук, становятся публикации в авторитетной в международном исследовательском пространстве академической периодике. Здесь, во-первых, встает вопрос владения на должном уровне иностранными языками. В дореволюционной университетской России языки знали. Но впоследствии, особенно в период 1937–1952 гг. и позже, знания пошли на убыль. И был возведен языковой барьер. А зарубежные коллеги в настоящее время работают с представленными для

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

возможной публикации материалами следующим образом: если языковой уровень в некоем исследовании академической традиции конкретного научно-образовательного центра не отвечает, статья будет заблокирована на первоначальном этапе рассмотрения. Во-вторых, процедура рецензирования в узнаваемых академических изданиях, как правило, в силу необычайной тщательности, весьма пролонгирована (работа над одной статьей с ее автором занимает иногда до 2,5 лет) и независима, что воздействие вненаучных факторов исключает. Существенным обстоятельством, в-третьих, является здесь и библиографический аспект, т.е. качество привлекаемых источников, пространственно-временная их локализация, а также уровень проработанности: сегодняшний русскоязычный автор, представляющий гуманитарные или общественные науки, в отличие от зарубежных своих коллег, весьма неохотно использует в своей работе «чуждые» собственному строю мыслей идеи, в случае же обращения к современным зарубежным источникам погружение в них имеет достаточно формальный характер. И многие отечественные ученые, будучи ни к первому, ни ко второму, ни к третьему не готовы, идут по пути наименьшего сопротивления, публикуясь в коммерческих quasi-журналах, авторитетом в международном исследовательском пространстве заслуженно не пользующихся. Однако такого рода деятельность коррелирует с выполнением формальных требований, заложенными в различных государственных НИР, гос. заданиях, контрактах, договорах и т.д., в целом с показателями эффективности работы вузовского преподавателя / научного работника, что прямо влияет на его не очень высокие, но доходы.

Фактически здесь мы имеем расхождение декларируемых целей и реальных результатов. Явление это стало неслучайным, лежа в активно формируемом сейчас в государстве тренде регулируемого развития научно-творческого поиска с прогнозируемыми границами заранее планируемого результата, что противоречит научному методу и ведет к искаженному восприятию реальности как «новой» истины или постправды, временно востребованной некоторыми представителями правящего в стране класса.

Одним из общественно-профессиональных институтов, посредством создания которого ситуацию возможно было бы скорректировать, является возможность создания *критического рецензирования* — идея, для современного российского академического менталитета представляющаяся пока весьма неблизкой и, поэтому, небезопасной. Тем не менее, попробуем ее репрезентировать на примере постдиссертационного периода. В виду имеются рецензии не самого текста научно-квалификационной работы, а оппонентских на нее отзывов, заключений ведущих организаций, откликов на авторефераты и оценок, прозвучавших в свободных дискуссиях. Эта идея появилась у меня 7 лет назад, когда я работал еще в главном на тот момент музыковедческом журнале страны — «Музыкальная академия». И, хотя далеко не всем она тогда понравилась, некоторые, более прозорливые, поддержали. А сейчас президент Ассоциации научных редакторов и издателей — О.В. Кириллова — согласилась включить ее в итоговый протокол ежегодной конференции «Научное издание мирового уровня 2017: мировая практика подготовки и продвижения публикаций». Суть идеи состоит в том, чтобы подобный институт ввести в поле академической публицистики как на русском, так и на английском языках. И некоторые мои коллеги, представляющие, например, Вольное сетевое сообщество «Диссернет», рассматривают предложенную идею в качестве возможного — следующего уровня подвижничества своей работы.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Реализация данного предложения не только бы высветлила ряд темных пятен научной жизни страны, элиминировав ряд отмеченных выше и сохраняемых под маской заботы о сохранении национальных научных традиций явлений, развитие науки существенно ограничивающих, но и способствовала ускорению системного развития у значительного числа ученых личной инициативы, независимости и принципиальности, что впоследствии могло бы стать мотивационным базисом для формирования менеджментских качеств. Это, в свою очередь, минимизировало бы наблюдаемую в настоящее время существенную диспропорцию между декларируемыми в стране целями в развитии научной деятельности и конкретными здесь результатами. И поставленный в заглавии статьи вопрос «Quid est veritas?» утратил бы свою актуальность.

О.А. Коряковцева, Т.В. Бугайчук (Ярославль)

ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОСТПРАВДА И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Глобализация в социокультурной сфере, сопровождающаяся постиндустриальной трансформацией общества, отказом от многих традиционных ценностей и «экзистенциальным вакуумом», оказала негативное воздействие на такую характеристику представителей молодого поколения, как идентичность. Поскольку молодежь – явление конкретно-историческое, это означает, что число определений молодежи, как и число определений ее социально-политической активности, может быть равно числу конкретных исторически сложившихся обществ. Проведённые в течение ряда лет исследования результатов некоторых социальных практик научно-исследовательской лабораторией «Изучение гражданской идентичности студенческой молодежи» (на базе ФГБОУ ВО «Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского») подтверждают, что в стабильном обществе доминирует объективная составляющая гражданской идентичности, а в условиях радикальной трансформации социокультурных ценностей и норм (что и происходит сегодня не только в России, но и в мировом сообществе), в целом преобладает субъективная составляющая (Коряковцева, Бугайчук, 2016). Именно усиление субъективности определяет особую сложность процесса становления гражданской идентичности современной российской молодёжи. В настоящее время гражданская идентичность справедливо определяется в политической науке в первую очередь как фактор консолидации вокруг интересов страны, поэтому степень ее укорененности в сознании и поведении граждан выступает как залог политической и духовной консолидации, а также единения общества, что в условиях трансформаций особенно важно.

Самосознание любого общества начинается с его истории. Символически значимые исторические события формируют смысловую основу гражданской идентичности народа в целом и каждого отдельного человека в частности. Неоспорим тот факт, что наше сознание, в том числе и историческое сознание, подвержено воздействию как реалий повседневной жизни, так и образов, транслируемых литературой, искусством и средствами массовой информации. Так, например, спустя столетие общественный интерес к русским революциям начала XX века не ослабевает, а потому неудивительно, что до сих пор отечественная да и зарубежная наука, а тем более публицистика остаются ареной борьбы разных трактовок происходивших в тот период событий. Это приводит к

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

разбалансированности исторического сознания подрастающего поколения и к желанию дистанцироваться от личного осмысления истории своей страны.

Одним из самых болезненных «белых пятен российской истории» является 1917 год. Историческая память становящегося поколения эмоционально «ухватывает» впечатление от тех далеких исторических событий в период социализации, не вникая в социальную суть события. Тем более, что оценки этого периода не просто много раз менялись, но и по сегодняшний день вызывают жгучие споры (Дзялошинский, Пильгун, Давыдов, Логунова, 2015). Очевидно, что именно молодое поколение, как наиболее мобильное и восприимчивое ко всякого рода новациям, более других подвержено ценностным и мировоззренческим перестройкам. Молодежь часто оказывается включенной в новую как для неё, так и для общества реальность, которую осваивает спонтанно и субъективно, часто без целенаправленной помощи старших. Роль «наставников» в медиатизированном обществе берут на себя различного рода посредники в виде средств массовой коммуникации: прессы, телевидения, радио, интернета, мобильной связи, где «гибридная полуправда» имеет важное политическое значение. К сожалению, подобная медиа-среда становится сегодня для молодежи естественной средой обитания и оказывает большое влияние на социализацию личности. В качестве примера, приведем результаты исследования научной лаборатории «Изучение гражданской идентичности студенческой молодежи» Ярославского педагогического университета. В основе исследования лежит серия репрезентативных психологических исследований, анализ статистических данных. Результаты опроса студентов о том, кто должен заниматься формированием гражданской идентичности у современной молодежи показали следующее: первое место по степени влияния они отдали системе образования, второе — семье, третье — гражданским институтам, четвертое место у органов государственной власти, и только пятое — у СМИ и медиа-ресурсов (Коряковцева, Бугайчук, 2016). Но не будем обольщаться и забывать, что на систему образования, семью, гражданские институты и даже на представителей власти влияние СМИ и медиа-ресурсов велико; далеко не все предлагаемое ими благотворно влияет на подрастающее поколение. Распространение современных информационных технологий не только открывает новые возможности познания, но и создает новые проблемы в сфере формирования и развития гражданской идентичности молодежи. Появление новых медиа вносит определенные коррективы в современные системы идентификации людей. Интерактивные медиа поднимают вопрос о современных формах идентичности, не связанных с этносом и культурой, но связанных, например, с протестными явлениями, часто основывающимися на феномене постправды. В этом плане особый интерес представляет формирование образа 1917 г. в историческом сознании молодежи. По мнению многих ученых, события в России 1917 г. являются одним из наиболее значимых исторических символов и в значительной мере формируют смысловую основу гражданской идентичности россиян. Говоря о значимости событий этого года, министр культуры России В. Мединский подчеркнул, что произошедшая в 1917 г. Великая российская революция навсегда останется одним из важнейших событий XX века. При всем расхождении взглядов на события почти столетней давности невозможно отрицать тот факт, что попытка построения на земле нового справедливого общества решающим образом изменила пути исторического развития России и оказала громадное влияние на прогресс народов всей планеты (Платформа национального примирения России, 2015).

Важно понимать, что для современной России характерен кризис как индивидуальных, так и коллективных идентичностей, наблюдаются проявления

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

полиидентичности и «размытой идентичности». Можно говорить о подобном кризисе и в послереволюционное время, так как размывание исторической преемственности порождает психологический дискомфорт в обществе, усиливает, и прежде всего в среде молодежи, абсентеистские, сепаратистские и даже экстремистские тенденции. Несомненно, что в условиях нестабильности и безверия все сложнее соотносить себя не только с определенным социальным слоем или профессиональной группой, но и с такими социальными общностями, как государство и нация. Так, по мысли Франсуа Фюре, Октябрьская революция и весь период существования СССР стал временем «грандиозной утопии – более чем 70-летней траектории ее взлета и падения... русские остановились в замешательстве перед своим прошлым», наступил кризис идентификации (Фюре, 1998).

Мы часто пытаемся судить о революционных событиях с позиций современности. А между тем, по словам Э. Хобсбаума, те, кто судят о прошлом с позиций своего времени, добавим, опираясь на СМИ и медиа, «никогда не смогут понять ни самого прошлого, ни его воздействия на настоящее» (Хобсбаум, 1998). Есть основания полагать, что, чем меньше сообщество укоренено в существующих и хорошо функционирующих социальных практиках, тем более проблематична его идентичность, тем более конститутивным является для него его «вспоминаемое» прошлое. Развивая эту мысль, А. Мегилл пишет: «В мире, в котором альтернативные реальности постоянно входят друг с другом в конфликт, и в котором множество возможных идентичностей выставлено напоказ, неопределенность идентичности, возможно, является неизбежным побочным продуктом. В такой ситуации для «памяти» вполне достаточно причин выдвинуться на первый план. Можно даже постулировать одно правило: когда идентичность становится сомнительной, повышается ценность памяти» (Мегилл, 2007). Очевидно, что память, которая относится вовсе не к прошлому, а выражает отношения «прошлое–настоящее», в действительности объясняет настоящее. Значит, поддержание идентичности требует ощущения непрерывности истории, постольку функциональное значение любой памяти в том, что она, связывая прошлое и настоящее, помогает человеку сохранить свою идентичность во времени, помогает обрести новую идентичность в изменяющемся мире.

Вслед за И.М. Дзялошинским, М.А. Пильгуном, С.Г. Давыдовым, О.С. Логуновой мы считаем, что циркулирующие в обществе представления о прошлом занимают ключевое место в структуре идентичности. Каждый человек несет в своем сознании память о прошлой эпохе, сохраняемой благодаря определенным общественным или семейным событиям, передаваемым от поколения к поколению, несет определенные настроения, вызванные воспоминаниями прошлого. Благодаря этим воспоминаниям, в нашем сознании соединяются все модусы времени (воспоминания от прошлого, картина реальности настоящего и прогнозы и ожидания на будущее). Память о прошлом присутствует и в структуре коллективного сознания социальных сообществ. Образы прошлого участвуют в конструировании и осмыслении, постоянной интерпретации политики, способствуя ориентации человека в этом мире. В работе «История, память, национальная идентичность» профессор НИУ ВШЭ Ю.П. Зарецкий указывает, что «сам образ прошлого, как таковой, в историографии не может быть «объективен» в принципе. Он является либо его «реконструкцией» (в лучшем случае), либо вообще «конструкцией», имеющей мало отношения к «подлинному» прошлому. При этом признается, что в обоих случаях этот образ, во-первых, напрямую зависит от властных отношений в обществе и, во-вторых, является предметом манипуляций сил, имеющих своей целью достижение тех или иных политических результатов в настоящем» (Зарецкий, 2008).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Современные научные исследования и концепции подчеркивают необходимость организации целенаправленного развития патриотических чувств и гражданской идентичности молодежи посредством учебно-воспитательного процесса, организации мощного педагогического и гражданского воздействия на субъектизацию личности с учетом такого важного феномена как «гибридная правда».

Литература

Глебова И.И. Образы прошлого в структуре политической культуры России. Автореф. докт. дисс. – М.: 2007. – URL: http://read.virmk.ru/DISSER/diser_doc/2007/polit_kultur/Glebovall.htm (дата обращения 15.08.2017)

Дзялошинский И.М. Пильгун М.А., Давыдов С.Г., Логунова О.С. Россия в 1917 году в восприятии современной российской молодежи: медиадискурс. – М.: АПК и ППРО, 2015. – 138 с.

Зарецкий Ю.П. История, память, национальная идентичность. – URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2008/3/za4.html> (дата обращения 15.08.2017)

Коряковцева О.А., Бугайчук Т.В. На пути к реализации национальной идеи страны // Вестник Костромского государственного университета. – Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2016. – Т. 22. – № 2. – С. 17–21.

Коряковцева О.А., Бугайчук Т.В. О кризисе гражданской идентичности в современном мире // XXI век: фундаментальная наука и технологии: Материалы XII международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 40–42.

Коряковцева О.А., Бугайчук Т.В. Развитие гражданского самосознания молодежи: от «активности духа» к «активности действий» // Ярославский педагогический вестник. – 2016. – № 5. – С. 27–32.

Мегилл А. Историческая эпистемология. – М.: Канон+, ООО «Реабилитация», 2007. – URL: <http://abuss.narod.ru/Biblio/megill/megill12.htm> (дата обращения 15.08.2017).

Платформа национального примирения России. Министр культуры России сформулировал пять тезисов, обеспечивающих преемственность истории страны. – URL: <http://lenta.ru/articles/2015/05/20/medinskyvoice/> (дата обращения 15.08.2017).

Фюре Ф. Прошлое одной иллюзии. – М.: Ad Marginem, 1998. – 640 с.

Хобсбаум Э. Нация и национализм после 1780 года. – СПб.: Алетейя, 1998. – 119 с.

Е.А. Крылова (Санкт-Петербург)

ФЕНОМЕН ПАРТИИ «АЛЬТЕРНАТИВА ДЛЯ ГЕРМАНИИ» НА ВЫБОРАХ 2017 г.

Предвыборные программы политического популизма – вызов для истеблишмента и общества. Неудивительно, что популизм обратил на себя пристальное внимание политологов Европы, США и России. Популизм — это временный феномен, характерной чертой которого в развивающихся государствах считается левая идеология, в то время как в развитых странах общество тяготеет к правому популизму. Политический популизм характеризуется упрощением подачи решения сложных проблем, отклонением научно-обоснованных фактов и гибким, неустойчивым отношением к политической повестке или кризису. Конечно, все это в той или иной мере имеет место во всех политических партиях, которые не оцениваются как популистские. То, что делают популисты — это адресация к большому количеству людей, упрощение языка выступлений и оперирование на скрытых желаниях масс, обращение к чувству патриотизма (особенно наглядно в США и ФРГ), на притязаниях на недовольство действующей элитой, что и приносит успех партии на выборах. Как характеризует популизм М. Конован, это — «обращение к “народу” против как установленной структуры власти, так и доминирующих идей и ценностей общества» (Canovan, 1999, 2–16). Феномен популизма совсем не новый, но в начале XXI в. риторика политиков особенно активно обращена к «population», т.е. народу. В XX в. «народ» не был в фокусе политиков, коммунистический режим делал акцент на классах, фашистский режим —

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

на государстве. Новое время воспевало индивидуума. Становление политических систем древнего Рима и Греции постоянно сопровождалось популистскими речами, о чем писал Аристотель, называя демократию «демагогической».

Патриотизм — первый столп, на котором строится популистская программа. Во время Великой французской революции, как и в Германии после 1848 г., патриотизм выполнял освободительную функцию. Он помогает с самоопределением против правящего меньшинства. К этой традиции апеллируют правые популисты Европы, например, Мари Ле Пен и «Свободный фронт» («Front national») (Франция), Фрауке Петри и «АДГ» («AFD») (Германия), Геерт Вилдерс и «Партия свободы» («Partij voor de Vrijheid») в Нидерландах, Хайн Штрахе и «Австрийская партия свободы» («Freiheitliche Partei Österreichs»). Популистская риторика имеет место во всех партиях в Германии, в том числе и в леволиберальных, например в партии «Левые» («Die Linke»), но партия «Альтернатива для Германии» — единственная по политическим меркам молодая протестная партия ФРГ, которая используя данный стиль; она представлена в 14 земельных парламентах из 16 (Белов, 2017).

6 февраля 2013 г. в Германии под руководством экономиста Берна Люке появилась партия «нового типа» («eine Partei neuen Typs» (цитирование Берном Люком В.И. Ленина) «Альтернатива для Германии»). Едва стартовала партия профессоров и интеллигенции, часть которых вышла из рядов правящих партий христианско-демократического союза (CDU) и социал-демократической партии (SPD), а также из свободной демократической партии (FDP), а евроскептики уже активно начали собирать сторонников на волне только что прокатившегося экономического кризиса Еврозоны. Партией был предложен альтернативный проект по спасению Еврозоны, а именно, выход из зоны евро «Raus aus dem Euro» и возврат к немецкой марке. Партия использовала общее недовольство политической корректностью «Politische Korrektheit» общества и СМИ, протест против партийной диктатуры, также выразила альтернативное от правящей коалиции мнение на гомосексуальные браки.

С момента основания партия прошла несколько стадий работы со средствами массовой информации и позиционирования себя в обществе. Начиная как более консервативная партия с либеральными экономическими взглядами, по сравнению со свободной демократической партией (FDP), «Альтернатива для Германии» начала выражать более правые взгляды и критику в отношении правящей коалиции. Такая позиция, соответственно, была отражена во многих медиа, не ожидавших успеха партии в привлечении новых членов, поддержки общества и на выборах в Ландтаги. Уже по состоянию на 2013 г. в партии состояло 7500 членов, к 2016 г. количество членов партии достигло 26409. Чем больше было негативных отзывов в медиа о партии («популистская партия», «националистическая», «неофашистская партия»), тем больше она привлекала к себе внимание избирателей.

Шансы на вхождение в федеральный парламент партии постоянно растут. На выборах в 2013 г. АДГ набрала 4,7% и почти достигла порога прохождения в Бундестаг. Партия «человеческого разума», так называли ее сами члены партии в 2013 г. В 2014 г. партия набрала 7% голосов и получила 7 мест из 96 возможных мест в Европарламенте. По данным статистики ФРГ, на сентябрьских выборах 2017 г. партия АДГ имеет шансы набрать от 9%, что станет беспрецедентным для Парламента и усложнит выстраивание коалиций.

Как только что образованная партия смогла так быстро взойти на политическую трибуну Германии? Во-первых, это аудитория, на которую была сделана ставка. Как и отцы-основатели партии, профессура университетов, преподаватели, в партию стали приходить высококвалифицированные специалисты, многие с научной

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

степенью, критики политики финансовой политики Евросоюза, недемократической организации институтов Евросоюза, социального государства, налоговой системы в Германии. Интерес к партии проявили радикальные националисты, но стоит упомянуть, что председателем АДГ, Берном Люком было заявлено о невозможности вхождения в состав партии выходцев из национал-социалистической партии (NSP). С лета 2015 г. пост председателя партии перешел к Фрауке Петри, которая активно начала разрабатывать программу вхождения партии в Бундестаг в 2017 г. (по состоянию на 01.09.2017 отказалась возглавлять партийный список на выборах в Бундестаг).

Основную поддержку партия нашла у молчаливых консервативных граждан, которые устали от политической цензуры и большом количестве беженцев, повсеместном умалчивающемся криминалитете и терроризме. АДГ выигрышно смогла заполнить пробелы на политическом поле ФРГ. Ознакомившись с предвыборной программой партии, автор хотел бы заметить, что складывается впечатление, что популизм как стиль риторики может быть только временным явлением, поскольку в программе представлено гораздо больше направлений, над которыми работает партия, нежели только противостояние исламизации ФРГ, недемократическое устройство ЕС и цензура. Автор предполагает, что партия, после вхождения в Бундестаг будет проводить весьма центристскую политику и станет третьей сильнейшей партией в ФРГ. Любопытным автор считает и тот факт, что на территории бывшей ГДР избиратели и члены АДГ особенно активно выступают за улучшение отношений с Россией и отмену экономических санкций, введенных ЕС из-за украинского вопроса, также и то, что за «Альтернативу для Германии» голосует большое количество выходцев из СССР и РФ.

Литература

Белов В. Выборы в Бундестаг на пути к семипартийному парламенту. – URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/vybory-v-bundestag-na-puti-k-semipartiynomu-parlamentu> (дата обращения 01.09.2017).

Предвыборная программа „Альтернативы для Германии»-2017. – URL: <https://www.afd.de/wahlprogramm/> (дата обращения 01.09.2017).

Bangel C. Понятие «Manwirddochwohlnochsagendürfen» // Die Enttäuschten sind begeistert. – URL: <http://www.zeit.de/politik/deutschland/2013-04/alternative-fuer-deutschland-3/komplettansicht> (дата обращения 14.04.2013).

Canovan M. Trust the people! Populism and the two faces of democracy // Political Studies. – XLVII. – 1999, P. 2–16.

Ergebnisse der AFD bei den Landtagswahlen. – URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/320946/umfrage/ergebnisse-der-afd-bei-den-landtagswahlen/> (дата обращения 01.09.2017).

Mitgliederzahlen der politischen Parteien in Deutschland 2016. – URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1339/umfrage/mitgliederzahlen-der-politischen-parteien-deutschlands/> (дата обращения 01.09.2017).

Welche Partei würden Sie wählen, wenn am Sonntag (27. August 2017) Bundestagswahl wäre? – URL: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/953/umfrage/aktuelle-partiepraferenz-bei-bundestagswahl/> (дата обращения 01.09.2017).

С.И. Кузина (Ростов-на-Дону)

ПОСТПРАВДА В ПРОЦЕССАХ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКОГО ИМИДЖА РОССИИ

Последние годы стали трудными для российского государства — и в связи с санкционными угрозами, и из-за создания негативного имиджа государства-изгоя в глазах мирового сообщества, в чем немалую роль сыграли средства массовой информации. Представляется важным рассмотреть связь информационного

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

влияния на общественное сознание как российской, так и зарубежной аудитории в контексте популярного в последнее время термина «постправды». Термин «постправда» (англ. *post-truth*) был объявлен Оксфордским словарем словом 2016 г. и определен им как «...обстоятельства, при которых объективные факты имеют меньшее влияние на общественное мнение, чем апелляции к эмоциям и личным убеждениям» (Word of the Year 2016...). Понятие «постправда» стало новым названием процесса политической борьбы, идеологического противостояния, использующего как реальные факты, так и эмоциональное ими манипулирование (Новая норма, 2016). Общественные отношения как на национальном, так и на международном уровне во многом определяются сформировавшимся политическим имиджем государства. Успех внешнеполитических действий, развитие торговых и культурных связей между государствами, да и обстановка внутри страны зависят от многих факторов, но не последним из них является имидж государства — негативный он или позитивный. Негативный внешнеполитический имидж может стать также весомым аргументом оппозиции в ее критике власти.

Так, исследования информации о России в зарубежных СМИ за 2012 г., в частности, французских, показали, что 80% информации о нашей стране были посвящены ее политике, и только 20% освещали ее экономику и культуру (Cassini, 2012). В 2013 г. газета «Le Nouvel Observateur» заметила, что во французских СМИ российский президент В.В. Путин представляется преимущественно «диктатором, который поддерживает существование в России полицейского государства» (Guérolé, 2013). Необходимо заметить, что устанавливать партнерские отношения, привлекать инвесторов, обмениваться культурными и техническими достижениями гораздо сложнее в условиях предвзятого, негативного и необъективного отношения к государству, основанному на ложных стереотипах (как пресловутый медведь с балалайкой, до сих пор имеющий место в массовых представлениях о нашей стране). Государству необходима политика по преодолению негативных стереотипов о России и формированию позитивного образа государства. Одним из каналов проведения «мягкой силы» являются СМИ, влияние которых на умы настолько выросло, что мир заговорил о новой эпохе информационных или гибридных войн.

Российское государство в последние годы выстраивает долгосрочную геополитическую стратегию по преодолению эффекта «постправды» в отношении своего имиджа: за рубежом созданы радио- и телеведущие центры, ведутся открытые диалоги руководства страны с представителями СМИ, общества — посредством форумов, диалогов в прямом эфире, пресс-конференций, интервью, социальных сетей и пр. Одной из составляющих этого процесса является участие в диалоге зарубежных средств информации, ведущих журналистов и деятелей искусства. В контексте данного тренда небезинтересным представляется провести анализ влияния медиа на формирование общественного мнения о России за рубежом. Выбор предмета исследования обусловлен и тем обстоятельством, что в западных странах степень влияния СМИ на общество достаточно высока, особенно тех изданий, которые считаются авторитетными, подающими качественную, проверенную информацию. СМИ по-прежнему являются главным источником информации для граждан, так как индивиды не могут стать очевидцами происходящих событий в мире, и все еще действует максима: если событие не освещено прессой, то его вроде бы не было. Но СМИ не только информируют, они формируют определенные взгляды, мнения, представления, вкусы, модели поведения.

Интересен анализ процессов формирования внешнеполитического имиджа нашей страны путем рассмотрения реакции зарубежной прессы на события, касающиеся России. В качестве конкретного примера мы обратились к ведущим печатным изданиям

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Франции. Наибольший интерес у журналистов, политических обозревателей и политологов вызывает Президент РФ В.В. Путин. Надо отметить, что французских читателей интересуют не столько и не только лидерские и организаторские качества главы государства, а и его личностные характеристики. Отзывы о Президенте России имеют разнонаправленный характер, есть и позитивные, и негативные.

Нельзя не заметить, как французские СМИ подают информацию, прекрасно зная о том, что немалое число читателей обращает внимание исключительно на заголовки статей, в связи с чем у людей может возникнуть неверное восприятие информации. Вот как два французских издания – газеты «Фигаро» («Le Figaro») и «Ле Монд» («Le Monde») освещали «Прямую линию с Владимиром Путиным» от 17 апреля 2014 г. Президенту был задан вопрос о возможности присоединения Аляски к России. Президент ответил: «У нас северная страна – 70% нашей территории относятся к районам Севера и Крайнего Севера. Аляска – это разве южное полушарие? Тоже холодно там». Газеты процитировали ответ В.В. Путина, дали краткую историю передачи Аляски Америке, но текст был подан под своеобразными заголовками; у «Фигаро» — «Владимир Путин: «Аляска слишком холодна для присоединения» (Rousselin, 2014), у «Ле Монд» — «Путин планирует возможное присоединение Аляски к России» (Janville, 2014), что представляет нашу страну агрессором, собирающимся оккупировать Аляску и не соответствует реальности, является ярким образцом распространения так называемой постправды в СМИ.

В 2015 г. «нормандской четверкой» были подписаны Минские договоренности по разрешению кризиса в Украине. Несмотря на разногласия между Россией и ЕС, введенные против нашей страны санкции, имидж страны и ее Президента в прессе Франции стал приобретать одобрительные характеристики. Заголовки французских газет: «Le Monde»: «Нет Путина – нет России!» (Mandraud, 2015), «Ранимая душа? Завоеватель? Кто же на самом деле Владимир Путин?» (Frachon, 2015); «Le Figaro»: «Владимир Путин пытается вернуть России статус великой державы» (Rigoulot, 2015).

В феврале 2015 г. «Le Figaro» опубликовала вызвавшее бурные споры во французском обществе интервью с известным политиком Ф. де Вилье, в котором он задает справедливый вопрос относительно ситуации в Украине: «Когда СМИ говорят, что идущий через границу российский гуманитарный конвой на самом деле загружен боеприпасами, у меня возникает вопрос: сейчас повсюду летают спутники, а на iPhone снимают все подряд, так когда же вы представите нам доказательства? Где фотографии?» (Devecchio, 2015). Вопрос политика был закономерен. 15 августа 2014 г. оппозиционный сайт «Каспаров.ru» (ныне запрещенный) публикует фотографию машины гуманитарного конвоя рядом с бронетранспортером и сопровождает ее заявлением, что российские войска вошли на территорию Украины. В тот же день фейк подхватила британская газета «The Guardian» и даже сообщила количество бронетранспортеров (Guardian..., 2014). И никого потом не смутило, что гуманитарный конвой ещё целую неделю стоял на украинской границе с российской стороны и пересёк её только 22 августа, после проведения всех согласительных процедур с украинской властью.

Необходимо отметить и политический тренд, который превалирует в освещении западной прессы российскими СМИ. Наиболее массовое пока средство передачи информации — телевидение изобилует всевозможными ток-шоу, политическими дебатами, где любая информация в западной прессе о России обсуждается на всех каналах и не один день. При этом выбираются именно те сообщения, где содержится критика российской политической действительности. У российских граждан вырабатывается стойкое ощущение, что мы находимся в окружении врагов.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

И хотя отрицать факты негативного отношения со стороны ряда стран, особенно бывших союзников, невозможно, представляется, что объективная информация сыграла бы роль позитивного фактора в отношениях России с миром.

В пользу тезиса о необходимости объективного подхода в освещении западной прессой отечественными комментаторами и политологами можно привести аналитические данные, опубликованные в журнале «Коммерсантъ ВЛАСТЬ» по итогам 2016 г. Россия отнюдь не занимает центральное место в информационном поле мировых СМИ: общая доля публикаций о стране составляла в 2016 г. 1,6%. Основными темами были: освобождение Пальмиры при поддержке РФ в Сирии, беспорядки на футбольном чемпионате ЕВРО-2016 с участием российских болельщиков и разрыв сотрудничества РФ и США по Сирии. Самыми упоминаемыми российскими персонами были В. Путин, С. Лавров и М. Шарапова, из российских компаний — Газпром, Роснефть и ВТБ. Тематически публикации распределились так: политика и международные отношения – 45%, экономика и бизнес – 36,3%, культура и спорт – 18%, другие – 0,7% (Они о нас..., 2016, 24). Как видно, культура и спорт по-прежнему занимают невысокую долю в информации о нашей стране, но и то, что печатается, достаточно тенденциозно. Так, сенсацией стал допинговый скандал с употреблением мельдония нашими спортсменами, подменой проб и пр., хотя расследование было не завершено. Но обструкции и дискриминации подверглись целые спортивные команды, кампания приобрела характер «охоты на ведьм» (постправды), похожей на примитивные приемы устранения конкурентов.

Представляется, что важной составляющей выстраивания позитивного политического образа России в глазах мирового и национального сообщества является путь его информирования на основе архетипических образов российской истории как страны-объединительницы, преемницы прежних форм государственности, страны-освободительницы, которая пытается создать условия для занятия своего достойного места в мировом сообществе, условия для достойной жизни своих граждан. Использование всех доступных информационных технологий в достижении данной цели является вполне адекватной мерой в условиях кризиса, как во внешних, так и во внутренних сферах государственной политики. Но постоянное обращение к односторонним месседжам со стороны правительства при сохранении прежнего положения вещей в сфере государственного управления рано или поздно снизит доверие к транслируемой властью информации. Следствием этого станет утрата доверия к самому государству, поэтому необходимы меры по нейтрализации процессов формирования негативного политического имиджа России при работе над действительно позитивной репутацией страны.

Литература

Новая норма. – URL: <https://daily.afisha.ru/technology/3711-trolli-protiv-klik-ferm-kak-socseti-iskazhayut-realnost-v-epohu-postpravdy/> (дата обращения 29.06.2017)

Они о нас 2016 // Коммерсантъ ВЛАСТЬ. 26 декабря 2016.

Cassini S., Cuny D. Quand Moscou veut redorer son image par la pub // La Tribune. – 2012. – 31.08.

Devecchio A. Philippe de Villiers: «Poutine est le diable idéal pour les États-Unis et l'Otan» // Le Figaro. – 2015. – 23.02.

Frachon A. Une âme blessée ? Un conquérant ? Qui est vraiment Vladimir Poutine // Le Monde. – 2015. – 19.02.

Guardian: вместо гуманитарного конвоя на территорию Украины въехала российская военная техника. – URL: <http://rusplt.ru/news/guardian-vmesto-gumanitarnogo-konvoya-na-territoriyu-ukrainiyi-vyehala-rossiyskaya-voennaya-tehnika-181071.html>; Aid convoy stops short of border as Russian military vehicles enter Ukraine. – URL: <http://www.theguardian.com/world/2014/aug/14/russian-military-vehicles-enter-ukraine-aid-convoy-stops-short-border> (дата обращения 15.10.2014).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Guénolet T. "Etat policier", "dictature" : vu de France, la Russie de Poutine est caricaturée // L'OBS. – 2013. – 12.06. – URL: <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/885352-etat-policier-dictature-vu-de-france-la-russie-de-poutine-est-caricaturee.html> (дата обращения 03.07.2017).

Janville L. Poutine évoque avec humour une éventuelle réunification de L'Alaska et de la Russie // Le Monde. – 2014. – 23.10.

Mandraud I. Sans Vladimir Poutine, pas de Russie ! // Le Monde. – 2015. – 07.04.

Rigoulot P. Vladimir Poutine s'acharne à retrouver un statut de grande puissance // Le Figaro. – 2015. – 06.04.

Rousselin P. Vladimir Poutine: Alaska trop froide pour l'annexer // Le Figaro. – 2014. – 23.10.

Word of the Year 2016. – URL: <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (дата обращения 01.08.2017).

А.Г. Кузьмин (Сыктывкар)

ЯВЛЕНИЕ ЛИНГВОФРИЧЕСТВА В НЕОЯЗЫЧЕСКОМ НАПРАВЛЕНИИ ДВИЖЕНИЯ СОВРЕМЕННЫХ РУССКИХ НАЦИОНАЛИСТОВ: ОПЫТ АНАЛИЗА

История развития религиозных традиций и отношений в нашей стране и их взаимосвязь с политикой имеет целый ряд специфических черт. Современное язычество ни в одной из европейских стран не является признанной государственной религией или серьезной политически оформленной идеологией. В России, в силу ряда особенностей культурно-исторического развития, язычество заметно уступало доминирующим религиям (православию, исламу и буддизму), но на рубеже XX–XXI вв. произошёл ощутимый подъём неоязыческой культуры, во многом связанный с развитием новых коммуникаций, возможностей Интернета и компьютерных технологий. Достижения в начале нового тысячелетия в данных областях обусловили взлёт новых возможностей в деле пропаганды и распространения любых идей, в том числе и религиозных.

В этой связи некоторые представители движения русско-славянского неоязычества при распространении своих взглядов опираются на оригинальные идеологические конструкции, которые находят поддержку и понимание не только среди самих русских родноверов, но вызывают большой резонанс среди широких масс, особенно людей, интересующихся неординарными идеями, своеобразными теоретическими построениями и необычными трактовками устоявшихся традиций и представлений. Так, интересную тенденцию можно проследить в деятельности нового религиозного движения под названием инглинги («Древнерусской церкви православных староверов-инглингов») с центром в г. Омске, которое считается одним из направлений современного русского неоязычества. Его руководителем является Александр Юрьевич Хиневич (1961 г.р.), он же – «Патер Дий», или «Коловрат». Данное религиозное направление представляет собой некую «секту» скандинаво-индийско-славянской направленности с уфологическим и эзотерическим уклоном. К славянскому неоязычеству инглинизм не имеет прямого отношения, за исключением использования названий некоторых славянских языческих богов. Инглинги, помимо периодических изданий, опубликовали довольно много книг, в которых, по их заявлениям, содержатся некие «священные» тексты (так называемые «Славяно-Арийские Веды»), объясняющие тайный смысл их учения. Автором этих многостраничных откровений является не имеющий высшего образования А. Хиневич. Первые публикации этих книг появились в конце 1990-х гг., а в 2012 г. большинство этих сочинений вышли уже 4-м изданием.

Украинский историк, археолог и писатель Дмитрий Михайлович Дудко (1958–2014), сделал ряд критических замечаний в адрес политизированных неоязычников, пытающихся по-дилетантски опубликовать некие тексты, выдавая их за подлинники.

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Так, он пишет, что «множество работ о «Велесовой книге», вышедших в 1990-е годы, принадлежит неспециалистам, преимущественно русским и украинским неоязычникам и националистам. Работы эти зачастую тенденциозны, ненаучны и способны лишь дискредитировать важную тему. Г.С. Гриневич, например, читает по-славянски древние письма от Хараппы до Фестского камня» (Дудко, 2002, 16–17). Относительно непосредственно «творчества» инглингов (Хиневича) Дудко отмечает: «А вот омские неоязычники публикуют некие «Сантъи-веды Перуна» – «арийские» скрижали, разумеется, им одним доступные. И проповедуют в них расизм и фашизм, позоря своих близких и далеких предков» (Дудко, 2004, 24).

В феврале 2016 г. суд г. Омска признал экстремистскими материалами пять книг серии «Славяно-Арийские Веды» издательства «Родович» разных годов выпуска. Таким образом, значительная часть религиозно-философского «наследия» главного инглинга оказалась в РФ под официальным запретом. В данных изданиях, являющихся единым информационным продуктом, по мнению правоохранителей, «заложены идеи расового превосходства, сформирован враждебный образ, представленный христианством, иудаизмом и лицами еврейской национальности». Это решение подкреплено выводами специалистов городов Омска, Москвы, Санкт-Петербурга, Кемерово, Барнаула в области лингвистики, психологии, религиоведения, истории и т.д., которые провели более десяти экспертиз, с целью «выявления смыслового содержания указанных произведений».

Эксперты пришли к выводу о том, том, что, несмотря на апелляции к использованию свастики в «традиционной культуре», в этих сочинениях «для обеспечения себе дискуссионной площадки и провоцирования скандального общественного внимания» активно демонстрируются изображения, сходные с символикой нацистской Германии. Хотя «прослеживается стремление автора придать книгам форму древней и сакральной литературы», но экспертные заключения утверждают, что «сведения, излагаемые в книгах, подобраны манипулятивно и в существенной степени выдуманы». Кроме того, «при изготовлении данной продукции использованы приемы, характерные для руководителей тоталитарных сект». Особо отмечается, что речь идет о книгах, изданных последователями так называемой «Древнерусской инглистической церкви православных староверов инглингов», которая была закрыта в 2004 г. в Омске как экстремистская организация. А одним из авторов книг является Александр Хиневич, который ранее возглавлял эту Церковь и был осужден в 2009 г. по ст. 282.2 УК (организация деятельности запрещенной организации), так как продолжал поддерживать ее работу, несмотря на запрет (По инициативе прокуратуры...; В Омске признаны...).

Стоит отметить, что в самой среде русских родноверов отношение к инглизму неоднозначное. Так, на страницах журнала «Родноверие» напечатано официальное заявление КЯТ и ССО СРВ, датированное 25 декабря 2009 г., в котором представители руководства этих объединений, а также Славянского духовного движения «Великий Огонь» объявили ряд идеологов русского неородноверия (В. Чудинова, Н. Левашова, Г. Гриневича, А. Хиневича и А. Трехлебова) людьми, занимающимися, по мнению авторов заявления, «сознательной провокацией». Теории и книги последователей инглизма названы рядом авторитетных идеологов современного славянского родноверия «псевдоязыческим учением, псевдолингвистикой, лженаукой и откровенным домыслом», всё это ведет, в итоге, к «дискредитации как современного языческого движения, так и Российской науки» (Родноверие, 2010, 6).

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

23 мая 2012 г. сопредседатель Совета КЯТ Веледор, волхв Содружества общин «Велесов Круг» Богумил и глава ССО Белояр приняли совместный документ под названием «Соглашение о жрецах славянских». В договоре получило официальное закрепления положение о том, что «Славянскими жрецами и жрицами (людьми, ведущими обряды и приносящими общественные жертвы Богам и Предкам) могут быть представители только славянского народа». Лишь в исключительных случаях жрецами «могут быть признаны носители индоевропейского родового наследия и обычая» из числа принявших «Славянский язык, Славянскую культуру, Славянскую Родную Веру... и доказавшие плодами своих трудов и духовными качествами принадлежность к Славянству». Пункт 9-й запрещает жрецам и жрицам «поддерживать антинаучные исторические и иные теории, выдаваемые за истину, которые наносят моральный вред устоям и обычаям, и проводить обряды, использовать понятия и символику, чуждые славянскому обычаю». В приложении к соглашению даётся перечень «теорий», приносящих «вред Славянской вере», разделённые на три группы. 1) псевдонаучные теории на поприще языка, речи и традиционного мышления за авторством В.А. Чудинова, А.Ю. Хиневича и других «инглингов-староверов», Г.С. Гриневича, М.Н. Задорнова, Н.Н. Вашкевича, их продолжателей, последователей и им подобных; 2) псевдонаучные теории на поприще истории — А.Т. Фоменко, Ю.Д. Петухова, А.А. Тюняева и их продолжателей, последователей и им подобных; 3) псевдонаучные теории на почве мифологии и фольклористики — А.В. Трехлебова, В.А. Шемшука, А.И. Асова (Буса Кресеня), Н.В. Левашова (1961–2012), В.Ю. Голякова (Богумила Второго), Ю.В. Гомонова и других, им подобных (Вестник традиционной культуры..., 2013, 114–116; Соглашение о жрецах славянских...). Список вышеизложенных имён свидетельствует о настойчивом желании представителей неоязыческих объединений, подписавших соглашение, отмежеваться от определённой группы лиц, которые, с их точки зрения не могут считаться представителями и «жрецами» русского родноверия. По сравнению с прошлым реестром от 2009 г., этот список заметно расширился и получил определенную структуру, что говорит о серьёзности и последовательности представителей указанных трёх родноверческих объединений в деле проведения «чистки» своих рядов. Заявления такого рода, по нашему мнению, говорят о стремлении их авторов высказать свои права на обладание некоей языческой «традицией», которая, во многом будучи создана (ими или при их участии) в современную эпоху, тем не менее, считается ими продолжением неких древних устоев. Причём эта традиция объявлена единственно верной и не допускающей иных вариантов или трактовок другими лицами. С нашей точки зрения, этот феномен можно считать примером «парафундаментализма» (термин В. Соловья), когда рядом современных «волхвов», теоретиков и активных деятелей русского родноверия ревностно охраняются некие придуманные ими правила, регламентирующие идеологию и практику вновь созданной религиозной традиции, чьи претензии на преемственность с историческим русско-славянским наследием считаются по меньшей мере малодоказанными.

Многих перечисленных в заявлении авторов нередко относят к так называемым «лингвофрикам», людям, которые имеют отношение к созданию определенной совокупности лженаучных идей, теорий и представлений в области произвольно понимаемой лингвистики. Являясь (в лучшем случае) специалистами в других научных направлениях от философии (Чудинов) до геологии (Гриневич), или даже не имеющие диплома о высшем образовании (Хиневич, Левашов), вышеупомянутые лжефилологи понимают лингвистику довольно специфически. Лингвистика в общепринятом значении является наукой, изучающей языки, т.е. комплексом

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

филологических наук о естественном человеческом языке вообще и обо всех языках мира как индивидуальных его представителях. В понимании лингвофриков лингвистика имеет весьма специфическое значение – своего рода придание «научности», легитимности и помощь в обосновании различных псевдонаучных, эзотерических, доходящих до оккультизма «оригинальных» авторских идей данных псевдолингвистов. «Лингвофричество» имеет три основных направления: этимология и интерпретация слов; интерпретация алфавита; расшифровка древних надписей. Не все так называемые лингвофрики имеют отношение к неоязычеству, однако тех, кто напрямую в той или иной степени обращается к неоязычеству в современной России насчитывается не один десяток человек. Из указанных персонажей, как минимум Хиневиц, Левашов и Трехлебов являются теоретиками инглизма. Рассуждая о реальности возрождения расизма как «элемента националистической идеологии и патриотической историографии», российский филолог и фольклорист К. Богданов говорит, что «расцвет этнолингвистики», «лингвокультурологии, озабоченной выявлением в русском языке особой культурной и социально-психологической специфики, — всё это так или иначе способствовало появлению и тиражированию идей и текстов, связывающих прошлое и будущее России с поисками её этнических, социальных и геополитических корней». Автор полагает, что сформирована уже целая библиотека с десятками сайтов и форумов, которые дают «наглядное представление об «историографических», «лингвистических» и «расовых» предпочтениях в освещении утаиваемых профессиональными историками и филологами тайн русской истории и русской культуры». Исследователь приводит ряд «институциональных адресов» различных российских объединений, трудящихся на «ниве патриотического просвещения»: Российская академия естественных наук, Академия фундаментальных наук, Международная общественная славянская академия наук, образования, искусств и культуры, Академия тринитаризма, журнал «Организмика», газет «Шестая раса» и «Русские славяне». В числе «классиков» различных направлений «лингвокультурологии» Богданов называет А.А. Тюняева, В.А. Чудинова, А.А. Клёсова, И.В. Ташкинова, П.П. Орешкина, В. Ларионова, О.Т. Виноградова, М.М. Задорнова, В.Б. Авдеева, А.Н. Савельева, Л.Б. Бутовскую, а также ряд других авторов, в том числе неоязычников-инглигов, которые, по его мнению, пропагандируют «особую древность и мессианизм “славяно-арийской расы” с опорой на смесь эзотерики, фольклора, научной фантастики, фолк-лингвистики, фэнтэзи, голливудских блокбастеров и расовых теорий». Говоря о причинах популярности указанной выше историко-мифологической и расовой проблематики, пропагандируемых отечественными лингвофриками, основной причиной автор называет не «дефицит просвещения и исследовательского здравомыслия», а «социальную неудовлетворенность и протестное мышление по отношению к правилам и ограничениям, налагаемым идеологией и традиционной институциональной наукой» (Богданов, 2016, 167–172).

Считая христианство религией, искусственно принесенной на русскую землю, язычники занялись поисками более древней традиции, на которую они могли бы опереться в создании своей идеологической системы. Эта традиция также могла бы выступить основой для конструирования неких родноверческих моделей русско-славянской нехристианской идентификации, которую можно было бы предложить тем людям, которые сочли бы её убедительной. Как пишут современные исследователи религии в России, «учитывая националистические тенденции неоязычества, появилась необходимость в доказательствах высокой миссии русского народа и его древности. В ответ на такой «социальный заказ» в конце

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

прошлого века стали возникать теории, возводящие славян и руссов к арийцам, атлантам, этрускам, хананеям, шумерам. Русским приписывались такие деяния, как изобретение первой в мире письменности, создание первой цивилизации и просто высокие моральные качества, обусловленные «благородством крови» (Здоровец, Мухин, 2005, 240).

Нельзя однозначно утверждать, что неоязычники полностью отрицают христианство. Например, инглинги (Хиневич, Трехлебов и их соратники) активно используют христианскую терминологию, ссылки на библию, празднование «заимствованных» христианами у англиизма праздников. Объяснить это можно тем, что в стране, где православие является самой массовой религией и его традиции, так или иначе сильно влияют на общество, надежнее использовать нечто похожее по форме, знакомое по «имиджу», хотя абсолютно другое по содержанию. Тем не менее, открытого противостояния или отрицания христианства у инглингов нет, есть лишь распространенное утверждение, о том, что православие, всего лишь чуть больше 1000 лет назад попав на Русь из Византии, частично использовало религиозную теорию и практику англиизма в своих целях.

Несмотря на изобилие псевдонаучной терминологии и заявлений о «кросс-научном» подходе, теоретики-лингвофрики, к которым принадлежат не только омские инглинги, не могут претендовать на по-настоящему научный подход в своих претензиях к обладанию неким тайным универсальным знанием. При серьезном научном анализе их методологии и доказательной базы обе позиции не выдерживают критики, и ни одна выдвинутая ими концепция не может считаться объективно обоснованной. Их теоретические построения можно считать практически полностью мотивированными политическим популизмом, основой которого является вполне определяемые вариации идеологии радикального националистического толка.

Литература

Богданов К. Раса, Россия и бог Ра: к этимологии расизма, русский случай // Расовые представления во Франции и России в XIX–XX вв.: Материалы международной конференции / сост. С.Н. Зенкин, С. Мусса. – М.: РГТУ, 2016.

В Омске признаны экстремистскими книги серии «Славяно-Арийские Веды». – URL: <http://www.sova-center.ru/racism-xenophobia/news/counteraction/2016/02/d33920/> (дата обращения 01.08.2017).

Дудко Д.М. Пути в мир славянских богов // Мать Лада. Божественное родословие славян. Языческий пантеон. – М.: Эксмо, 2004.

Дудко Д.М. Скрижали древних язычников // Велесова книга. Славянские Веды. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.

Здоровец Я.И., Мухин А.А. Религиозные конфессии и секты. – М.: Алгоритм, 2005.

Официальное заявление КЯТ и ССО СПб. «О подменах понятий в языке и истории славян и псевдоязычестве» // Родноверие. – 2010. – № 2 (3).

По инициативе прокуратуры Омской области суд признал экстремистскими материалами пять книг серии «Славяно-Арийские Веды». – URL: <http://prokuratura.omsk.ru/news/4086/> (дата обращения 01.08.2017).

Соглашение «О жрецах славянских» от 23 мая 2012 года // Вестник традиционной культуры славян: сборник // Сост. и общ. ред. Д.А.Гаврилова, Г.Э.Адамовича. – Минск, 2013. – С. 114–116.

Соглашение о жрецах славянских, подписанное ССО, КЯТ и ВК. – URL: <http://bogumil13.livejournal.com/139379.html> (дата обращения 01.08.2017).

**НЕОПОПУЛИСТСКАЯ ВОЛНА
В ПОСТСОЦИАЛИСТИЧЕСКИХ ГОСУДАРСТВАХ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ:
ПРИЧИНЫ, ОСОБЕННОСТИ, ПЕРСПЕКТИВЫ**

Под влиянием глобализационных процессов представительные демократии в современном мире переживают непростые времена. Их ключевые институты, политические партии, в течение длительного времени находятся в кризисе из-за множества причин: упадка ведущих идеологий, растущего разрыва между партийными организациями и рядовыми гражданами, негативного воздействия масс-медиа, персонализации поля политики. Совокупность данных факторов наряду с ослаблением национально-государственного суверенитета и разочарованием широких слоев населения (включая представителей среднего класса) в политическом истеблишменте при сохраняющейся неустойчивости мировой финансово-экономической конъюнктуры создает благоприятную почву для формирования новых популистских движений различного толка.

На фоне недавних успехов разнообразных популистских проектов в Западной Европе особый исследовательский интерес представляет неопопулистская волна в постсоциалистических государствах Восточной Европы, задолго до Брексита в Великобритании и победы Д. Трампа высветившая глобальный тренд на усиление популизма и единую природу новых популистских партий и движений. Абсолютное большинство популистских движений в мире носят *антиэлитистский характер* и предполагают наличие *органической поляризующей идеологии*, противопоставляющей большинство меньшинству и ведущей к критике представительных институтов, и *яркого лидера*, способного превратить народное недовольство и протесты в стратегию мобилизации масс ради завоевания власти (Глухова 2017, 49). На постсоциалистическом пространстве Восточной Европы популизм также может восприниматься как *эkleктичная нечеткая идеология*, содержащая преимущественно «правые» идеологические элементы, но также способная скомпилировать их с «левой» риторикой в зависимости от социально-экономического и политического контекста отдельной страны. Из популизма, воспринимаемого как идеология, в свою очередь вытекает и определенная форма политической стратегии. Неопределенность и пластичность идеологического ядра популистских движений Восточной Европы позволяет им сочетать популистскую риторику с множеством классических идеологий, таких как национализм (Martinelli, 2016, 15).

В Восточной Европе популизм основывается преимущественно на коллективистских, а также этнонационалистических (этнически исключительных) традициях на фоне недавней истории. Таким образом, он имеет относительно современное историческое происхождение и находится скорее в «правом» варианте или, по крайней мере, идеологически *эkleктичном*, нежели в тяготеющим к «левому» (Konarski, 2012, 8). Приход «правых» популистов к власти в Венгрии в 2010 г. и Польше в 2015 г. и их электоральные успехи в других странах Восточной Европы на протяжении 2000-х гг., нельзя рассматривать как неожиданную сенсацию. В действительности неопопулистская волна в постсоциалистических государствах явилась результатом общей усталости от демократии, среди общих *генетических причин*, обуславливающих значительный успех популистов на постсоциалистическом пространстве Восточной Европы, следует выделить следующие: а) размытость ценностных ориентаций в переходных обществах, заметное разочарование в социально-экономических итогах демократизации в виду

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

сохранения качественного разрыва в развитии по сравнению со странами Западной Европы; б) непримиримость партийно-политического противостояния, высокая поляризация политических сил в идеологическом спектре по «право-левой» шкале; в) отсутствие системного политического курса на формирование коллективной гражданской идентичности при разрушении системы рационального общественного дискурса и конструктивного диалога в результате ожесточенного противоборства «правых» и «левых» в политическом поле постсоциалистических государств; г) неустойчивость социально-стратификационной структуры и режима отношений собственности в транзитивных обществах, олигархизация политической и экономической элиты; д) проявившаяся в 1990-е – первой половине 2000-х гг. управленческая несостоятельность умеренных реформистских политических сил адаптивно реагировать на стоящие вызовы и удерживать политические предпочтения электората в условиях кризисных ситуаций; е) несовершенства институционального дизайна государственной власти и системы сдержек-противовесов, заложенных в Конституции большинства стран Восточной Европы; ж) европейские региональные кризисы (*долговой кризис в Еврозоне* и *миграционный кризис в ЕС*), в значительной мере способствовавшие росту поддержки радикальных правых популистов в Восточной Европе.

Необходимо отметить, что все популистские движения в постсоциалистических странах характеризуется определенным набором *общих черт*. 1. Популизм в Восточной Европе принципиально *не сводим к политическому экстремизму*, стремящемуся полностью демонтировать либеральные демократии, популисты нацелены на модификацию существующие представительскую демократию в *плебисцитарную*. 2. Популистские движения на постсоциалистическом пространстве *идеологически дифференцированы* на «жесткие» («Йоббик» в Венгрии, «Атака» в Болгарии, «Лагерь Великой Польши» и др.) и «умеренные» («Фидес» в Венгрии, «ПиС» в Польше, «ГЕРБ» в Болгарии и др.) при том, что реальная грань между ними пластична и подвижна. 3. Популистские идейные платформы, которые мобилизуют избирателей в Восточной Европе, становятся все более *основанными на политике идентичности*. В условиях, когда мейнстримовые центристские партии все больше теряют свою привлекательность, апелляция к национализму и политике идентичности становится все более привлекательной для общественности. 4. Популизм в государствах Восточной Европы *не является специфическим феноменом «пост-присоединения» к ЕС* вопреки утверждениям, что рост популизма обусловлен завышенными ожиданиями относительно членства в ЕС и усталостью от долгосрочных мер жесткой экономии, поскольку популистские (главным образом «правые») партии начали формироваться в постсоциалистических странах с конца 1990-х годов. 5. Популистская волна в Восточной Европе — это не временное отклонение от определенного видения «нормальности». В политическом процессе на постсоциалистическом пространстве происходят долгосрочные изменения, которые, способствуют распространению популизма: политика становится все более персонализированной и ориентированной на социальные сети и масс-медиа. Популистские партии и движения, уделяющие особое внимание системе коммуникации и личностям своих лидеров гораздо лучше адаптируются к новой среде, нежели мейнстримовые партии, чем и обуславливаются их растущие электоральные победы.

Важно подчеркнуть, что основной реальной целью абсолютного большинства популистских движений является перманентное удержание власти с целью максимизации своих политических и экономических предпочтений и конвертации обретенных властных позиций в ресурсные возможности, что требует

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

нивелирования существующей системы демократического контроля. На основе рассмотрения двух кейсов Венгрии и Польши, в которых популистским партиям «Фидес» и «ПиС» удалось одержать уверенную победу на выборах, можно проследить этапы деконструкции демократических политических институтов пришедшими к власти популистами: 1. *Ограничение свободы СМИ* с целью обретения контроля над общественной повесткой дня. В Венгрии это нашло свое отражение в создании Национального коммуникационного управления (НКУ), контролирующего государственные СМИ, и в принудительной деполитизации (угрозами санкций и налогами на рекламу) частных СМИ; в Польше — посредством национализации общественных телерадиокомпаний и изменения их редакционную политики в результате внесения поправок в законодательство. 2. *Переформатирование системы разделения властей* для устранения существующих институциональных ограничений в поле политики. В обоих государствах это выразилось прежде всего через изменение процедуры формирования Конституционного суда, с целью подчинения судебной власти исполнительной. 3. *Внесение изменений в избирательное законодательство*, обеспечивающих гарантированный успех в последующих электоральных циклах. Примечательно, что подобные антидемократические меры проводятся популистами в Польше под лозунгом «*воля народа важнее конституции или законов*», при том, что понятие «народа» приобретает весьма ограничительное определение: это уже не единая нация, а только электорат и сторонники правящей партии (Sztompka, 2016, 89). В конце концов, результатом политики обретших власть популистов становится формирование *нелиберальной демократии*, которая в Венгрии, по определению Б. Мадьяра, обрела форму посткоммунистического мафиозного государства – возникшей в результате разложения однопартийной диктатуры приватизированной формы паразитического государства, экономического бизнеса приемной политической семьи, который ведется средствами публичной власти (Мадьяр, 2016, 6).

Подводя итог, следует принять во внимание, что неопопулистская волна в представляет собой серьезную угрозу как для национальных демократий в постсоциалистических государствах, так и для функционирования ЕС, внешний контроль со стороны которого является основным сдерживающим факторов сползания популистских восточноевропейских режимов в консолидированный авторитаризм. Комплексный ответ на «вызов» популизма в Восточной Европе должен включать в себя: мобилизацию гражданского общества в поддержку демократических институтов, усиление рационализации и институционализации политического процесса, политическую изоляцию популистов посредством формирования больших центристских коалиций в парламентах, более активное вовлечение граждан к демократическому процессу выработки управленческих решений, формулирование привлекательной программной повестки и привлечение новых лиц в центристские партии.

Литература

Глухова А. В. Популизм как политический феномен: вызов современной демократии // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 4. – С. 49–68.

Мадьяр Б. Анатомия посткоммунистического мафиозного государства: На примере Венгрии / пер. с венг. П. Борисова. — М.: Новое литературное обозрение, 2016. — 392 с.

Konarski W.K. Populism in Central Europe – challenge for the future // Populism in Central and Eastern Europe – Challenge for the Future? Documentation of an Expert Workshop / Edited by Szymon Bachrynowski. – Warsaw: Green European Foundation asbl, 2012. – P. 5–8.

Martinelli A. Populism and the Crisis of Representative Democracy // Populism on the Rise: Democracies Under Challenge? / Edited by Alberto Martinelli. – Milano: Edizioni Epoké – ISPI, 2016. – P. 13–32.

Sztompka P. The “Demand Side” of Populism: The Case of Poland // Populism on the Rise: Democracies Under Challenge? / Edited by Alberto Martinelli. – Milano: Edizioni Epoké – ISPI, 2016. – P. 73–91.

В.Н. Курков (Москва)

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ДИСКРЕДИТАЦИИ РОССИИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

В данном исследовании предлагается охарактеризовать политику постправды в сети Интернет, в частности отметить основные технологические моменты, которые используются в Интернете для дискредитации России как таковой, а также ценностных констант сознания российских граждан. Необходимо отметить ту значимую роль, которую была внесена Интернетом в различные сферы жизнедеятельности общества. Рассуждая на общетеоретическом уровне, в целях более глубокого понимания сущности происходящих в настоящее время трансформаций трансляции информации, следует привести суждение С.П. Расторгуева: «В первую очередь, за последние десятилетия претерпела серьезные изменения схема передачи информации и знания – от схемы «человек – человек» к схеме «человек – техническое средство – человек». Технические средства в данном случае значительно усиливают возможности по программированию одних людей другими (Расторгуев). Таким образом, получается, что между непосредственной межличностной коммуникацией появляется некий технический посредник, в роли которого в данном случае выступает телекоммуникационная сеть Интернет. В этой связи происходит процесс обезличивания общения, социального отчуждения, поскольку общение становится всё более спонтанным, непоследовательным, хаотичным. Пользователь имеет право оставить полученное им сообщение без какого-либо внимания, в отличие от общения живого. Однако у пользователя имеются также технические возможности, предоставляемые Интернетом, для придания большей убедительности своим аргументам, как-то: использование гипертекста (т.е. текста, содержащего гиперссылки), прикрепление фотоизображений, видео, звуковых файлов, графических изображений, карт, схем и др.). Кроме того, помимо технической возможности усиления позиции одной из сторон, сами пользователи склонны доверять той информации, которая распространяется в Интернет-пространстве.

По данному поводу проф. С.П. Расторгуевым был сформулирован научный принцип, который гласит, что «доказанная взаимосвязь несуществующих событий становится законом, определяющим поведение реальных субъектов». (Интервью...). С рассуждениями С.П. Расторгуева когерентна позиция А.И. Смирнова, специализирующегося на проблемах международной информационной безопасности в цифровую эпоху. Исследователь отмечает следующее: «С повсеместной компьютеризацией, скоростным доступом к Интернету и стремительным ростом социальных сетей, т.е. Web 2.0, становится все легче виртуально манипулировать общественным сознанием, влиять на мнение людей и побуждать их к реальным действиям» (Смирнов, 2012, 58). Кроме того, А.И. Смирнов оценивает влияние современных сервисов онлайн коммуникации на молодое поколение. Так, ученый определяет виртуальные социальные сети как «сети, в которых запутывается политически неопытная молодежь (от самовыражения – к самозомбиранию)» (Смирнов, 2012, 93).

Известный итальянский ученый и философ Умберто Эко высказывает своё отношение к использованию Интернета, связывая главную угрозу в онлайн-

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

пространстве с избытком информации: «...огромный объем информации, не рассматриваемой критически, может привести к безумию. На мой взгляд, это главная опасность «Интернета» (Интервью с Умберто Эко). Отечественный исследователь И.И. Засурский солидарен с позицией У. Эко в отношении негативных моментов, связанных с Интернет-коммуникацией: «...интернет далеко не так безобиден, как кажется многим. На его просторах можно наткнуться на разные фальсификации и нелегко с первого взгляда отличить зерна от плевел» (Засурский, 2007, 192). Отмечается, что «жертвами сетевой кривды регулярно становятся и те, кто, казалось бы, лучше других должны разбираться в информации, – журналисты» (Засурский, 2007, 192).

Современный уровень развития информационно-коммуникационных технологий позволяет проводить политику постправды в сфере виртуальных социальных сетей. Известный ИТ-специалист И.С. Ашманов в этой связи говорит о том, что данные сети дают: «Возможность обращаться к населению напрямую, не обращая внимания на национальное правительство» (Ашманов).

Одним из наглядных приемов современной политики постправды, работающей против России, является так называемая «*информационная карусель*». Сущность данного метода заключается в публикации в СМИ непроверенной информации, а зачастую и прямо дезинформационного материала, который впоследствии кратно тиражируется различными более мелкими СМИ, создавая при этом «дезинформационную сеть», которая формирует общественное мнение. После этого публикуется опровержение, при этом следует понимать, что для создания информационного контраста между дезинформацией и опровержением последнему сообщению будет придаваться не столь широкое освещение (МИД РФ поставил...). В этой связи В.В. Кондрашов отмечает: «Страны Запада и их союзники максимально используют возможности Интернета и кибернетического пространства для ведения антироссийской деятельности. Создаются новые органы и организации, которые занимаются внедрением в наиболее популярные интернет-платформы – Facebook, Twitter, ВКонтакте пропагандистских материалов, оказывающие воздействие на блогосферу» (Кондрашов, 2016, 125). Примером тому может служить американское интернет-подразделение («Команда по цифровым внешним контактам»), сформированное в США в ноябре 2009 г., в задачу которого «входит присутствовать в Интернете – в чатах, на популярных интернет-сайтах и в блогах, рассказывая об американской политике, исправлять ошибки, которые имеют место, а также отсылать людей «к правильным документам»» (Михайловский, 2014, 57).

Политика постправды, направленная на дискредитацию России, может эффективно проводиться посредством технологии *астротерфинга* – формирования мнимого общественного мнения, в том числе в Интернете при помощи специального программного обеспечения. Осуществление астротерфинга в Интернете возможно за счёт создания *киберсимулякров*. Согласно определению С.В. Володенкова, «киберсимулякр – функционирующая в интернет-пространстве виртуальная личность, симулирующая репрезентацию реально существующего сетевого пользователя» (Володенков, 2014, 18).

Кроме того, при помощи Интернета появились значительные возможности для упрощения создания *мемов*, а также увеличения скорости и масштаба их распространения. В данном случае более уместно использовать термин *Интернет-мем*. Е.Г. Зорина в этой связи отмечает: «Такие мемы, как “Эта страна”, “Российские дороги”, “Ведро с гайками”, “Партия жуликов и воров” подрывают чувства патриотизма и гордости за свою страну у российских граждан, а также легитимность

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

власти, якобы допускающий в России “беспредел”, коррупцию, преступность и т.д.» (Зорина, 2016, 79).

В качестве наглядного примера политики постправды следует упомянуть распространившееся в 2015 г. в виртуальных социальных сетях несколько фотоснимков, на которых были изображены якобы сваленные в кучу по итогам прошедшей 9 Мая акции «Бессмертный полк» таблички с фотографиями ветеранов Великой Отечественной войны. В блогах и комментариях к фотографиям в Интернете начала тиражироваться информация о постановочном властями характере акции, об инсценировке командного патриотического порыва под государственным патронажем. В то же самое время принадлежность самих фотографий какому-либо конкретному автору не была установлена, не ясно было их происхождение. Технологию подготовки таких «Интернет-фейков» (т.е. фальшивок) поясняет журналист О. Лурье (Худикова). Согласно его точке зрения, изготовление таких информационных фальшивок — сама по себе задача нетрудоемкая и требует относительно недолгого времени для подготовки. Изготавливаются соответствующие таблички, далее необходимо несколько фотоснимков в безлюдном месте, после чего данные фотографии можно выкладывать в Интернет, где они уже будут «вирусно» распространяться в виртуальных социальных сетях, организуя смятение в массовом сознании Интернет-пользователей. Таким образом, суммируя анализ технологических аспектов, а также позицию экспертного сообщества в области информационной безопасности, можно сделать вывод о том, что Интернет является, если не главным, то, безусловно, одним из основных плацдармов для проведения политики постправды в отношении России по различным направлениям.

Литература

Ашманов И.С. Информационный суверенитет России: новая реальность. – URL: <http://rossiyanavsegda.ru/read/948/> (дата обращения 1.08.2017).

Володенков С.В. Киберсимулякры как инструмент виртуализации современной массовой политической коммуникации. // Информационные войны. – 2014. – № 4 (32). С. – 18–21.

Засурский И.И. Интернет и интерактивные электронные медиа: исследования. Часть I // Трансформация глобального информационно-коммуникационного пространства в интернете. Сборник Лаборатории медиакультуры, коммуникации, конвергенции и цифровых технологий / Под ред. И. Засурского. – М.: Изд-во МГУ, 2007. – 262 с.

Зорина Е.Г. Технологии подрыва легитимности государственной власти, используемые в Интернет-пространстве // Информационные войны. – 2016. – № 1 (37). – С. 78–80.

Интервью проф. С.П. Расторгуева «Голосу России». Дата: июль 2013, радио программа «Мировая политика». – URL: <http://www.iwars.ru/untitled-c8js> (дата обращения 1.08.2017).

Интервью с Умберто Эко, Добрый Умберто Эко, рекомендует подготовиться к смерти. – URL: <http://www.kommersant.ru/doc/198748> (дата обращения 1.08.2017).

Кондрашов В.В. Информационное противоборство в кибернетическом пространстве // Роль технологий «мягкой силы» в информационном, ценностно-мировоззренческом и цивилизационном противоборстве / Под общ. ред. И.В. Бочарникова. – М.: Изд-во «Экон-Информ», 2016. – 306 с.

МИД РФ поставил печать «фейк» на четырех иностранных публикациях. – URL: <http://www.ntv.ru/novosti/1768936/> (дата обращения 1.08.2017).

Расторгуев С.П. Почему Россия проигрывает в информационной войне. – URL: <http://www.gorchakovfund.ru/news/13578/> (дата обращения 1.08.2017).

Расторгуев С.П., Литвиненко М.В. Информационные операции в сети Интернет / Под общ. ред. А.Б. Михайловского. — М.: АНО ЦСОиП, 2014. – 128 с.

Смирнов А.И., Кохтюлина И.Н. Глобальная безопасность и «мягкая сила 2.0»: вызовы и возможности для России. – М.: ВНИИГеосистем, 2012. – 280 с.

Худикова Л. Расследование: на расстрел «Бессмертного полка» интернет-фейками был заказ. URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=2573480> (дата обращения 1.08.2017).

**ПОПУЛИЗМ В ПОЛИТИКЕ:
СТРУКТУРНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ И ВОЗМОЖНЫЕ РИСКИ**

Заметной особенностью мировой политики последних лет стало усиление влияния левых и правых популистских политических сил. В этой связи можно отметить электоральные успехи вновь возникших левопопулистских партий и движений Греции и Испании, правопопулистских лидеров во Франции, Австрии и ряда других стран. С феноменом популизма нередко связывают результаты референдума по выходу Великобритании из Евросоюза. Популистские тенденции дали о себе знать и во время последней избирательной президентской кампании в США. С одной стороны, победивший на этих выборах Д.Трамп может быть охарактеризован как правопопулистский лидер, с другой стороны, избирательная программа одного из ведущих претендентов на место кандидата от демократической партии на пост президента Б. Сандерса была выдержана в левопопулистском духе.

При всех различиях между популизмом левого и правого типа есть немало общего. Популизм в политике, как правило, предлагает простые решения сложных проблем, причем такие решения находят поддержку у широких масс населения, не обладающих высоким интеллектом и глубокими познаниями. Собственно, на этом и основан успех всех без исключения партий, движений и лидеров популистского толка. В тоже время исторический опыт показывает, что период существования популистских политических структур и их лидеров может оказаться очень недолгим. Кто, кроме профессиональных историков, помнит сейчас Пьера Пружада, чье движение на парламентских выборах 1956 г. во Франции получило 2,5 млн голосов избирателей? Недолговечность популистских образований имеет много причин. Как правило, они отличаются организационной рыхлостью и формируются вокруг одного единственного лидера. Уход лидера с политической арены означает довольно быстрый распад подобной структуры. Популистские движения и их лидеры способны быстро завоевывать популярность, но также быстро ее терять. Это происходит потому, что они дают заведомо невыполнимые обещания. Но популистскими технологиями и приемами пользуются и политические силы, которые не относятся к числу популистских. Невыполнение предвыборных обещаний – весьма распространенное явление в любой стране, где существует институт сколько-нибудь соревновательных выборов.

Надо отметить, что популисты, в отличие от тех, кто только использует популистские технологии, как правило, искренне верят в то, что они предлагают. Но выполнить свои обещания в полном объеме они не способны не только потому, что все, ими предлагаемое, абсолютно невыполнимо. Бывает, что популистские силы предлагают решения, которые теоретически могут быть реализованы. Однако на практике реализовать их так и не удается.

Дело в том, что, кроме всего прочего, популисты сталкиваются с так называемыми «структурными ограничениями». Под ними следует понимать формальные и неформальные правила, присущие любой политико-экономической системе. Популизм по определению – антисистемная сила. Популисты декларируют намерения абсолютно изменить или даже разрушить существующую систему. Пока популистские силы борются за власть, они могут провозглашать самые радикальные идеи и лозунги. Но, придя к власти, любая радикальная сила должна считаться с реальными обстоятельствами и решать стоящие перед ними проблемы теми способами, которые имеются в действительности. И тогда они вынуждены считаться с формальными и неформальными правилами в данной конкретной ситуации и

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

конкретной системе. На практике это означает неизбежный отказ от многих данных ранее обещаний.

Социальный опыт, в том числе и самых последних лет, дает убедительные примеры подобного течения событий. Один из таких примеров – положение, сложившееся в Греции. Успех левопопулистской партии «Сириза», победившей на парламентских выборах, был обусловлен целым рядом обстоятельств. Это – и глубокий кризис, в котором оказалась греческая экономика, и состояние греческого общества, и разочарование избирателей в традиционных политических партиях, в том числе левоцентристской ПАСОК. Пришедшее к власти правительство А. Ципроса первоначально обещало принять самые радикальные меры для улучшения положения населения страны, декларировало несогласие с требованиями, которые предъявлял Греции Евросоюз. Но затем это же правительство вынуждено было согласиться с требованиями Евросоюза, поскольку экономические реалии современной Греции оказались непреодолимым препятствием для реализации программы, которую поддержало большинство греческих избирателей.

Другим примером того, как «структурные ограничения» мешают выполнять предвыборные обещания политических сил, считающихся популистскими, сегодня является положение Д. Трампа, победителя в последних президентских выборах США. Не имевший политического опыта и своей сложившейся команды Д. Трамп сумел провести успешную избирательную кампанию, в том числе используя популистские лозунги и приемы. Однако оказавшись на посту главы государства он столкнулся с большими сложностями. Д. Трампу противостоит большинство ведущих СМИ, помимо оппозиционных демократов ему приходится считаться с противостоящими силами в собственной республиканской партии и, как следствие, американский президент во многих случаях не имеет поддержки со стороны конгресса. Хотя сам Д. Трамп принадлежит к американской элите, внутри этой элиты у него как не было ранее, так нет и сейчас сильной поддержки. По крайней мере, пока он не сумел ее добиться. В этом, очевидно, кроется внутривнутриполитическая слабость Д. Трампа, не позволяющая ему реализовать многое из обещанного накануне выборов. Внутривнутриполитическую слабость Д. Трамп пытается компенсировать резкими действиями на международной арене.

Означает ли все вышесказанное, что «структурные ограничения» в принципе непреодолимы для популистов и, следовательно, популизм не представляет серьезной угрозы для существующих политических и экономических систем? Думается, что это не так. В популизме может быть заложен такой антисистемный потенциал, который приведет к непрогнозируемым последствиям. В связи с этим можно привести пример из политической истории нашей страны и напомнить, что в этом году Россия отмечает 100-летие революции 1917 г.

Вряд ли будет правильно отождествлять русских большевиков с современными популистами. Дело и не в том, каким образом большевики, стремясь к власти, использовали популистские лозунги и технологии. Сто лет назад политические противники большевиков справа и слева предрекали им неизбежный крах в случае захвата власти. В частности, один из первых русских марксистов Г.В. Плеханов критиковал большевиков, считая стратегию и тактику В.И. Ленина и большевиков авантюристической и опасной. Как сторонник ортодоксального марксизма, Г.В. Плеханов полагал, что Россия стоит не перед социалистической, а перед буржуазной революцией (Плеханов, 1956, 345). В связи с этим Г.В. Плеханов неоднократно ссылался на мнение Ф.Энгельса, высказанное им в работе «Крестьянская война в Германии» (Энгельс, 1956, 423). В данной работе Ф. Энгельс

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

писал о трагической ситуации, в которой могут оказаться революционеры, захватившие власть раньше, чем созреют условия для господства того класса, чьи интересы они представляют. И тогда революционерам придется реализовывать не собственную программу, а действовать в соответствии с интересами того класса, условия для господства которого уже созрели. Г.В. Плеханов считал, что большевики, захватив власть, как раз окажутся в такой ситуации. Действительность опровергла прогнозы русского марксиста. Большевики отнюдь не действовали в интересах буржуазии, но в итоге получили тоталитарную систему, мало похожую на «царство свободы», о котором мечтал К. Маркс. Реализация, казалось бы, нереальных планов дала реальные, но неожиданные результаты. Поэтому однозначно прогнозировать последствия популистских экспериментов сложно, следовательно, сам феномен популизма требует дальнейшего анализа и изучения.

Литература

Плеханов Г.В. Наши разногласия. Избранные философские произведения в пяти томах. Т. I. – М.: Госполитиздат, 1956.

Энгельс Ф. Крестьянская война в Германии // Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2-е изд. – М.: Госполитиздат, 1956. Т.7.

Г.В. Лукьянова (Санкт-Петербург)

МЕДИАТЕХНОЛОГИИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ПОСТПРАВДЫ

В условиях утверждения информационного общества возрастает роль массмедиа, обеспечивающих широкому кругу лиц возможности доступа к разнообразной информации. При этом, авторы информационных сообщений, используя различные медиатехнологии, могут оказывать влияние на формирование определенного отношения к тому или иному политическому событию. К традиционным инструментам воздействия СМИ на аудиторию, и в том числе конструирования постправды, можно отнести: установка медиаповестки дня, прайминг и фрейминг. Теория установки медиаповестки дня исходит из идеи существования значимой корреляции между акцентом, сделанным СМИ на каком-либо событии, и значимостью, придаваемой аудиторией этому событию (McCombs & Shaw, 1972, 179). Изучая данный феномен на примере президентских выборов США 1968 г., М. МакКомбс и Д. Шоу оценили отношения между наиболее важными в понимании аудитории проблемами и фактически транслируемыми в СМИ сообщениями. В результате исследователи пришли к выводу о влиянии степени осведомленности граждан по тому или иному вопросу на ранжирование и определение проблем. По мнению М. МакКомбса и Д. Шоу, СМИ оказывают непосредственное влияние на осведомленность граждан (McCombs & Shaw, 1972, 179). Понимание того, насколько важен вопрос для общественности приходит к аудитории именно благодаря СМИ, в частности, благодаря тому объему материалов по данной тематике, что медиа предлагают своей публике (Kiousis & McCombs, 2003, 146).

Еще одной из технологий воздействия на массовое сознание является прайминг. Основой, благодаря которой прайминг обладает большим воздействующим потенциалом, является прайм. Прайм представляет собой объект, после встречи с которым, происходит изменение способности человека действовать с идентичным или сходным объектом (Фаликман, Койфман, 2005, 88). В русскоязычной литературе используется альтернативный термин «преднастройка». По своей сути прайминг – это некоторый прием, способствующий быстрому решению какой-либо задачи и

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

формированию мнения в отношении какой-либо проблемы, благодаря сходным вопросам или действиям, имеющим место в прошлом. Д. Шактер и Р. Бакнер определяют прайминг–эффект как «изменение способности опознать или извлечь из памяти объект в результате особой предшествующей встречи с этим объектом» (Фаликман, Койфман, 2005, 89).

Теория фрейминга основывается на предположении, что в зависимости от того, как проблема освещена в СМИ или какая интерпретация ей дана, аудитория будет по-разному воспринимать данную проблему. Одним из первых в области политической коммуникативистики рассмотрением вопроса фрейминга и его социально-психологических последствий занялся Р. Энтман. Исследуя в 1991 г. различия в освещении американскими СМИ двух схожих событий – катастрофы южнокорейского самолета, сбитого советскими ВВС в 1983 г. и сбитого в 1987 г. американскими ВМФ иранского самолета, автор приходит к выводу, что данные события были поданы с разной оценкой – как акт насилия и как несчастный случай соответственно (Пономарев, 2010, 37). Публикации на тему данных событий оказали очевидное влияние на американское общественное мнение, повысив уровень недоверия к СССР и усилив поддержку американской внешней политики.

В монографии «Демократия без граждан» Р. Энтман утверждает, что сообщения, транслируемые СМИ, существенно влияют на мнение общественности (Entman, 1989, 75). Однако, исследователь приходит к выводу, что нельзя полностью изменить позицию индивида лишь при использовании транслируемых сообщений, но можно задать вектор мысли реципиента при помощи выбора информации и способу ее подачи.

В настоящее время ускоренного информационного потребления необходимо отметить новые медиатехнологии конструирования и распространения постправды: а) персонификация политики (личность политического лидера становится важнее идей политического лидера); б) эмоционализация политики (стремительное развитие интернета способствует смещению фокуса внимания аудитории на эмоции и чувства); в) развлекательная политика (упрощение и схематизация сложных тем совместно с юмористической подачей информации ведет к эмоциональному восприятию политики в целом).

Зачастую СМИ допускают субъективное отражение событий, являясь при этом не только первоисточником, но и единственным каналом получения политической информации для аудитории. Например, в период президентской кампании в США в 2016 г., зафиксировано, что вирусный медиаконтент в социальных сетях, таких как Facebook или Twitter, является основным источником политической информации для значительного числа граждан. За счет коллективного характера распространения ожидается истинность информации и повышается уровень доверия к контенту, но при этом не учитывается вероятность возникновения и циркулирования дезинформации (так называемых «fake news»).

Литература

Пономарев Н.Ф. Политическая коммуникативистика. Информационные стратагемы власти. — Пермь: Изд-во Пермского гос. технического ун-та, 2010. — 187 с.

Фаликман М. В., Койфман А. Я. Виды прайминга в исследованиях восприятия и перцептивного внимания // Вестник Московского университета. — Серия 14: Психология. — 2005. — № 3. — С. 86-97.

Entman R.M. Democracy without citizens: Media and the decay of American politics. — Oxford: Oxford University Press, 1989. — 256 p.

Kiousis S., McCombs M. Agenda setting article // MT Journal. —2003. —Vol. 142. — P. 145–150.

McCombs M.E., Shaw D.L. The agenda-setting function of mass media // Public opinion quarterly. — 1972. — Vol. 36. — N. 2. — P. 176–187.

БЮРОКРАТИЧЕСКАЯ АНТИПОЛИТИКА

Широкое понимание политики предполагает отношения руководства, управления и участия (Р. Дарендорф). Узкий смысл понятия «политика» не включает бюрократические, чиновничьи, аппаратные, административные структуры и объясняет отношения между государственными институтами как «власть над управлением» или «управление управлением» и др. В этом смысле категория «политика» охватывает те субъекты социальных отношений, которые определяют стратегию развития общества и государства, надзирают за претворением в жизнь этой стратегии, мобилизуют массы в поддержку проводимой политики, осуществляют церемониальную власть и т.д. Стратегия политики воплощается исполнительными структурами в лице государственного аппарата, служащих, чиновников, бюрократии. Такое понимание политики, точнее, соотношения политики и управления указывает на то, что выбор политической стратегии является проблемой социально-политических институтов, которые используют бюрократию и которым она подчинена в правовом поле (Макарин, 2017, 94–95).

В то же время в исследовании иерархии лиц, включенных в процесс политико-административного управления, предлагаются различные понятия: политики (политика), политические лидеры, политическая элита, политическая бюрократия и управление, администрация, бюрократия, аппарат власти. Используются и другие категории. Условность такой дифференциации следует связать с тем, что в ряде политико-административных систем трудно провести грань между политикой и управлением. Это может быть обусловлено как особенностями функционирования политического режима, так и практикой перемещения людей из одних структур в другие властные институты.

Подчеркнем, что исполнительская и политическая функции свойственны исполнительным, законодательным и иным властям. Но воплощаются эти функции в организационных структурах двух типов; с одной стороны, это чиновники и бюрократия, с другой — политические деятели и избирательная система в парламентском или партийном режимах (Арон, 1993, 61). Неодинаковость принципов формирования и функционирования различных ветвей власти есть основа их сочетания, если одна из них не поглощает другую.

Вместе с тем в современных «демократиях» не просто решается вопрос взаимоотношения политики и управления. Проблема заключается в том, что между различными представителями политической элиты осуществляется борьба за аппарат в вопросах контроля над ним или его формирования. «По мере того как политика “профессионализируется” и партии “бюрократизируются”, борьба за политическую мобилизационную власть все более превращается в двухступенчатое соревнование: от исхода конкурентной борьбы за власть над аппаратом, которая разворачивается внутри аппарата исключительно между профессионалами, зависит выбор тех, кто сможет вступить в борьбу за завоевание простых мирян» (Бурдые, 1993, 215).

Но признание факта разделения властей или их единства ни в практической, ни в теоретической основе не отрицает понимания властных отношений в качестве структурно упорядоченной целостности. Структурно упорядоченная целостность публичной власти и стабильность общества обеспечивается центральным институтом политической системы — государством, которое выступает системообразующим фактором. Государство является интегрирующим общество политическим институтом, организующим совместную жизнь населения на

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

определенной территории и обеспечивающий там социальный порядок, поддержание соответствующих норм и правил. Основным элементом государства является бюрократия, которая должна защищать, прежде всего, общественные, а не частные или корпоративные интересы, ее специфическое отношение к формальному праву, подотчетность ее деятельности общественно-политическому контролю.

В 2000-е годы В. Путин вывел из поля политики часть губернаторов и олигархов, оппозиционные партии и независимые средства массовой информации. Заметим, не без пользы для стабильности России. Иначе говоря, различные элитные группировки ограничили свои претензии на монопольное обладание властью и бесконтрольное управление собственностью. Но как в свое время заметили В.В. Лапкин и В.И. Пантин, «золотой век» российских олигархов уходит в прошлое; на смену ему идет «золотой век» чиновничества и высшей бюрократии, контролирующей основные финансовые потоки и регулирующих отношения собственности. «Пакт элит по-русски» установил доминирование бюрократии и силовых структур как над крупным бизнесом, так и над рядовыми предпринимателями, оставляя массам лишь роль «статиста» в публичных играх, имитирующих функционирование демократии. Обратная сторона такого «пакта элит» — фактическое отсутствие в России организованной и ответственной оппозиции, влиятельных политических партий. Несмотря на серьезный раскол и размежевание в массовом сознании, реальная дифференциация интересов в российском обществе до сих пор весьма слаба. Отсюда — поразительная индифферентность россиян по отношению к существующей в стране системе политических институтов (Лапкин, Пантин, 2005, 57).

Несколько иначе подобную мысль озвучивает С.Ю. Барсукова. Она отмечает, что в 2000-е годы государство реанимировалось, преступники потеряли позиции в экономике. Однако «победило бандитов не государство как машина деперсонифицированного поддержания формальных институтов, а его представители, распорядившиеся административными и силовыми ресурсами государства в личных целях, что позволило им стать силовыми предпринимателями, превосходящими бандитов в эффективности решения проблем бизнеса. Новые силовые предприниматели, как прежние бандиты, обеспечивают работу неформальных институтов регулирования экономики. Но если бандиты восполняли вакуум формальных институтов, то их “сменщики” формируют неформальные институты, опираясь на мощный аппарат принуждения и разветвленную сеть формальных законов, вольность интерпретации и селективность применения которых составляют специфику силового ресурса этой группы» (Барсукова, 2013, 26). «Трансформация социалистической системы на территории бывшего СССР и в странах Центральной и Восточной Европы, возврат этих стран на капиталистический путь развития выявили, наряду с развитием политической демократии, новые формы бюрократизации, не имевшие аналогов в прошлом и породившие новый феномен, который был назван современными учеными “бюрократическая антиполитика”» (Гуторов, 2012, 16).

Антиполитика российской бюрократии в значительной степени порождает коррупцию. Коррупция затрагивает все сферы социальной жизни, но в первую очередь отражается в структурах государственного управления и имеет экономическую природу. Поэтому выделяются следующие виды коррупции. «Бытовая коррупция представляет собой несистематизированный набор коррупционных платежей, совершаемых гражданами и связанных с преодолением административных барьеров. Административная коррупция — нелегальное

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

отношение между экономическим агентом (фирмой) и чиновником, позволяющее избирательно влиять на правоприменительные практики в отношении фирмы... Политическая коррупция — перераспределение ресурсов с целью получения политической выгоды и возможность менять правила игры. Каждый из видов коррупции может проявляться нерегулярно, но в ситуации высокой неопределенности возникает четвертый, системный вид, объединяющий в себе предыдущие и подразумевающий наличие самовоспроизводства» (Васильева, Воробьев, 2015, 79).

Коррупционные отношения обладают способностью в максимально сжатые сроки реагировать на изменения макросреды. Несмотря на подобные компенсационные функции, коррупция наносит значительный вред развитию как национальной экономики, так и обществу в целом. «Во-первых, предметом коррупционных сделок являются не только способы преодоления ограничений, но и возможности осуществлять прямо запрещенную законом деятельность, получать доступ к ресурсам и распоряжению ими в соответствии с частным интересом. Во-вторых, коррупция способствует закреплению неформального поведения в рамках сложившейся институциональной среды, что существенным образом затрудняет ее модернизацию. В-третьих, распространяется деструктивная идеология нейтрального отношения к нарушению закона, что является свидетельством моральной деградации общества, субъекты которого теряют доверие к формальному праву» (Некрасов, Головкин, 2009, 23). Вместе с тем устранение причин коррупции в условиях, когда она носит системный характер и служит одной из основ нынешнего положения элитных групп, представляется трудно реализуемыми (Фан, 2014, 103).

Несмотря на распространение идей о наличии демократии и самоуправлении в России, господства права, власть принадлежит ограниченному кругу лиц, которому общество делегировало осуществление части своих полномочий. При этом общественные нужды и интересы если и являются ориентирами проводимых мероприятий, то подвергаются корректировке в соответствии с имеющимися возможностями лиц, принимающих решения и воплощающих эти решения в жизнь, в форме легитимного принуждения и использования широких возможностей манипулирования. Для осознания сложившейся ситуации необходимо принимать во внимание цели подобных методов бюрократического управления, которые не должны выступать в направлении стремления извлечения большей личной или корпоративной выгоды посредством достижения власти. Последнее приводит к социальной деформации и аморальности системы власти и управления (Юнусова, 2012, 141).

Литература

- Арон Р. Демократия и тоталитаризм / пер. с франц. — М.: Текст, 1993. — 304 с.
- Барсукова С.Ю. Государство и бандиты: драма с прологом и эпилогом // Общественные науки и современность. — 2013. — № 1. — С. 16–26.
- Бурдые П. Социология политики / пер. с фр. — М.: Socio-Logos, 1993. — 336 с.
- Васильева В.М., Воробьев А.Н. Коррупционные рынки // Полис. — 2015. — № 2. — С. 78–96.
- Гуторов В.А. К вопросу об эволюции веберовской концепции социализма в политическом и научном дискурсах XX в. // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — 2012. — Т. 8. — № 1. — С. 5–17.
- Лапкин В.В., Пантин В.И. Освоение институтов и ценностей демократии украинским и российским массовым сознанием (Предварительные итоги) // Полис. — 2005. — № 1. — С. 50–62.
- Макарин А.В. Российская бюрократия: проблемы и перспективы. — СПб.: Фонд развития конфликтологии, 2017. — 314 с.
- Некрасов В.Н., Головкин М.В. Современные методологические проблемы разработки антикоррупционной политики // Экономические науки. — 2009. — № 9 (58). — С. 22–26.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Фан И.Б. Политико-психологические аспекты воспроизводства коррупции // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. — 2014. — Т. 14. — № 4. — С. 91–106.

Юнусова Р.С. Трансформация технологий управления (манипулятивные аспекты) // Актуальные проблемы экономики и права. — 2012. — № 2. — С. 135–141.

Д.С. Мартьянов (Санкт-Петербург)

ФАКТОРЫ ПОЛИТИКИ ПОСТПРАВДЫ И НЕОВИРТУАЛЬНОСТЬ

Развитие сетевой коммуникации во многом определяет современные социальные и политические процессы. Одним из новейших концептов, характеризующих такое влияние, стал концепт постправды. Сама постправда характеризуется иррациональностью и игнорированием объективных фактов, не встраивающихся в единую композицию стереотипов и предубеждений, которая задается акторами политики постправды. Среди факторов возникновения постправды С.В. Чугров выделяет следующие: высокий уровень развития информационных технологий, связанный с этим рост политического влияния индивидов и малых групп, формирование «новых толп» и массового информационного общества, а также размывание социальных норм и правил игры в либеральных демократиях (Чугров, 2017, 45). Таким образом, политика постправды является определенной тактикой манипулирования при ведении информационной войны и при первом рассмотрении не представляет собой принципиально нового феномена. Однако следует обратить внимание на ряд моментов, имеющих отношение к политике постправды, которые свидетельствуют о связанных с ней качественных изменениях в сфере коммуникаций, произошедших за последнее время.

С.В. Чугров справедливо отмечает важность перехода к массовому информационному обществу. Но что же означает формирование массового информационного общества, какие другие факторы оказывают влияние на формирование политики постправды? Массовизация Интернета, произошедшая в 2000-х годах, стала результатом развития технологий, обеспечивающих возможности подключения к сети, реализацией политики, направленной на преодоление цифрового неравенства и распространением технологией Веб 2.0, которые способствовали популяризации Интернета. Веб 2.0 способствовал реализации «переезда» аудитории традиционных медиа в виртуальную среду. «Массовизация Интернета» стала базисом, который создавал новые возможности для становления политики постправды, однако не предопределила возникновение политики постправды.

Важным фактором связанным с Веб 2.0 стало то, что его технологии формировали не только новое информационное «место жительства» масс, но и массовые «фабрики информации». Поэтому Веб 2.0 повлиял не только на массовизацию сети, но и на ее «индустриализацию» – массы стали вовлеченными в процесс производства информации, который предполагал в свою очередь идею монетизации интернет-деятельности. В этом ключе метафора Маклюэна о «глобальной деревне» уже не работает. Впору говорить об урбанизации сети, «глобальных мегаполисах».

Употребление последних во множественном числе обусловлено еще одним фактором становления политики постправды, который нам видится наиболее важным, и заключается в феномене постглобализма. Под постглобализмом мы понимаем такое состояние процессов мировой интеграции и унификации, при котором происходит замедление глобализации или, в отдельных случаях, возможны

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

процессы дезинтеграции. В политическом процессе наиболее очевидными признаками этого этапа стали цивилизационные столкновения, оформившиеся в перманентные геополитические конфликты начала XXI века, укрепление позиций национальных государств, а также рост правых, национальных, изоляционистских течений в западном мире. В контексте коммуникаций данный процесс нашел выражение в т. н. балканизации Интернета.

Противоречия глобализации привели к расколу элит национальных государств, а затем – к противостоянию между элитами, когда глобалистский левый дискурс столкнулся с антиглобалистским правым. Поскольку речь идет не только о векторах развития и об идеологиях, но и о системах стереотипов, неизбежным стало возникновение такого информационного противостояния, которое стало принято соотносить с «политикой постправды». При этом правое «антиглобалистское» движение имеет и черты глобалистского, поскольку уже существует в условиях глобалистской реальности. И столкновение дискурсов носит не столько внутривосточный характер, сколько представляет собой тенденцию, характерную, как минимум, для всей западной цивилизации.

Характерная для постправды «редукция смыслов» (Чугров, 2017, 45) в этом контексте не представляется отдельным от массовизации феноменом. Массы по своей природе не заинтересованы в системном и детальном погружении в мир политического, поэтому здесь вряд ли можно говорить о новом явлении. До «великого переселения» пользователей в Интернет, в 1990-е гг. массы также редуцировали смыслы, суть которых интересовала включенных в более активную политическую коммуникацию т. н. «лидеров мнений», «ключевых коммуникаторов», «людей престижа» и т.д.

Гораздо более важную роль сыграло то, что изменилась социокультурная среда сети Интернет. Анонимный Интернет в результате был замещен «социальным Интернетом», в котором стало привычно и прилично быть самим собой и следовать нормам и законам той страны, гражданином которой ты являешься. До определенной степени это следует оценивать как «конец виртуальности», в том смысле, что эпоха маскарада в Интернете была не только завершена, но и до определенной степени запрещена правилами новых ресурсов (социальных сетей) (Мартьянов, 2013).

Однако с политологической точки зрения важен другой акцент – индивиды были лишены права на конструирование репрезентации или по крайней мере серьезно ограничены в нем. «Кустарный маскарад», однако, был заменен индустрией конструирования репрезентаций нового порядка, который мы обозначили бы как «неовиртуальность» (Мартьянов, 2016). Отличие неовиртуальной реальности от «старой» виртуальной заключается в том, что старая виртуальность была связана с *культурой* маскарада, в то время как неовиртуальность предполагает *технология* маскарада...

Концепт виртуальной *политики как игры* в неовиртуальности уравнивается с *реальной политикой*. В результате этого уравнивания реальная политика делегитимируется и в каком-то смысле деполитизируется, если понимать политическое в смысле Ханны Арендт – рациональную дискуссию заменяет иррациональный по форме, но вполне рациональный по цели политики постправды «флуд». Неовиртуальное пространство растворяет информацию в массовой мистификации сущего.

Главные агенты неовиртуальности – это так называемые «боты», которые продуцируются владельцами ресурсов, работниками PR-служб, а также владельцами «фабрик ботов» или «фабрик троллей».

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Неовиртуальность в этом смысле является феноменом, который позволяет производить управление постправдой не на уровне самих медиа, а на уровне их аудитории. Задачами ботов в контексте политики постправды являются функции управления дискуссиями на политических площадках Интернета. Поскольку политизированные интернет-медиа в основном представляют собой т. н. «эхо-камеры» именно интернет-боты вкупе с модерацией ресурса способны поддерживать идеологическую гомогенность участников на «своих» ресурсах, а также создавать иллюзию делегитимации на «вражеских» ресурсах.

Именно такое символическое, дискурсивное доминирование способно создавать иллюзию количественного превосходства оппонентов, а также делает почти любую дискуссию бессмысленной – ни один из дискутантов не может быть уверен в том, что не столкнется с ботом, переубедить которого невозможно.

Литература

Мартьянов Д.С. Анонимность как политическая ценность киберкультуры // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2013. – № 12-3 (38). – С. 116-119.

Мартьянов Д. С. Политический бот как профессия // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. – 2016. – Т. 12. – № 1. – С. 74–89.

Палий О.Л. «Post-truth»: История слова года (2016) по версии оксфордского словаря английского языка // Безопасность, личность, общество: социально-правовые аспекты сборник статей по материалам Всероссийского круглого стола. – СПб.: Северо-Западный филиал ФГБОУВО «Российский государственный университет правосудия», 2016. – С. 153–157.

Чургов С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 2. – С. 42–59.

А.А. Михайлов (Санкт-Петербург)

ПОСТПРАВДА И ИСТОРИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Пост-правда – слово 2016 г. по версии Оксфордского словаря. Согласно определению, приведенному в этом словаре, пост-правда – «прилагательное, маркирующее нечто, имеющее отношение к чему-либо, в т.ч. к обстоятельствам, при которых обращение к эмоциональной составляющей и личным убеждениям становятся более существенным фактором воздействия, нежели объективные факты» (Палий, 2016, 154). Хотя о самом термине заговорили активно только в 2016 г., некоторые элементы массовой культуры, вполне попадающие под это определение, уже хорошо изучены и описаны. В частности, в исторической памяти отмечено явление, когда исторические события переживаются постфактум в виде аффективного состояния и знания истории в этом случае играют незначительную роль.

«Вспоминая на публике: Об аффективном менеджменте истории» — так называется эссе известного российского историка, антрополога и культуролога С. Ушакина. В своей работе автор обращается к прочтению публичных действий, форм и ритуалов, связанных с Великой Отечественной войной. Благодаря различным коммеморативным практикам, как, например, парады в честь Дня Победы или костюмированные концерты с песнями военных лет, факты прошлого могут вновь переживаться через аффективные состояния. При этом для переживающего происходит процесс «эмоциональной кодификации событий, вещей и/или символов прошлого», посредством которых, а не через традиционные исторические нарративы, схематизируется и усваивается понимание исторических

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

событий. «Знание (истории) ради знания (истории) играет в данном случае ничтожно малую роль» (Ушакин, 2014). Подобные практики «активации сенсорных реакций при помощи исторического материала» автор и называет «аффективным менеджментом истории». Следствием этого процесса является также острая эмоциональная реакция на попытки внести коренные изменения в сложившееся таким образом понимание фактов прошлого.

Социальная задача «аффективного менеджмента истории» заключается в том, чтобы «связать вспоминающих людей воедино, предоставив им социальное пространство и символические средства, с помощью которых подобная связь стала бы очевидной и осязаемой. В процессе этого «аффективного менеджмента истории» война превращается в базовый символический контекст, внутри которого и становятся возможными новые символические обмены и новые социальные связи» (Ушакин, 2014). Этот базовый символический контекст войны составляет и значимый политический ресурс. Обращение к символу Великой Отечественной войны, как и в целом апелляция к «коллективной памяти», используется публичными политиками в качестве инструмента для мобилизации поддержки, легитимации собственных решений, критики оппонентов и других конъюнктурных целей. Более того, ряд исследователей признает за мифом о войне также функцию «мифа происхождения», то есть фундаментального мифа об историческом моменте, когда «нация» кристаллизовалась в своей «современной» форме. (Малинова, 2015а, 114; Копосов, 2011, 163–164), т.е. «символ Великой Отечественной войны» является и главной опорной конструкцией современной российской идентичности (Малинова, 2015б, 7).

При этом подход к использованию прошлого в политических целях на протяжении последних 30 лет заметно изменялся: «отказавшись от критического нарратива 1990-х гг., властвующая элита сделала выбор в пользу избирательного использования «удобных» фрагментов коллективного прошлого на основе весьма схематично очерченной идеи «тысячелетней истории» становления России в качестве «великой державы». В отсутствие детально проработанного нарратива, память о Великой Отечественной войне оказалась наиболее «пригодным» для политического использования ресурсом, поскольку она была хорошо укоренена в массовом сознании, отличалась символической «поливалентностью» и не подвергалась серьезному оспариванию» (Малинова, 2015а, 114).

При подобном подходе к использованию фактов прошлого, когда отсутствует детальный и проработанный нарратив памяти, наиболее эффективным оказывается именно «аффективный менеджмент истории», который воздействует на понимание фактов истории через эмоции и переживания и который не требует детального исторического повествования. Таким образом то, что в последнее время определяется, как пост-правда, уже присутствует в исторической памяти и исторической политике.

Литература

Копосов Н.Е. Память строгого режима: История и политика в России. – М.: Новое литературное обозрение, 2011. – 320 с.

Малинова О.Ю. Актуальное прошлое: символическая политика властвующей элиты и дилеммы российской идентичности. – М.: РОССПЭН, 2015а. – 207 с.

Малинова О.Ю. Великая Отечественная война как символический ресурс: Эволюция отображения в официальной риторике 2000–2010-х гг. // Россия и современный мир. – 2015б. – № 2(87). – С. 6–29.

Палий О.Л. «Post-truth»: история Слова года (2016) по версии Оксфордского словаря английского языка // Безопасность, личность, общество: социально-правовые аспекты: сб. ст. по материалам Всероссийского круглого стола, Санкт-Петербург, 24 ноября 2016 г. / ред. В. П. Очередыко, В.Г. Бондарев. – СПб.: Изд. дом «Петрополис», 2016. – С. 153–157.

Ушакин С.А. Вспоминая на публике: об аффективном менеджменте истории // Гефтер. – 2014. – URL: <http://gefter.ru/archive/13513> (дата обращения 16.07.2017).

Ф.В. Мораев (Санкт-Петербург)

**ФЕНОМЕН ПОСТПРАВДЫ В ПОВСЕДНЕВНОЙ РАБОТЕ ПРЕСС-СЛУЖБ
РЕГИОНАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ
(НА ПРИМЕРЕ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Комплексное информационное сопровождение деятельности органов государственной власти в современной России является относительно новой составляющей: в СССР похожими задачами занимались отделы агитационно-пропагандистской работы, однако их главной функцией, по мнению экспертов, была именно агитация, а не информирование. (Денисова, 2009, 19). Штатные пресс-службы в органах власти стали появляться в России только около 20 лет назад. Отчасти это явление было детерминировано процессами «перестройки», а также, во многом, «копированием» западных образцов. Не секрет, что качественное информационное сопровождение деятельности, в первую очередь, региональных органов государственной власти обуславливает адекватное реагирование населения на новые требования и установки политической системы, способствует формированию подлинного гражданского самосознания, а также стимулирует гражданское общество в плане участия при реализации государственных решений.

Рассматривая сам феномен трансформации института пресс-служб государственных органов власти в России, исследователи обычно выделяют несколько этапов: период перестройки (с 1987 г. по 1992 г.); период становления новой российской государственности (с 1993 г. по 1999 г.); современный период (с 2000 года по настоящее время). Как отмечает Н.А. Денисова, первая структура, отвечающая за взаимодействие со СМИ и представителями прессы, появилась в Ленинградском городском совете еще в 1988 г. Этот факт был обусловлен тем, что «исполком Ленсовета являлся главным органом государственного управления всей системой городского хозяйства на момент начала политических реформ периода "перестройки и гласности"» (Нисневич, 2005, 76). Вся деятельность этих структур, по сути, сводилась к «попытке лакировки действительности и робкому освоению новых, для советской власти, технологий». Так, например, в 1989 г. пресс-центр организовал 10 пресс-конференций и сделал пресс-ревью 23 центральных и ленинградских газет. Активно формировались пресс-службы в силовых и чрезвычайных ведомствах. Отчасти это было обусловлено запросом общества, а отчасти это отвечало требованиям агитационно-пропагандистской работы (Тарасов, 2006, 31). После выборов Президента РФ в 1996 г. штатные пресс-службы органов региональной и федеральной власти были усилены кадрами из специализированных российских и зарубежных пиар-компаний. Последняя трансформация института пресс-служб началась в 2000 г. и продолжается до сих пор. Главной особенностью современного периода является решение двуединой задачи со стороны региональных пресс-служб — одновременное формирование положительного образа руководства региона в двух «географических точках»: непосредственно в самом субъекте и в федеральном центре. Для достижения данной цели нужно «постоянно обеспечивать информационные потоки, формально и содержательно управляемые пресс-службами». На сегодняшний день в России практически каждый орган государственной власти имеет свою пресс-службу (зачастую это — вопрос имиджа власти). Есть насущная необходимость

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

налаживания коммуникаций с аудиторией для того, чтобы проинформировать граждан о целях и задачах работы органа государственной власти. Кроме этого, важной составляющей является создание определенного уровня легитимности принимаемых властью решений. В целом «сегодня в России государственную пресс-службу можно рассматривать как субъект общественных отношений, продуцирующий, тиражирующий и распространяющий информацию, необходимую для достижения целей данного органа власти. Без получения объективной и своевременной информации по всему кругу вопросов, без выработки информационной политики, стратегии и тактики, невозможно добиться взаимодействия, взаимопонимания и доверия у населения» (там же).

Само понятие постправды, представленное в англоязычной среде, в России разрабатывалось с конца 1980-х годов под названием «гипернормализация». Первым этот термин применил А. Юрчак, говоря о том, что под конец существования СССР официальная идеология стала своего рода ритуалом, который не нес в себе какой-либо значимой смысловой нагрузки (Юрчак, 2014, 345). Ряд исследователей подчеркивают, что «игнорирование фактов в пользу укоренившегося мнения мы можем увидеть, когда и где угодно. Очень многие пытаются развеять предрассудки и открыть людям глаза на то, «как всё устроено на самом деле». (Юрчак, 2014, 457). Наша страна с начала 2000-х годов вступила на путь «генерирования постправды» и значимую роль в этом процессе играют пресс-службы органов власти всех уровней, задача которых — создание нейтрального или позитивного информационного фона, вокруг деятельности «подведомственного» учреждения. Собственно, в самом факте создания пресс-службы уже кроется некий конфликт: организация изначально генерирует новости, подающие информацию в определенном ключе, предлагая населению своего рода постправду. В Ленинградской области за данное направление отвечают пресс-служба губернатора и правительства (исполнительная власть), а также пресс-служба Законодательного собрания (законодательная власть). Можно сделать вывод о том, что пресс-службы региональных органов исполнительной власти в современных реалиях во многом создают в дискурсе альтернативное понимание окружающей действительности и политических процессов, что влияет на оценку населением качества работы власти.

Литература

- Денисова Н.А. Информационный потенциал пресс-службы в формировании имиджа региона: дис. ... канд. полит. наук: 10.01.10. – М., 2009. – 186 с.
- Нисневич Ю.А. Информационная политика России: проблемы и перспективы. – М.: Ноосфера, 2005. – 234 с.
- Тарасов А.С. Пресс-службы в регионах: социально-политические условия возникновения. – URL: <http://www.advlab.ru/articles/article504.htm> (дата обращения 14.08.2017).
- Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. – М.: Новое литературное обозрение, 2014. – 604 с.

Д.Э. Мутагиров (Санкт-Петербург)

СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ПОПУЛИЗМА

Существует широкий ряд понятий, таких как «популизм», «демагогия», «экстремизм», «сепаратизм», национализм» и т.д., содержание которых зависит от того, кто и в какой связи их употребляет. Это могут быть лица, действительно озабоченные состоянием дел в своем отечестве и стремящиеся оптимизировать его, так и те, кто использует обман и проявляет беспринципную нетерпимость для достижения своих целей. Оппоненты часто используют указанные термины в

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

политической борьбе для приклеивания ярлыков и очернения не только своих противников и критиков, но и сознательных и социально-ответственных членов социума и граждан государств, справедливо указывающих им на их ошибки, просчеты и злоупотребления. Популизм, как и демагогия, — черты поведения людей, стремящихся предстать перед публикой «приглаженными», «добренькими», «заботящимися о народе, стране, государстве с целью заморозить ее, снискать ее симпатии и поддержку, ибо без последней добиться влияния и власти в обществе трудно. Эти явления, как и национализм, сепаратизм, экстремизм, характерны для всех социально-политически дифференцированных обществ, а также зависимых, разделенных, подвергающихся дискриминации народов.

Популизм становится чертой поведения преимущественно политических деятелей, как стремящихся к власти, так и желающих увековечить уже обретенную ими власть. Принципы популизма, для чего он необходим, сформулированы Н. Макиавелли в своих наставлениях государю, смысл которых сводится к тому, что борьба за власть и влияние не должны быть ограничена никакими моральными и правовыми нормами. Постулаты «о действиях великих людей» и о том, как «республики должны управляться и поддерживаться», изложенные им в трактате «Государь», стали своего рода Библией политического цинизма и беспринципности в последующие века. Требуется предстать перед публикой только так, чтобы видящим и слышащим политического деятеля казалось, что он весь является воплощением милосердия, верности, прямоты, человечности и благочестия; позаботиться о том, чтобы с уст его не слетало ни одного слова, которое было бы несовместимо с этими качествами. Но нет нужды обладать этими качествами, более того реальное обладание ими вредно; имитируя милосердие, человечность, верность данному слову, следует поступать на деле коварно, жестоко и беспощадно (Machiavelli, 2011, 18). «Благоразумный правитель не может и не должен быть верен обещанию, если это оборачивается против него и исчезли причины, побудившие его дать слово», — наставлял Макиавелли. «Люди в целом судят больше на взгляд, чем на осязание, ибо видеть дано всякому, а притронуться — нет. Каждый видит, чем ты кажешься, мало кто понимает, что ты есть на самом деле, и эти немногие не решаются выступить против мнения большинства, на стороне которого защищающее его величие государства, так что в действиях всех людей, а в особенности государей, кои никому не подсудны, смотрят на результат» (Machiavelli, 2011, 58–59).

Этими формулами широко пользуются политические деятели и в наши времена. Руководитель аппарата администрации Президента США при Рейгане Г. Миз в своих воспоминаниях пишет, как Рейган тщательно готовился к каждому выходу на публику. Каждое слово речи продолжительностью не более 10 минут, внешний вид президента, каждый жест мимики, когда улыбнуться, кому пожать руку, как реагировать на возможные вопросы и реплики — все это продумывалось и повторялось заранее многократно. Этот актер по профессии и в политике руководствовался суждением о том, что народ судит об актере и о своем правителе по тому, как они выглядят и что они говорят в краткие мгновения выхода к публике.

Патриарх американской политической журналистики У. Липпман, основываясь на своем многолетнем общении с политическими деятелями разных социальных ориентаций, установил, что ординарный политик очень низко ценит человеческую натуру. В своей повседневной жизни он контактирует главным образом с лицами, которые добиваются для себя чего-то или избегают чего-то. Нормальные и порядочные люди, живущие собственным трудом и в согласии с окружающим миром, ничего для себя от политиков не ищут и ни на что не жалуются им. Политик приходит к выводу, что искусство политики заключается в том, чтобы удовлетворять

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

искателей благ и молоть хаотическую массу высокими чувствами и патриотическими фразами (Липпман, 2004).

Последствия популизма и демагогии многовариантны в зависимости от обстоятельств, побудивших политических деятелей прибегнуть к нему, а также их результатов. Можно четко выделить три типа или варианта популизма с разными последствиями: переформатирование самого популиста в направлении того, что он проповедует и, как следствие, частичное соответствие слов и дел; забвение обещаний на следующий же день после того, как обманутая публика (народ) помогли популистам взобраться на вершины власти; перевоплощение популистов в ярых врагов того, что они ранее проповедовали.

В качестве примеров первого варианта популизма могут быть названы известные политические деятели Латинской Америки 1930–1940-х годов Ж. Варгас и Х. Перон. Ж. Варгас, бывший губернатором богатейшего штата и министром финансов в правительстве Бразилии (как и Б. Ельцин, бывший руководителем Свердловской области и г. Москвы, а затем одним из руководителей всего Союза ССР), выставил свою кандидатуру на пост президента Бразилии в 1930 г. в качестве соперника официального кандидата. Путем подлога итогов голосования победителем был объявлен его соперник, выдвигенец уходящего главы государства. Варгас опротестовал это решение, объявил себя защитником интересов народа и сторонником демократии, и при поддержке возмущенного народа добился признания его президентом Бразилии. Это острое, опасное и продолжительное противостояние с олигархической властью, а также действенная поддержка народа повлияли и на его политику в качестве главы государства, тем более, что олигархи не сдавались и противостоять против них без широкой поддержки народа было невозможно. Чтобы продолжать пользоваться этой поддержкой, следовало хотя бы частично выполнить данные обещания. В Конституцию Бразилии были внесены существенные демократические нормы: восьмичасовой рабочий день, равная оплата за равный труд, право работников предприятий на коллективные договоры и др. Гарантом, естественно, объявлялся сам президент, полномочия которого были значительно расширены, способствовал, тем самым, превращению его власти в диктаторскую, якобы в интересах Бразилии. Позже Варгас объединил своих сторонников в политическую партию, назвав ее трабальстской (партией трудящихся), наследницей которой является современная Рабочая партия И. Лулы. Эта власть, основанная на популизме, продолжалась, с небольшим перерывом, до 1954 г., когда Варгас был свергнут в результате военного переворота. Не желая сдаться противникам, он покончил собой, выдав даже этот трагический исход за пример служения народу. «Я отдал вам свою жизнь, а теперь отдаю и свою смерть, — написал Варгас в своем последнем, предсмертном обращении к населению. — Я выбрал этот путь, чтобы защитить вас; моя душа будет с вами, мое имя станет флагом вашей борьбы. Я совершаю этот первый шаг в вечность. Я ухожу из жизни, чтобы войти в историю».

Примерно такими же были популизм и жизненный путь основателя секретной офицерской организации «Группа объединенных офицеров» в Аргентине, через участие в оказавшемся успешным военном перевороте, затем занимая ряд министерских постов добравшегося до поста президента страны, неоднократно лишённого власти и вновь вернувшего ее благодаря своим популистским лозунгам о равенстве и справедливости (хустисиализм) Хуана Перона (García, 2006). Но как бы то ни было, южноамериканский вариант популизма способствовал формированию устойчивого и относительно демократического направления в социально-политической жизни стран региона, круг которых имеет тенденцию к расширению.

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Истории хорошо известен и второй тип популизма, которого условно можно назвать «яловым», или бесплодным. Он характеризуется безответственной демагогией. Это – врожденная черта преимущественно псевдолибералов, особенно проявляющаяся в их противостоянии с консерваторами. Шотландский эссеист Т. Карлейл не без оснований называл их «говорящими машинами». «Он обращается ко мне так как будто я митинг», – говорила королева Виктория об одном из таких деятелей, занимавшем пост премьер-министра и лидера либеральной партии Вильяме Гладстоне.

Образцом популизма наихудшего, трагического для поверивших в него народов, обществ и стран варианта можно считать таковой Б. Муссолини, М. Горбачева, Бориса Ельцина и их последователей. В этом случае власть превращается во враждебную обществу силу (подробнее см.: Мутагиров, 2007; Мутагиров, 2013). Как многие помнят, излюбленными лозунгами Горбачева, Ельцина и их сторонников были «больше социализма!», «больше демократии!», «нет бюрократизму и привилегиям!», «вся власть народу!» и т.д. Народ заворуженно слушал их и не мог не поддержать этих справедливых и способных, по его мнению, выпрямлять путь дальнейшего развития общества требований. Однако, получив власть, «радетели за счастье народа и демократию» мгновенно перевоплотились в их противников. Первым же делом они решили освободить себя от всякого контроля со стороны общества и ликвидировали органы народного контроля. Вместо «больше социализма» взяли курс на его полное исключение из жизни общества; не стало и демократии. А бюрократизм и привилегии расцвели пышным букетом и стали нормой для общества. Власть, врученная волей народа «борцам» за демократию и счастье народа, была направлена против самого же этого народа. С его мнением вообще перестали считаться (за исключением кратковременных выборных кампаний с очередным потоком демагогии). Следствием этого лицемерного и деструктивного популизма стали, во-первых, хроническая аномия общества, движение страны и общества в направлении «никуда», и, во-вторых, потеря веры большей части общества в государство, в его институты и порожденная этим политическая апатия. Активные граждане ушли с поля политики, наивно предоставив его на усмотрение популистам нового поколения. Итогом является продолжающееся уже десятилетиями «движение назад и вниз», «Россия, устремленная вперед» по путям, ведущим назад, выдаваемое в традициях популизма, за «очевидный» и даже «невиданный ранее прогресс».

Литература

- Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчуновой. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
- Мутагиров Д. З. Эдипов комплекс власти? // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. — 2007. — Т. 3. — № 2. С. 250–264.
- Мутагиров Д. З. Призвание политики и власти // Pilitbook. — 2013. — № 3. С. 175–188.
- García R. Lupo. Últimas noticias de Peron y su tiempo. — Buenos Aires, 2006. — 314 p.
- Machiavelli N. The Historical, Political, and Diplomatic Writings. Vol. 2. (The Prince, Discourses on the First Ten Books of Titus Livius, Thoughts of a Statesman) [1513]. — Liberty Fund, Indianapolis, 2011. — 410 p.

ЭПИСТЕМОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОЕКЦИЯ ФЕНОМЕНА «ПОСТПРАВДЫ»⁴

Новые способы структурирования политической реальности образуют новые понятийные конструкции, структура частей которых достаточно понятны, но общий смысл невнятен, а механизм действия по меньшей мере озадачивает. «Невнятность» проявляется как в интуитивном схватывании качественного видоизменения реальности, так и в насущной потребности новых смыслов и референтов понятий. Объяснение эффективности самого феномена «постправды» и основанных на нем технологиях, вероятно, не всегда возможно с точки зрения традиционного популизма; оно представляется одной из граней современного фокуса гуманитарной рефлексии о «контурах нового мира».

Проблема «ухода» универсальности из мышления, теоретических построений и объяснительных схем пересекается с элиминацией универсальных идеологий из политического процесса. С одной стороны, это — уход идеологий как таковых из политического пространства в качестве сознательного саморазвития политики, смыслообразующего и структурирующего политику вектора, особенно в том ее понимании, которое предполагает рассмотрение ее как совокупности рационально выработанных идей (Соловьев, 2001). С другой стороны, «...мы находимся сегодня в конце “идеологизированной” истории, в конце той эпохи, на протяжении которой массам казалось, что они могут воплотить ту или иную глобальную идею. Поиск всеобъемлющей социологической парадигмы давно ушел в прошлое, а стремление к “цивилизованности” и “демократии” не заменяет и не заменит идей того масштаба, о которых писали Георг Гегель и Карл Маркс, — идей, которые люди пытались воплотить в жизнь на протяжении целых столетий» (Белл, 2010, 14). Не случайны в данном контексте востребованность и актуализация религиозных смыслов, легитимирующих политические практики и оформляющих внятную систему идей и ценностей, способную сконструировать необходимый политический контекст.

Эпистемологическая проекция феномена «постправды» как формирующейся «реальности» связана как с постоянно используемым для описания качественно-новых современных реалий предикатом «гибридный», так и с трансформацией критериев истинности. Востребованность его эвристического потенциала гуманитарного знания для объяснения и интерпретации «гибридных» явлений и процессов очевидна, однако сама суть гуманитарной интерпретации осложняет в данной ситуации познавательные процедуры. Имманентная апостериорность гуманитарного знания (поскольку «именно с помощью апостериорного познания могут быть осознаны реальные взаимосвязи» (Лукач, 1991, 371) в условиях стремительно меняющейся современности обуславливает его интерпретативную тардивность и, как следствие, возможность и использования традиционных смыслов понятий в различных, порой диаметрально противоположных идеологических и концептуальных схемах, диверсифируя и обесценивая как теорию, истину, мораль, так и несущие политические конструкции, метанарративы и идеалы.

В данном контексте многие понятия становятся «une terme vide», «пустым понятием», характерными для символического политического дискурса постмодерна. Идея из элитарного концептуального пространства стала реальной технологией достижения политических целей. Если в общей теории логики «пустые понятия» суть понятия, не содержащие элементов объема либо в силу сложившихся обстоятельств или законов природы (фактически пустые понятия); либо в силу логической

⁴ Текст доклада подготовлен в рамках реализации проекта РУДН «Религия и образование: социально политический контекст», НИР № 101206-0-000.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

противоречивости его содержания (логически пустые понятия), то «пустые понятия» гибридной постправды становятся из-за глобальных спекуляций и размывания непреложности бинарности «истина/ложь». Конкуренция различных политических субъектов и распространяемых ими идеологических и политических практик приводит к созданию наиболее удовлетворяющих их запросам «историй» и «постправд». Именно этим объясняется «сегодняшнее сосуществование множества “историй” — и, по утверждению Поппера, среди них нет ни одной настоящей» (Нефедов, 2011, 17). Это положение применимо и к использованию определенной политической риторики, конструирующей политическую и социальную картину, смысл которой обуславливается целеполаганием определенных политических субъектов, что не может не продуцировать в дискурсивном пространстве спекулятивный характер идейного контекста. Преодоление логического фундамента симультантной дизъюнкции «или/или» в сторону мультипликации «и это, и это...» открывает возможности для трансформации лжи как высказывания, заведомо не соответствующее истине и высказанное в таком виде сознательно, в сторону еще одной легитимной возможной реальности.

Эпистемология, в том числе политическая, центрируется на проблеме критериев истинности, смещение которых представляется трендом современной рефлексии. Проблема критериев истинности в условиях современности пересекается с формированием политического поведения населения и общественных умонастроений. Э. Тоффлер предлагает шесть основных фильтров, которые используются для оценки достоверности: консенсус, непротиворечивость, авторитетность, откровение, долговечность и наука. В зависимости от выбора варьируется и ответ на вопрос: «Во что люди верят?», поиск ответа на который является приоритетным для политических аналитиков и маркетологов (Тоффлер, 2008, 168, 182–190). В данной классификации авторитетность, прежде всего персонализированная, — экономическая, политическая, религиозная, медийная, абсолютизируется различными политическими, экономическими, религиозными акторами, делая неопределенным будущее политики, конструируя выгодное социально-политическое пространство; чаще всего она основана на видимости, авторитете авторитета. Не случайно выбор критерия истинности, а в нашем случае авторитета, определяет вектор и параметры политического процесса. Во многом в рассматриваемых координатах «гибридной правды» очень действенны экспертные оценки, которые во многом становятся критерием, определяющим истинность и достоверность знания. Доверие к экспертным мнениям становится первостепенным по важности условием достоверности знаний, аргументов и интерпретаций, меняя саму суть отличий мнения и знаний, конструируя и объясняя картину мира и смыслозначимые координаты политической реальности в соответствии с запросами субъектов политического целеполагания. В данном ряду находится и акцентирование прогностических свойств, причем прогнозы, либо озвучиваемые экспертами, рейтинговыми агентствами, либо основанные на определенных концептуальных подходах социально-политического развития или математических моделях, спекулируя на авторитет науки. Рейтинги используются и как инструменты политического влияния, легитимируя своим статусом критерия истинности желаемые политические цели.

Одним из новых сюжетов феномена «гибридной правды» представляются заявления религиозных лидеров, во многом воспринимаемые как образец истины, следствием чего является выбор определенной политической стратегии и даже вектора массовых настроений и приоритетных установок массового сознания. Влиятельность религиозных лидеров также оценивают с помощью рейтингов или

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

медийного эффекта, чью роль в формировании «постправды» можно считать одной из определяющих. Так, у Папы Франциска в настоящее время самый высокий рейтинг среди подписчиков (36,2 млн) в Twitter из всех мировых лидеров. В течение всего своего понтификата он занимает 3–4 места в списке самых популярных и влиятельных политиков мира после президентов России, США и КНР. Артикулируемые им идеи социальной справедливости и гуманизма в дальнейшем используются в совершенно иных смыслах и контекстах, однако их легитимация незыблема авторитетом Папы.

Феномен распространения популизма и «постправды» коррелирует с трансформацией эпистемологических основания политики и привычного политической реальности, отражая качественную перестройку социальности.

Литература

Белл Д. Демократия и правда: великая дилемма нашего времени // Демократия и модернизация. К дискуссии о вызовах XXI века / под ред. В.Л. Иноземцева. — М.: Европа, 2010. — с.

Лукач Д. К онтологии общественного бытия. Прологомены. — М.: Прогресс, 1991. — с.

Нефедов С. Постигание истории // Эксперт. — 27 декабря 2010 – 16 января 2011. № 1 [735].

Соловьев А. Политическая идеология: логика исторической эволюции // ПОЛИС. — 2001. — № 2. — С. — .

Тоффлер Э., Тоффлер Х. Революционное богатство. Как оно будет создано и как оно изменит нашу жизнь. — М.: АСТ, 2008. — с.

К.А. Неверов (Санкт-Петербург)

СОВРЕМЕННЫЙ ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИЙ ПОПУЛИЗМ

Популизм как феномен имеет глубокие корни: еще в античности Аристотель выделял такие механизмы получения большинства голосов и подавления оппозиции, как демагогия, красноречие и политические свободы (Глухова, 2017, 51). А.В. Глухова дает следующее определение популизма: «Популизм — это движение, опирающееся на искусное применение слов и массмедиа, нацеленное на то, чтобы склонить большинство к политике, которая не обязательно будет проводиться в его интересах. Игнорируя открытое, плюралистическое, продолжительное обсуждение, он использует стратегию нового объединения народа для выдвижения претензий на большую власть и ее приобретение» (Глухова, 2017, 52). Английский исследователь К. Крауч для характеристики современного нам этапа развития демократии вводит термин «постдемократия», отличительными чертами которой являются эрозия партий, медиатизация политики и выдвижение экспертов из числа партийных элит (Крауч, 2010, 47). В условиях постдемократии популизм получает питательную почву в виде пассивного и апатичного народа, составляющего безликую массу, реагирующую скорее на внешние раздражители, чем сама проявляющая политическую инициативу; широкое развитие и распространение массмедиа и информационно-коммуникационных технологий, доступных широким народным массам, отсюда — медиатизация политики, выражающееся в срежиссированном, постановочном характере политического процесса, под нужным политиками и государству углом подающимся народу посредством телевидения и Интернета; реальная же политика носит теневой характер, из публичной политики превращаясь в непубличную, основой которой является неформальное взаимодействие государства и элитных групп интересов.

Среди факторов, способствующих возникновению и развитию популизма, стоит выделить экономические и финансовые кризисы, социальное неравенство,

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

относительно недавнее явление — миграционный кризис. Чертами, присущими популизму, являются, во-первых, антиплюралистичность, т.е. вера в то, что именно им (популистам) дано представлять всю нацию и говорить от ее лица; К. фон Байме отмечает, что в общепринятой политике харизматичная медийная демократия является стимулом для популистского стиля (К. фон Байме, 2014, 106), что говорит о заигрываниях с популизмом не только маргиналов, пробивающихся в большую политику снизу, но и использовании популизма как политической стратегии традиционными политиками. Н. Урбината в качестве неотъемлемых признаков популизма выделяет полярное разделение большинства и меньшинства, что ведет к кризису представительности, а также наличие фигуры лидера (Урбинати, 2016, 251).

Латиноамериканский популизм имеет свою специфику, обусловленную историческим, культурным, политическим, экономическим и социальным развитием региона. Обратимся к концепциям популизма, разработанных южноамериканскими учеными, исследователем Т.Ю. Русаковой условно названными социально-экономической (бразильский социолог Октавио Ианни), ценностно-нормативной (аргентинский социолог-структуралист Эрнесто Лаклау) и семантической (аргентинский ученый Джино Джермани) (Русакова, 2006, 66).

Согласно концепции О. Ианни, «популизм может быть проинтерпретирован как социально-политическое явление, мобилизующее общество в эпоху модернизации, а также как историческая фаза при модернизации экономической структуры государства» (Русакова, 2006, 67). Популизм является порождением классовых противоречий, и возникает под воздействием таких факторов как урбанизация, индустриализация, в ходе технологических и социальных трансформаций, подкрепляется демографическим взрывом. Экономические трансформации при этом, воздействуя на социальную структуру общества, оказывают воздействие на урбанистические социальные классы, приводя к усилению буржуазии и подстегивая рост пролетариата. Примерами возникновения популизма по О. Ианни являются Аргентина, Бразилия и Мексика в 1930–1940-е гг., когда в ходе радикальных преобразований заново создавалась классовая структура. Так, в Аргентине на волне мирового экономического кризиса 1929–1933 гг. произошел военный переворот под предводительством генерала Хосе Урибуру, сместившего президента-реформатора Иполито Иригойена, против антикризисной политики которого ополчились не только крупные землевладельцы и промышленники, иностранные компании, но также и военная националистическая верхушка. Рядовые аргентинцы были также недовольны политикой правительства, во многом наиболее остро принимая на себя удар негативных последствий кризиса. Подобный сценарий имел место и в Бразилии, где к власти в ходе переворота, сменившего режим «кофейной» олигархии, пришел Жетулио Варгас. Либеральный альянс, который возглавлял Варгас, выступал с чисто популистским призывом к «общенациональной революции в интересах всего народа» (Строганов, 2013, 29).

Э. Лаклау рассматривал популизм как дискурс. На основе анализа речей и документов таких политических деятелей как Рауль Айя де ла Торре, Эвита и Хуан Доминго Перон, исследователь отметил у них особую способность создать особую форму артикуляции народно-демократических воззваний, с целью встать во главе народных масс (Русакова, 2006, 68). При этом критика либерализма преобразовывается в конфронтационный дискурс олигархии и народа.

Джинно Джермани, придерживавшийся теории массового общества, строил собственную концепцию на основе изучения массовых движений, таких как перонизм, нацизм и итальянский фашизм. В основе популизма по Д. Джермани лежит взаимодействие двух акторов: с одной стороны, это аномические и

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

податливые массы, с другой – харизматичный лидер. Лидер идентифицирует себя с массой, «народом» и является воплощением желаний и ожиданий толпы, которая в силу этого приписывает ему те качества, которыми лидер не обладает, тогда как последний подталкивает массы к мифологизации собственной личности, что в конечном итоге приводит к формированию образа-иконы такого лидера (Русакова, 2006, 68).

О. Б. Варенцова выделяет три волны развития латиноамериканского популизма в XX веке. Первая волна пришлась на 1940-е годы, вторая волна началась в 1982 г., окончившись в 1990-х годах, тогда как на рубеж XX–XXI вв. пришлась третья, современная волна популистских режимов. Первая волна популизма характеризовалась внутренне-ориентированной, этатистской моделью развития, подразумевавшей госрегулирование экономики, субсидирование ключевых отраслей промышленности, перераспределение дохода и экспансивную бюджетную политику; в качестве программных характеристик режимов первой волны выделялась не только ориентация их лидеров на достижение экономической независимости, но также враждебность по отношению к олигархической элите (Варенцова, 2014, 154). Олигархическая элита выступила здесь как образ «другого», «врага», на борьбу с которым будут спланиваться массы. Масса в данном случае на приравнивалась к определенному классу, популизм первой волны носил мультиклассовый характер, что, наряду с пренебрежением социальными реформами, говорит о несоциалистическом характере популистских режимов. Вторая волна популизма стала порождением экономического кризиса начала 1980-х годов, когда в качестве ответной меры МВФ предложил ряд неолиберальных реформ, оформившихся в положениях Вашингтонского консенсуса. Наиболее характерными случаями стран, которыми была воспринята «неолиберальная прививка», выступили такие государства как Аргентина, Перу и Венесуэла. Если в первых двух случаях реформы прошли без особых последствий и были восприняты в целом положительно, то в Венесуэле усилилась политическая и социальная напряженность, вылившаяся в массовые беспорядки, повлекшие гибель более 300 венесуэльцев. Популисты второй волны обращались к широким незанятым массам, в основном состоявшим из мелких лавочников и торговцев, чьи интересы не были учтены в ходе импортозамещающей индустриализации. Уловками, использовавшимися неопопулистами, были проверенные методы популистов первой волны: обещания повысить уровень жизни и разобраться с виновниками всех народных бед; на этот раз в роли врага выступили коррупционеры из высших эшелонов власти, противившиеся неолиберальным реформам. Третья, современная волна популистских режимов возникла на рубеже XX–XXI веков как реакция на неолиберальные реформы 1980–1990-х годов. Пионерами этой волны были такие страны, как Венесуэла и Боливия, где к власти пришли левоориентированные правительства и президенты. «Левый поворот», как позже был назван приход к власти в большинстве стран региона «новых левых» режимов, был инициирован последствиями отрицательного экономического результата после провала неолиберальных экономических реформ 1980–1990 годов (рост безработицы и нищеты, ухудшение качества жизни широких слоев населения, процветание «черного рынка», коррупция), к которым привела политика слепого следования за США и применение принципов Вашингтонского консенсуса. «Новые левые» поставили своей политической целью исправить негативные последствия неолиберализма и повысить эффективность политической системы, реформировав ее. «Врагом» для «новых левых» выступают не только внутренние коррупционеры, но и политические элиты империалистических стран, лидером которых являются

ПОЛИТИКА ПРАВОЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

США. Таким образом, популисты третьей волны отличаются антиэлитистской и антиимпериалистической направленностью своей программы. Также их отличительными особенностями являются этатистская позиция, ориентация на мультиклассовые коалиции (однако, под влиянием конъюнктуры неопопулисты могут склоняться к определенным социальным или этническим группам, примером здесь могут служить Эво Моралес в Боливии и Уго Чавес в Венесуэле), стремление напрямую общаться с народом, минуя институты политического представительства, радикальный, революционный настрой, стремление решить все проблемы одним махом, что подчеркивает их принадлежность к популистам.

Однако в последние несколько лет исследователи начинают говорить о кризисе левопопулистских режимов в Латинской Америке, а также о смене «левого поворота» «правым поворотом» (Хейфец, 2010, 8). Смерть харизматического лидера всех левых региона Уго Чавеса, последствия экономического кризиса в виде застоя и снижения доходов от продажи ресурсов (особенно это актуально для нефтедобывающей Венесуэлы), коррупционные скандалы на уровне главы государства (Кристина Фернандес де Киршнер в Аргентине). Венесуэлу захлестнул экономический и политический кризис, сопровождающийся массовыми выступлениями оппозиции и столкновениями с полицией, в ходе которых гибнут десятки венесуэльцев, перонисты в Аргентине потерпели поражение на президентских выборах, уступив кресло правоцентристу Маурисио Макри, Рафаэль Корреа в Эквадоре объявил о решении не выдвигаться на 4 президентский срок. Эво Моралес, в целом сохраняющий поддержку населения, в 2016 г. потерпел поражение на конституционном референдуме о поправке, позволившей бы президенту и вице-президенту баллотироваться на третий срок подряд. Левые в регионе находятся в нестабильном положении, что может привести к смене властной парадигмы в ходе грядущего электорального цикла.

Литература

- Байме К. Популизм и правый экстремизм в партийных системах эпохи постмодерна // Берегиня 777 Сова. — 2014. — № 4. — С. 101–109.
- Варенцова О.Б. Три волны популизма в Латинской Америке // Вестник МГИМО-Университета. — 2014. — № 6. — С. 153–160.
- Глухова А.В. Популизм как политический феномен: вызов современной демократии // Полис. Политические исследования. — 2017. — № 4. — С. 49–68.
- Крауч К. Постдемократия. — М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2010. — 192 с.
- Русакова Т.Ю. Популизм как социально-политическое явление и его новое звучание // Латинская Америка. — 2006. — № 11. — С. 65–76.
- Строганов А.И. Латинская Америка: страницы истории XX века. — М.: Издательство «Книжный дом «ЛИБРОКОМ»», 2013. — 168 с.
- Урбинати Н. Искаженная демократия. Мнение, истина и народ. — М.: Издательство Института Гайдара, 2016. — 448 с.
- Хейфец В.Л., Хейфец Л.С. «Правый поворот» в Латинской Америке: случайность или тенденция? // Латинская Америка. — 2010. № 6. — С. 8–20.

Е.О. Негров (Санкт-Петербург)

ФЕЙК КАК СИСТЕМООБРАЗУЮЩИЙ ПРИЗНАК ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: ТРАНСФОРМАЦИЯ ОСНОВНЫХ ТРАНСЛЯТОРОВ

Смысловая неопределенность политического дискурса обуславливает, в числе прочих, такой его признак, как фантомность, который, несомненно, относится к сфере политического сознания. Пространство политических значений во многом

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

складывается из фантомов, не имеющих никаких конкретных денотатов, т.е. «мира самореферентных знаков», знаменитых бодрийеровских «симулякров» (Baudrillard, 1981). В теории коммуникации для них наиболее подходит термин, предложенный Б. Норманом, — «лексические фантомы» (Норман, 1994, 53–60). К ним относятся обозначения вымышленных существ в фольклоре и литературе (мифологические и литературные фантомы), терминологическое закрепление ошибочных научных концепций (концептуальные фантомы) и, наконец, идеологические фантомы, в первую очередь присущие политическому дискурсу, в которых отрыв слова от денотата обусловлен идеологической деятельностью человека, разработкой той или иной социальной утопии, поддержанием определенных социальных иллюзий, т.е. прагматической составляющей, связанной с манипулятивной, убеждающей и успокаивающими функциями политического дискурса. В последнее время с легкой руки президента США Д. Трампа в публицистический дискурс вошло новое слово, охватывающее всю полноту значений создания и жизни таких фантомов-симулякров, — фейк. И при всей острой актуальности и «модности» данного понятия оно далеко не продукт современности, а имеет очень долгую и наполненную историю. Фантомность политического дискурса, помимо вышеперечисленного, вытекает из приписыванию языку магических свойств и порождает следующий его признак — фидеистичность, т.е. сакральность, как транслируемая сверху адресантами дискурса, так и активно «требуемая» снизу его адресатами. Очевидно, что фидеистичность, или фидеистическое отношение к слову, является проявлением именно магической функции языка в целом (Мечковская, 1998) и в случае с политическим дискурсом обусловлена такими его характеристиками, как иррациональность и опора на подсознание. Поскольку одной из причин фантомности и фидеистичности политического дискурса является опосредованный характер политического опыта большинства людей, которые принимают за реальность в том числе и политические симулякры (фейки), творимые и передаваемые коммуникативными посредниками (ретрансляторами дискурса), постольку политический дискурс обладает еще одной функцией, связанной с «правом на обладание» ключевых концептов политического дискурса — герменевтической. Американский исследователь Д. Грин считает, что «явление овеществления — приписывания абстрациям свойств материальных объектов — выполняет в политике специфическую функцию: люди привыкают воспринимать абстрактные понятия типа либерализм или консерватизм как нечто реальное существующее и потому подлежащее “правильному” определению. В этом случае чрезвычайную важность приобретает вопрос о том, кто контролирует толкование политических терминов. Политики соревнуются за то, чтобы овеществление проходило с их позиций, чтобы иметь возможность формировать общепринятые значения этих терминов и тем самым влиять на формирование категорий политического сознания» (Green, 2012).

Помимо ритуальных и обязательных событий, которые происходят независимо от СМИ и лишь освещаются в них, существуют так называемые псевдо-события, к которым Д. Бурстин, первым предложивший этот термин, причисляет события, специально запланированные с целью их немедленного показа или передачи информации о них (Boorstin, 2010). Речь идет о тех самых знаменитых симулякрах, по мысли постмодернистов, буквально пронизывающих современный мир. К категории политических симулякров, определяемых СМИ и представленных в официальном политическом дискурсе, относятся интервью, пресс-конференции, телевизионные беседы и дискуссии, теледебаты и пр. Все эти дискурсные разновидности являются коммуникативными событиями, драматургия которых

ПОЛИТИКА ПРОПАГАНДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

полностью задается средствами массовой информации, хотя содержательная их часть в значительной степени является спонтанной. В этой связи необходимо коснуться теории развития СМИ, проблем воздействия их на общество и попыток власти воздействовать на них самих с точки зрения исторического развития фейков.

В своем первоначальном виде теоретические модели политической коммуникации основывались на ранних концептуальных представлениях о массово-коммуникационных процессах, известных под названиями «теория волшебной пули» и «теория подкожной иглы». Эти теории, возникшие вскоре после окончания Первой мировой войны, одним из основоположников которых был Г. Лассуэлл, исходили из предположения об огромных, практически неограниченных возможностях информационно-пропагандистского воздействия на массовую аудиторию, которая в плане отбора сообщений ведет себя достаточно пассивно и по сути напоминает ожидающего пациента, чье состояние начинает меняться после получения дозы лекарственного препарата в виде инъекции (Грачев, 2005). В политологическом контексте подобная постановка вопроса об информационной «волшебной пуле», которая, с одной стороны, всегда точно и безошибочно находит свою мишень, а с другой — выступает как единая система стимулов, порождающая единую систему реакций, тем самым полностью подчиняя себе весь общественный организм, со всей очевидностью представляла несомненный интерес именно с точки зрения возможностей влиять на поведение избирателей через пропагандистское воздействие по каналам СМИ. Однако широко известные исследования электоральных процессов, проводившиеся в конце 1930–1950-х годов под руководством П. Лазарсфельда, Б. Берельсона и Э. Кэмпбэлла, показали, что эти теоретические представления не находят эмпирического подтверждения. На основе анализа результатов социологических данных, полученных путем проведения в канун президентских выборов в США в 1940 г. серии параллельных опросов избирателей, П. Лазарсфельд, Б. Берельсон и Х. Годэ предложили классическую двухступенчатую модель коммуникации, которая впоследствии стала одной из первых общепризнанных теоретических конструкций в политической коммуникативистике. Согласно этой модели, воздействие массовой коммуникации на индивида большей частью является не прямым, а опосредуется микрогруппами, где посредниками при передаче информационного воздействия выступают так называемые «лидеры общественного мнения» — лица, пользующиеся авторитетом в своей микрогруппе, которые интересуются какой-либо проблемой, активно читают газеты и слушают радио, а затем обсуждают прочитанное или услышанное в своем окружении, давая при этом фактам или событиям собственное толкование. Иными словами, идеи передаются от радио и газет к лидерам общественного мнения, а от них — к менее активным слоям населения. При этом информационно-пропагандистское воздействие по каналам массовой коммуникации в большинстве случаев способно либо закрепить предпочтения, уже имеющиеся у индивида на сознательном уровне, либо актуализировать его латентные предпочтения, способствовать сознательному уточнению неопределенной позиции, и лишь в крайне редких случаях может привести к переубеждению и переходу на противоположные позиции. Данное обстоятельство отчасти способствовало временному выдвиганию на первый план так называемых «теорий минимальных эффектов» массовой коммуникации, в соответствии с которыми делались выводы о том, что информационное воздействие через СМИ по своей эффективности уступает другим факторам, предопределяющим особенности политического поведения, таким, например, как принадлежность к политической партии или определенной социальной группе. Главный аргумент, лежавший в основе таких

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

выводов, сводился к утверждению о слабости воздействия безличных сообщений, адресованных массовой аудитории и, по существу, не связанных с нуждами и потребностями каждого конкретного, отдельно взятого индивида.

В противоположность «теориям минимальных эффектов» в середине 1950-х годов были выдвинуты и принципиально иные концепции, исходившие, напротив, из представлений об активном поведении аудитории СМИ в плане выбора источников информации и отбора распространяемых сообщений: теория «когнитивного диссонанса» Л. Фестингера, а также «теория полезности и удовлетворения потребностей» Э. Каца. В конце 1960-х – начале 1970-х годов в связи с интенсивным распространением телевидения заметно активизировались исследования, связанные с изучением воздействия СМИ на электоральное поведение и ход избирательных кампаний. Данные направления исследований восходили к идеям У. Липпмана, который еще в начале 1920-х годов первым указал на то, что под воздействием СМИ в сознании индивидов возникает упрощенный, искаженный и стереотипизированный образ внешнего мира, «псевдоокружение», которое, наряду с самой реальностью, становится существенным фактором, предопределяющим и мотивирующим поведение людей в повседневной жизни. Из этих посылок исходит, в частности, «теория культивации» Дж. Гербнера и концепция «установления повестки дня», ставшая в последние два десятилетия одним из ведущих теоретических подходов к изучению воздействия СМИ на политическое поведение индивидов. Именно концепцией «установления повестки дня», по нашему мнению, руководствуется российская политическая элита в своем отношении к контролю над деятельностью СМИ.

Основные тезисы этой части сводятся к тому, что фейк призван формировать основные тренды официального и лоялистского дискурсов, донесение этих трендов до исполнителей принимаемых решений, а также проверять реакции адресатов на новые вводные, еще не брошенные в публичное пространство. Одна из основных решаемых задач — создание «управляемой реальности» через формирование симуляционной действительности и озвучивание или доведение до логического конца интенций официального политического дискурса, по тем или иным причинам не могущим быть представленным публично. Наряду с созданием чистой воды фейков, можно наблюдать большое количество «фигур умолчания» в случаях, когда фиксация общественного мнения на том или ином аспекте жизнедеятельности страны невыгодна. Так как среднее звено политической элиты прекрасно осознает, что в вертикально интегрированной стране основные интенции всегда идут сверху, то официальному политическому дискурсу достаточно не высказываться по каким-то вопросам, и оно, а вместе с ним и общество, полагает это индальгенцией на свои последующие действия «по умолчанию».

Эмпирическая часть доклада посвящена подтверждению адекватности представленных тезисов исторической и современной действительности.

Литература

- Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретико-методологический анализ: Автореф. дис. ... докт. пол. наук. — М., 2005. — 52 с.
- Мечковская Н.Б. Язык и религия. — М.: «ФАИР», 1998. — 352 с.
- Норман Б.Ю. Лексические фантомы с точки зрения лингвистики и культурологии // Язык и культура: третья международная конференция. — Киев, 1994. — С. 53–60.
- Baudrillard J. Simulacres et simulation. — P.: DITIONS GALILE, 1981. — 230 p.
- Boorstin D. The Image, or What Happened to the American Dream. — N. Y.: Atheneum, 2010. — 338 p.
- Green D. The Language of Politics in America: Shaping the Political Consciousness from McKinley to Reagan. — Ithaca, 2012. — P. 3.

А.С. Нехаенко, А.С. Гиматулинова (Санкт-Петербург)

РЕФЕРЕНДУМ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОЛИТИКИ ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Одной из особенностей демократического пути развития современных стран является существование в политической практике такого феномена как популизм. По мнению профессора Н.А. Баранова, современный популизм представляет собой набор некоторых технологий, в которых наблюдается преимущество элементарных и понятных решений над решениями сложными, использование простого набора посылов, приоритет значимости конкретных, пусть и небольших дел, а также зачастую опасное заигрывание с народными массами (Баранов, 2017). В более широком смысле популизм представляет собой «политику для избирателей с синдромом рассеянного внимания, которых сейчас большинство с учетом гипернасыщенного информационного пространства и нарастающей электоральной усталости» (Кузнецов, 2017, 6). Популизм имеет своей целью привлечение внимания «потерявшегося» избирателя, возврат граждан в активную политику.

На сегодняшний день популизм как «искусство достигать расположения людей» имеет немало успехов в странах Европы и США, однако, говорить о том, что он характерен для России, пока рано. Тем не менее, некоторые его механизмы могут быть взяты на вооружение уже на ближайших федеральных выборах.

Как известно, до выборов президента Российской Федерации остается уже чуть больше полугода. Действующая власть пока не выдвинула своего кандидата, но многие эксперты сходятся на том, что им станет действующий глава государства В.В. Путин. В данные условиях, когда рейтинг поддержки президента РФ держится на рекордных отметках уже не первый год, когда спектр возможных кандидатов не предполагает интриги относительно результатов голосования, когда последний большой электоральный цикл показал рекордно низкую явку за всю историю проведения выборов в Государственную думу, можно предположить, что следующие федеральные выборы также побьют все антирекорды относительно явки.

В России на прошедших федеральных выборах в Государственную думу 2016 г. был зафиксирован рекордно низкий показатель явки (48%). Хотя анализ материалов электоральной статистики позволяет утверждать, что явка на выборах Президента РФ традиционно выше, чем на выборах Государственной Думы (Будаева, 2013, 108), существуют опасения уменьшения электоральной активности на ближайших президентских выборах в 2018 г.

Таблица. Соотношение показателей явки на парламентских и президентских выборах в РФ

Парламентские выборы, явка	Президентские выборы, явка	Прибавка, %	Разница, мес.
1990 77%	1991 77%	0%	15
1993 55%			
1995 65%	1996 70%	5%	6
1999 62%	2000 69%	7%	3
2003 56%	2004 64%	8%	3
2007 64%	2008 70%	6%	3
2011 60%	2012 65%	5%	3
2016 48%	2018 ?	?	18

В данной таблице представлено сравнение показателей явки на парламентских выборах и выборах Президента за последнюю четверть века. Данные показывают,

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

что граждане активнее принимают участие в голосовании на президентских выборах, а не на парламентских. Но никогда разница между показателями не превышала 8%. Безусловно, по сравнению с последними четырьмя федеральными циклами, в настоящее время разница между выборами Государственной думы и президента РФ составляет не 3 месяца, как обычно, а 18 месяцев. Однако, явка на выборах в Государственную думу 2016 г. показательна.

Сегодня ряд политиков и экспертов-политологов предлагают различные стратегии и технологии по увеличению интереса избирателей к выборам и поднятию показателя явки на предстоящих президентских выборах. Одной из предлагаемых стратегий является совмещение выборов с референдумом, на который могут быть вынесены вопросы, интересующие граждан и которые могут заставить их прийти на избирательные участки (Кынев, Левченко, Минченко, 2017).

Данная технология вполне укладывается в логику современного популизма, который представляет собой явление постидеологическое, где вопрос левый он или правый не имеет никакого смысла. Современный популизм, по сути, индифферентен к границам политических абстракций. Одни насущные вопросы можно решать в правом духе, другие — в левом, третьи — в духе экологизма. Главное — предлагать решения насущных вопросов. Именно это может заставить граждан прийти на избирательные участки в единый день голосования.

В отечественной практике институт референдума был закреплен Конституцией СССР 1977 г., однако всенародное голосование было проведено лишь однажды — 17 марта 1991 г. Современная история России, по мнению многих ученых, как раз берет свое начало с общероссийского референдума 12 декабря 1993 г., когда была принята Конституция РФ. После этого федеральных референдумов в нашей стране не было.

Начиная с 2000-х годов, в Российской Федерации, по данным ЦИК РФ, было проведено около 2300 референдумов, из которых чуть больше 1500 пришлось на 2016 г. За этот период не было ни одного федерального референдума, а региональных насчитывается немного больше двадцати (официальный сайт ЦИК, 2017).

В мировой практике общегосударственные референдумы проводятся значительно чаще. За аналогичный период можно вспомнить целый ряд общегосударственных референдумов, которые повлияли не только на процессы общественно-политического развития в стране, но и решали международные вопросы. Например: референдумы о независимости Каталонии и Шотландии в 2014 г., в Греции в 2015 г. о финансовой политике, Brexit в Великобритании 2016 г., в Нидерландах 2016 г. об ассоциации ЕС с Украиной, конституционный референдум в Италии 2016 г. и т.д.

Помимо решения наиболее значимых вопросов как самоцель, референдум также используют для получения электоральных результатов. Вопрос о совмещении выборов с референдумом не является новым, но если где-то это явление является привычным делом, то для России такая практика скорее исключение. Наиболее известный случай такого совмещения — президентские выборы в США 2004 г., когда в 11 штатах одновременно с голосованием проводился референдум о легализации однополых браков. Легализация не состоялась ввиду большой мобилизации консервативных избирателей, а высокий показатель явки среди консервативных протестантов и испаноязычных католиков в масштабах всей страны стал одним из факторов победы на президентских выборах Дж. Буша (Минтусов, 2017, 268).

Ввиду особенностей отечественного законодательства всероссийский референдум в марте 2018 г. провести нельзя (ФКЗ от 28.06.2004 №5-ФКЗ «О референдуме Российской Федерации»). Достаточно трудно в данный момент найти

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

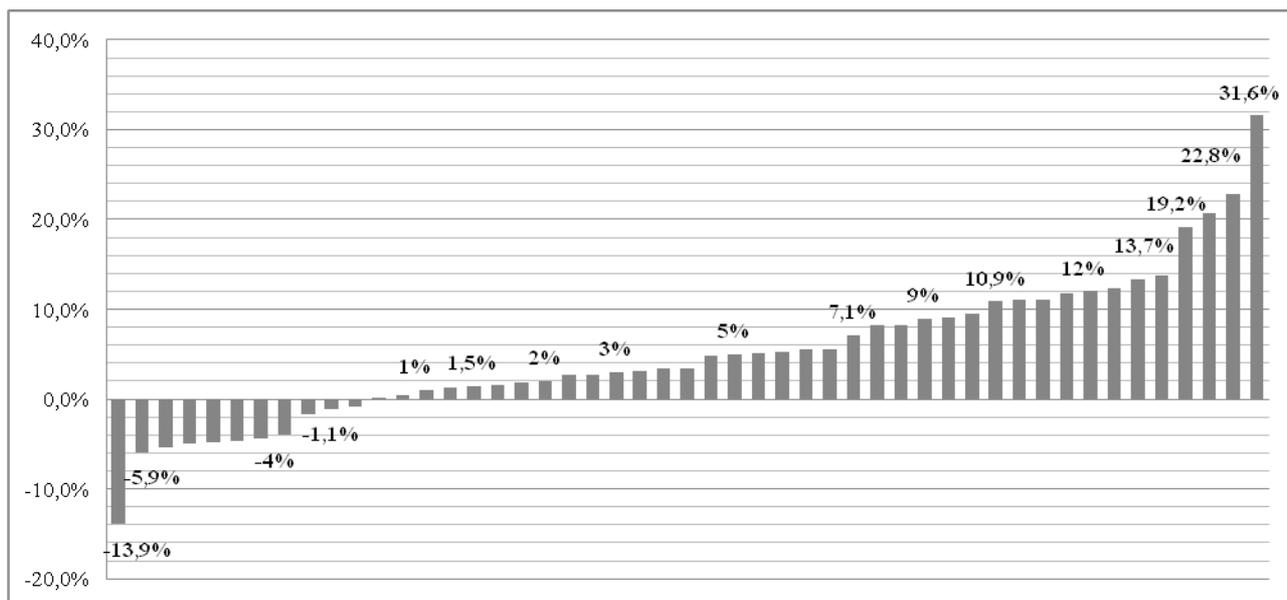
в федеральной повестке вопросы, которые было бы уместно выносить на плебисцит. Ведь сам вопрос не должен вызывать ожесточенных споров, наоборот, референдум должен помочь найти общие точки соприкосновения разных социальных групп, сплотить и политически мобилизовать граждан на выборы. Таким образом, лучше всего подойдет региональный референдум или референдум в административном центре региона, на который можно отнести вопросы актуальные для конкретной территории.

Данная электоральная технология может помочь развитию местного или регионального активизма, который является основной энергией и залогом успеха современного популизма. Технология стимулирования местного активизма на муниципальном уровне — характерная черта успешных популистских движений. Активисты получают ощущение причастности к общему делу, востребованное ими участие в прямой демократии, разработке важных решений, обеспечении роста качества жизни на местах и в масштабах страны. Активисты в будущем легко получают психологическое вознаграждение за участие — быстрые победы на муниципальном уровне (в выборах и в улучшении качества жизни родного города), популярность и признание, поддержка круга единомышленников, новые интересы и развитие собственных компетенций (Кузнецов, 2017, 32).

Учитывая отмеченные выше факторы, нами было проведено исследование, цель которого заключается в выявлении зависимости между совмещением дня выборов и референдума и показателем явки избирателей. Выборочная совокупность составила 73 референдума в период с 2004 г. по 2016 г. в 23 регионах РФ, где на последних федеральных выборах наблюдался низкий показатель явки. Гипотеза исследования: в большинстве случаев стратегия совмещения выборов и референдума увеличивает показатель явки по сравнению с территорией, где референдум не проводился.

Результаты исследования показали, что в 78% случаев показатели явки на выборах, совмещенных с референдумом, больше, чем средний показатель в других АТО, где выборы проходили без референдума.

Рисунок. Амплитуда показателей явки избирателей



Что касается тематики вопросов, выносимых на референдумы, то в исследуемой нами выборке 57% касаются вопросов самообложения, 19% изменения статуса АТО,

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

общественные вопросы (закрытие полигона твердых отходов, ограничение продажи алкоголя и т.д.) и вопросы изменения полномочий (8% и 7% соответственно), а также по 4,5% вопросы объединения и разъединения АТО. Однако не все вопросы имеют одинаковую популярность у избирателей: наиболее популярны вопросы объединения АТО (62%) и изменения полномочий (61%), наименее – вопросы разъединения АТО (43%).

Таким образом, без учета дополнительных факторов, которые могут повлиять на показатели явки референдума (актуальность и дискуссионность вопроса референдума, масштабность рг-кампании, специфика электоральной активности региона, стабильность законодательства), использование стратегии совмещения выборов с референдумами в большинстве случаев способствует увеличению показателей явки.

Литература

Будаева Д. Ц. Электоральное поведение и электоральные предпочтения как элементы политической культуры // Вестник БГУ. — 2013. — № 6. — С. 105–109.

Коммунисты расписали возвращение выборов мэра Иркутска [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.kommersant.ru/doc/3266494> (дата обращения: 14.08.2017).

Кузнецов Г.С. Современный технологический популизм. Стратегический доклад. — М., 2017. — 84с. Официальный сайт Центральной избирательной комиссии РФ [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.cikrf.ru/> (дата обращения: 14.08.2017).

Персональный сайт Николая Баранова [Электронный ресурс]. — URL: <http://nicbar.ru/statia2.htm> (дата обращения: 14.08.2017).

Политконсультанты не должны становиться звездами шоу-бизнеса [Электронный ресурс]. — URL: <http://izvestia.ru/news/681515> (дата обращения: 14.08.2017).

Федеральный конституционный закон от 28.06.2004 N 5-ФКЗ «О референдуме Российской Федерации».

Электоральная Россия – 2016: битва за Госдуму. Ежегодный сборник статей о российских выборах / под ред. И.Е. Минтусова. — М.: Грифон, 2017. — 336с.

Явка желательна [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2017/01/10/672303-yavka-zhelatelna> (дата обращения: 14.08.2017).

Г.Ю. Никипорец-Такигава (Москва, Великобритания)

BIG DATA И НОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПОПУЛИЗМА В ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЯХ

Популизм эффективен тогда, когда основывается на знании социальных проблем, степени их остроты, а также их субъектов. Эти знания помогают апеллировать к широким массам более адресно и вызывать более положительную реакцию. Для того, чтобы вооружиться такими знаниями политики различных уровней нуждаются в мониторинге «социального самочувствия» своих избирателей, и эта нужда как правило возникает в контексте приближающихся выборов. В последнем избирательном цикле в качестве технологического хита для того, чтобы быстро «апгрейдить» уровень своего знакомства с собственным электоратом, активно апробируется Big Data, или Data mining in Big Data социальных медиа.

Исследовательский интерес как к базам, так и методам (в зависимости от того, что исследователи понимают под Big Data — здесь мы имеем дело с большой терминологической свободой) для анализа и прогноза социально-политических процессов возник значительно раньше: в последнее пятнадцати (за рубежом) – десятилетие (в России).

Big Data подразумевают многочисленные «ограничения материала и метода», требуют дополнительных ресурсов и усилий в сборе, обработке и визуализации, но в конечном итоге, при условии корректно построенной выборки и тщательности на

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

каждом этапе переработки, значительно превосходят «классические» данные социологического и политического анализа. Они позволяют исключить всякое вмешательство исследователя, и оказываются в результате более валидными. Более того, они действительно «большие», так как дают исследователю тот объем информации, который невозможно получить из других источников. Данные соцмедиа часто к тому не имеют аналогов в других источниках: так, в интернете и социальных медиа можно увидеть весь без исключения спектр субкультур, движений, группировок, даже тех, которым запрещены любые формы публичной коммуникации.

Big Data являются источником сведений о сфере интересов, групп интересов, сообществах, субкультурах, которые пользуются приоритетным спросом среди всех страт населения, но особенно поколения Z, которые привыкли общаться и самовыражаться только в социальных медиа и интернете. И политики, для которых молодежь это target-group в избирательном цикле, должны были бы стремиться через социальные медиа заглянуть в коллективный разум этой страты избирателей, чтобы адресовать свои обещания именно их чаяниям.

Интернет также платформа и инструмент для объединений активных граждан, для оформления гражданских низовых инициатив, для наиболее открытого (со всеми оговорками) обсуждения локальных проблем и властей. Интернет остается, не без оговорок, все же наиболее свободным средством массовой информации: трудности в применении цензуры и других репрессивных мер позволяют Интернету доносить уникальные факты, публичное обнародование которых невозможно посредством других каналов, а также превратиться в своеобразное «место протеста», где — из-за того, что эта место менее опасно для протестных высказываний, чем улица — часто происходят более открытые обмены мнениями и мировоззренческие баталии. Там же осуществляются манипуляции с социальными настроениями, ведется пропаганда, сталкиваются интересы разных политических акторов — мониторинг таких технологий тоже важен в избирательном цикле. Поэтому исследователи вполне разделяют и поддерживают заинтересованность в Big Data политиков, у которых близятся выборы и перевыборы.

Однако практика показывает, что заказчик наших исследований плохо понимает, для чего это все ему нужно. Как правило они не могут не прибегнуть к такого рода исследованиям из-за того, что таков тренд. Это модно, и вокруг формируется ажиотаж и завышенные ожидания. Однако эта самая мода на Big Data в сочетании с недостаточным пониманием того, как данные и методы могут эффективно использоваться и для каких задач пригодны, производит не самый благоприятный результат. Кроме того, крупный политический заказчик часто не готов к объективным результатам анализа и не прочь заглянуть на исследовательскую кухню, чтобы «помочь» исследователю получить более благоприятные для заказчика результаты.

В результате вместо объективного мониторинга получается глянцева картинка какого-то не существующего в реальности самочувствия электората, которая не может служить материалом для эффективной политики. При этом Big Data, несмотря на весь огромный потенциал репрезентативности и валидности при использовании для нужд политического планирования на общенациональном и региональном уровнях; при разработке и оценке эффективности политических программ, PR стратегий государственных и частных организаций; в практике политического консалтинга; в исследованиях политического поведения и политических конфликтов, а также при разработке эффективных предвыборных кампаний, оказываются новым инструментом популизма.

Спектр проблем, возникающих из-за этого, будет обсуждаться в данном докладе на материале выполненных под заказ крупных российских и британских

государственных заказчиков исследований, основанных на Big Data. Мы также обсудим преимущества использования Big Data и системы «Социально-политический инсайдер», которая создана в РГСУ и апробируется для разных исследовательских и практических задач.

К.А. Новиков (Санкт-Петербург)

РИТОРИКА ДЖЕРЕМИ КОРБИНА ПО ОТНОШЕНИЮ К ЕС: ОТ АНТИЕВРОПЕЙСКОГО ПОПУЛИЗМА К ПРОЕВРОПЕЙСКОМУ

Согласно определению энциклопедии Britannica, популизм — это политическая повестка или движение, которое превозносит простого человека, обычно за счет выгодного контраста с элитой. Популизм обычно выступает против бизнеса и финансовых элит, глобализации и экономической интеграции, наиболее ярко проявляя себя во времена экономических и политических кризисов (Taggart, 2004, 270).

Джереми Корбина, лидера Лейбористской партии Великобритании, сегодня многие исследователи считают «великим популистом» (Baggini, 2015, 1), «продолжателем Лейбористской традиции популизма» (March, 2017, 238). Во многих аспектах это в определенной степени соответствует действительности (Gray, 2017, 1), в том числе и в рамках его риторики по вопросу членства Великобритании в ЕС. Джереми Корбин с самого начала своей политической карьеры выступал против европейского интеграционного проекта. Так, на референдуме 1975 г. он проголосовал против вхождения Соединенного Королевства в состав Европейского Экономического Сообщества.

Высказывания Корбина относительно ЕС в начальный период его карьеры (особенно в 1990-е годы) можно охарактеризовать как популистские. Ярким примером может послужить комментарий политика в рамках парламентских дебатов в Палате общин по вопросу ратификации Маастрихтского договора. По его мнению, данный документ лишал национальные парламенты полномочий устанавливать экономическую политику и передавал это право «группе не избираемых банкиров, которые будут навязывать экономическую политику стабильных цен, дефляции и высокой безработицы через Европейское Сообщество». Аналогичную риторику политик использовал и во время обсуждения другого рамочного соглашения Европейского Союза — Лиссабонского договора. Корбин выступил против законопроекта о внесении изменений в британское законодательство в связи с подписанием документа. Он, в частности, заявил, что американское правительство и Европейская комиссия тратят деньги налогоплательщиков на оплату перепроизведенной продукции. В последние годы мистер Корбин изменил полярность риторики по отношению к ЕС. Еще в ходе предвыборной кампании на пост лидера Лейбористской партии Великобритании он заявлял о том, что может поддержать выход страны из ЕС, если «мы получим насаждение политики свободного рынка по всей Европе». После победы в выборах на пост лидера партии Корбин резко изменил свою позицию. В статье для газеты the Guardian он заявил о поддержке «Remain»: «Членство в Европейских Союзе принесло в Британию инвестиции, рабочие места, защиту [прав] работников, потребителей и окружающей среды».

На сегодняшний день Корбин является сторонником так называемого «мягкого Brexit»; он выступает за сохранение членства в едином европейском рынке, но в то же самое время призывает вернуть в Британию большинство полномочий по

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

регулированию экономической политики. Именно такая смешанная риторика во многом позволила Корбину и его партии добиться неплохих результатов на досрочных парламентских выборах 2017 г. (Blitz, 2017, 1).

Главная причина изменения направленности популизма кроется в особенностях функционирования политического процесса в Соединенном Королевстве. Британская модель политического лидерства является коллективной, менее персонифицированной, нежели в Соединенных Штатах (Buller&James, 2012, 539), поэтому, становясь лидером партии, политик в Соединенном Королевстве вынужден изменять свою точку зрения по тем или иным вопросам под влиянием партийного окружения (Richards, 2015, 12).

Литература

Baggini J. Jeremy Corbyn is a great populist. But that's no good for our democracy // The Guardian. — 2016. — July 25. — P. 1. — URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/jul/25/jeremy-corbyn-populist-democracy-mps> (дата обращения 1.09.2017).

Blitz J. Jeremy Corbyn is a Brexit bystander // The Financial Times. p. 1 — URL: <https://www.ft.com/content/ca398c00-5cbb-11e7-b553-e2df1b0c3220> (дата обращения 1.09.2017).

Buller J., James T.S. Statecraft and the Assessment of National Political Leaders: The Case of New Labour and Tony Blair // British Journal of Politics and International Relations. — 2012. — Vol. 14. — N 4. — P. 534–555.

Gray J. Labour's populism for the middle classes // New Statesman. — URL: <http://www.newstatesman.com/politics/uk/2017/06/labours-populism-middle-classes> (дата обращения 1.09.2017).

March L. Left and right populism compared: The British case // The British Journal of Politics and International Relations. — 2017. — Vol. 19. — N. 2. — P. 282–303.

Richards S. Leadership, Loyalty and the Rise of Jeremy Corbyn // The Political Quarterly. — 2016. — Vol. 87. — N 1. — P. 12–17.

Taggart P. Populism and representative politics in contemporary Europe // Journal of Political Ideologies. — 2004. — Vol. 9. — N 3. — P. 269–288.

О.В. Оношко (Донецк)

ВОЕННАЯ ПРОПАГАНДА В УСЛОВИЯХ ПОЛИТИКИ ПОСТПРАВДЫ: ДОНБАССКИЙ КЕЙС

Война на Донбассе – не просто вооруженный конфликт, но столкновение как минимум двух политических реальностей, в каждой из которых существует собственная трактовка происходящего в регионе. Одни и те же события, процессы и факты получают диаметрально противоположные коннотации и оценки на Украине и в самопровозглашенных республиках. При этом конфликтующие стороны убеждены в безальтернативности своих версий действительности и стремятся навязать их всем остальным. В донбасском конфликте, как и в любой другой войне, от эффективности пропаганды зависит не только легитимность режима противника, состояние общественного мнения в его тылу, но и боевой дух войск, а также их материальное обеспечение, во многом связанное с активностью идеологически мотивированных волонтеров и жертвователей как внутри страны, так и за рубежом. Не имея возможности рационально объяснить необходимость войны на Донбассе, не утратив при этом легитимности, украинские власти в своей военной пропаганде вынуждены обращаться к инструментам политики постправды, апеллируя преимущественно к чувственно-эмоциональной стороне коллективной психики населения Донбасса.

Существуя в логике «русско–украинской гибридной войны», представители научного и экспертного сообщества Украины (Н. Аверьянова, А. Бойко,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В. Гурковский, А. Запорожец, И. Малик, Е. Чуранова), а также отдельные аналитические центры (Интерньюз Украина, Национальный институт стратегических исследований, Центр Разумкова) предпочитают концентрировать свои исследовательские интересы на изучении информационной политики Донецкой и Луганской народных республик и России. При этом украинская пропаганда в войне на Донбассе закономерно остаётся без внимания. Вместе с тем, благодаря работам М. Алфорда, Дж. Дьюи, Г. Лассуэла, У. Липпмана, Э. Хермана, С. Хола, Н. Хомского, Ж. Эллюля существуют полноценные теоретико-методологические основы для анализа украинской военной пропаганды. Исследования же Н. Аль-Родхана, С.Б. Глассера, С. Локи, М. Монтгомери, А. Рабин-Хавт, Д. Полльеовой, Дж. Сьютера, А. Чугрова позволяют получить представление относительно политики постправды, в условиях которой существуют современная Украина и Донбасс.

Принимая это во внимание, автор преследовал цель — выявить специфику ведения Украиной военной пропаганды на Донбассе в условиях политики постправды.

Военная пропаганда представляет собой распространение мифов, стереотипов, слухов и иной информации в интересах политической поддержки военных действий и целей воюющих сторон. Главными субъектами украинской пропаганды в вооруженном конфликте на Донбассе являются органы государственной власти и местного самоуправления, независимые военизированные формирования, СМИ, отдельные политики, блогеры, гражданские активисты. В тех случаях, когда функцию пропагандиста по какой-либо причине не могут выполнять институционализированные политические акторы, этим активно начинают заниматься различные структуры гражданского общества. В этом ключе особо примечателен пример радио «Тризуб FM», созданного стоматологами из Запорожья, работающими в зоне боевых действий.

Основной объект воздействия украинской военной пропаганды — население как украинской, так и подконтрольной Донецкой и Луганской народным республикам части Донбасса, а её задачами являются: а) деморализация сторонников ЛДНР; б) дискредитация вооруженных сил ЛДНР, их обвинение в военных преступлениях, нарушениях договоренностей, норм международного и национального права, традиций и этических принципов ведения войны, жестоком обращении с гражданским населением; в) высмеивание политических режимов и государственности самопровозглашенных республик; г) поддержание позитивного имиджа вооруженных сил Украины, «добровольческих батальонов» и других военизированных формирований, действующих в интересах украинских властей на Донбассе.

Как отмечает Н. Аль-Родхан, «политика постправды во всем мире имеет основополагающий общий знаменатель: она обращается к эмоциям и чувствам больше, чем к фактам и доказательствам. Fake news и теории заговора могут стать вирусными в течение нескольких часов, создавая альтернативные реалии и пропагандируя цели» (Al-Rodhan, 2017). Это приводит к тому, что пропаганда становится чрезвычайно стремительным и мало затратным процессом, а распространяемые политические мифы — всё более ситуативными, с точечным политическим эффектом. В условиях политики постправды, политический миф перестаёт быть устойчивой формой коллективной психики, сформировавшейся под относительно длительным влиянием определённой идеологии или псевдо-идеологии, описывающей и объясняющей политическую действительность, но становится лишь эмоциональным повествовательным политическим текстом. Кроме того, классический политический миф всегда опирается на центральный факт

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

действительности, в то время как миф эпохи постправды зачастую оторван от неё и формируется вокруг выдуманного события, явления или процесса.

Несмотря на различные и часто противоречащие друг-другу интересы в освещении войны на Донбассе, основные субъекты украинской военной пропаганды способствуют распространению трех основных групп политических мифов.

Мифы «о российской агрессии». Если в официальном политическом дискурсе России и самопровозглашенных республик существует относительный плюрализм допустимых трактовок происходящего на Донбассе, варьирующихся от «гражданской войны» до «до национально-освободительной восстания русского народа», то на Украине единственной приемлемой интерпретацией является «российская агрессия». Согласно данной позиции, события в рамках «Русской Весны» на Донбассе были якобы полностью организованы и осуществлены Россией, начиная от стратегического планирования и финансирования, заканчивая — акциями «прямого действия».

Мифы «о коллаборационизме и русской оккупации» развивают и дополняют предыдущие, и призваны «объяснить» роль местного компонента в событиях 2014 г. и на современном этапе. Акцент делается на мифической «несамостоятельности и безынициативности» населения Донбасса, его «неспособности» принимать политические решения и нести за них ответственность. Эти утверждения активно тиражировались еще во время президентских избирательных кампаний 2004 г. и 2010 г. Украинской пропагандой непризнанные государства Донбасса подаются как полностью лишённые политической субъектности «марионеточные режимы», а их жители — как «вынужденные коллаборационисты». В этом плане показательным является следующее высказывание украинского историка Е. Стяжкиной: «Все они (жители Донбасса — *прим. автора*) имеют право на чистое имя. Амнистия — это очень хорошо. Но в пакете с амнистией нам нужен закон о коллаборационизме, который бы снял вину с тех, кто не виноват, и который бы четко прописал не криминальные, не административные, а общественные наказания для тех, кто того заслуживает» (Демчук, 2017). Распространения данного мифа призвано деморализовать население самопровозглашенных республик, и, так как в обозримой перспективе установление Украиной контроля над Донбассом военным путем не представляется возможным, преследует цель склонить к сотрудничеству тех его жителей, которые оказываются задержанными либо попадают в плен к украинским силовикам.

Мифы «о гибридной войне и защите Европы» служат позиционированию образа Украины преимущественно для внешней аудитории и регулярно воспроизводятся в персональных политических дискурсах первых лиц государства (П. Порошенко, В. Гройсмана, А. Парубия). В частности, в мае 2016 г. в своём обращении по случаю празднования Дня Европы президент П. Порошенко заявил: «Сегодня именно мы, украинцы, защищаем Европу от варварства, тирании, терроризма, агрессии, милитаризма, которые нависли над всем нашим континентом. Мы, украинцы, сегодня на передовой защиты европейской цивилизации... И на сегодняшний день мы, остановили сотни российских танков, тысячи единиц артиллерии, нашествие России — мы защитили Европу» (Порошенко, 2016). Вместе с тем явный пропагандистский характер подобных заявлений очевиден даже для благосклонно настроенной к нынешним украинским властям публики. Поэтому для более деликатного продвижения политической мифологии «гибридной войны» Украина активно использует своё научное и экспертное сообщество, примером чего может служить популяризация в США и Европе монографии «Мировая гибридная война: украинский фронт», подготовленной Национальным институтом стратегических

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

исследований. В ней впервые в украинской «и мировой науке подробно исследовано явление мировой гибридной войны в перспективе российской агрессии против Украины» (Горбулин, 2017).

Трансляция указанных выше и иных политических мифов и стереотипов осуществляется по множеству информационных каналов. Вместе с тем украинское телевидение и радиовещание преимущественно отсутствует на территории ЛДНР, равно как и печатные и часть электронных СМИ. В этих условиях Украина делает акцент на пропаганде в социальных сетях (главным образом YouTube, Facebook и Twitter) и мессенджерах (Telegram, Viber, Whatsapp).

Мультиканальность безусловно способствует комплексному охвату украинской военной пропагандой своей целевой аудитории по обе стороны линии фронта, однако её эффект всё же существенно различается. Об этом свидетельствует исследование «Особенности сознания и идентичности жителей подконтрольной и неподконтрольной Украине территорий Донецкой области» (Фабрика мысли «Донбасс», 2016). Согласно его результатам, текущую ситуацию на Украине как «войну с Россией» воспринимает 24% населения украинской части Донбасса и 14% жителей ДНР; как «гражданскую войну» — 31% и 44%; как «политический кризис» — 45% и 33%, соответственно. На подконтрольной Украине половине регионе 35% населения считают, что по ценностям и образу мышления они существенно отличаются от жителей России и скорее подобны жителям Украины. На территории ДНР этот показатель всего 9%. Своё отличие от украинцев и духовную близость к русским на украинской территории ощущают 20% населения, в ДНР — 42%. При этом, несмотря на усилия украинской военной пропаганды, 18% жителей неподконтрольной Украине части Донбасса считают себя гражданами ДНР.

В условиях политики постправды главной особенностью пропаганды в целом и украинской военной пропаганды в частности является использование ситуативной и искусственной мифологии, не имеющей рациональных и связанных с политической действительностью оснований. Эффект достигается лишь в условиях непрерывной, мультиканальной и всеохватывающей трансляции политических мифов и стереотипов, информационного «заглушения» противника. Вместе с тем, как демонстрирует опыт украинской пропаганды в зоне Донбасского конфликта, если противник блокирует доступ к части или ко всем информационным каналам и параллельно с этим осуществляет продуманную, государственно ориентированную информационную политику, включающую в себя распространение конструктивных классических политических мифов, постправда оказывается неэффективной.

Литература

Демчук С. Люди на окупованому Донбасі не зрадники – Стяжкіна // Gazeta.ua. [Электронный ресурс]. — URL: https://gazeta.ua/articles/donbas/_lyudi-na-okupovanomu-donbasi-ne-zradniki-styazhkina/733432 (дата обращения 1.09.2017).

Особливості свідомості та ідентичності жителів підконтрольної та непідконтрольної Україні територій Донецької області. Результати соціологічного дослідження / Аналітичний центр «Фабрика думки «Донбас». [Электронный ресурс]. — URL: <https://goo.gl/xuXmYk> (дата обращения 1.09.2017).

Порошенко П. Звернення Президента Петра Порошенка з нагоди святкування Дня Європи в Україні // Президент України. Офіційне інтернет-представництво. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-petra-poroshenka-z-nagodi-svyatkuvanny-37145> (дата обращения 1.09.2017).

Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за заг. ред. В. П. Горбуліна. – К.: НІСД, 2017. – 496 с.

Al-Rodhan N. Post-Truth Politics, the Fifth Estate and the Securitization of Fake News // Global Policy. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.globalpolicyjournal.com/blog/07/06/2017/post-truth-politics-fifth-estate-and-securitization-fake-news> (дата обращения 1.09.2017).

ОСНОВНЫЕ ТРЕНДЫ МЯГКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРОПАГАНДЫ В РОССИИ

Использование политической пропаганды типично для всех режимов, но особенно — для авторитарных и тоталитарных. Однако в современном мире с развитием информационных технологий и новых СМИ характер пропаганды существенно видоизменился. Авторитарные правительства вынуждены действовать в новой информационной среде, где старые методы пропаганды либо совсем не работают, либо действуют с очень малой эффективностью. Возникает необходимость приспособлять пропаганду под новые технологии и более просвещенную аудиторию.

Можно говорить о формировании новой модели мягкой политической пропаганды. Мягкая пропаганда подразумевает не прямое утверждение и распространение тех или иных позиций, но такую подачу материала, при которой эти позиции воспринимаются как полностью обоснованные и абсолютно верные. В этой связи используют ссылки на иностранные СМИ, мнения экспертов, высказывания авторитетных политиков и общественных деятелей и т. п.

Пропаганда широко применяется в современной России. Авторитарный режим давно подчинил себе основные СМИ и проводит через них свою политику. Вместе с тем стилистика навязывания обществу выгодных для власти суждений и оценок существенно отличается в разных типах СМИ. Для традиционных СМИ (телевидение, газеты, радио) характерна обычная жесткая пропаганда. По форме подачи информации эти СМИ мало чем отличаются от СМИ советского периода. В Интернете же, напротив, превалирует мягкая пропаганда.

Специфику использования мягкой пропаганды в России можно показать на примере популярного медийно-сервисного интернет-портала Рамблер. До некоторого времени этот интернет-ресурс был независим в подаче информации. Однако позднее Рамблер попал в общий тренд и в настоящее время является таким же рупором пропутинской пропаганды, как и подавляющее большинство остальных СМИ.

Особенности провластной пропаганды на Рамблере заключаются в тенденциозном подборе информации. Это касается топа индексируемых на первой странице материалов. Подобные материалы не столько отражают реальное положение вещей, сколько представляют нужную для власти картину мира. До трети всех индексируемых Рамблером на первой странице материалов носят откровенно пропагандистский характер.

Исходя из анализа топа индексируемых Рамблером на первой странице материалов можно выделить основные тренды мягкой пропаганды в России. К их числу относятся: (1) выдача желаемого за действительное; (2) дискредитация иностранных государств; (3) дискредитация политиков и общественных деятелей; (4) восхваление военной мощи России; (5) восхваление внешней политики России; (6) восхваление политиков и общественных деятелей. Нередко подобные тренды сочетаются друг с другом в рамках одного материала.

Выдача желаемого за действительное является главным трендом мягкой пропаганды в России. В пропагандистских материалах представляется правильное с точки зрения Кремля положение вещей и выявляются благоприятные для его политики тенденции. Это касается многих вопросов: международного положения (типичные заголовки: «Как Китай может уничтожить США в военном конфликте»; «Украине грозят религиозные войны»; «Анкара и Баку на краю геополитической пропасти»; «Французские аграрии хотят возобновить поставки в РФ» и т. п.), места

ПОЛИТИКА ПРОПАГАНДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

России в мире (типичные заголовки: «Страшный сон Запада: космос будет русским», «Аналитик Daily Mail: Путин доказал ошибочность ожиданий Запада» и т. п.), внутренней политики (типичные заголовки: «Подрастающее поколение сделают политическими патриотами» и т. п.) и даже цен на нефть (типичные заголовки: «ОПЭК ждет цен на нефть по 160 долларов за баррель»).

Дискредитация иностранных государств является вторым по популярности трендом мягкой пропаганды в России. На протяжении уже долгого времени главными мишенями дискредитации выступают США, Европейский союз и Украина (типичные заголовки: «США взорвали последние правила мира», «Закарпатье прощается с Украиной» и т. п.). Ситуационно в список дискредитируемых попадают и другие страны. Например, Турция, после сбитого российского военного самолета (типичные заголовки: «Очередная турецкая засада», «В юго-восточных вилайетах Турции вспыхнула война» и т. п.).

Дискредитация политиков и общественных деятелей тоже очень популярный тренд российской мягкой пропаганды. Главными мишенями дискредитации являются лидеры США, Украины и Евросоюза (типичные заголовки: «Обама признался в бессилии», «Меркель ругают за американский акцент», «Когда и как трус Порошенко стал лжецом» и т. п.). Иногда список дискредитируемых пополняют политики из других государств. Например, Р. Эрдоган («Эрдоган загнал себя в ловушку», «Черная метка для Эрдогана» и т. п.). Время от времени «разоблачениям» подвергаются и российские политики и общественные деятели (типичные заголовки: «Макаревич: сенсационное известие» и т. п.).

Восхваление военной мощи России — регулярный сюжет российской мягкой пропаганды. Постоянно появляются материалы, в которых сообщается об успешных испытаниях оружия и военной техники, учениях и боевых действиях. Во всех случаях такие материалы подчеркивают силу армии, флота и военно-промышленного комплекса России, а так же то, что Запад их боится (типичные заголовки: «Российская ракета напугала американцев», «Российское роботизированное оружие заставляет Пентагон нервничать», «Египтяне поражены возможностями российских ВДВ» и т. п.).

Восхваление внешней политики России представляет собой типичный сюжет мягкой пропаганды. В таких материалах разъясняются и подчеркиваются успехи России на международной арене. Акцентируется внимание на повышении роли России в мире и ее значении для решения глобальных проблем (типичные заголовки: «Россия отказалась надуть губы из за санкций», «Москва швырнет Анкару за бор» и т. п.)

Восхваление политических и общественных деятелей — последний значимый тренд российской мягкой пропаганды. Главным объектом восхваления, безусловно, является В. Путин (типичные заголовки: «Здоров, бодр и полон сил: Путин впечатлил иностранные СМИ» и т. п.). Изредка похвалы достаются и другим российским политикам (прежде всего, С. Шойгу, С. Собянину и Д. Рогозину). Нередко восхвалениям подвергаются зарубежные политики и общественные деятели (Д. Трамп во время предвыборной кампании, М. Ле Пен и др.).

Можно констатировать, что основные тренды российской мягкой пропаганды изображают желаемую для Кремля картину мира. В этой картине Россия предстает как великая держава, пользующаяся большим влиянием и обладающая сильной армией. Враги России полностью изобличены. Страны Запада показываются слабыми и находящимися в постоянном кризисе. На их фоне Россия изображается как стабильное, благополучное и устойчиво развивающееся государство, с продуманной внешней и внутренней политикой.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Стоит отметить безусловное преобладание внешнеполитической проблематики в пропагандистской картине мира. Внутророссийские сюжеты раскрываются относительно редко. Очевидно, что в силу отсутствия достижений и сложности манипулирования общественным мнением по этому вопросу. Здесь скорее доминирует стратегия замалчивания проблем. На удивление не так часто в российской мягкой пропаганде имеет место прямое восхваление В. Путина.

Представляемое в основных трендах российской пропаганды положение вещей далеко от истины. Однако эти тренды отражают современный феномен постправды, то есть ситуацию, при которой «объективные факты менее влияют на формирование общественного мнения, чем призывы к эмоциям и личным убеждениям» (Post-truth, 2017). И конечно здесь мы имеем дело с элементами популизма, то есть предельным упрощением разбираемых вопросов и подаче информации, рассчитанной на популярность у простых людей.

Мягкая пропаганда широко используется в современной России. Однако ее влияние и перспективы не следует преувеличивать. Русскоязычный Интернет остается плюралистичным. В нем все еще присутствует большое число объективных информационно-аналитических ресурсов. И современные технологии (прежде всего, социальные сети) позволяют распространять их информацию очень широко. Кроме того, очевидная ложность формируемой прокремлевской пропагандой картины мира не может бесконечно игнорировать действительное положение вещей и рано или поздно придет к полной самодескридации.

Литература

Post-truth // Oxford Dictionary [Электронный ресурс]. — URL: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/post-truth> (дата обращения: 27.08.2017).

Е.А. Пашковский (Санкт-Петербург)

ФЕНОМЕН УСПЕХА ПОПУЛИСТСКИХ ПАРТИЙ В ПОЛЬШЕ В 2011–2017 гг.

В рамках данных тезисов автор считает необходимым сосредоточиться на рассмотрении двух политических партий, которые заняли третьи места на выборах в Сейм Республики Польша в 2011 и 2015 гг. В период с 2005 г. по настоящий момент основное противостояние на выборах сложилось между двумя политическими партиями — «Гражданской Платформой» (PO) и «Правом и Справедливостью» (PiS). Каждая из двух политических партий имеет поддержку со стороны значительного количества избирателей (от 25 до 40%). Эти партии имеют свои электоральные базы в регионах Польши. Можно отметить регионы, где большинство избирателей поддерживает PiS, а где большинство жителей голосует за PO. Обе партии сформировались в начале 2000-х годов, дебютировали на выборах в Сейм и Сенат Польши в 2001 г. (на фоне феноменального успеха Левых Социал-Демократов SLD-UP — 40% голосов избирателей).

«Право и Справедливость» — правоконсервативная партия, придерживающаяся традиционных ценностей и опирающаяся на жителей преимущественно сельскохозяйственных регионов юго-восточной Польши. Евроскептицизм и приверженность сотрудничеству с США, негативное отношение к ЕС, Германии и России являются основой внешнеполитического курса этой партии.

«Гражданская Платформа» — умеренно либеральная партия, еврооптимисты, сторонники многовекторной политики, имеющие поддержку в Западной и Северной Польше, приграничных с Германией районах, а также в Варшаве – столице страны.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Данные регионы — промышленные центры, портовые города — ориентированы на динамичное сотрудничество с внешними партнерами Польши.

На фоне этого противостояния необходимо отметить две политические партии, которые поочередно занимали третье место на выборах в Сейм, а также добивались очевидного успеха, который было весьма трудно предугадать.

В первом случае необходимо выделить «Движение Паликота» (RP), политическую партию, которая была сформирована политиком из «Гражданской Платформы» Янушем Паликотом. Партия выдвинула на выборах программу, включавшую в себя такие пункты, как: «убрать религиозное образование из государственных школ, положить конец государственным субсидиям и налоговым льготам для религиозных институций, узаконить добровольные аборты, разрешить однополые гражданские союзы, ввести бесплатное распространение презервативов и легализовать употребление марихуаны» (Зубжицки, 2016, 67). Несмотря на радикальность политической программы, партия RP привлекла достаточное количество избирателей — 10%, заняв третье место после PO и PiS. Во многом успех партии базировался на в стабильности развития Польши, позитивных последствиях вступления Польши в ЕС, а также на том факте, что 2011–2013 гг. были периодом наибольшей эффективности европейской интеграции.

В связи с этим успех левопопулистской партии на выборах был достаточно объясним. Выделим основные факторы, обеспечившие этот успех: 1. Харизматический лидер, который был достаточно экстравагантен и экспрессивен на выступлениях. 2. Оригинальная политическая повестка, ранее не использовавшаяся другими системными политическими партиями. 3. Усталость молодежного и протестного электората от традиционных политических партий, значительная часть которых имела 10-летнюю историю, а некоторые были сформированы в самом начале 1990-х годов. 4. Кризис социал-демократов, которые не смогли предложить позитивной повестки и успех левых популистов в других странах ЕС.

Однако, партия Паликота не смогла сохранить свой результат в дальнейшем. Политические события 2014–2015 гг. оказали достаточно серьезное влияние на польскую политику. Совокупность факторов, таких как гражданская война на Украине, присоединение Крыма к России, рост евроскептицизма внутри ЕС, миграционный кризис, связанный с событиями на Ближнем Востоке, — все это способствовало изменению отношения избирателей к политическим партиям в Польше.

Президентские выборы, которые проводились за 5 месяцев до парламентских, зафиксировали успех правых консерваторов из «Права и Справедливости». Президент Бронислав Коморовский, выдвинутый партией «Гражданская платформа», проиграл Анджею Дуде из PiS. Третье место и 9% голосов избирателей было отдано за панк-рокера Павла Кукиза, который объявил о создании своего избирательного объединения (Лыкошина, 2015, 94). Политической повесткой данного кандидата стали антииммигрантская и националистическая риторика, апеллирование к механизмам прямой демократии (введение референдумов) и создание одномандатных округов для превращения польской избирательной системы из пропорциональной в смешанную.

На волне антииммигрантских и антиевропейских событий большинство мест в Сейме получила партия PiS, в которой сменились лидеры (вместо Ярослава Качиньского на пост премьер-министра Польской Республики была выдвинута Беата Шидло) (Пашковский, 2017, 44). Избирательное объединение Павла Кукиза (Kukiz-15) опиралось на следующие программные принципы: ограничение миграции на

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

территорию Польши, отказ от приема беженцев, строительство пограничных стен на границе с Украиной, введение одномандатных округов на выборах в Сейм Польши, использование референдумов на общегосударственном и местных уровнях, евроскептицизм. (Marcinkiewicz, Stegmaier, 2016, 223).

Причинами успеха (8,8% голосов избирателей и третье место на выборах в Сейм) избирательного объединения Kukiz -15 стали следующие факторы: 1. Успех кандидата Павла Кукиза на выборах президента Польши. Партия фактически опиралась на харизматического политика, который приобрел общенациональную известность. 2. Высокий уровень протестного голосования и поддержка молодежи. 3. Оригинальная программа политического реформирования. 4. Евроскептицизм и антимигрантская риторика были в тренде польской политики. 5. Правый популизм Kukiz 15 сильно отличался от правоконсервативной партии PiS.

Подводя итоги, мы можем отметить следующее: 1. Популистская партия в Польше может рассчитывать на достаточно высокий результат за счет новизны политической программы и харизматичного лидера. 2. Популистская партия в Польше должна учитывать специфику внутривнутриполитической и внешнеполитической ситуации. Левый популизм сменяется правым популизмом. 3. Успех популистских партий носит кратковременный характер и ограничивается одним электоральным циклом. Это можно отметить, оценивая деятельность Януша Паликота. Можно предполагать, что такой же результат будет ожидать и объединение Павла Кукиза. 4. Основным политическим партиям — PiS и PO — не стоит опасаться конкуренции со стороны новых партий, так как эти партии имеют кратковременный успех, а их неудачи стабилизируют эти две партии.

Литература

Зубжицки Ж. Polonia Simper Fidelis? Национальная мифология, религия и политика в Польше // Государство, религия, церковь в России и за рубежом. — 2016. — № 3. — С. 44–78.

Лыкошина Л.С. Десять лет спустя: о выборах 2015 г. в Польше // Современная Европа. — 2015. — № 6 (66). — С. 88–98.

Пашковский Е.А. Партийная система Польской республики на современном этапе (после выборов в Сейм в 2015 г.) // Общество: политика, экономика, право. — 2017. — № 4. — С. 44–45.

Marcinkiewicz K., Stegmaier M. Parliamentary election in Poland, October 2015 // Electoral studies. — 2016. — Vol. 41. — P. 221–224.

A.A. Psycheva (Moscow)

POPULIST DISCOURSE: POPULIST IDEOLOGY AND ITS CONTEMPORARY PROBLEM

“Any comprehensive set of ideas, that is also mutually consistent, by which a social group makes sense of the world, may be referred to as an ideology.”
Oxford Dictionary of Politics

A populist is defined by the Oxford Dictionary as “A person, especially a politician, who strives to appeal to ordinary people who feel that their concerns are disregarded by established elite groups.” Populism – a “catch them all” mode of political communication aiming to vote maximize by targeting the “common man”, hence reaching the median voter position better than all others competing for it. It is an anti-pluralist ideology and it is referred to by Muller, Professor of Politics at Princeton University, as “a moralistic imagination of politics”. Populisms’ main strategies of voter maximization are to battle publically the image of the local political enemy, the rival corrupt candidate, by emphasizing the “morally pure” populist candidate, the moral people he claims to

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

represents and his own abilities; to exploit the peoples anger against the previous establishment for the win; and, I believe, to counter act the typical 3 wave behavioral pattern (Евгеньева, 2007, 19-22) occurring post elections as defined by Prof. Tatiana Evgenievna in her book “Technology of Social manipulation and methodological counter acting” as recently attempted to in the 2017 US elections by candidate and winner President Donald Trump.

The ‘3 wave behavioral pattern during elections, it being at first a mass hyped up experience about the political atmosphere during elections, second, a displeasure with the elected politicians and, as a third and final, this displeasure culminating into a rebellion of a kind.’ (Peycheva A.A., 2016, 107). In the case of President Trump, the countering done was a tactic of minimization of protests. During his populist campaign, President Trump with a few moves as the following: pulling out products from Macys, which were hampering American productions showing his firm decision making; helping give more and more work visas to illegal foreign workers, instead of promoting illegal work in his own businesses and others; and explaining, in simple words, a lot of Americans fears of the waves of migration from people of war inflicted areas where the US already has many enemies due to previous interventions, hence winning over votes of veterans, active soldiers, hardline nationalists, patriots, etc., thus managed to minimize what could have turned to a mass division in the US and even a social Civil War post elections. President Donald Trump and Hilary Clinton had an estimated 50% popular vote each at the end of the elections and as a modern populist candidate his political tactic was a success not only since he won the elections, but also since he managed to contain the protests to just a few, from which as we have seen, he gained great feedback for even better policies. It is very difficult containing the 3rd wave of the model, but even though this is so, President Trump has instead of blocking roads and sending tanks at the people, continued on with his Presidential affairs so as to look out for them not only nationally, but also internationally, by spreading the American culture and fulfilling his duties until “America is great again”.

It was a demagogical comment to call someone populist in the past, since many political candidates during elections were simply promising the electorate impossible economic and social policy reforms. Recently, for the past 6 years or so, the bigger problem of populism is its tie to Billings banal or hot nationalism as in the forms of Nazism and Fascism. More and more parties whether being simply patriotic or being connected to banal nationalism are getting closer to or are already winning regional elections and even national ones. It is a problem being populist in our days since policy is becoming more and more exclusive instead of inclusive, hence anti liberal and even anti democratic in instances. All these policy reforms and the ideas of safeguarding the nations from immigrants then increase the association of patriotism and banal nationalism to hot nationalism and far right political extremism. In some instances in Europe, we have examples of openly far right parties gaining twice as more votes as before or even winning entirely and being coined as populist, rather than what they are. Even though this is so, we can still make a clear distinction between the political players who are being populist and the dangerous populists who’s agenda we should obviously avoid adopting due to historical events as the unfortunate WWII and the Holocaust we still mourn over.

Recently, we have witnessed the success of populist political campaigning in the face of President Trump winning the US elections. Men like President Trump and his party, although also openly supported by far right groups, are clearly not far right and dangerous, even though they are willing to adopt some nationalistic protectionist policies and are less lenient to accept more immigrants into the country as a means to patriotically strive to better their, as populated as it is, country, for economic reasons. On the other hand, we have parties in Europe who are dangerously gaining more and more power who’s agendas

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

are considered very far right populist for the region, some of which are as the following: Alternative fur Deutschland, Jobbik, Front National, Golden Dawn, Freiheitliche Partei Österreichs, The Finns, Sweden Democrats, Danish People's Party, Partij voor de Vrijheid, Lega Nord, People's party our Slovakia, etc. What most of the mentioned parties have in common is being clearly either partially or fully Nazi and Fascist in nature, while being populist, with some even going so far as to adopting similar to the swastika flags, wanting Germany "to stop atoning for Nazi crimes", promoting hate for Israel, etc. These parties percent's are definitely low, but for such a dangerous ideology as Nazism is, the percent are dangerously high! We must keep in mind that all Nazis are nationalists, but not all Nationalists are Nazis, just as how, not all populists are extremists, but all extremists are populist! As we already mentioned above, populism's main concept is to make a clear point of having an us who have a moral stand point against the corrupt establishment, a them; which as we know, is very closely related to the criteria of the German school defined by Fichte and Herder placing a focus on having the same blood, origin and language and the "us against them" concept, both nationalist and Nazi. Especially post Hitler's speech at the Reichstag on Feb.20th, 1938 where he said: "And he who interferes with this mission is an enemy of the people—regardless of whether he attempts to interfere as a Bolshevik, a democrat, a revolutionary terrorist, or a reactionary dreamer." this concept has become very clear.

As it is, this far right European populist trend is a problem for progress, but unfortunately, in these times of emigrational waves, fears of terror attacks, poverty, the nationalistic policies for mass mobilization somehow naturally swing to the far right. It is also so, since both have so many similarities in nature. Some even consider Fascism and Nazism as a natural outgrowth of Nationalism, especially in these global extremist times we are living in. Apart from the common exclusivity that nationalism and Fascism share, there are other common traits such as the inevitable and unescapably fact of being born Greek, for example; having the belief in a common heroic struggle with depressions and recessions capturing the mass with emotional messages, celebrating our own nation and worshiping it as patriots, but also as how Mosse explains Fascists do that as well, as in the example of the Jacobin Face of the French Revolution, etc. In addition, as Kedourie, the modernist conservative theorist, claims nationalism is the outcome of modern European ideologies and that there is a pluralist character to the nationalist doctrine. Fascism aims for one nation to govern the whole world and nationalism for each nation state to govern independently, but in within the European union the threat of a one Far- Right Populist Union is on the rise.

I repeat, this should not condemn all patriotic and nationalist parties as being coined far-right populist, since far- right populist to Nazi or Fascist parties are only those parties who are preaching, as Billing explains the concept, hot nationalism. Lets hope that the immigration waves of people, who can not vote, will get absorbed better in the nations where they are accepted at and the economic situations there will get better instead of worse, so as, the citizens will vote less dangerously populist far right.

References

Евгеньева Т.В. Технологии социальных манипуляций и методы противодействия им. — СПб.: Питер, 2007. — С. 19–22.

<http://der-fuehrer.org/reden/english/38-02-20.htm> (дата обращения: 27.08.2017).

http://www.fesdc.org/fileadmin/user_upload/publications/RightwingPopulism.pdf (дата обращения: 27.08.2017).

<http://www.newstatesman.com/world/europe/2017/03/rise-nationalists-guide-europe-s-far-right-parties><https://en.oxforddictionaries.com/definition/populist> (дата обращения: 27.08.2017).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

<https://www.nytimes.com/2016/03/07/world/europe/ruling-party-in-slovakia-loses-majority-in-elections.html?action=click&contentCollection=Europe&module=RelatedCoverage®ion=Marginalia&pgtype=article>
(дата обращения: 27.08.2017).

<https://www.nytimes.com/2017/03/19/world/europe/europe-neo-fascist-revival-slovakia.html> (дата обращения: 27.08.2017).

<https://www.thetimes.co.uk/article/from-hitler-to-trump-populist-leaders-profit-from-fear-k7vtgvtf0> (дата обращения: 27.08.2017).

Peucheva A.A. Politics: it's a choice // XXI век: гуманитарные и социально экономические науки. — Тула: Тульский государственный ун-тет, 2016. — С. 107.

Л.В. Полагутина (Санкт-Петербург)

СОЦИАЛЬНЫЕ И ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОСТПРАВДЫ В СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ

Концепция сетевого общества, предложенная М. Кастельсом, становится основополагающей концепцией современного общества. По его утверждению, это новая глобальная сетевая структура информационной эпохи, которая охватывает все сферы жизнедеятельности, характеризуется сетевыми технологиями связи и обработки информации и обладает следующими свойствами: а) сетевая коммуникация трансформирует социальную структуру современного общества; б) коммуникации становятся все более открытыми и общедоступными; в) вертикальные иерархические социальные связи видоизменяются на горизонтальные, в которых все участники равны; г) ядром сетевого общества является сеть Интернет, обеспечивающая по сути нелимитированное гражданское взаимодействие в режиме онлайн (Кастельс, 2000).

На основе интеграции информационно-коммуникативных и медийных технологий рождается культура реальной виртуальности, главной особенностью которой является трансформация в сфере общения, в том числе в средствах массовой информации. В рамках этого процесса сетевое взаимодействие отражает общую структуру взаимодействия и также включает когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты, которые выражают свое предметное содержание в разных интернет-сообществах, имеющих свою идеологическую направленность, где люди не только получают информацию, но и формируют ее.

При этом сетевое взаимодействие характеризуется: наличием «коллективного приемника информации», даже если, с одной стороны, информация обрабатывается каждым человеком в соответствии с его личностными характеристиками, а с другой — преобладает составляющая группоцентрической ориентации, которая в зависимости от сетевого взаимодействия и присущих той или иной группе людей ценностей может апеллировать к программе развития нравственной сферы личности, либо, наоборот, призывать к «разрушению» барьеров морали и права; все возрастающей интерактивностью систем связи; переходом от системы средств массовой информации в систему фрагментарной мультимедийной системы, где целевая аудитория становится все более сегментирована. Причем, сообщения сегментируются не только отправителями, но и реципиентами.

Некоторые исследователи отмечают все возрастающую зависимость современного человека от электронных средств массовой информации, обусловленную особенностями их воздействия на личность, среди которых следует особо выделить: комплексность воздействия (личность воспринимает звуковой и видеоряд, как на сознательном, так и на подсознательном уровне); неотвратимость воздействия (информация может доходить до потребителя не только

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

непосредственно, но и через его социальное окружение); продолжительность воздействия (существует возможность неоднократного повторения нужной информации и без временных ограничений. Сегодня можно с уверенностью говорить о том, что средства массовой информации стали одним из основных институтов социализации личности и управления обществом. Зависимость людей от данных средств дает неограниченные возможности для манипуляции.

К негативным последствиям информационного воздействия необходимо отнести: полную дезориентацию у потребителя информации в окружающей реальности; утрату объективного видения истины посредством создания информационных мифов, влияющих на сознание человека; деструктивное воздействие пропаганды, преследующей цель перестроить сознание индивида; применение нейролингвистического программирования; использование технологии, позволяющей ограничивать результаты логического анализа социальных явлений у современных пользователей (Поликарпова, 2002, 57).

Современные вызовы связаны, прежде всего, с моральными противоречиями информационного характера, свойственные сетевому обществу: 1) высокая степень информированности и дезинформация; 2) изобилие информации и отсутствие смысла в ее избыточности; 3) массовое распространение и недоступность информации; 4) максимальное удовлетворение информационных потребностей в современном обществе и деструктивное воздействие информации на психическое здоровье человека; 5) свобода слова и широкое внедрение технологий манипуляции сознанием (Манжуева, 2016, 234).

К сожалению, тенденции развития современного общества привели к тому, что манипулятивные технологии средств массовой информации оказались как никогда востребованы на всех уровнях власти. Появились эффективные инструменты, которые позволяют разрабатывать и осуществлять манипуляции в глобальных масштабах.

Одним из наиболее действенных инструментов манипулятивных технологий и дезинформации является сегодня постправда, деформирующая состояние сознания, в котором стереотипы уже полностью потеряли связь с реальными образами.

Технологии постправды вместо фактов и аргументации, убеждающих приемов опираются на эмоциональную сферу человека, вместо достоверной новостной информации «подаются» фейки и, таким образом, конструируется определенный политический дискурс и альтернативная реальность, в которой достоверность, объективность перестают ими быть. Со второй половины 2016 г. термин «постправда» стал употребляться в более широком смысле слова, охватывая весь комплекс новых явлений в сфере коммуникаций, таких как широкое использование ботов и троллей в сетевом общении, новый способ использования видео, некоторые формы смещения семантических акцентов (стремления целенаправленно подменять новым содержанием старые понятия). И если удастся разрушить или дезорганизовать нормативное существование смыслового норматива, то практически невозможно обосновать какой-либо факт за счет его объективности и достоверности. Сомнению подвергается все (или наоборот, легко принимается на веру), а аудитория решает сама для себя, что для нее является наиболее ценным и достоверным. Представители самых разных социальных слоев перестают доверять официальной «правде», предпочитая ей свою собственную «правду», базирующуюся на личном опыте, знаниях и мнениях.

Как отмечает В. Савчук, «информация живет “симуляцией знания”. И здесь не важно, истинна она или нет, важна лишь скорость ее предъявления и непрерывность

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

трансляции. Модус актуальности заставляет максимально сблизить происходящее с информацией о происходящем. Но на каком-то этапе зазор становится неразличим. Реальность растворяется в гиперреальности...» (Савчук, 2001, 31).

Как следствие, масштабное внедрение информационно-технологических средств привело к трансформации системы ценностей и выдвинуло на первый план проблему роли духовно-нравственных ценностей в жизни социума, требующую своего осмысления и разрешения.

На наш взгляд, основной недостаток технократического мышления, к сожалению, преобладающего в настоящее время, заключается в исключении из зоны видения нравственно-этической сущности человека, которая независимо от уровня технического прогресса, от социально-политических устоев, нуждается в социокультурных решениях. Соответственно, выделенные социальные противоречия должны разрешаться как на общественном, так и личностном уровнях, именно они оказывают первостепенное влияние на процесс информационной безопасности, как основного фактора обеспечения национальной безопасности.

Гуманистическая направленность процесса использования информационных технологий, прогнозирование и контроль результатов их применения позволяет найти оптимальные решения проблем современного общества и человека на основе баланса технических, этических, культурных аспектов. В рамках этого направления, приоритет отдается не технологическому прогрессу инфосферы (как ни тяжело это уяснить в нашем сознании), а коренным преобразованиям общественного бытия, формированию информационной культуры как основы сетевого общества.

В настоящее время существует острая необходимость в целенаправленном формировании информационной культуры на уровне общества, социальной группы (профессиональная информационная культура) и личности, от которой во многом зависит успешное решение проблем и вызовов, возникающих в процессе становления планетарного информационного пространства, и, соответственно, проблем информационной безопасности в целом. В свою очередь, этические принципы, пропагандируемые в кодексах поведения современного общества, обязаны усовершенствовать правовое регулирование информационного пространства путем внедрения механизмов саморегуляции (Моисеев, 2001, 199).

Таким образом, сетевое общество содержит в себе социальные противоречия, что актуализирует процесс формирования новой этической теории, адекватной возникающим информационным реалиям и духовным требованиям человека.

Литература

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. — М.: НИУ ВШЭ, 2000. — 606 с.

Манжуева О.М. Философская парадигма информационной безопасности: диссертация ... доктора философских наук: 09.00.08 [Место защиты: Моск. гос. техн. ун-т им. Н.Э. Баумана]. — М., 2016. — 452 с.

Моисеев Н.Н. Универсум. Информация. Общество. — М.: Устойчивый мир, 2001. — 200 с.

Поликарпова Е.В. Аксиологические функции масс-медиа в современном обществе. — Ростов-на-Дону: ИППК при РГУ, 2002. — 237 с.

Савчук В. Компьютерная и масс-медиа реальность // Конверсия искусства. — СПб.: Петрополис, 2001. — 288 с.

Н.В. Полякова (Санкт-Петербург)

**ФЕНОМЕН МНОГООБРАЗИЯ ПОПУЛИЗМА
(НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННОЙ ФРАНЦИИ)**

Популизм как политическое явление все чаще становится центральной темой как публицистических выступлений, так и серьезных научных исследований. При этом спектр мнений экспертов в этой области относительно перспектив его развития достаточно широк. У одних авторов можно обнаружить устойчивую точку зрения, согласно которой развитие популизма, как неустраняемого элемента демократии, представляет собой серьезный вызов современной политике, составляя историческую специфику новой постмодернистской эпохи: «Постмодернистские принципы распространились на все общественные сферы (философию, религию, искусство, литературу, экономику, политику и повседневность) и реализуют себя, начиная от религиозной толерантности, космополитизма, мультикультурализма, заканчивая властью свободных рынков, смертью идеологии, бессубъектностью власти и превращением политики в шоу и клоунаду» (Семенова, 2015, 91). В другом же срезе аналитических статей и публичных выступлений этот пугающий многих феномен, в последнее время активизировавшийся в политических системах европейских государств, зачастую объявляется нелепым анахронизмом, который, согласно прогнозам, в ближайшей перспективе должен исчезнуть со сцены современной политики. Особую роль рассуждения о характере и перспективах популизма заняли в экспертных докладах и публичных дискуссиях о судьбах Европейского Союза накануне выборов в нескольких европейских странах, где по самым различным прогнозам популистские движения и объединения имели серьезные шансы на политический успех (Нидерланды, Франция). Так, в сентябре 2016 г. в своем ежегодном докладе перед членами Европарламента в Страсбурге о положении дел в ЕС председатель Европейской Комиссии Ж.-К. Юнкер, выделив популизм в качестве одной из важнейших структурных проблем, угрожающей будущности Евросоюза, заявил: «Великие демократические государства Европы не должны склоняться перед веянием популизма» (Борко, 2016, 18). А буквально через несколько месяцев после получения официальных результатов выборов различного уровня в Нидерландах и во Франции, на которых популисты потерпели абсолютное или относительное поражение, председатель Европейского парламента Антонио Таяни уже оптимистично провозгласил в своем интервью, опубликованном в газете *Corriere della Sera*: «Сезон популизма в Европе подходит к концу» (Цит. по: Швейцер, 26.06.2017).

В этой связи возникает вопрос не столько о том, что представляет собой популизм как политический феномен, сколько о том, что популизм имеет глубокие исторические традиции и является изобретением отнюдь не нынешней эпохи. Впрочем, это ни у кого не вызывает сомнений (см.: Баранов, 2005). Проблема формулируется следующим образом: каковы специфика и перспективы популизма именно в контексте современной политики? Речь идет о том, чтобы объяснить, как старый политический прием работает в новых культурно-исторических и социально-экономических условиях. «Политическая система на самом деле выступает как способ производства власти посредством класса профессиональных политиков. В этом случае отпадает потребность в выражении интересов и артикуляции требований политическим актором. Все эти функции будут исполняться им исключительно для публики в режиме “симулякра”, формальной копии классической либеральной системы артикуляции и реализации интересов общества. Сама же “политическая кухня” профессионалов не будет принимать во внимание эти

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

интересы, ибо они не имеют ничего общего с политической деятельностью как реализацией “чистой власти”» (Гордеев, 2007, 105–106). Примером может служить ситуация, сложившаяся в преддверии президентских и парламентских выборов 2017 г. во Франции, где, как отмечают исследователи, подавляющее большинство французов не испытывали доверия к политической элите/ «Они считают, что политики коррумпированы (62%) и действуют в своих интересах (82%)» (Лапина, 2016, 108). В этом новом для политики контексте популизм начинает активно использоваться в качестве одной из политических технологий, способной успешно симулировать представительство разновекторных интересов общества при фактическом самоустранении политической элиты от этих интересов и замыкании на интересах собственной корпорации. Современным политикам, превратившимся в политических менеджеров, необходимы дополнительные источники легитимности, которые в той или иной мере способны эффективно обеспечивать современные популистские технологии, направленные на формирование однородной идентичности. Некоторые исследователи рассматривают популизм как особый, нейтральный стиль риторики, который может служить не одной, а множеству идеологий, поэтому различают, в зависимости от поддерживаемой идеологии, например, «левый» и «правый» популизм.

В этом смысле особый интерес и прекрасное поле для исследований представляет современная французская политика, в русле которой наиболее рельефно отразился этот феномен «многообразия популизма». В ходе президентской кампании 2017 г. можно было наблюдать за беспрецедентным для мира современной политики сражением популистов разных направлений. На ее старте в числе основных кандидатов на пост президента Франции (всего их было 11) оказались сразу три разнонаправленно ориентированных популиста, которые изначально имели лучшие шансы для победы: Марин Ле Пен, глава крайне-правой популистской партии «Национальный Фронт» (НП), бывший социалист Эммануэль Макрон из новой популистской центристской партии «Ассоциация за обновление политической жизни» (фр. *En Marche!* — «Вперед!») и Жан-Люк Меланшон, лидер нового левого движения «Непокорившаяся Франция» («*La France insoumise*» — фр.). Во второй тур вышли два первых кандидата, что создало своеобразную интригу: борьба за президентский пост развернулась между представителями правого и центристского вариантов популизма. Впервые в истории Пятой республики (с 1958 г.) в последний тур президентских выборов не прошли кандидаты от традиционных правящих партий (голлистов-республиканцев и социалистов).

Жан-Люк Меланшон, набравший в первом туре 19,58% голосов и занявший 4-е место, не прошел во второй тур президентской гонки, но, несмотря на это, продемонстрировал самый убедительный результат из всех популистски ориентированных кандидатов с точки зрения пропорциональности соотношения результатов успеха на этих выборах своим стартовым возможностям. Так представитель республиканцев (*Les Républicains* — фр.), основной системной партии правой оппозиции, Франсуа Фийон занял при этом третье место с результатом в 20,01% голосов, лишь на десятые доли процента опередив лидера «Непокорившейся Франции». Предвыборная программа лидера левого популистского движения была выстроена вокруг лозунга о конце Пятой республики, этой, как он ее именует «президентской монархии», и необходимости конституционной реформы: «Я буду последним президентом Пятой республики, поскольку в случае избрания я созыву собрание для подготовки новой конституции, это будет конец президентской монархии. И в это время мы будем реализовывать мою программу» (высказывание на предвыборных теледебатах 20 марта 2017 г.). В

ПОЛИТИКА ПРАВОГО В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

своей программе Меланшон выступал за левые социально-экономические реформы внутри страны, за выход Франции из ЕС и НАТО, за ее независимость от международной финансовой системы.

Лидер «Национального фронта» Марин Ле Пен, получившая в первом туре 21,30% и занявшая вторую позицию, стала единственным соперником Э. Макрона во втором туре. Выйдя во второй тур выборов при изначально относительно небольшом разрыве со своим главным оппонентом, она, несомненно, улучшила свой результат по отношению к предыдущей президентской кампании 2012 г., но в очередной раз не смогла преодолеть сложности французской избирательной системы, чтобы добиться победы во втором туре. Ее предвыборная программа была выстроена более гибко и компромиссно (элементы правого националистического идейного спектра были смягчены, разбавлены центристскими принципами и даже некоторыми левыми социальными идеями), но в конечном итоге не смогла конкурировать с программой и тактикой представителя центристского популизма Э. Макрона. Важную роль здесь сыграл фактор сплочения и мобилизации во втором туре голосования электората традиционных партий, не готового допустить победу крайне правых и проголосовавшего по принципу от противного («только не Ле Пен»).

Э. Макрон, одержавший победу на президентских выборах, представляет собой как политик интересный вариант «центристского», «роевропейского» популизма. Созданное им 6 апреля 2016 г. в преддверии выборов движение «Вперёд!» (впоследствии реорганизованное в партию «Вперёд, Республика!») он объявил «ни правым, ни левым» и удачно встраивал в свою предвыборную программу элементы, как левого, так и правого толка (см.: Macron, 2016). Представитель правящего истеблишмента, экс-министр экономики в правительстве М. Вальса, молодой, хорошо образованный бюрократ с интересной личной биографией, Э. Макрон успешно воспользовался популистскими методами для завоевания своего электората: апеллируя к насущным проблемам французского общества и демагогически критикуя власть за ее промахи, в качестве антисистемного политика предложил открытую роевропейскую модель идентичности.

Таким образом, в рамках последней президентской кампании во Франции произошло схождение на политическом поле сразу трех разновидностей популизма: правого, центристского и левого, что представляется действительно беспрецедентным явлением не только для французской, но и современной европейской политики в целом. Так на наших глазах формируется общеевропейское явление многообразия популизма по всему спектру. Популизм подвергся реновации и превратился в одну из современных технологий, активное использование которой в политической борьбе постепенно становится символическим маркером для выстраивания эффективной линии по достижению избирательного успеха и легитимации новых условий политического порядка. Как верно спрогнозировал в своей аналитической записке, составленной в 2016 г., руководитель Центра французских исследований Института Европы РАН, профессор Ю.И. Рубинский, «партийно-политическая система Франции вступает в период реформирования: биполярная структура уходит в прошлое, уступая место в 2017 г. более фрагментарной, и, соответственно, способствует появлению различных вариантов формирования президентского и парламентского большинства. Заметно эволюционируют и сами критерии принадлежности партий к левому или правому лагерям. Водораздел между ними всё больше проходит по отношению к глобализации и евростроительству, национальным или международным приоритетам» (Рубинский, 2016, 95).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

- Баранов Н. А. Популизм и демагогия // Человек, культура, общество: межвуз. сб. науч. тр. / отв. ред. Н.В. Дулина, И.А. Небыков. — Волгоград: Волгоград. гос. техн. ун-т, 2005. — Вып. 3. — С. 100–108.
- Гордеев И. Трансформация власти и политики в эпоху постмодерна и глобализации // Обозреватель – Observer. — 2007. — № 12. — С. 103–110.
- Европейский Союз: факты и комментарии [Электронное издание] / отв. ред. Ю.А. Борко. — М., 2016. — Вып. 84–85; апрель-сентябрь. — URL: http://www.edc-aes.ru/data/edcaes/content/user_files/files/84-85.pdf (дата обращения: 08.08.2017).
- Лапина Н.Ю. Элиты и политические элиты Пятой республики // Франция на пороге перемен: экономика и политика в начале XXI века / отв. ред.: А.В. Кузнецов, М.В. Клинова, А.К. Кудрявцев, П.П. Тимофеев. — М.: ИМЭМО РАН, 2016. — С. 96–108.
- Рубинский Ю.И. Франция на перепутье // Франция на пороге перемен: экономика и политика в начале XXI века. — М.: ИМЭМО РАН, 2016. — С. 88–95.
- Семенова В.Н. К критике современного политического бонапартизма // АНТРО. Научный журнал. — 2015. — № 1(16). — С. 90–102.
- Швейцер В. Сезон популизма в Европе завершается // Независимая газета. — 2017. — 23 июня.
- Macron E. — Paris: XO Editions, 2016. — 270 p.

О.В. Попова (Санкт-Петербург)

ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЕ НАУЧНЫЕ ТЕКСТЫ В ЭПОХУ «ПОСТПРАВДЫ»: РИСКИ ИДЕОЛОГИЗАЦИИ

Традиционно считается, что тексты, обладающие определенным набором признаков, априори являются научными. В этот набор базовых требований входят: истинность (соответствие предоставляемой учеными информации системным характеристикам исследуемого явления, установленное на достаточности основания логических выводов, экспериментов и т.д.), интерсубъективность (общезначимость, «безличность», универсальность информации и сформулированных принципов/закономерностей), системность, наличие надежного механизма получения новых знаний, рациональность, а также принципиальная фальсифицируемость научного знания (критерий К. Поппера, согласно которому в принципе может быть опровергнуто любое научное утверждение с помощью научного метода, поскольку невозможно исключить существование примера, который не вписывался бы в общепринятое объяснение или теорию).

Если речь идет о тексте, претендующем на концептуализацию, то он должен отвечать требованиям предметности, полноты, непротиворечивости, интерпретируемости, проверяемости и достоверности. Основным критерием научности полученного исследователем результата является его воспроизводимость, однако в настоящее время многими начинающими учеными (да и опытными исследователями тоже) это правило воспринимается как наличие в информационном пространстве текстов с изложением аналогичной точки зрения (ссылка на авторитеты).

В публикациях традиционно озвучиваются и такие критерии научности текстов, как: тип научных текстов (монография, журнальная статья, лекция, доклад, информационное сообщение, устное выступление, диссертация, научный отчет и т.д.), стиль (собственно научный, научно-учебный, научно-популярный), особенности языка и формально-логического способа изложения, предполагающие монологичность и сжатость высказываний, насыщенность содержания, логическую связанность совокупности высказываемых положений, точность смысловых посылов без апелляции к эмоциям. Обязательными атрибутами научного текста являются элементы «искусственного» языка (графики, схемы, рисунки, формулы, символы, специализированные термины), отсылочный аппарат (сноски, ссылки, примечания),

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

строго выверенная логика изложения материала с использованием логической аргументации и наличие завершающих выводов.

Однако применительно к политологическим текстам эти требования в эпоху «постправды» являются явно недостаточными, поскольку под личиной наукообразного продукта, содержащего научный аппарат, ссылки на теории и научные источники, очень часто скрывается именно идеологический продукт. Фактически многие тексты из области общественных наук, и политология в этом плане отнюдь не является исключением, представляют собой инструмент укрепления власти политических акторов посредством навязывания определенной системы взглядов и политических оценок. Эпоха «постправды» острейшим образом ставит вопросы о способности ученых-политологов отличать наукообразность от собственно научного знания и о возможности отказаться (избежать) производства идеологических текстов под видом научных. Как отмечал И. Лакатос, «проблема проведения границ между наукой и псевдонаукой выходит за рамки кабинетной философии: она имеет жизненную и политическую значимость» (Лакатос, <https://nsu.ru/classics/pythagoras/Lacatos.pdf>), существенные этические и политические последствия. Сохранение скептицизма по отношению даже к самым авторитетным теориям — это отличительный признак подлинно научного образа мышления, поскольку «утверждение может быть псевдонаучным, даже если оно представляется очень правдоподобным и все в него верят, и оно может быть ценным с научной точки зрения, даже если оно представляется не вызывающим доверия и никто в него не верит» (Лакатос, <https://nsu.ru/classics/pythagoras/Lacatos.pdf>). Но научная критика должна быть обязательно конструктивной; вместо опровергаемой теории должна быть предложена более совершенная концепция, способная более точно объяснить и спрогнозировать развитие политических процессов. Прогрессивные исследовательские проекты, предлагая возможность точного прогноза развития явлений, позволяют открыть новые, неизвестные ранее факты и прогнозировать развитие ситуации.

Этические требования к работе ученых формулировались многократно. Например, Р. Мертон еще в 1942 г. настаивал на обязательности следующих 4-х принципов (ценностей): а) универсализме высоких требований к исследователям вне зависимости от их расы, пола, возраста, авторитета, званий; б) публичности, общности научного знания, которое должно становиться общедоступным и общеизвестным; в) незаинтересованности и беспристрастности в отношении получения учеными вознаграждения и различных регалий за свои труды; г) рационального скептицизма в отношении полученных другими учеными и им самим знаниям, персональной ответственности за качество используемых в проектах данных и теоретических конструкций.

Априори полагаться в эпоху «постправды» на научную этику авторов статьи в научном журнале или доклада на конференции по политической тематике крайне нецелесообразно, поскольку многие политологи реализуют в тексте свои политические взгляды и убеждения или попросту обслуживают интересы определенных политических акторов (это в равной степени касается и отечественных исследователей, и зарубежных). В результате типичными становятся нарушения всех или большинства этических норм.

8 тестов Г. Лассуэла для определения признаков идеологии, предложенных им для сообщений в СМИ, в псевдонаучном тексте работают не вполне эффективно. Для оценки качества политологических текстов в настоящее время недостаточной является и общепризнанная методика Г. Фоллмера, утверждающая следующие

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

признаки истинности и научности текста: «отсутствие порочного круга в обосновании, непротиворечивость, объясняющая ценность, проверяемость и успешность проверки ... широта, глубина, точность, простота, наглядность, способность к прогнозам, воспроизводимость описываемых, объясняемых, предсказываемых феноменов, плодотворность» (Кезин, <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000056/>).

Псевдонаучность политологических текстов достаточно легко может быть обнаружена в случае использования их авторами необоснованных модальных операторов необходимости и неоправданных обобщений, сложных эквивалентов, номинализаций, декларирования ложной каузальности явлений. Отсутствие верифицируемости параметров описываемых явлений, апелляция к чувствам, очевидно эмоциональный тон текста, навешивание ярлыков, безапелляционность суждений, неоправданно глобальные обобщения, использование «агрессивной» пунктуации и таких речевых оборотов, апеллирующих к очевидности, как «всем совершенно очевидно», «никто и никогда...», — также важные, но не исчерпывающие признаки псевдонаучности текста. Следует обратить внимание и на ситуацию, когда автор ссылается на источники, представляющие только одну национальную школу в политологии. Безусловно, наука интернациональна, однако пренебрежение наработками исследователей из различных государств, особенно в ситуации, когда становится очевидным отсутствие в современной политической науке макротеорий или теорий, реально способных претендовать на универсальность обнаруженных закономерностей, действующих всегда и везде, априори выдает предвзятость автора. Совершенно недопустимы ситуации со ссылками в научных текстах на статьи из Википедии или публицистические материалы, если только последние не являются собственно объектом анализа. Но самыми, вероятно, типичными проявлениями псевдонаучных политологических текстов в эпоху «постправды» являются неупоминание альтернативных гипотез и теорий, отражающих иную позицию, чем придерживается автор, а также использование им «аргументов “от политики” или “от религии”». Особенно — с «национальным уклоном»» (Викентьев, <http://vikent.ru/enc/5317/>).

В современном мире различные идеологии постоянно проникают в посвященные политике научные тексты, чему есть объективные основания. И идеологические догмы, и научное знание о мире политики, представляя собой системы идей, сосуществуют в едином информационном потоке, используют частично пересекающиеся понятия, выполняют схожие функции (гносеологическую, логическую, методологическую, методическую, мировоззренческую) и связаны с реальными политическими практиками. При этом идеологии выражают интересы конкретных социальных групп и политических акторов, а политическая наука должна быть ориентирована на установление универсальных закономерностей в своей сфере; различаются и субъекты этих процессов: в первом случае речь идет об идеологических структурах политических институтов и идеологах, во втором — о научных и образовательных учреждениях, об ученых. Задача идеологии заключается в рутинизации и массовизации определенной точки зрения на развитие политических процессов, выгодной конкретному социальному слою или политической группе. «Задача идеологии состоит в том, чтобы превратить эти убеждения в общественное кредо и закрепить энтузиазм масс, проявленный в период неординарных событий» (Гуревич, 2006, 192).

Однако не только идеология встроена в политические процессы, наука также может быть политизирована и использоваться идеологами в том же качестве, что и идеология. «Понимание идеологии как средства социальной критики, даже если при

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

этом политическая критика направлена против скрытой тирании господства, означает на деле чье-то притязание на власть!» (Гуревич, 2006, 191). Единственное средство противостоять этому — предельная научная честность ученых. И. Лакатос очень точно заметил, что «суждение может стать и псевдонаучной догмой, и подлинным знанием, в зависимости от того, готовы ли вы искать опровергающие его условия» (Лакатос, <https://nsu.ru/classics/pythagoras/Lacatos.pdf>).

Многие политологи воспринимают как нечто должное ситуацию отождествления истинности знания с популярностью, распространенностью определенной точки зрения на какую-либо проблему как среди ученых, так и среди обывателей, далеких от науки. Однако история общественных наук демонстрирует многочисленные примеры, когда множество представителей научного мира и обычных граждан с восторгом и безусловной верой в истинность принимали теории, которые спустя десятилетия оказывались абсолютно несостоятельными. Стремящийся к истине исследователь «должен доказать каждое своё утверждение, подтвердив его фактами. Таков критерий научной честности» (Лакатос, <https://nsu.ru/classics/pythagoras/Lacatos.pdf>).

Выступления на конференциях и статьи некоторых политологов заставляют всерьез задуматься, чем на самом деле являются их труды — следствием известного в психологии явления импринтинга (запечатленные в сознании образы доминируют над логикой рационального анализа ситуации, а события воспринимаются как единый поток без различения причин и следствий) или сознательной фальсификацией фактов?

Вероятно, в наше время в науке, в том числе в общественных дисциплинах, весьма немногие исследователи готовы/способны следовать требованию, о котором Р. Фейнман проникновенно говорил в выступлении перед выпускниками Калифорнийского технологического института в 1974 г.: «Вся история научных исследований наводит на эту мысль ... Это научная честность, принцип научного мышления, соответствующий полнейшей честности, честности, доведенной до крайности. Например, если вы ставите эксперимент, вы должны сообщать обо всем, что, с вашей точки зрения, может сделать его несостоятельным. Сообщайте не только то, что подтверждает вашу правоту. Приведите все другие причины, которыми можно объяснить ваши результаты, все ваши сомнения, устраненные в ходе других экспериментов, и описания этих экспериментов, чтобы другие могли убедиться, что они действительно устранены... Я говорю об особом, высшем, типе честности, который предполагает, что вы как ученый сделаете абсолютно все, что в ваших силах, чтобы показать свои возможные ошибки. В этом, безусловно, состоит долг ученого по отношению к другим ученым и, я думаю, к непрофессионалам ... Я хочу пожелать вам одной удачи — попасть в такое место, где вы сможете свободно исповедовать ту честность, о которой я говорил, и где ни необходимость упрочить свое положение в организации, ни соображения финансовой поддержки — ничто не заставит вас поступиться этой честностью. Да будет у вас эта свобода» (Фейнман, http://www.eduspb.com/public/files/books_hyst/biograf/fejman_vy_konechno_shutite_mister_fejman.pdf, 186–188). Многим ли отечественным и зарубежным политологам под силу быть честными учеными в эпоху «постправды»?

Литература

Алексеева М.В. Типологические особенности научного текста: гипертекстовая типология языка науки. — М.: Изд. Дом МИСиС, 2015. — 100 с.

Викентьев И. Л. 15 признаков псевдонауки в статье, книге, телепередаче, веб-сайте. — URL: <http://vikent.ru/enc/5317/> (дата обращения 1.09.2017).

Гуревич П. С. Идеология как текст // Знание. Понимание. Умение. 2006 — № 2. — С. 191–197.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Кезин А. В. Идеалы научности и паранаука. — URL: <http://filosof.historic.ru/books/item/f00/s00/z0000056/> (дата обращения 1.09.2017).

Лакатос И. Наука и псевдонаука (Выступление в радиопрограмме Открытого университета 30 июня 1973 г.). — URL: <https://nsu.ru/classics/pythagoras/Lacatos.pdf> (дата обращения 1.09.2017).

Фейнман Р. Вы, конечно, шутите, мистер Фейнман! — URL: http://www.eduspb.com/public/files/books_hyst/biograf/fejnman_vy_konechno_shutite_mister_fejnman.pdf (дата обращения 1.09.2017).

М.Д. Приколота (Санкт-Петербург)

ПОСТПРАВДА В КОНТЕКСТЕ ПОСЛЕВОЕННЫХ КРИТИЧЕСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕОРИЙ

Появившись совсем недавно, концепт постправды все с большей интенсивностью входит в лексикон современной политической мысли в ходе объяснения важных с политической точки зрения процессов. Однако предмет, описываемый этим концептом, т.е. обстоятельства, при которых аргументация *ad hominem* является достаточной для формирования общественного мнения, вероятно, появился задолго до термина, его описывающего. Поскольку концепт постправды призван описывать процесс формирования общественного мнения, то описание предмета постправды и попытки его рефлексивного постижения можно найти в работах политических теоретиков различных эпох.

Вероятно, одним из первых со времен средневековья, кому удалось с некоторой степенью объективности описать то, что позже назовут постправдой, был Алексис де Токвиль, который лишь замечает, но не анализирует те явления, которые зарождаются в результате всевластия большинства, в том числе то, что мы называем постправдой. Поводом для более серьезного рассмотрения нормативной политической теорией иррационального обоснования поведения общества его членами стала Вторая мировая война.

Я хочу попытаться дать ответ на вопрос, что видели представители критических направлений политической мысли в качестве источника тех явлений, которые мы бы сегодня объединили под термином постправды. В качестве объектов анализа мной выбраны работы М. Хоркхаймера и Т. Адорно «Диалектика просвещения», Х. Арндт «О революции» и К. Шмитта «Теория партизана».

В качестве основного метода анализа я взял метод Х. Арндт, который теоретик использует в отношении политической философии К. Маркса. Х. Арндт в числе прочего пытается увидеть в идеях К. Маркса о бесклассовом обществе воплощение идеала античного полиса: «...положения <об отмирании государства и обобществлении человечества> не только являются предсказаниями, но и выражают марксовский идеал наилучшего общества. В этом смысле они не утопичны; скорее, в них просто воспроизводится политическая обстановка того же самого афинского города–государства, который был моделью опыта Платона и Аристотеля» (Арндт, 2014, 30). В том же ключе хотел бы подвергнуть анализу одну из работ самой Х. Арндт и других уже перечисленных теоретиков, пытаюсь увидеть и показать в них то, что позже назовут постправдой.

Теоретики Франкфуртской школы М. Хоркхаймер и Т. Адорно, делая акцент на субъективной стороне теории К. Маркса, применяют диалектический метод к понятию просвещения. Открывая в просвещении основные воплощения диалектических законов, теоретики показывают, что за триумфом просвещения неизбежно следует его драматический исход в силу того, что «Просвещение ликвидирует беззаконие прежнего неравенства, непосредственное барство, но в то

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

же время и увековечивает его в универсальном опосредовании, в соотношении всякого сущего с любым иным» (Хоркхаймер, Адорно, 1997, 26).

Авторы указывают, что характерный для просвещения снобизм неслучаен: он является одним из суррогатов, позволяющих маскировать новый обман под разоблачение старого. Именно под этим новым обманом, на мой взгляд, вполне можно увидеть то, что сегодня принято называть постправдой. Однако вряд ли само просвещение можно назвать постправдой в силу узости самого понятия постправды. Просвещение предстает у теоретиков тем, что неизбежно порождает постправду.

Неизбежность подчинения многих людей немногим вызывается потребностью людей в выживании. В эпоху просвещения эта потребность нуждается в формализации. Именно формализм, порождающий в том числе оглуляющие человека СМИ, вполне мог бы включить в себя такой аспект как постправда. В этом случае постправда становится не только новым воплощением обмана и мифа, но и той вспомогательной силой, которая позволяет людям делегировать правителю не только свой интерес, но и свою способность к рефлексии.

Предмет постправды, таким образом, предстает неизбежным следствием просвещения. Как наглядное воплощение нового мифа и обмана, формализм создается без чьей-либо субъективной воли, но с неизбежно вытекающей целью – подчинение людей не только физически, но и ментально.

Пессимизм М. Хоркхаймера и Т. Адорно по поводу просвещения наталкивает на мысль о том, что сложившийся порядок вещей вряд ли возможно преодолеть мирным путем. Однако если неомарксистские теоретики в отличие от своих ортодоксальных коллег не уделяют большого внимания вопросу революции, то Х. Арендт видит в этом вопросе одну из основных ссылок к вопросу о свободе. В этой связи интересно увидеть место, отводимое тому, что мы называем постправдой, в революции. Главное, что отличает революцию от каких-либо других видов насилия, заключается в стремлении к свободе. Причем Х. Арендт проводит четкую границу между свободой и освобождением. Освобождение от одной формы угнетения не гарантирует того, что общество не подпадет под другую форму.

Этот момент теории Х. Арендт тесно переплетается с неомарксизмом. Однако разделение концептов свободы и освобождения позволяют Х. Арендт рассуждать конкретно, т.е. видеть то, что мы называем постправдой, не как неизбежность вследствие воздействия абстрактной величины, называемой просвещением. Это позволяет теоретику увидеть источники постправды в конкретных условиях, когда главной в повестке стоит не свобода, а освобождение.

Эта тонкая разница в системе Х. Арендт занимает особое место в понимании источников явления постправды. В системе Х. Арендт свобода является естественным состоянием человека, а община — воплощением коллективной свободы, которая формируется в современном мире в результате краха режима несвободы. Эти институты в понимании Х. Арендт формируются из необходимости людей налаживать взаимодействие между собой без навязанных схем. Но что по мысли Х. Арендт могло бы служить источником постправды, которая лишает человека потребности в этом самоуправлении? Х. Арендт очень подробно объясняет, почему так происходит, но, на мой взгляд, самым емким примером может являться этот: «Если бы Ленин на самом деле хотел отдать власть советам, он обрек бы большевистскую партию на такую же слабость, на какую был обречен советский парламент» (Арендт, 2011, 370). Таким образом, главной силой в подавлении институций, подразумевавших реальное применение прямой демократии, является партия. Партия является источником постправды, которая заставляя уже раз освободившегося человека вновь подчиниться.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В отличие от Х. Арендт, К. Шмитт не считает, что несвобода — признак того, что общество существует без политики. Для него тоталитаризм, как проявление тотальной сплоченности масс против носителей враждебной идентичности, — наивысшая точка политического. Понимание К. Шмиттом войны как проявления политики позволяет ему анализировать партизана как субъекта войны в книге «Теория партизана». К. Шмитт указывает, что наличие партизана в войне свидетельствует об особом характере этой войны.

Как и Х. Арендт, К. Шмитт видит основную причину тотальной войны в абсолютизации партий: «С абсолютизированием партии и партизан стал абсолютным и возвысился до уровня носителя абсолютной вражды» (Шмитт, 2007, 141). Конечно, К. Шмитт приводит множество примеров партизанских войн в странах, где о политических партиях не могли идти речи. Партия в системе К. Шмитта не является обязательным условием партизанской войны, но наличие партии в качестве направляющей силы одной из сторон может с большей долей вероятности обеспечить победу партизан.

Несмотря на это вряд ли можно сказать, что партия в теории К. Шмитта обладает исчерпывающей ролью в формировании того, что мы бы сегодня назвали постправдой. Дело в том, что партии в теории К. Шмитта не отделены от политики в отличие от теории Х. Арендт. Если в системе Х. Арендт партия сама по себе является антиподом политики, то в теории К. Шмитта основные свойства партии в полной мере отвечают требованиям «понятия политического», то есть дихотомии «друг – враг».

Сама политическая парадигма, если следовать логике теоретика, должна порождать постправду. Абсолютная вражда, как нечто порожденное, в том числе постправой, в системе К. Шмитта, является логичным и закономерным, когда дело касается политики.

Литература

Арендт Х. Между прошлым и будущим. Восемь упражнений в политической мысли / пер. с англ. и нем. Д. Аронсона. — М.: Издательство Института Гайдара, 2014. — 314 с.

Арендт Х. О революции / науч. ред. А. Павлов; пер. с англ. И. Косич. — М.: Изд-во «Европа», 2011. — 464 с.

Хабермас Ю. Лекция V. Переплетение мифа и Просвещения: Хоркхаймер и Адорно // Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне / пер. с нем. — М.: Весь Мир, 2008. — С. 117–142.

Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Понятие просвещения // Хоркхаймер М., Адорно Т.В. Диалектика Просвещения. Философские фрагменты / пер. с нем. М. Кузнецова. — М.; СПб.: «Медиум», «Ювента», 1997. — С. 16–60.

Шмитт К. Теория партизана / пер. с нем. Ю.Ю. Коринца. — М.: Праксис, 2007. — 301 с.

С.Н. Пшизова (Москва)

УПРАВЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ КАК ВЫЗОВ СОВРЕМЕННОЙ ДЕМОКРАТИИ

События последнего времени в западных демократиях, в особенности выборы 2016 г. в США, кажется, начали менять картину мира, к которой привыкли многие наши уважаемые политологи. В рамках доминировавшей совсем недавно парадигмы развитые демократии неизменно служили объектами для подражания восточно-европейским соседям, которые стремились воспроизвести у себя этот идеал как можно лучше. А усилия политологов, собственно говоря, сводились к оценке успешности этих стремлений и классификации посткоммунистических стран в зависимости от того, насколько они смогли приблизиться к почтенным образцам. Любые попытки предложить разговор об общности проблем «транзитных»

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

постсоветских политических систем и вступивших в период серьезных трансформаций традиционных демократий Запада вызывали в лучшем случае снисходительные обвинения в легковесности (см., например: Макаренко, 2008, 108).

Ныне, напротив, многочисленные аналитики вдруг чуть ли не хором заговорили об очевидной схожести процессов, происходящих в России, некоторых европейских странах и США. Большинство коллег при этом, как водится, не склонны признавать и анализировать свои былые заблуждения. А вот некоторые журналисты отчетливо зафиксировали произошедшую смену господствующих среди политических комментаторов представлений. Редактор уважаемого журнала «The Economist», например, удивленно и честно описывает ситуацию в доминирующем аналитическом дискурсе: «И все, что происходило в России последние 10 лет, — и популизм, и национализм, и войны, которые Россия устраивала, — казалось, что это отдельный, даже не параллельный, а конфронтационный мир по отношению к Западу. И вдруг выясняется, через 25 лет после распада Советского Союза, что Запад тоже находился в этих же самых трендах, просто они иначе проявлялись. И Россия была не исключением, а предтечей в какой-то степени того, что сейчас мы наблюдаем на Западе и в Америке» (Правый популизм, 2017).

Свои аргументы в пользу тезиса о том, что общий для развитых стран коммуникативный контекст в сочетании с особенностями нашей недавней истории, предопределяет опережающее положение России на пути реализации негативных последствий внедрения в политику новых технологий массовых коммуникаций, я публиковала уже неоднократно (см., например: Пшизова, 2000, 2007 и др.). В очень кратком изложении они сводятся к тому, что титанические усилия советской власти по искоренению социальных различий и формированию советского народа как «новой исторической общности» создали исключительно благоприятные условия для эффективного использования самых передовых методов манипулирования общественными настроениями. В отличие от «старых демократий», где превращение массового избирателя, ориентированного на определенную идеологию и связанные с ней политические силы, в потребителя, поведение которого регулируется маркетинговыми методами, происходило медленно и постепенно, в России политический рынок сформировался почти одновременно вместе с крушением властной монополии коммунистической партии. Отсутствие тянущихся из прошлого социальных идентификаций и традиций самостоятельного политического поведения привело к возникновению в нашей стране радикальных, подчас карикатурных, форм бытования заимствованных моделей демократических институтов. А в это время сами образцы, рожденные в совершенно иных исторических условиях, претерпевали серьезные изменения под воздействием революционных преобразований в информационно-коммуникационной сфере.

Акцент на роли коммуникаций в политике позволяет говорить о проблемах, вырастающих из общей для всех развитых стран демократической природы их политических систем. Речь идет именно о демократической природе, которая предполагает реализацию воли большинства населения через процедуры регулярных выборов его (большинства) представителей в органы законодательной и исполнительной власти⁵. Сосредоточив свое внимание на коммуникативной природе политических систем, мы можем без труда увидеть сходство между, казалось бы, разными явлениями. Такими, например, как избрание Дональда Трампа, которое ошеломленные эксперты поначалу просто не знали, как комментировать, или успехи правых и левых европейских радикалов, откровенно популистская риторика которых привлекает мощную поддержку и в некоторых случаях уже привела к власти

⁵ Уровень либеральности режимов в данном случае выносится за скобки.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

соответствующие правительства. В этом же ряду совершенно естественно выглядит и знаменитый «тефлоновый рейтинг» Владимира Путина, существующий отдельно от социально-экономических показателей эффективности проводимой под его руководством уже много лет политики.

Усилия многих исследователей в самых разных странах сегодня направлены на объяснение причин массовой поддержки гражданами нелогичных, противоречивых, демагогических программ, заявлений и обещаний политиков, которые при минимально грамотном анализе демонстрируют свою несостоятельность. Не только специалистам, но и просто мыслящим людям, профессионально не задействованным в политическом процессе и не имеющим какого-либо «специального интереса», понятно, что реализация этих обещаний, вызывающих восторг избирателей, либо невозможна в принципе, либо не эффективна, либо губительна и ведет к социально-экономическим и/или политическим кризисам. Однако в результате успеха на выборах или квалифицированной работы политтехнологов по сопровождению той или иной политической кампании эти (подчас безумные!) идеи могут получить (а нередко и получают!) статус «суверенной народной воли» и начинают воплощаться в жизнь в виде государственной политики. Лидеры победившего большинства при этом, как правило, выступают в качестве выразителей именно «общей воли», которая, согласно Ж.-Ж. Руссо, не тождественна воле всех. Они даже и не пытаются объединить под своими знаменами всех граждан. В отличие от своих исторических предшественников, которые старались после окончания избирательной борьбы консолидировать все общество, «новые популисты» подчеркивают свою связь именно с большинством, создавая для остальных ситуацию психологического дискомфорта.

А ведь совсем недавно казалось, что ужасы «тирании большинства» остались во времена А. Токвиля. При описании современной демократии как политического режима акцентировался не столько мажоритарный способ принятия решений, сколько гарантии прав меньшинств. Однако в нынешней политической атмосфере судьба меньшинства «несогласных» (т.е. нередко как раз тех, кто в состоянии отделить демагогическую риторику от реального содержания популистских программ) незавидна. Хотя при сохранении известного уровня либеральности режима репрессии им не грозят, фактически они могут лишь, схватившись за голову, в бессилии ожидать момента, когда неизбежные, как они полагают, негативные последствия реализации «самоубийственного» курса ударят по народу–суверену и сделают очевидной для широких масс избирателей порочность безответственных обещаний, кажущихся гражданам столь привлекательными. Там, где отлажено действие института сменяемости власти, эти ожидания через определенный промежуток времени могут оправдаться и привести к корректировке или смене курса. А там, где такой институт не действует или сбоит, не разделяющему господствующих настроений, шагающему не в ногу с народом интеллектуальному меньшинству придется, подобно героям знаменитого романа, в полной мере ощутить на себе насколько «трудно быть богом». Этим противникам «легкого решения сложных проблем» остается только надеяться, что восстановление причинно-следственных связей в общественном сознании произойдет раньше, чем наступит катастрофа.

Широкое распространение и сходство подобного рода явлений в очень разных странах показывают, среди прочего, что мы все, если и не сидим в одной лодке, то, во всяком случае, плывем в одном направлении. И Россия, отказавшаяся от плановой экономики и жесткой однопартийной диктатуры, тоже не пытается больше плыть против или поперек течения. К тому же после выборов и массовых протестов

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

2011–2012 гг. стало очевидно, что переходный период постсоветской истории, который практически единодушно связывался политологами с процессом демократизации общественно-политической жизни, закончился. Это обстоятельство было бы правильно считать основанием для поиска иных инструментов анализа, чем те, что применялись исследователями при изучении так называемых «транзитных демократий». Прежде всего стоит отказаться от упомянутого в начале и казавшегося многим само собой разумеющимся тезиса о том, что «мы еще не доросли до проблем развитых демократий». Надо сказать, что господство этого представления, как в западном, так и в отечественном политологическом дискурсе, мешает продуктивному сравнительному анализу и, как следствие, адекватному пониманию и зигзагов в развитии российской политической системы, и опасных тенденций эволюции «старых» демократий. В действительности, с одной стороны, нам необходимо очень внимательно относиться к опыту стран, где демократические институты существуют уже длительное время, и где гражданское общество сильно продвинулось в умении справляться с их дисфункциями, в том числе и с проблемой «некомпетентности суверена». А с другой стороны, западным коллегам пора перестать нас поучать и обнадеживать будущим неизбежным созреванием нашей «молодой демократии» до необходимых кондиций. Надо переходить к совместному поиску ответов на вопросы, с которыми сталкиваемся мы все. Направления поиска должны определяться, с моей точки зрения, «коммуникативной онтологией социальной реальности», как очень точно определяет особенности современных обществ Ю. Хабермас. Необходимо говорить прежде всего о последствиях внедрения в политический процесс новых средств коммуникации. Результатом революционных изменений в этой сфере стали в значительной степени и последние проявления популизма, который во все времена был слабым местом демократий, но в сочетании с прорывными достижениями в управлении коммуникациями и манипулировании массовой лояльностью приобретает в наше время угрожающие формы и с которым, как видно, на Западе тоже еще не вполне умеют справляться. Конечно, устоявшиеся демократические институты отчасти приходят на помощь старым демократиям. Однако заметное сотрясение устоев можно наблюдать и там довольно отчетливо. У нас же в стране, в силу исторических обстоятельств, как уже отмечалось, и негативные явления носят более радикальный характер и инструменты для их сглаживания почти отсутствуют. Именно это и делает наш опыт особенно показательным и интересным не только для нас.

Между тем тезис о нашем догоняющем развитии, предполагающий, что мы проходим стадии модернизации (в том числе политической), ранее пройденные западноевропейскими странами, удивительным образом соседствует в отечественном политологическом дискурсе с акцентированием российской уникальности, которая якобы противоречит всем известным закономерностям. И ведь действительно, отчасти верно и то, и другое. Конечно, наше историческое развитие своеобразно. Но не более, чем развитие любого другого народа. Хотя и не менее. Для осмысления происходящего в нашей стране вполне применимы аналитические модели и закономерности, выявленные при изучении политических процессов, происходивших ранее в других странах. Однако использованы они могут быть только с поправкой на уникальность исторических условий, доставшихся нам от нашего собственного прошлого (прежде всего советского), а также с учетом влияния специфических факторов, порожденных сугубо современным контекстом (прежде всего коммуникационными).

Погружение нашего опыта в более широкий сравнительный контекст позволяет решать сразу несколько задач: идентифицировать направления, по которым Россия

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

развивается в рамках общих трендов; определить этапы, уже оставленные другими странами в прошлом, и еще не пройденные нашей страной, но неизбежные на ее историческом пути; выяснить, в чем мы опережаем соседей по планете и можем, как уже бывало в нашей истории, «преподать урок» другим народам.

Литература

Макаренко Б.И. Посткоммунистические страны: некоторые итоги трансформации // Политика. — 2008. — № 3 (50). — С. 105–125.

Правый популизм: в чем угроза и насколько она серьезна? URL — http://echo.msk.ru/blog/open_russia/1934342-echo/ (дата обращения 1.09.2017).

Пшизова С.Н. Демократия и политический рынок в сравнительной перспективе (II) // Полис. Политические исследования. — 2000. — № 3. — С. 6–17.

Пшизова С.Н. Политика как бизнес: Российская версия (I) // Полис. Политические исследования. — 2007. — № 2. — С. 109–123.

Н.С. Раджапова (Санкт-Петербург)

ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ПОПУЛИСТСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКЕ

Рассматривая современную политическую среду в России, необходимо обратить внимание на усиливающуюся роль популизма, к которому прибегают политики, стремящиеся достичь популярности в массах. В Россию популизм проник еще в XX в. вследствие кризиса политической системы. Непосредственные явления, оказавшие влияние на распространение популизма, — острое разочарование части общества в социалистических ценностях и неприятие радикального обновления общества частью людей (Баранов, <http://nicbar.ru/populism1.htm>). Причиной склонности к восприятию популистских идей является слабо развитая политическая культура российского общества в 90-х годах XX в. (Баранов, <http://nicbar.ru/populism1.htm>).

Яркий пример применения популизма можно увидеть в политической кампании Б.Н. Ельцина на президентских выборах в 1996 г. Рейтинг президента в начале избирательной кампании составлял 3–5% (4-е место среди российских политиков), в то время как Г.А. Зюганов с 20% занимал первое место (Зайпель, 2016, 151). Причинами падения популярности Ельцина были затянувшаяся война в Чечне, вскрывшиеся подтасовки и одиозное реформаторство (Зайпель, 2016, 152). Команда президента Ельцина прибегла к популистским мерам, которые включали в себя контроль над СМИ (телеканалы ОРТ, РТР, НТВ), позитивно освещавшие избирательную кампанию будущего президента и одновременно выступающие против Зюганова. Исследователи из Гарвардского университета, проанализировав освещение выборов во время первого тура в СМИ, насчитали 492 позитивных телематериала о Ельцине и 313 негативных телематериалов о Зюганове (<http://www.belfercenter.org>). Политический популизм оказался эффективным, Ельцин переизбрался на 2-й срок 3 июля 1996 г. с 54% голосов.

Современная политическая ситуация демонстрирует политическую борьбу на арене виртуального пространства с использованием политических интернет-технологий (Гришин, 2014, 21). Именно интернет — ключевой фактор распространения популизма в современном мире. Примером может послужить молодой российский политик — А.А. Навальный, который достиг невероятного успеха и роста своей популярности в период с 2011 г. по 2017 г. (<https://meduza.io>), в том числе и за счет интернет-технологий. Однако такой триумф был достигнут ценой

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

необоснованных обещаний, демагогий, выявления образа конкретного виновника всех бед населения — проявление ярко выраженного популизма. Так, образом конкретного врага в политике Навального послужила партия «Единая Россия», он призывал своих избирателей голосовать за кого угодно, только против правящей партии (Мухин, 2016, 217). Большинство расследований Навального направлены против членов лидирующей партии, тем самым обращая максимум внимания граждан. Его целевая аудитория — это так называемые «рассерженные граждане», являющиеся ядром оппозиции (Мухин, 2016, 173).

Завоеванное Навальным доверие граждан основано на популистских лозунгах, которые формируют простые и быстрые решения проблем, волнующие граждан (<https://navalny.com/p/5169/>). Стоит отметить, что популистские лозунги были внедрены еще до А. Навального, так, одна из основных партий России — ЛДПР во главе с Владимиром Жириновским — давно использует в своей политической кампании популистские лозунги (<https://ldpr.ru>).

Политологи утверждают, что популизм — это прежде всего набор технологий (<http://www.rbc.ru>). В числе технологий — противопоставление привилегированных классов и «простых граждан», отказ от идеологических лозунгов, провозглашение простых решений, широкое использование социальных сетей и обещание абстрактных перемен (<http://www.rbc.ru>). Так, партия ЛДПР не относит себя к определенной идеологии, что позволяет выйти на другой уровень, так как отсутствие четких идеологических границ расширяет электорат партии. Политическая кампания ЛДПР использует популистские технологии, например, партия обращает внимание на важные проблемы, которые волнуют разные категории граждан: проблема мигрантов, «материнский капитал», ЕГЭ, стипендии студентов, пенсионный возраст.

Еще один эффективный популистский метод ведения политической борьбы — это прямой контакт между лидерами и массами без посредства политических институтов (Баранов, http://nicbar.ru/populism3.htm#_Тoc533475282). Первое, к чему обращаются политики, — это митинги. ЛДПР проводит традиционно митинги: 23 февраля, 18 марта, 1 мая, 22 августа, 4 ноября (<https://ldpr.ru>). Кроме официально разрешенных митингов, политики устраивают несогласованные шествия, митинги, выражая антиправительственные настроения. Например, митинги, собравшие от 32359 до 92861 человек, которые организовал Навальный 26 марта 2017 г. в 99 городах (<https://2018.navalny.com/post/26/>).

В большинстве случаев популистская деятельность имеет отрицательные результаты, которые могут привести к тяжелым последствиям для общества (Баранов, http://nicbar.ru/populism3.htm#_Тoc533475282). Именно граждане и платят за популистские методы своих кумиров, как это было 26 марта 2017 г. За нарушение закона были массовые задержания (1666–1805 человек) и возбуждения уголовных дел (<https://meduza.io>).

Таким образом, можно сделать вывод, что популистские технологии были и остаются одними из самых эффективных инструментов, которые способны помочь политикам и политическим партиям привлекать массы на свою сторону, завоевывать доверие граждан, удерживать высокий рейтинг популярности на политической арене в России. Можно предположить, что распространение популистских технологий в российской политике будет расти. Однако стоит отметить, что применение популизма несет негативные последствия для самих граждан, которые доверились политикам–популистам.

Литература

Гришин О.Е. Политические технологии в XXI веке: сущность, спектр, характер // PolitBook. — 2014. — № 2. — С. 19–32.

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

- Зайпель Х. Путин: Логика власти / пер. с нем. — М.: Время, 2016. — 384 с.
- Мухин А., Гафарова А. Навальный. Итоги. — М.: ООО «ТД Алгоритм», 2016. — 272 с.
- Баранов Н.А. Популизм как политическая деятельность [Электронный ресурс]. — URL: http://nicbar.ru/populism3.htm#_Тoc533475282 — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Баранов Н.А. Эволюция взглядов на популизм в современной политической науке. [Электронный ресурс]. — URL: <http://nicbar.ru/populism1.htm> — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Лозунги ЛДПР [Электронный ресурс]. — URL: https://ldpr.ru/events/ldpr_a_blow_to_the_bureaucrats/ — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Митинги 26 марта [Электронный ресурс]. — URL: <https://2018.navalny.com/post/26/> — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Партийные мероприятия [Электронный ресурс]. — URL: https://ldpr.ru/for_media/Party_Activities/ — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Рейтинг Навального вырос вдвое. За него готов проголосовать каждый десятый россиянин [Электронный ресурс]. — URL: <https://meduza.io/news/2017/04/06/rejting-navalnogo-vyros-vdvoe-za-nego-gotov-progolosovat-kazhdyu-desyatyy-rossiyanin> — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Сколько людей вышли на улицы 26 марта и сколько задержали? Карта протеста [Электронный ресурс]. — URL: <https://meduza.io/feature/2017/03/27/skolko-lyudey-vyshli-na-ulitsy-26-marta-i-skolko-zaderzhali-karta-protesta> — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- «Хватит кормить олигархов» — универсальный лозунг [Электронный ресурс]. — URL: <https://navalny.com/p/5169/> — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Эксперты Кремля предсказали рост популизма в России по западной модели [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.rbc.ru/politics/24/04/2017/58fcb959a7947263bd9d666> — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).
- Assessing Russia's Democratic Presidential Election [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.belfercenter.org/publication/assessing-russias-democratic-presidential-election> — Загл. с экрана (дата обращения 01.08.2017).

И.В. Радиков (Санкт-Петербург)

ПОПУЛИЗМ КАК СПОСОБ ТРАНСФОРМАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОГО СТРАХА В «ПЛАВАЮЩЕМ» ОБЩЕСТВЕ

Популизм, как часть современного политического мейнстрима, является закономерной и естественной чертой политической деятельности демократических институтов. По мнению Г. Кузнецова, одного из авторов первого доклада Экспертного института социальных исследований (ЭИСИ), созданного весной 2017 г. при администрации президента, в ближайшие годы в России неизбежно произойдет рост популизма. Соглашаясь с идеей доклада, что всплеск популизма происходит в период обострения политической борьбы за власть, что он ориентирован, прежде всего, на избирателей с низким уровнем политического образования и синдромом рассеянного внимания, каковых в России сейчас значительное количество, возразим экспертам, считающим, что россияне якобы «нуждаются» в популизме. Действительно, популистские идеи расцветают во время кризисов, переломных периодов в развитии общества, социально-экономической и политической нестабильности, в моменты переоценки ценностей и ужесточения политической борьбы, когда большинство людей испытывают ухудшение условий жизни и теряют уверенность в завтрашнем дне.

Вместе с тем, отметим, что популизм появился на политической арене вместе с демократическими институтами и нормами. Уже само понимание демократии как народовластия носит популистский характер. В своей знаменитой статье «Политика как призвание и профессия» (1919) М. Вебер, обращаясь к опыту системы политических партии в Англии конца XIX в., показывает, каким образом харизматические лидеры систематически обращают в свою пользу или же обходят

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

партийную систему, стремясь оказывать непосредственное влияние на массы — именно это явление мы и можем с полным правом назвать популизмом.

Согласимся также с утверждением М. Кэнован, что истоки популизма нужно искать не только в социальном контексте, который стал поводом для негодования какого-то политического движения, но и во внутренних противоречиях в самой сердцевине демократии. Точнее, истоки надлежит искать в сердцевине представительной демократии. М. Кэнован раскрывает механизм формирования популизма: она справедливо считает, что включение всё большего числа людей в процесс принятия решений приводит к наслоению непрозрачности — непонятно, кто кем управляет, как начинают выполняться решения. Нарастающий разрыв между избирателями и их представителями позволяет популистским лидерам заявлять, что они покончат с этим разрывом, вернут власть народу (Canovan, 1999, 2–16). Поэтому популизм оспаривает все не прямые формы политического действия и ориентирован на создание популярности с помощью социальной демагогии, привлечение масс на свою сторону демагогическими средствами и методами. В таком разрезе популизм, по М. Кэнован, есть следствие парадокса демократии — взаимодействия между «двумя ликами демократии»: «демократической справедливостью» и «прагматическим расчетом». Эти два понятия можно сопоставить с разграничением «политики веры» и «политики скепсиса», введенным М. Оукшоттом. Прагматический расчет полагается на демократические институты (многопартийная система, свободные выборы, группы давления, лоббирование и вся тонко разработанная совокупность институтов и практик), тогда как требование справедливости означает «обещание лучшей жизни народу, который начинает действовать как суверен». Популизм востребован тогда, когда избиратели утрачивают доверие к способности конституционной системы решить их проблемы и все меньше надеются на привычные институты демократии. Кроме того, кампании по проведению выборов, референдумов и других политических мероприятий тоже сопровождаются активизацией популистов. Это — самое благодатное для них время, ибо именно в такие моменты переоценки ценностей и ужесточения политической борьбы народ в наибольшей степени дезориентирован и подвержен гипнозу обещаний.

Вслед за Ф. Паницца заметим, что современный популизм подкрепляется новыми формами политического представительства, такими как телеэкран и радиозэфир — ведь и то, и другое позволяет непосредственно «разговаривать с народом» (Panizza, <http://books.google.com/books?id=swBC1B35DbEC>). Благодатной почвой для развития популистской риторики и политики является состояние страха, возникающего в обществе в условиях крушения социального порядка и утраты веры в то, что политическая система способна его восстановить. Ложь в политике, коррупция или эгоизм политических элит, отчуждение граждан от власти способствуют появлению «простых» и понятных гражданам (популистских) решений. Как пишет Э. Налевайко, доктор социологии (Варшава), «жизнь в обществе, как и в любом крупном коллективе, способствует снижению уровня индивидуальных страхов; однако вместе с тем она приносит с собой специфические угрозы, неизбежно формирующиеся именно в обществе. К ним относятся, например, угрозы бойкота, изоляции или какой-либо иной формы потери связи с другими людьми, насилия со стороны государства и его институтов, несправедливости, укоренившейся в социальных структурах и принципах распределения материальных богатств. Угрозам данного типа сопутствует страх и сильное желание избежать опасности. В ситуациях значительного нарастания чувств обиды и отчужденности со стороны определенной части общества возникают направленные против остальной ее части протест и бунт, нередко соединенные со стремлением преобразовать общество таким образом,

ПОЛИТИКА ПОСТРАХОВ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

чтобы в нем возобладали отношения, не приводящие более к возникновению угроз и страха» (Налевайко, 2009, 36–48).

Можно согласиться с утверждением цитируемого автора, что сообщества отличаются друг от друга коллективным потенциалом страха: те общности, которые в прошлом имели возможность на протяжении длительного периода времени контролировать свою судьбу и справляться с внешними угрозами, менее подвержены страху. В свою очередь, те общности, которые часто были лишены контроля над собственной судьбой и неудачно преодолевали опасности, более сильно впитали в себя подсознательный страх и более податливы эскалации чувства страха и соответствующему ему агрессивному и конфликтному поведению в общественной жизни. Несомненно, что во втором случае популистским политикам проще использовать недобросовестные стратегии для создания собственного авторитета и достижения власти.

Таким образом, популистские политики придают конкретную форму скрытым общественным страхам, поскольку указывают на грозящие опасности. Одновременно они позиционируют себя как «защитника, протектора или спасителя перед лицом выдвинутых на первый план... угроз или опасностей». Запугивание имеет под собой, как правило, зерно истины, но основывается на преувеличении действительных, очевидных для каждого угроз, которые связаны, например, с политикой соседних государств или с экономической ситуацией в стране. Вместе с тем, оно иногда может быть основано на полностью воображаемых угрозах, вымышленной картине действительности. Достаточно, если оно обращено к скрытым страхам, укоренившимся на определенном этапе исторического развития общества. Популистское нагнетание страха основано не только на указании опасности, но и на указании ее воплотителя, как индивидуального (например, политик оппозиционной партии), так и коллективного (например, парламент и все депутаты или правительство и все министры). Наибольший страх вызывает враг, имеющий конкретный облик. Главным достижением популистского запугивания является установление господства над уstraшенной общностью, ее подчинение путем создания среди отдельных членов, с одной стороны, всеобщей убежденности в собственной необходимости для сохранения общности, с другой — всеобщей податливости к собственным мнениям, оценкам и призывам к действию.

Страх не только как психологическая, но и как экономическая и политическая категория бытия становится доминирующим фактором глобального масштаба в международных экономических и политических отношениях. Если кратковременный страх может послужить импульсом к объединению и защитной реакции общества, то длительный диффузный страх перерастает в состояние тревоги, подавленности, что выливается в социальную стагнацию. З. Бауман в качестве последствий этого рассматривает формирование текучего, плавающего общества (*liquid society*), которое отличает от премодернистского и постмодернистского общества отсутствие твердого стержня. В таком обществе идентичность является функцией рыночных отношений. В отличие от обществ с «твердым» культурным ядром, которые осознают свое место в наличной социальной структуре, плавающее общество порождает текучий страх (*liquid fear*). Источник и направленность этого страха неясны. В таких условиях общество часто начинает искать более или менее определенного врага и предпринимает попытки вернуться в стабильное прошлое, отсюда — резкий рост правого популизма по всему миру. Эта социальная наивность оказывается оправданной, потому что истоки и рычаги страха идентифицировать невозможно. Индивидуумы ощущают хрупкость личного положения, общества, хрупкость обстановки в своей стране и во всем мире в целом. Популизм

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

выражается, во-первых, в недоверии элитам, а, во-вторых, в кризисе нормативной составляющей общественной системы. Людям кажется, что при трансформации способа мышления и нормативной системы они приобретут новое качество жизни.

Эти проявления популизма объединяет то, что они отрицают рациональные способы поведения и отвергают объективность наличной ситуации. Во многих странах мира популизм (левый и правый, религиозный и секулярный) проявляется в разных формах: ИГИЛ, брексит, победа Д. Трампа и социальный бунт против Вашингтонских элит, во Франции — исламофобия, в Польше — возврат к крайне традиционалистскому обществу. Таким образом, популизм во всем его многообразии пытается адекватно отвечать на вызов страха. В условиях страха популизм предлагает уничтожить все то, что «страшит» в современном мире, и вернуться к «золотому веку» в прошлом, корням, истокам, простым мыслям и рецептам. Рецензируя книгу П. Бушрона и К. Робена «Искусство страха», в которой авторы рассматривают использование страха в политике, К. Кикюши отмечает: «Страх служит оправданием для способа управления, политической программы, которая вырабатывается независимо от чувств граждан. Страх граждан может легко перерасти в их готовность подчиниться руководству». Приводя утверждение П. Бушрона, что «бояться значит быть готовым подчиниться», она делает правомерный вывод о том, что именно страх становится столь удобным инструментом в политике, которая требует слепого ей следования (Kikuchi, <http://www.slate.fr/story/112263/exercer-peur-politique>).

Радикальная индивидуализация общества, проявляющаяся с конца XX в., характеризующаяся утратой человеком контроля над большинством значимых социальных процессов, возрастающей неопределенностью и прогрессирующей незащищенностью личности перед лицом неконтролируемых ею перемен, формирует стремление человека отказаться от достижения перспективных целей ради получения немедленных результатов, что приводит к дезинтеграции как социальной, так и индивидуальной жизни. Вкупе с политическим страхом, эти особенности делают популистскую политику востребованной.

В качестве вывода отметим, что есть, по крайней мере, два фактора, демонстрирующих, что элементы популизма в политике останутся и даже усилятся. Во-первых, представительная демократия почти неизбежно сопровождается популизмом из-за парадоксальности природы самой демократии. У популистов не убывают веские поводы к восстановлению «власти народа». Во-вторых, медиатизация политики становится магистральным трендом. Медиа предоставляют популистам возможность получать широчайшую поддержку, производя примитивнейшие призывы и воображая себя харизматическими лидерами и подлинными представителями «народа». Поэтому популизм пока останется и частью политики, и элементом политического анализа.

Литература

- Налевайко Э. Политический популизм и социальный страх // Социология. — 2009. — № 4. С. 36–48.
- Canovan M. Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy // Political Studies. — 1999. — N 47. — P. 2–16.
- Kikuchi C. Exercice de la peur: Usages politiques d'une émotion Patrick Boucheron, Corey Robin, Renaud Payre [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.slate.fr/story/112263/exercer-peur-politique> (проверено 21.01.2017) (дата обращения 01.08.2017).
- Panizza F. (ed). Populism and the Mirror of Democracy. — London, New York: Verso, 2005. — [Электронный ресурс]. — URL: <http://books.google.com/books?id=swBC1B35DbEC> (дата обращения 01.08.2017).

С.А. Ребров (Санкт-Петербург)

**«ПОСТПРАВДА» КАК ЭЛЕМЕНТ СИМВОЛИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ:
СОВЕТСКАЯ И ПОСТСОВЕТСКАЯ ПРАКТИКИ**

Несмотря на короткую историю понятия «постправда», основные её черты, заключающиеся в эксплуатации эмоций и личных убеждений при односторонней подаче информации, использовались задолго до появления данного термина. С развитием средств коммуникации разнообразные способы интерпретации информации выходили на новый уровень, вплоть до появления в современном мире, так называемой «власти крупных СМИ».

Трактовка определённых событий при помощи односторонней аргументации с целью вызвать определённую реакцию является также ведущей составляющей символической политики. Под данным термином имеется в виду использование каких-либо исторических событий в создании различного рода символов, способствующих легитимации того или иного политического режима. Сами события преподносятся лишь с одной определённой стороны, наиболее выгодной в рамках официальной доктрины прошлого. При этом не стоит полагать, что подобная практика характерна лишь для тоталитарных и авторитарных режимов. Демократические государства также выстраивают символические модели прошлого, основываясь на их доминировании в официальном политическом дискурсе.

Соотношение символической политики и «постправды» в данном контексте понимается как применение ключевых признаков данного термина в политике символов ещё до появления самого понятия «постправда». Как известно, сам термин появился в 2010 г. для обозначения намеренно искажающей трактовки определённых событий при помощи доминирования крупных СМИ в общественно-политическом дискурсе. Основным мотивом создания новой терминологии послужили настроения о наступлении новой эпохи в области получения информации. Засилье крупных СМИ, имеющих многомиллионную аудиторию, в информационном пространстве неизбежно порождает возможность навязывания одномерного видения событий в наиболее выгодном контексте. Альтернативные источники информации при таком раскладе могут существовать, но, как правило, из-за меньшего финансирования их присутствие в потоке информации оказывается ограниченным, по сравнению с крупными СМИ, имеющими большее финансирование. Однако было бы абсурдно полагать, что проблема информационного навязывания при помощи односторонних трактовок является исключительно изобретением последних десятилетий. В таких дисциплинах как политическая философия и социология данная тематика описывалась в двадцатом веке достаточно широко. В частности, проблему информационного навязывания при помощи СМИ поставил представитель Франкфуртской школы Герберт Маркузе. В одной из своих ключевых работ, книге «Одномерный человек», он изложил символическую власть крупных СМИ как один из ключевых элементов общества потребления; Маркузе связывал ключевые элементы понятия «постправда» (сам термин им не использовался) с феноменом «общества потребления», акцентируя внимание на экономических особенностях позднего капитализма (Маркузе, 1994, 23). Похожие идеи можно обнаружить и у французского социолога Пьера Бурдьё. Описывая символическое насилие СМИ (в особенности телевидения) Бурдьё вводит понятие «невидимая цензура», подразумевая выборочное освещение событий с замалчиванием их ключевых составляющих (Бурдьё, 2002, 29). Итак, феномен «постправды» не является продуктом последних лет, и ключевые элементы данного

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

понятия описывались в научно-исследовательской литературе задолго до появления самого термина.

В практике символической политики конструкции искажения информации в сочетании с эксплуатацией эмоций используются для выстраивания определённых моделей прошлого, наиболее способствующих политической легитимации. Ключевыми элементами любой символической политики выступают политические мифы, представляющие собой социально-политические конструкты, созданные на основе определенных исторических событий. Здесь очевидным является тот факт, что любой политический миф имеет природу искусственного искажения фактов в наиболее выгодном ключе, зачастую имеющей крайне мало общего с реальными историческими событиями. Подобные конструкты создаются на основе реальных исторических событий и фактов, делая их важнейшими элементами политической культуры.

Символическая политика советского периода концентрировалась на политическом мифе о Великой Октябрьской Социалистической революции, относившегося к категории «мифы основания», т.е. к ключевым конструктам политической культуры того или иного государства. Сама история революции, как и участие в ней ключевых партийных деятелей, подвергалось ревизии на протяжении всей истории СССР в зависимости от изменения линии партии. Здесь имеет место использование ключевого элемента понятия «постправда», а именно, намеренного искажения информации при помощи доминирования в общественно-политическом дискурсе, в практиках советской символической политики. Вспоминая концепции Грема Гилла, подобные структуры можно описать как составные части метанарратива, всеобщей системы, объединяющей элементы политической культуры населения (Gill, 2011, 198–199).

Постсоветская практика символической политики подвергалась ещё более частым изменениям. Во многом это было связано с политической нестабильностью 1990-х годов и формированием новой политической культуры. Если на протяжении советского периода тематика Октябрьской революции подвергалась одностороннему доминированию в положительном ключе, то, соответственно, в постсоветский период трактовка сменилась на резко негативную, что также не отменяет намеренное искажение за счёт информационного доминирования (Малинова, 2015, 37).

Таким образом, мы можем закрепить выдвинутый тезис о том, что понятие «постправда» не является изобретением последних десятилетий, её ключевые элементы активно использовались в символической политике советской и постсоветской России.

Литература

Бурдые П. О телевидении и журналистике. — М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. — 157 с.

Завершинский К.Ф. Политический миф в структуре современной символической политики // Вестник СПбГУ. — СПб. — Сер. 6. — 2015. — Вып. 2. — С. 16–25.

Малинова О.Ю. Актуальное прошлое: Символическая политика властвующей элиты и дилеммы российской идентичности. — М.: Политическая энциклопедия, 2015. — 207 с.

Маркузе Г. Одномерный человек. — М.: «REFL-book», 1994. — 368 с.

Шестов Н.И. Политический миф теперь и прежде. — М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2005. — 414 с.

Gill G. Symbols and Legitimacy in Soviet Politics. — Cambridge: Cambridge University Press, 2011. — 364 p.

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОПУЛИЗМА В КОНТЕКСТЕ КОММУНИКАТИВНОГО И ЦИФРОВОГО ПОВОРОТОВ

Большинство участников конференции, вероятно, могли бы взять на себя смелость утверждать, что для специалистов до сих пор не совсем ясно, в каком именно методологическом контексте следует обсуждать проблематику современного популизма. Обязательно ли речь должна идти об особом направлении, сформировавшемся в недрах генерации идеологических демаркационных линий, или же более корректным было бы воспринимать это в качестве попытки утверждения в рамках академического дискурса определённой политической стратегии? Если исследователь ориентирован рассматривать популизм как закономерный результат своеобразного наложения коммуникативного и цифрового (*digital*) поворотов, «естественным» образом утвердившихся в ходе медиатизации политики и политизации медиа, то как должны соотноситься методы и результаты исследования со всей совокупностью тех проблем, которые стоят перед современной политической наукой? Каково различие между использованием популистского коммуникативного стиля и, например, повышением медиа-репутации лидеров общественного мнения? Каковы отношения между реальностью и нарративом, между кризисом репрезентации и моралистическими представлениями о политике, которая разделяет общество на вполне гомогенные и одновременно антагонистические группы?

Популизм играет довольно важную роль своеобразного эпистемологического катализатора, вносящего свой вклад в выявление и распознавание механизмов властно-общественного взаимодействия, усиления одних и маргинализации других дискурсивных ориентиров внутри процессов политологического познания, которые, кажется, разворачиваются в тени выявления соотношения рациональности/иррациональности политической деятельности. Популизм можно охарактеризовать как повод для фиксации различий между «обычными/настоящими людьми» и «коррупцированной элитой», находящихся за пределами ценностной нейтральности. Вызов, который популизм бросает ставшим традиционным представлением о власти демократического большинства и необходимости делать то, что это большинство желает, состоит в том, что через него актуализируется проблема политологического и даже шире — обществоведческого просвещения, контекстуализируются несхожесть компетенций политических субъектов, направленных на противостояние нелиберальной версии демократии.

Особенностью этого исследовательского поля является его открытость, способность инкорпорировать достижения других дисциплин (философии, социальной антропологии, психологии, медиа- и диджитал-исследований), а также сложное сочетание эмпирических и теоретических изысканий, что традиционной политической науке не всегда удаётся. Исследования популизма постоянно трансформируются (по крайней мере, их точно невозможно упрекнуть в статичности или консерватизме), преодолевая барьеры непонимания языков описания и объяснения как внутри собственно политологической дисциплины, так и в более широком социально-гуманитарном окружении. Сложнее ответить на вопрос о том, может ли изучение популизма претендовать на создание новой эпистемологии. Если да, то в чём это выражается: в новом наборе описательных метафор и аксиоматических допущений, инновационном стиле мышления, новых аспектах анализа или, может быть, ином способе коммуникации самих идей?

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Важно отметить, что одной из первых дисциплин, осознавшей необходимость осмысления современного популизма, стала политическая философия — сфера чистого логоса и невидимых сущностей политического бытия. Тем более, что философский анализ предпосылок и условий процесса мышления, феномена сознания, механизмов формирования субъективности базировался на данных коммуникативного опыта и оперировал устойчивыми коммуникативными категориями, исходящими из аристотелевского понимания политики как формы общения людей. Эти философские метафоры популизма как *going public / going popular* кажутся нерелевантными нынешнему миру политологических абстракций, так как зачастую коммуникативный статус не принимается во внимание и воспринимается как элемент политического менеджмента, он используется лишь как риторический оборот, имеющий не более чем иллюстративную ценность для познания «невидимой» сущности *политического*. Однако к исконной коммуникационности аристотелевской традиции можно отнести и несколько иначе: она может быть интерпретирована как свидетельство укоренённости коммуникации в логоцентристском дискурсе политологического познания.

Ключевыми вопросами для теоретиков коммуникативно ориентированной политики были и остаются вопросы о том, является ли властно-общественное взаимодействие проводником неких дополнительных смыслов, могут ли они быть помыслены иными, нежели «традиционный» язык и социализация, средствами, в какой мере социализация обязательна для выражения опыта политической коммуникации, настолько ли автономен, наконец, язык современных медиа по отношению к языку вербальному?

Очевидно, что в настоящее время на коммуникативный накладывается цифровой поворот, суть которого, образно говоря, заключается в том, что властно-общественная интеракция происходит с помощью клавиатуры и экрана (причём больше с помощью последних), благодаря планшетам и смартфонам. В методологическом отношении это означает переход к исследованию неструктурированных данных (в том числе так называемых «больших данных»), алгоритмизации, программированию и выявлению каузальных закономерностей, что представляет собой несовершенно нетривиальные задачи.

Коммуникация теперь не только сочетает, но и синтезирует вербальные и визуальные средства, оперирует (интер)активными формами взаимодействия внутри онлайн сообществ. Но куда более важно то, что дигитализованная коммуникация начинает выполнять принципиально разные функции. Например, функцию идентификации внутри этнических, социальных и конфессиональных групп, функцию легитимации власти и политически институтов, функцию рефлексии по поводу методологии и эпистемологических посылок политологии. Под таким углом зрения исследование популизма ещё больше ассоциируются с деконструкцией массовой политической культуры, с цифровыми медиа, в определённых случаях с популяризаторством идей и знаний, вызревающих за пределами сферы публичной политики.

При этом несколько удивительно, что сам популизм практически полностью игнорирует дискуссии о том, какой должна быть политика цифровой эпохи, какой «язык» способен передать «полифонию дискурсов» (принципиальное требование постмодернистского коллажа коммуникационных регистров). Этим представлениям соответствует, прежде всего, множественность каналов коммуникации, дополненная фрагментацией и даже атомизацией публичной сферы.

Не этим ли объясняется ситуация, при которой исследование популизма как междисциплинарная область знаний остаётся предметом изучения немногих

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

российских и зарубежных политологов. Как следствие, узко электоральная и политтехнологическая составляющие популистского позиционирования довлеют над политологической. Без сомнений, изучение популизма как научно-исследовательское направление отличается «общающимися сосудами» своих проблемных полей. Изучение политического поведения, электоральный маркетинг, медиа-исследования фрагментируют специализированные компоненты популизма или, по крайней мере, того, что пребывает под этим «зонтичным» термином. Во многом это объясняется идеализацией управленческой парадигмы, предполагающей ориентацию на избирателя-потребителя. В соответствии с ней, центральной темой изучения выступает поведение потребителей, а главной задачей является определение их предпочтений и создание на основе полученных данных политических продуктов. Эти продукты должны настолько полно отвечать ожиданиям адресных групп, чтобы смогли «продавать себя сами».

Ориентация на избирателя считается важнейшим концептом электорального маркетинга. Его теоретические выводы и технологические приложения сфокусированы на: изучении политического рынка и мотивации поведения политических акторов; определении критериев сегментирования и стратегии охвата рынка; создании политического предложения, максимально отвечающего ожиданиям адресных групп; формировании и управлении транзакцией/процессом отношений обмена для удовлетворения и координации интересов его участников. В значительной степени это связано с востребованной (пере)фокусировкой исследовательских линз в период размывания социально-политических размежеваний современного общества. В условиях формирования новой социальной дифференциации и интеграции, на фоне ослабления идеологической/партийной/социально-классовой идентификации граждан рыночная парадигма оказывается весьма продуктивной и востребованной для изучения мотивации поведения «нового» массового избирателя, довольно свободно перемещающегося по социальному полю рационального индивидуалиста (Недяк, 2008).

Помещение политики в «логику спроса и предложения» естественным образом задаёт методологическое видение субъекта политики как рационального, инструментально мотивированного, склонного к гедонизму и оппортунистическому поведению индивида (или коалиции индивидов), способного заранее рассчитывать свои издержки и выгоды и вступающего в отношения политмаркетингового обмена с целью максимизировать свой индивидуально понимаемый профит. При этом в реальной системе координат *человек маркетинговый* довольно посредственно и селективно информирован, не проявляет постоянного интереса к политическим процессам и не всегда руководствуется соображениями максимизации пользы. На его выбор влияют личностные характеристики, социальное значение приобретённого опыта, включённость в доминирующий в онлайн сообществах, участником которых он является, дискурс. Чаще всего его электоральное решение оказывается результатом привычного поведения, а не рационального выбора. При голосовании (сочетающем элементы ретроспективного и перспективного, рационального и эмоционального подходов) он предпочитает пользоваться различными «подсказками», такими как лояльность партийному бренду, партийная идентификация, групповая (в т.ч. сформированная в изначально цифровых обстоятельствах) принадлежность.

Маркетинговая рационализация привела к тому, что для достижения успеха субъектам политики стало недостаточно, как ранее, обращаться только к поддерживающим их идеологию избирателям. Они расширили адресность, стали

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

стремиться представлять интересы многочисленных и гетерогенных групп избирателей, общность которых уже не определяется социально-классовой принадлежностью и/или ценностными предпочтениями. Для получения электоральной поддержки начали создаваться предвыборные платформы, представляющие собой пакеты программ, объединяющие непротиворечивые интересы различных сегментов избирателей. Имплементация стратегии охвата большого числа адресных групп избирателей с «непосредственно электоральными целями» сделала приоритетными медиатизированные формы коммуникации.

Несколько иная логика действий и, следовательно, исследовательская программа заложена в так называемую «парадигму взаимоотношений» политического маркетинга, трактующей политический продукт как сервисное предложение, что помещает субъектов политики в принципиально другую систему координат. Сервисной услуге имманентна одномоментность производства и потребления. Она создаётся совместно политиками и избирателем как объединение их выгод. Успешное предоставление услуги (проведение транзакции) предполагает управление процессом долгосрочного сотрудничества участников обмена (а не разовую сделку «любой ценой»), т.е. является игрой с ненулевой суммой.

Здесь как раз представляется уместным вспомнить определение: «Популизм – это игнорирование цены вопроса». Ведь политики-популисты воспринимают действенность своей кампании исключительно в категориях количества голосов, полученных на выборах, а не уровнем доверия избирателей к электоральным институтам и практикам, сопровождающемуся расширением радиуса коммуникативного взаимодействия. Они ориентированы не на представление интересов многочисленных и гетерогенных групп избирателей, а на повышение антагонизма между «обычными/настоящими людьми» и «коррупционной элитой», противопоставление нужд избирателей и представителей правящего сословия. Побочным продуктом такой позиции оказывается персонификация практически всех политических процессов и попытка преодолеть влияния фальшивых новостей (*fake news*), генерируемых традиционными средствами массовой информации, через прямую коммуникацию с избирателями.

В заключение стоит отметить, что, несмотря на многочисленные методологические сложности и вызовы, насущной остаётся задача глубокой проработки теоретических оснований исследования современного популизма. В новых обстоятельствах залогом успешности дискуссий будет выступать синтез политмаркетинговых и политологических построений, верифицируемых практиками, чья ценность определяется «прогностической способностью, а не степенью правдоподобия допущений».

Литература

Недяк И.Л. Политический маркетинг. Основы теории. — М.: Весь мир, 2008. — 347 с.

С.С. Рожнева (Петрозаводск)

НАЦИОНАЛЬНАЯ ИДЕЯ ПАТРИОТИЗМА КАК ДИСКУРС ПОПУЛИЗМА

В 2016 г. Президент России В. Путин отметил, что «у нас нет никакой, и не может быть другой объединяющей идеи, кроме патриотизма» (<http://rusrand.ru/response/putin-patriotizm--eto-nacionalnaya-ideya-rossii>). Подобному заявлению российского лидера способствовал ряд обстоятельств. Еще в 1996 г. Б. Ельцин распорядился о необходимости в течение года «разработать российскую национальную идею»

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

(Независимая газета, 1996, 13 июля). Следует признать, что тем самым глава государства показал незнание истории и тех традиций, которые есть у российского народа. В президентском Послании Федеральному Собранию 2007 г. В. Путин иронично сказал: «А у нас с вами в России есть еще такая старинная русская забава – поиск национальной идеи» (http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67870/). К моменту очередных выборов президента в 2012 г. рейтинги В. Путина стали самыми низкими за всю историю (Ясенов, <http://reporter.vesti-ukr.com/tolkovo/24289-rejting-putina-ot-2000-do-2016.html>). Вхождение в марте 2014 г. в состав Российской Федерации Республики Крым и г. Севастополя стало одним из факторов, когда резко повысился уровень общественного доверия в главе государства. В 2016 г. В. Путин по сути дела поставил точку в 20-летнем поиске национальной идеи современной России.

Возникает вопрос, являлось ли заявление В. Путина о патриотизме как национальной идее популистским? Пусть не в полном объеме, но в этом вопросе можно наблюдать риторические элементы манипулятивной политики, когда, по замечанию Д.В. Нежданова, «информация, сопровождаемая целенаправленным действием, является усовершенствованной технологией заключительного этапа “цикла харизмы”, развивающегося в соответствии с позицией С. Московичи — от эмоции к разуму» (Нежданов, 2001, 33). Слова В. Путина о патриотизме тесно коррелируют с расширением территории России за счет Крыма. Народная эйфория по поводу того, что «Крым наш», стала сходить на нет. Крым дорого обошелся и до сих пор обходится России, с точки зрения экономики. Политика исторической памяти становится преобладающей в оправдании действий российского лидера. В общественном сознании она позволяет акцентировать внимание в первую очередь на разумное начало человека, приглушая негативный эмоциональный аспект. Подобная политика способна мифологизировать ситуацию, разделить ее, согласно логике К. Шмитта, на «свой–чужой» и таким образом цементировать народный дух в противостоянии как экономическим, так и политическим сложностям, которые возникли.

Как представляется, национальную идею политическая элита употребляет в прагматичных целях, преследуя самые разные задачи: и сплочение нации, и повышение доверия к собственным действиям, и модификацию рейтингов политических сил в положительную сторону, и т.п. Таким образом, с нашей точки зрения, национальная идея России, в общем, и идея патриотизма, в частности, расширяет дискурс популизма в политических практиках государства.

Сам феномен популизма рассматривается в разных аспектах. Современные исследователи его описывают преимущественно с трех точек зрения. Во-первых, популизм — это набор методов политической деятельности, во-вторых, популизм как идеология и, наконец, в-третьих, как стиль политического поведения (см., напр., Якушевский, 2002, 171). Популизм анализируется как политический феномен. В нашем понимании в условиях глобализации пространства, в постоянных трансформациях системных факторов, изменений международных отношений и связей между государствами и т.п. популизм как явление становится все более сложным. Одной политической составляющей явно не хватает для описания дискурса популизма. Мы предлагаем дополнить его институциональными характеристиками и включить его в качестве необходимого элемента коммуникативного комплекса, воздействующего и определяющего принципиальные особенности общественного сознания. Именно это позволит объяснить, почему национальная идея патриотизма может звучать в терминах популизма.

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Однако следует определить природу и сущность популизма как такового. Этимология дефиниции «популизм» имеет латинское происхождение и является производным от слова *populus* — «народ». Впервые политические практики популизма появляются в конце XIX в. в США, когда по преимуществу в западных штатах фермеры были разочарованы невыполненными обещаниями дешевой земли и низкими железнодорожными тарифами. Однако наибольшее распространение популизм получает в эпоху информационного и постинформационного общества, трактуемый «и как патология политического процесса, и как стиль публичной политики, и как синдром массовой демократии, и как особая доктрина» (Мусихин, 2009, 40).

Вместе с тем в общественном дискурсе понятие популизма по-прежнему носит негативный смысл, так как ассоциируется с ложностью обещаний, основная масса которых приходится на пропагандистский период агитационных кампаний. В данном контексте наиболее ярко проявляется дихотомия политической противоположности «друг – враг», «мы – они», создаются мифологические образы, в которых образ «друзей» ассоциируется исключительно с народом, человек причисляет себя к этой массе, чувствует себя частью этого большого сообщества. При этом образ «врага», «другого» в общественном сознании может восприниматься в отношении к элите, представители которой обладают дефицитными ресурсами и большими благами по сравнению с обычным человеком.

Однако наше исследование не нацелено на изучение электоральных практик, представляющих богатейший материал для анализа различных аспектов популизма. Согласимся с мнением Н.А. Баранова, что «популизм не исчерпывается социально-политической проблематикой. Движение несет с собой целый пласт мировоззренческих, психологических и этических проблем» (Баранов, 2015, 28). В контексте текущей политики практики популизма не так ярко выражены и понимаются как некое институциональное образование, охватывающее различные аспекты общественных отношений. Подобная логика позволяет исследовать данное явление с позиции неoinституционализма и заключить его в качестве основы институциональной матрицы (Кирдина, 2014), тем самым, выводя дискурс популизма исключительно из сферы политики.

Изучая популизм как институт и анализируя, какое место занимает идея патриотизма, продуцируемая главой государства, была определена «Y-матрица» дискурса «популизм» (см. рис. 1).

Такой подход позволяет установить цель популизма, проявляющуюся в поддержке высокого уровня легитимности власти В. Путина на данном этапе. В качестве базовой потребности института популизма посредством продуцирования национальной идеи патриотизма выступает сплочение нации, формирование в общественном сознании образа сильной России, мощного государства, частью которого является каждый гражданин страны. При этом, определяя статусные группы «народ» – «президент», идея патриотизма является весьма популярной. Однако достаточно высокий уровень общественного доверия действиям В. Путина не позволяет данной политической противоположности перейти в зону конфликта, она остается обычной противоположностью. Тем самым и ролевое поведение акторов определяется в соответствии со статусными позициями. Несмотря на финансовые и личностные трудности, люди продолжают принимать активное участие в патриотических акциях, среди которых самыми массовыми являются мероприятия, посвященные Дню Победы. В последнее время увеличивают свою популярность выступления, приуроченные ко дню присоединения Крыма, которые ежегодно стали проводиться с 2015 г. Действия Президента России вполне можно оценить в

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

терминах популизма, политика которого, выражаясь словами Д.В. Нежданова, «это политика минимизации потерь, а не максимизации прибыли» (Нежданов, 2001, 33).

Рис. 1. «Y-матрица» дискурса «популизм»



Причиной формирования популистических заявлений по-прежнему остаются кризисы (Баранов, 2001). Н.А. Баранов отмечает, что «в периоды быстрых перемен, нестабильности обостряется чувство родины и возникает образ врага. В этих условиях популистские лозунги находят живой отклик у народа, так как одной из основных установок популизма является подозрительность в отношении неведомых внешних сил» (Баранов, 2015, 25). Вот почему четкое формулирование В. Путиным национальной идеи России как патриотизма содержит черты популизма. Упрощение смыслового политического дискурса обусловлено тем, что популизм, по мнению Е.В. Ефановой и А.В. Богаповой, имеет инструментальный характер, что позволяет апеллировать к ценностям и традициям масс, расширять сферу антиэлитистской и народоцентристской демагогии (см.: Ефанова, Богапова, 2015, 119). Вполне уместным выглядит замечание Н.А. Баранова, что «российские политики обращаются к популистским методам не для акцентирования внимания на вопросах социальной справедливости, а для переориентации граждан на те или иные проблемы в зависимости от их актуальности, общественной значимости и политической востребованности» (Баранов, 2015, 31–32). Именно поэтому в 2016 г. была продуцирована и четко обозначена главой государства единственная национальная идея, которая может быть в России. При этом, по мнению О.Ю. Мамедова, «набор основных идей популизма во все времена одинаков и несложен. Первое — презумпция виновности каждого государственного института (как узурпатора неких «исконных» народных прав). Отсюда — второе: народ сам должен участвовать в управлении всем и вся. Тогда и третье — народ нуждается не в посредниках во взаимодействии с властью, а в одном, зато харизматическом, лидере. И... всё» (Мамедов, 2014, 7–8). Представленные аспекты находят свое воплощение в национальной идее патриотизма, которая нацелена на переориентацию массового сознания с насущных вопросов внутреннего характера на проблемы мировой политики в терминах исторической справедливости. Потребности, которые удовлетворяет институт популизма, показывают его необходимость для описания социально-экономических и политических практик современной России, с одной стороны, и неспособностью справиться с кризисом, с другой.

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

- Баранов Н.А. Возрождение популизма: европейский опыт и российские практики // Вестник СПбГУ. — Серия 6. Политология. Международные отношения. — 2015. — № 3. — С. 25–36.
- Баранов Н.А. Эволюция взглядов на популизм в современной политической науке. — СПб.: СЗАГС, 2001. — 44 с.
- Ефанова Е.В., Богапова А.В. Популистская риторика в электоральном политическом пространстве современной России: региональный аспект // Вестник ВолГУ. — Серия 4. История. Регионоведение. Международные отношения. — 2015. — № 6. — С. 118–126.
- Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие России: введение в X-Y-теорию. — СПб.: Нестор-История, 2014. — 468 с.
- Мамедов О.Ю. «Экономика популизма» (взгляд справа налево) // Пространство экономики. — 2014. — № 4. — С. 6–14.
- Мусихин Г.И. Популизм: структурная характеристика политики или «ущербная идеология»? // Полития. — 2009. — № 4. — С. 40–53.
- Нежданов Д.В. Манипулятивная политика: дискурс популизма // Дискурс-Пи. — 2001. — № 1. — С. 33–34.
- Независимая газета. 1996. 13 июля.
- Послание Президента РФ Федеральному Собранию от 26.04.2007 // КонсультантПлюс: официальный сайт. [Электронный ресурс]. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67870/ (дата обращения 31.07.2017).
- Путин: патриотизм – это национальная идея России [Электронный ресурс]. — URL: <http://rusrand.ru/response/putin-patriotizm--eto-nacionalnaya-ideya-rossii> (дата обращения 10.01.2017).
- Шмитт К. Понятие политического // Антология мировой политической мысли: в 5 т. — М.: Мысль, 1997. — Т. 2. — С. 290–310.
- Якушевский Е. Феномен популизма в историческом контексте // Вестник ЧелГУ. — 2002. — № 2. — С. 170–171.
- Ясенов Е. Рейтинг Путина: от 2000 до 2016 // Репортер весте [Электронный ресурс]. — URL: <http://reporter.vesti-ukr.com/tolkovo/24289-rejting-putina-ot-2000-do-2016.html> (дата обращения 31.07.2017).

Т.Б. Рябова (Санкт-Петербург)

ВОССТАНОВЛЕНИЕ «ТРАДИЦИОННОГО ГЕНДЕРНОГО ПОРЯДКА» В РОССИЙСКИХ ДИСКУРСАХ ПОПУЛИЗМА⁶

Образы семейных отношений играют важную роль в коллективной идентичности сообществ и в репрезентациях отношений между ними. Это связано с тем, что представления о сути мужественности и женственности, о должных отношениях между полами обладают высокой значимостью для каждого человека, поскольку апеллируют к важнейшим экзистенциальным вопросам, опираются на широко разделяемые в обществе представления и связаны с длительной исторической традицией. Кроме того, эти образы, являются продуктом конкуренции различных дискурсов, которые соревнуются между собой за определение нормы и девиации. Неудивительно, что различные политические акторы активно (и эффективно) используют образы семьи, традиционных (и нетрадиционных) ценностей в своей политике идентичности. Дискуссии о традиционных ценностях, которые ведутся политическими акторами в России, выходят за пределы спора о проблемах собственно семьи или религии; в них затрагиваются вопросы укрепления российской государственности, сохранения национальной идентичности, геополитического позиционирования страны, взаимоотношений России с Западом.

Этот популистский дискурс, апеллирующий к укорененным и социально разделяемым представлениям, используется и в политике российской идентичности,

⁶ Работа выполнена в рамках исследовательских проектов РГНФ 15-03-00010 «Символ “Родины-матери” в символической политике современной России» и 16-03-00527 «Гендерное измерение современного российского антиамериканизма: политологический анализ».

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

предполагающей символическую борьбу за производство и продвижение способов интерпретации «своих» и «чужих». Важным фактором формирования позитивного образа России являются репрезентации образа Запада, важнейшего Другого в коллективной идентичности россиян. Основная тенденция политики российской идентичности в последние годы – это позиционирование России как не-Европы. Это отражает и превалирующие настроения в обществе; в 2015 г. 59% россиян не согласились с тезисом о том, что Россия — это Европа, и лишь 2% посчитало себя «человеком западной культуры» (Левада, 2015). Процесс подобного изменения российской идентичности начался более десятилетия назад; еще в 2008 г. Э. Лукас отметил важный сдвиг восприятия Запада в России: он перестал быть для нее моральным авторитетом, каковым являлся весь постсоветский период (Lukas, 2008); Россия обретает моральный суверенитет — воспользуемся термином К. Вилкинсон — предполагающий право самостоятельно определять, что есть добро и что есть зло, где проходит граница между ними (Wilkinson, 2014).

Сегодня в дискурсе антизападничества тема отказа Запада от традиционных ценностей приобрела первостепенное значение. Европа, в отличие от России, обозначается как девиантная в гендерном отношении. В российском интернет-пространстве для обозначения ненормальности европейского гендерного порядка в последние годы приобретает популярность термин «Гейропа», который довольно быстро стал использоваться и в более широком смысле — для обозначения либеральных ценностей, отстаиваемых в сегодняшнем ЕС (см. об этом подробнее: Рябова, Рябов, 2014). В этом дискурсе присутствует и идея о том, что сегодняшний ЕС отличается не только от России, но и от Европы прежней, «классической», поскольку она «отказалась от своих корней, христианских ценностей, составляющих основу западной цивилизации» (см. подробнее: Рябова, Рябов, 2017).

Обвиняя сегодняшнюю Европу в вырождении, дискурс традиционных ценностей репрезентирует Россию как наследницу Европы подлинной, обращаясь к сформулированной еще Ф. Достоевским идее «двух Европ» (анализ использования этой идеи в геополитическом дискурсе см.: Хеллман, 1989, 218; Neumann, 1996, 117) и подчеркивает, что многие в Европе смотрят с надеждой на Россию как на хранительницу христианских, следовательно, подлинно европейских ценностей. Вначале такая идея высказывалась в России в основном представителями консервативных организаций; постепенно ее стали поддерживать влиятельные политики и журналисты. Например, С. Марков заметил, что Россия, не признавая гомосексуализм нормой, идет по пути, отличающимся от пути постмодернистской Европы, она определяет себя как консервативный фланг Европы и этим преодолевает свой кризис идентичности. Но именно благодаря этому Россия обретает искренних сторонников в Европе: «Она становится оплотом, крепостью и маяком для консервативных европейцев» (Белобородова, 2013). Российская элита пришла к мысли о том, что позиционирование страны в качестве бастиона традиционных ценностей и при этом наследницы христианской цивилизации может быть использовано в качестве ресурса «мягкой силы» страны на международной арене (Рябова, Рябов, 2017). Заметим, образ России как страны, позиционирующей себя в качестве противника происходящих в мире перемен, достаточно утвердился и на Западе; он является частью традиции, связанной с представлениями о России как надежде христианского мира, которые возникают в XIX в. (Рябов, 2016). Сегодня, в условиях кризиса западной семьи и христианства, тот образ снова становится востребованным.

Поскольку опросы общественного мнения в России показывают консенсус в оценке традиционной семьи и традиционного гендерного порядка, то популистский

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

дискурс, апеллирующий к этим ценностям, в ближайшее время будет по-прежнему привлекаться различными политическими акторами (и не только поддерживающими власть).

Литература

Белобородова О. «Знаменуют самоидентификацию России» // Взгляд. 06.11.2013. — URL: <http://www.vz.ru/politics/2013/6/11/631085.html> (дата обращения 1.09.2017).

Левада-центр. «Запад»: восприятие и стремление эмигрировать 13.10.2015. — URL: <http://www.levada.ru/2015/10/13/zapad-vostryatie-i-stremlenie-emigrirovat/> (дата обращения: 30.05.2017).

Рябов Д.О. Образ России в политике европейской идентичности ЕС. Дис. ... канд. полит. наук. СПб: СПбГУ, 2016.

Рябова Т.Б., Рябов Д.О. Семейные и религиозные ценности как ресурс «мягкой силы» России: дискуссии в современных российских и западных СМИ // Женщина в российском обществе. — 2017. — № 3. — С. 17–32.

Рябова Т.Б., Рябов О.В. Гендерный образ Европы как фактор массовой мобилизации // Политическая наука. — 2014. — № 4. — С. 215–230.

Хеллман Б. Когда время славянофильствовало: русские философы и Первая мировая война // Studia Russica Helsingiensia et Tartuensia. — Проблемы истории русской литературы начала XX века. — Helsinki, 1989. — P. 211–239.

Lucas E. The New Cold War: How the Kremlin Menaces both Russia and the West. — Bloomsbury Paperbacks, 2008. — 342 p.

Neumann I.B. Russia and the Idea of Europe: A Study in Identity and International Relations. — London ; New York: Routledge, 1996. — 272 p.

Riabov O., Riabova T. Remasculinization of Russia? Gender, Nationalism and Legitimation of Power under Vladimir Putin // Problems of Post-Communism. — 2014. — Vol. 61. — N 2. — P. 23–35.

Wilkinson C. Putting “Traditional Values” Into Practice: The Rise and Contestation of Anti-Homopropaganda Laws in Russia // Journal of Human Rights. — 2014. — Vol. 13. — N 3. — P. 363–379.

О.Д. Сафонова (Санкт-Петербург)

ПОПУЛИЗМ КАК ХАРАКТЕРИСТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ИНСТИТУТОВ СОВРЕМЕННОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ

Институт выборов, выполняя ряд социально значимых функций, в теории является важным каналом обратной политической связи, позволяя населению и отдельным социальным группам организованно агрегировать и артикулировать свои интересы и чаяния, канализируя генерируемые в обществе сигналы в адрес органов политической власти. Но в общемировой (впрочем, и отечественной) практике последних лет мы можем наблюдать обратную картину, когда, наоборот, партии, отдельные депутаты и политики-лидеры мнений через СМИ манипулируют общественным сознанием, спекулируют на важных для населения вопросах и формируют необходимую для себя социальную базу и повестку. На сегодняшний день не существует ответственности народных избранников и политиков за популизм, чем, разумеется, они активно пользуются.

К популизму как к некоей политической риторике, претендующей на выражение злободневных чаяний народа, периодически прибегают практически все участвующие в политическом процессе силы. В то же время одна из особенностей общественно-политической жизни, например, современной Европы — активизация в последние десятилетия ряда партий, для которых популизм выступает в качестве основного инструмента политической борьбы. Эти партии изначально и целенаправленно культивируют в массах неприязнь к тем, от кого якобы исходит угроза интересам рядового человека, будь то «коррупцированная политическая элита», «безразличная к голосу простых людей, и никому не подотчетная брюссельская бюрократия», «бездушные и алчные капиталисты» или же «чужаки-

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

иммигранты», разрушающие своеобразие социокультурного облика Европы (Вайнштейн, 2013, 24).

Программы политических партий читают и изучают далеко не все избиратели, многие ориентируются на конкретную политику, которая отличает одну партию от другой. И, тем не менее, именно посредством предвыборных программ, в которых полностью или частично должны быть отражены направления политической и социальной деятельности, которую планируется проводить после победы на выборах и получения определенного количества «мандатов доверия» от избирателей, партии заявляют о своих политических и социальных приоритетах. Голосуя согласно своим политическим предпочтениям, в меньшей степени интересуясь программными документами, ориентированными на конкретные избирательные кампании, избиратели Западной Европы также являются объектом пропагандистских кампаний соответствующих игроков на европейской политической сцене. Программы партий, не являясь обязательством проводить тот или иной политический курс, определяют, тем не менее, круг позиций, который партия занимала по определенным вопросам (Швейцер, 2014, 26).

Для партий все еще формально важно правильное позиционирование в структуре электората — определение совокупности социальных групп и слоев, опора на которые обеспечит победу и формирование имиджа, отвечающего ожиданиям этих групп и слоев. Здесь мы видим возможности для популизма, поскольку партия подстраивается под чаяния народа и пытается представить себя в наиболее выгодном свете, используя весь доступный законный арсенал средств. Например, социальная компонента содержится в программах и платформах почти всех зарегистрированных на сегодняшний день российских политических партий, поскольку она касается жизнедеятельности каждого человека и представляет для него реальную практическую ценность. Социальная компонента по идее должна включать в себя описание проблем и мероприятия, которые будут направлены на решение наиболее (по мнению партии) актуальных задач в сфере социальной политики. Вполне естественно, что каждая партия в ходе предвыборной кампании стремится привлечь на свою сторону как можно большее количество избирателей из разных социальных слоев населения, и соответственно, ориентируется при составлении предвыборной программы на их социальные запросы к власти, а также базовые ценности. Поэтому в программах партий и в предвыборных лозунгах мы можем встретить весь политический спектр — от левых до правых идеологических ориентаций, иногда даже в рамках одной и той же программы партии (Сафонова, 2013, 129). В программах современных российских партий прямо или косвенно сформулировано наличие социальных проблем и обещания избирателям их решить, хотя зачастую отсутствует обоснование финансовой возможности для решения проблем и реализации обещаний, не указываются конкретные механизмы решения. На примере изучения программ политических партий предыдущих созывов ГД РФ можно сделать вывод о том, что большинство из участвовавших в предвыборной гонке партий грешило популизмом. Единственная политическая сила, которая обещала не намного больше, чем могла сделать, это «Единая Россия», что, впрочем, не удивительно, поскольку она представляет собой парламентское большинство и имеет возможность успешно проводить многие решения, анонсированные в ходе предвыборной кампании.

С вопросом популизма косвенно связан вопрос о текущей работе народных избранников. Пустые залы парламента, еще недавно маркируемые СМИ как степень отношения депутатов к своей работе, не прибавляли желаний избирателям повисить явку на выборах всех уровней. В регламентах Государственной Думы РФ

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

вплоть до 2016 г. не была установлена норма личного присутствия парламентария на пленарных заседаниях, не определена ответственность парламентария за отсутствие без уважительных причин. Депутаты федеральных и региональных органов власти на протяжении довольно длительного времени и регулярно поднимали вопрос о «праве на прогул» и возможности голосовать по доверенностям, что противоречило сущности и предназначению парламента как представительного органа государственной власти. Проблема была решена только в 2016 г., когда была отменена норма, дающая право передачи своего голоса другому депутату в связи с отсутствием на заседании по уважительным причинам; был утвержден зарытый перечень таких уважительных причин, по которым депутат может отсутствовать во время пленарного заседания; введены штрафы для депутатов за отсутствие на пленарных заседаниях без уважительной причины. Как правило, в общемировой и отечественной практике институт отзыва депутатов отсутствует, хотя гипотетически он мог бы дать возможность избирателям осуществлять действенный контроль за своими избранниками – депутатами представительных органов или должностными лицами. Отзыв депутатов представительных органов местного самоуправления может быть предусмотрен уставами муниципальных образований в соответствии с законами субъектов РФ. По поводу отзыва депутата, выборного должностного лица, существуют очень разные точки зрения у членов КС РФ, юристов, политологов и общественности.

Также в каком-то смысле способствует снижению ответственности депутатов и политиков разного уровня институт иммунитета и индемнитета. Иммунитет депутата означает совокупность прав и привилегий, предоставляемых депутату и гарантирующих его неприкосновенность и неотвечественность. В соответствии с парламентским депутатским иммунитетом депутат не может быть подвергнут полицейскому задержанию или аресту, а в ряде стран и уголовному преследованию, без согласия палаты, членом которой он является. Исключение составляют случаи задержания на месте преступления. Депутатский индемнитет означает, во-первых, что депутат не несет ответственности за свои выступления в парламенте и за решения, которые он поддержал своим голосованием. Во-вторых, он означает, что депутат получает денежное вознаграждение и пользуется привилегиями, которые обеспечивают его нормальную деятельность (Аналитический Вестник, 2000). Отдельные правовые нормы о социальных гарантиях депутатов и депутатском индемнитете на практике порождают недоверие к депутатскому корпусу, подрывая авторитет представительной ветви власти.

Конституция Российской Федерации 1993 г. отказалась от закрепления существовавшего ранее императивного депутатского мандата. Теперь избиратели юридически не могут определять позицию депутата, а депутат не связан правовыми обязательствами и ответственностью с избирателями. Отсутствуют такие институты, характерные для императивного мандата, как указы избирателей, подотчетность избирателям депутатов. Характер депутатского мандата в настоящее время соответствует так называемому «свободному мандату». Эволюция депутатского мандата привела к тому, что в современных демократических государствах утвердился принцип свободного депутатского мандата, признающий депутата представителем всего народа, который должен руководствоваться в своей деятельности своей совестью и не быть связан какими-либо поручениями и инструкциями. Современная практика народного представительства свидетельствует о том, что свобода депутата во многом иллюзорна: он зачастую находится в прямой зависимости от партий, которые его выдвигали в качестве кандидата на выборах или по спискам которых он был избран, а также от других, как

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

правило, скрытых от общественного контроля сил, лоббирующих свои интересы в парламенте. Поэтому понятие «свободный депутатский мандат» во многом потеряло сегодня то значение, которое в него когда-то вкладывали, противопоставляя императивному мандату (Фадеев, 2008, 820).

Можно сказать, что в настоящее время, как это ни странно, сама демократическая избирательная система «провоцирует» политиков на популизм, не ограничивая их в риторике, средствах и методах (за исключением, наказуемых деяний, таких как призывы к свержению конституционного строя, разжигание различных видов розни и пр.), посредством которых они добиваются поставленных целей и решают необходимые задачи.

Есть мнение, основанное на анализе выборов 2014 г. в Европейский парламент, о том, что не существует популистских партий, ибо популизм как метод предложения избирателю явно завышенных обещаний и нереальных целей уходит в прошлое. Даже социал-демократы уже отказались от пропаганды социалистических идеалов, заменив их сугубо прагматическим видением ближайших перспектив. Представляется, что именно прагматики разных оттенков — христианско-демократического, либерального и социалистического, — будут определять судьбу Евросоюза ближайшего будущего (Швейцер, 2014, 32).

Тем не менее, явка избирателей и итоги выборов мировых и отечественных показывают, что граждане все-таки готовы попробовать дождаться реализации обещаний политиков и политических партий, несмотря на то, что возможность выполнения некоторых из данных обещаний априори находится под вопросом, а также и отсутствует ответственность за невыполнение данных обещаний.

Литература

Аналитический вестник Комитета по государственному строительству. Вып. 17: Зарубежный опыт регулирования правового положения парламентариев. Серия: Зарубежный опыт парламентской деятельности. М., 2000. — URL: <http://iam.duma.gov.ru/node/8/4638/16449> (дата обращения 1.09.2017).

Вайнштейн Г.И. Популизм в современной Европе: новые тенденции // Мировая экономика и международные отношения. — М. Изд-во: ФГУП «Наука». — 2013. — № 12. — С. 24–33.

Сафонова О.Д. Социальные компоненты партийных предвыборных программ (Государственная Дума VI созыва, 2011 г.) // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭК. — СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета. — 2013. — Т. 9. — № 1. — С. 128–143.

Фадеев В. И. Депутатский мандат: понятие, принципы и виды // Lex Russica. — М.: Изд-во МГЮА. — 2008. — № 4. — С. 820–838.

Швейцер В.Я. Выборы в Европейский парламент: сдвиги на партийно-политическом пространстве // Современная Европа. — М. Изд-во: ФГБУН ИЕ РАН. — 2014. — № 4(60). — С 23–32.

А.В. Свиридов (Минск)

ПОСТМОДЕРН И ПОСТПРАВДА В КОНТЕКСТЕ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

В условиях продолжающихся глобальных трансформаций мировое геополитическое пространство претерпевает качественные изменения, проявляющиеся в преодолении его физико-географической детерминированности. В рамках постмодернистских теорий геополитического пространства наблюдается тенденция ухода от его географической обусловленности. Одним из примеров является так называемая критическая, или новая, геополитика, заявляющая о конце пространства в его привычном понимании. Такие представители данного подхода как Г. Тьютейл, С. Далби, К. Додс считают, что пространство уже не является объективной данностью и выступает как социально-конструируемое. В то время как в рамках традиционной геополитики территория и пространство выступают

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

ключевыми предпосылками деятельности политических акторов, современные постмодернистские направления изучают то, каким образом пространство можно трансформировать в инструмент, а также делают акцент на методах его деконструкции и интерпретации. Представители критической геополитики подчеркивают значение исследования не только внешнеполитических действий суверенных государств, но и базисные по отношению к ним культурно и цивилизационно обусловленные мифологии. Критическая геополитика, таким образом, фокусирует внимание на «картах смыслов и знаний не в меньшей степени, чем на картах государств» (Тьютейл, 1998, 4). Иными словами, представители этого направления геополитики обращают внимание на то, что ключевое значение имеет как место, где происходит тот или иной процесс, так и конкретное общество, с которым мы имеем дело. «И в зависимости от того, к какой точке земли будет относиться то или иное явление, как бы оно ни было похоже на происходящее в других точках, его смысл всегда будет толковаться по-новому... Таким образом, геополитика имеет дело с качественным пространством и с теми процессами, которые развиваются в качественном пространстве» (Дугин, 2010).

Сегодня совершенно по-новому ставится проблема власти и формирования ее совершенно нового типа и облика. Это обуславливается превращением в ключевой ресурс информации и вытекающим отсюда многообразием ее возможностей. «Вопрос власти все чаще ставится как вопрос обладания информацией: кто владеет ею, управляет ее организацией, дозированием, распределением ее потоков, тот реально управляет и самим обществом» (Самохвалова, 2011, 32–35). Способность описываемого способа управления обществом, в котором власть осуществляется посредством контроля над информационными потоками, развивается параллельно со средствами информации и коммуникации, которые эту информацию дозируют и трансформируют. Это позволяет использовать имеющийся потенциал информационных средств для «невидимого» осуществления власти, когда в современных условиях человечество сталкивается с последствиями уже не культурного, а геополитического характера, обусловленного не мессианскими, а миссионерскими мотивами направленности информационной мощи в целях установления контроля над миром.

Тем самым информационное пространство, как когда-то пространство географическое, начинает выступать в качестве арены столкновения политических акторов (как национального, так и наднационального уровня) за свои интересы. Качественные изменения, обусловленные нынешней информационной революцией, вызывают потребность по-иному исследовать проблему организации и защиты геополитического пространства. Постсовременность поставила перед геополитикой и геостратегией нетрадиционную задачу: проанализировать роль информационных воздействий на решение задач глобального лидерства.

Мы становимся свидетелями того, что контроль над информацией становится важнейшим властным рычагом в современной геополитике, которая неумолимо трансформируется в виртуальные формы. Содержательным наполнением информационного измерения геополитики, исходя из вышесказанного, является противостояние с целью обеспечения информационного превосходства и получения более развитого информационного ресурса, предоставляющим инструменты контроля над геополитическим пространством. При этом борьба за ресурсы информационного измерения предопределяет современную мировую динамику в не меньшей степени, нежели борьба на полях «горячих» сражений. По этому поводу белорусские военные эксперты А. Н. Гура, В. М. Макаров, А. И. Чернобай отмечают: «Информационное противоборство сегодня трансформировалось из

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

обеспечивающей подсистемы в самостоятельный вид войн и способно решать стратегические задачи геополитического уровня» (Гура, 2009, 73). О новом модусе существования планетарного пространства в рамках информационного общества пишет А.Г. Дугин: «Реальное географическое и геополитическое пространство мира как бы дублируется на уровне виртуальном, на уровне информационных систем и сетей. Это порождает особое измерение геополитической картины мира, где основные тенденции финансового процесса, культурного и цивилизационного кода, политических баталий и эволюции переводятся в сферу виртуального мира глобальной компьютерной сети» (Дугин, 2004, 93).

Все это обуславливает необходимость обратить внимание на еще недостаточно изученный, но от этого не менее влиятельный феномен постправды. Согласно определению, термин означает «обстоятельства формирования общественного мнения, при которых факты менее значимы, чем эмоциональное отношение и субъективность» (Арье, 2017). Апелляция к эмоциям приобретает решающее значение в процессе подачи информации, когда столкновение конъюнктурных пропагандистских штампов и клише с фактами объективной реальности заканчивается не в пользу последних.

Возникновение постправды связывают с рядом причин, среди которых стоит выделить окончательный переход к постмодернистской парадигме политических систем. В отличие от предшествующих модернистских моделей происходит преодоление и вытеснение из политического пространства понятия проекта, «исторического замысла». Нет больше высших миротворческих целей – прогресса, построения «великого общества» и т.д. Если в прежние эпохи политический актер избегает попустительства событиям, но напротив, организует их в строгий логический ряд и предъявляет каждому конкретному «сегодня» требования, вытекающие из «высшего смысла», то теперь мир лишается властного стержня, превращаясь в неупорядоченную и неуправляемую мозаику течений, тенденций, событий.

Как верно подмечает британский социолог З. Бауман, «самая глубокая и богатая последствиями отличительная черта времени, в которую нам выпало жить, в том и состоит, что оно не только не думает, но и не способно думать о себе как о “проекте” ... Проектирование и усилия для их исполнения подверглись приватизации, дерегуляции и фрагментации ... Самое же важное, что среди них нет “проблемы проблем”, метапроблемы, “проблемы, как покончить с проблемами», как устроить дела человеческие раз и навсегда” (Бауман, 1994, 72).

В такой системе политических координат рациональное, упорядочивающее, неэмоциональное знание становится не просто невостребованным, а строго противопоказанным. Происходит замещение смыслов эмоциональностью и зрелищностью. Постправда начинает выступать в качестве ширмы, за которой протекают реальные политические процессы. Обыватель пребывает в плену своих убеждений и чувствует себя способным влиять на что-либо еще, что не ограничивалось бы пределами его дома или квартиры. Он выступает в качестве инструмента политической борьбы, будучи подчиненным элементом воспроизводства власти. Политика для народа выступает как элемент повседневного развлечения. Настоящая же политика концентрируется в пространстве столкновения профессионалов, обладающих необходимым количеством властных ресурсов.

Также в условиях постправды полностью отпадают привычные критерии оценивания политического актора с позиций его стремления обеспечивать потребности нации и выражать общественный интерес. Это никак не

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

свидетельствует об их полном отсутствии, наоборот, желание их показывать и использовать никак не снижается, но теперь их предназначение ограничивается потреблением внешнего пользователя – публики.

Массы в постмодерне, как пишет российский социолог А.Г. Дугин, переходят в новую плоскость, становясь «массами виртуальными». «Виртуальная масса состоит из телезрителей. Все, чем они живут, это плоскость телеэкрана. В этой плоскости есть потребление, событие, желание, вождение ... победа, поражение. В этой плоскости их жизнь... Все, что делают телемассы, делает за них телевизор... Вместо классового интереса базиса или остатков коллективного бессознательного, связанного с культурой и традицией, у телемасс лишь следы прошлой передачи» (Дугин, 2007, 73). Тем самым постмодернистское политическое пространство получает широкую автономию: события, происходящие в нем, не являются отражением ни воли гражданского общества, ни воли прогресса или высшего исторического разума, а предстают как самоценное самовоспроизводство власти. Мы сталкиваемся с тем, что не политика является средством выражения и защиты социально-экономических и моральных интересов граждан, а, наоборот, все они начинают выступать в качестве инструмента для политики как системы производства власти группами политтехнологов.

Вместе с этим, на смену прежней готовности культуры обобщать, упорядочивать и подчинять единой цели и норме приходит постмодернистский релятивизм с методологией отрицания одновариантности интерпретаций. Ведь «мантя реальности» имеет достаточное количество складок, чтобы спрятать самые неожиданные возможности и варианты. На место «авторитарной» рациональности приходит всеядная демократическая эмоциональность постправды. Постмодернизм заявляет, что цензура культуры умерла, а потому «все позволено». Постмодернизм видит свою задачу в том, чтобы «не позволять душить в зародыше ни одной возможности, которые таит в себе неистребимая человеческая свобода, дабы жизненные шансы для людей не появлялись на свет мертворожденными и не произносили речей на похоронах этих шансов циничные насмешники и пассивные свидетели их уничтожения — вооруженные до зубов умственной диалектикой надзиратели и златоустые жрецы исторической, социальной, культурной и какой там еще необходимости» (Бауман, 1994, 126). Таким образом, в условиях постмодерна геополитическое пространство окончательно теряет свою физико-географическую одномерность и начинает выступать, наполняясь информационными, идеологическими, культурными составляющими, в качестве проекции социальной морфологии. Особое значение в этом процессе отводится феномену постправды, выполняющему ту же функцию подчинения и преодоления сопротивления, что и физическое насилие, но лишь другими, «мягкими», средствами.

Литература

Арье Е. Алгоритмы, дискурсы, паттернократия — всё, что вам не сказали о постправде [Электронный ресурс]. — URL: <http://strelka.com/ru/magazine/2016/12/21/posttruth> (дата обращения 14.08.2017).

Бауман З. Спор о постмодернизме // Социологический журнал. — 1994. — № 4. — С. 69–80.

Дугин А.Г. Геополитика постмодерна. — М.: Амфора, 2007. — 382 с.

Дугин А.Г. Проект «Евразия». — М.: Эксмо: Яуза, 2004. — 510 с.

Дугин А.Г. Социология геополитических процессов. — М., 2010 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.geopolitica.ru/book/sociologiya-geopoliticheskikh-processov#.VTazxfAvZiE> (дата обращения 20.07.2017).

Основы идеологии обеспечения военной безопасности государства: идеологическая работа в Вооруженных Силах Республики Беларусь / А. Н. Гура [и др.]; под ред. А. Н. Гуры. — Минск: Беларусь, 2009. — 198 с.

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Самохвалова В.И. Глобальный мир как пространство современных информационных войн // *Философия и общество*. — 2011. — № 4. — С. 33–49.

Tuathail G.Ó., Dalby S. Rethinking geopolitics: towards a critical geopolitics // *Rethinking geopolitics* / ed.: S. Dalby, G. Ó. Tuathail. — New York [et. al.], 1998. — P. 1–15.

В.А. Сдельников (Томск)

ОСНОВНЫЕ ВЫЗОВЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ

Благодаря современным технологиям человек напрямую вовлечен во взаимодействие со СМИ через большое количество каналов информации. Увеличивается количество и качество информации, с которой общество имеет дело каждый день. Современный человек буквально тонет в информации. Это позволяет стирать грань между происшествием, объектом и медиатекстом, который его описывает. При этом крайняя медиатизация политических отношений приводит к преобладанию символических вопросов над реальными социальными и политическими. В таких условиях имидж как символический конструкт становится неотъемлемым элементом политических отношений и эффективным способом коммуникации с целевыми группами.

Целью данного исследования является анализ наиболее критических вызовов, способствующих поддержанию негативного имиджа России на западе. В качестве эмпирической были использованы тексты *The Economist* и *The New York Times*, одних из наиболее авторитетных «информационных привратников» в Северной Америке, Великобритании и частично Европе. Временные рамки — 2011–2016 гг. Использовались материалы преимущественно западных ученых. Также доклады и отчеты исследовательских департаментов и отделов ЕС, конгресса и государственного департамента США, Парламента Великобритании, СТРАТКОМа НАТО, Федеральной службы защиты конституции Германии и института общественного мнения им. Гэллапа (США) относительно информационной политики России, и ее международного имиджа.

В ходе исследования мы выявили ряд вызовов, способствующих сохранению негативного имиджа и минимизирующих позитивные эффекты имиджевых проектов. В первую очередь это: информационная закрытость политических элит; конфликт национальных и международных медиа месседжей; несогласованность имиджевой политики; негативные стереотипы и крайне критическое отношение к России.

В современных условиях главной чертой политической элиты должна быть открытость и умение общаться со СМИ из-за высокой медиатизации политических отношений. Так, в «целенаправленном формировании имиджа государства участвуют не только политтехнологи, но и прежде всего элита страны» (Василенко, 2002, 69–70). В процессе анализа медиатекстов и западных академических работ мы обнаружили, что российская политическая элита описывается как информационно закрытая. Иностранным журналистам и ученым очень сложно разглядеть, что происходит внутри политической системы и предугадывать ее действия. Подобная непредсказуемость порождает недоверие. Исследователи отмечают, что превалирование неформальных связей над формальными требованиями и процедурами дает значительное место для спекулятивных рассуждений и предположений относительно закулисных интриг.

На Западе для политиков жизненно важным является умение общаться с иностранными и местными СМИ, особенно в периоды кризисов. Более того, внимание СМИ рассматривается в качестве стратегического ресурса, за который идет постоянная борьба. Однако в России до сих пор присутствует своеобразная

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

реактивность в работе со СМИ. На эту информационную закрытость влияет ряд причин, а именно: историческая память, менталитет, нехватка ресурсов или непонимание важности политики открытости, требующей дополнительные временные и материальные вложения (Ачкасова и др., 2015, 100). Однако становится все сложнее обходиться только ограничением утечек негативной информации в СМИ. В случаях, когда власти приходится реагировать на сторонние раздражители, она чаще всего обходиться краткосрочным проектам ad hoc, что приводит к реактивной открытости. Подобные «кавалерийские наскоки» (Васильева, 2013, 28) не способствуют созданию живого и цельного имиджа элиты и страны, более того подрывая его преемственность.

Впрочем, западные ученые также указывают на ее закрытость для исследователей (Татарина, 2013, 257; Черкесов, 2011, 194–200). Проанализировав научные методы, используемые западными учеными в своих исследованиях, посвященных российской политической системе, было доказано, что с 1999 г. они все чаще отказываются от полевых методов (интервью или опросов). Объясняется это банальным нежеланием и опаской ехать в Россию, недоверием к отечественным специалистам, проводящим исследования на местах, а также закрытостью политических элит, с которыми сложно провести интервью со свободным пулом вопросов. Вместо этого они обращаются к уже ранее проводимым исследованиям, порой крайне критичным, а также к анализу внутринациональных медиамесседжей. Продуманная политика по допуску или нейтралитету позволила бы западным исследователям более трезво смотреть на проводимую политику и мотивы, движущие политической элитой и создать большее разнообразие мнений.

В результате этой закрытости президент является единственным публичным указателем направления предполагаемой внутренней и внешней политики страны, так как он является ключевым игроком на национальной и международной арене почти 17 лет. За столь долгий срок за президентом в западных СМИ закрепился ряд негативных фреймов и характеристик, которые почти не меняются из года в год. Уделяемое ему значительное время в национальных СМИ и игнорирование образа политических элит лишь подчеркивает в глазах западных исследователей и журналистов тезис о культе личности президента и гибридном режиме в России.

Следующий конфликт связан с противоречиями между национальными и международными медиа месседжами. Подобное противоречие особенно заметно в столь чувствительной для российского общества и власти теме как внешняя политика. Анализируя последние опросы ВЦИОМ, ФОМ и Левада центра о поддержке президента В.В. Путина и его команды, мы можем заметить важную закономерность. Одним из важнейших элементов его имиджа является успех во внешней политике. Для современного российского общества успехи во внешней политике, а также мнения зарубежных стран являются важным элементом мироощущения. При этом в отношении Запада используется крайне критический метанарратив, объясняющий его поведение как недовольство успехами России, а также всяческим желанием ослабить ее. Отдельные западные исследователи, исследовательское управление конгресса США (Welt, 2017; Nichol, 2012) и парламента Великобритании (House of Lords, 2014), а также Европарламент (European parliament, 2015) указывают, что президент и государственные СМИ систематически транслируют антизападные месседжи, порой демонизируя Запад, формируя в сознании россиян представление страны как «осажденной крепости».

Возможно, данные эмоциональные и критические русскоязычные медиатексты о Западе созданы для «внутреннего пользования», однако в эпоху интернета подобный медиаконтент может легко оказаться за рубежом, значит, западные

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

партнеры получают полную информацию об их образе, создаваемом в России. Подобные крайне критические антизападные медиатексты влияют и на восприятие российской власти Западом, и на ее имидж. Присутствуют и другие противоречия на более низком уровне. Например, отдельные черты имиджа В.В.Путина, например сила, рассматриваются позитивно внутри страны, однако за рубежом трактуются как излишняя мускулиность, мачизм. Прагматичность интерпретируется как цинизм и т.д.

Россия стремится выстроить свой внешнеполитический имидж как страны, открытой для сотрудничества и конструктивного диалога с любой страной, в том числе и западными партнерами. Однако противоречия между тем, что говорится внутри страны, и тем, что транслируется вовне, не способствует созданию ясного и единого имиджа, давая как экспертам, так и журналистам широкие возможности для спекуляций. Подобный «гордиев узел» крайне затруднительно просто «разрубить» без внешне- или внутриполитических репутационных издержек — эрозии имиджа лидера внутри страны или ухудшения международного имиджа. Более того, это особенно актуально в период серьезных экономических и политических шоков. Таким образом, «процесс формирования внешнеполитического образа России является противоречивым, что обусловлено отсутствием у России четкой стратегии формирования имиджа, попытками российских политиков создать образ России как сильного государства и жертвованием внешнеполитическим имиджем в пользу укрепления позиций лидера внутри страны» (Пиковская, 2012, 62).

Следующий вызов связан с несогласованностью имиджевой политики российской власти. Так, в создании внешнеполитического имиджа России принимают участие ряд крупных и мелких акторов. Проблема исходит, в первую очередь, из модели подчинения и ответственности. Министерство культуры подчиняется премьер-министру, а МИД отвечает напрямую перед президентом. Помимо этого «Русский мир» и ФГУП МИА «Россия сегодня» формально подчинялись соответствующим федеральным министерствам, но их руководители назначаются непосредственно президентом (не говоря уже о Россотрудничестве, РПЦ или более мелких игроках). Ряд отечественных исследователей указывает на решающую роль МИД в формировании и поддержании позитивного имиджа. Однако, исходя из-за ограниченности ресурсов МИДа и неидеальной модели координации, оно не способно выполнять эту роль в полной мере.

Западные исследователи также подчеркивают слабую координацию между вышеуказанными институтами. В докладе исследовательского центра НАТО отмечается, что в имиджевые проекты, связанные с наращиванием «мягкой силы» России в Прибалтике и ЕС, вовлечено сразу несколько российских государственных и негосударственных акторов. Однако эти организации порой выполняют одни и те же мероприятия, что снижает их эффективность и порождает конфликты сфер компетенций. Было сложно заметить четкое разделение обязанностей между Россотрудничеством и «Русским миром», а также Россотрудничеством и МИД РФ (Winnerstig, 215). Подобные несогласованность и отсутствие единого центра приводят к лишним затратам и снижению эффективности, могут быть использованы для формирования негативного имиджа.

Помимо этого не стоит забывать, что появление новых технологий в области телекоммуникаций не изменило общих принципов, на основе которых народы судят друг о друге. Стереотипы и старые обиды до сих пор играют важнейшую роль в восприятии другого государства. В периоды политических шоков их роль только усиливается.

Литература

Ачкасова В.А., Минтусов И.Е., Филатова О.Г. GR и лоббизм: теория и технологии. — М.: Юрайт, 2015. — 315 с.

Василенко И.А. Имидж России: концепция национального брендинга // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. — 2012. — №4 (24). — С. 66–78.

Васильева И.А. Имиджевая стратегия России в контексте мирового опыта // Власть. — 2013. — № 7. — С. 24–29.

Пиковская К.Б. Формирование образа России в США (1991–2008 гг.): проблемы позиционирования и восприятия // Социальные явления — журнал международных исследований. — 2012. — № 1. — С. 56–62.

Татарина Ю.Н. Современная российская политическая элита: имидж в электоральных предпочтениях: дисс.... канд. полит. наук: 23.00.02. — М., 2013. — 257 с.

Черкесов Р.А. Модернизационный потенциал российской политической элиты // Государственное и муниципальное управление // Ученые записки СКАГС. — 2011. — № 4. — С. 194–201.

EU Strategic Communications with View to Counteracting Propaganda // Сайт парламента Европы [Электронный ресурс]. — URL: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/5ghb78008/EXPO_IDA\(2016\)578008_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/5ghb78008/EXPO_IDA(2016)578008_EN.pdf) (дата обращения 1.09.2017).

Welt C. Russia: Background and U.S. Interests // Исследовательской службе Конгресса США [Электронный ресурс]. — URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R44775.pdf> (дата обращения 1.09.2017).

Nichol J. Russia's March 2012 Presidential Election: Outcome and Implications // Исследовательской службе Конгресса США [Электронный ресурс]. — URL: <https://fas.org/sgp/crs/row/R42407.pdf> (дата обращения 1.09.2017).

The EU and Russia: Before and Beyond the Crisis in Ukraine // Сайт парламента Великобритании. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.publications.parliament.uk/pa/ld201415/ldselect/ldcom/115/115.pdf> (дата обращения 1.09.2017).

Tools of Destabilization. Russian Soft Power and Non-military Influence in the Baltic State // сайт NATO Stratcom. [Электронный ресурс]. — URL: <http://stratcomcoe.org/mike-winnerstig-ed-tools-destabilization-russian-soft-power-and-non-military-influence-baltic-states> (дата обращения 1.09.2017).

А.И. Серавин (Санкт-Петербург)

ЗНАЧИМОСТЬ ГИБРИДНОЙ ПРАВДЫ ДЛЯ САМООРГАНИЗАЦИИ ГОРОЖАН В СЕТЕВОМ ОБЩЕСТВЕ НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА 3 АПРЕЛЯ 2017 г.

3 апреля 2017 года Санкт-Петербург подвергся террористической атаке.

В 14 часов 21 минуту в крупнейшей городской группе в «ВКонтакте», посвящённой ДТП и ЧП, появилось сообщение об обнаружении на станции «Площадь Восстания» бесхозного предмета. Около 14 часов 28 минут эту станцию и переход на «Маяковскую» закрыли на вход и выход. Как описали очевидцы, к сумке подошли сотрудники правоохранительных органов с аппаратом для поиска взрывчатых веществ. Автор опубликованного снимка подтвердил прессе, что сделал его около 14 часов 1 минуту. Около 14 часов 33 минуты местного времени произошёл взрыв в вагоне поезда на перегоне между станциями метрополитена «Сенная площадь» и «Технологический институт». В теракте пострадали 103 человека, 16 из них погибли (один из погибших — предполагаемый исполнитель теракта). В 15 часов 32 минуты началась бесплатная развозка людей (ТаксовичкоФ, Uber, Яндекс такси и другие), ураганная самоорганизация.

Мы выделили 20 форм фактической гражданской помощи в Санкт-Петербурге 3 апреля 2017 г.; сравнение с другими городами показало, что половина из них были уникальны для мировой истории.

Формы, уникальной фактической гражданской помощи, выявленные в Санкт-Петербурге 3 апреля 2017 г.:

1. Через 59 минуты после взрыва проявились первые элементы самоорганизации общества. Бесплатная развозка людей. Через несколько десятков минут после

ПОЛИТИКА ПОСТТРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

теракта в чатах в мессенджере Телеграмм, соцсети Вконтакте, в приложении Яндекс-карты люди стали предлагать бесплатно подвозить людей.

2. Бесплатная развозка людей жителями платным такси.

3. Опция информирования «Со мной все в порядке». Facebook сообщил об активации услуги Safety Check. Она позволяет пользователям оперативно сообщать, что они не пострадали в случае стихийного бедствия, катастрофы или теракта. Позже аналогичные функции запустили «ВКонтакте» и «Одноклассники».

4. Бесплатная аренда автомобилей.

5. Бесплатный чай и т.п. в кофейнях города.

6. ЗСД переведено на бесплатный режим работы до нормализации транспортной ситуации в городе.

7. Бесплатный ужин для волонтеров.

8. Бесплатным стал не только общественный транспорт, но и маршрутки, курсирующие по городу, и даже электрички.

9. Мобильные операторы вернули абонентам потраченные минуты в день совершения теракта.

10. Некоторые медицинские клиники, безвозмездно предложили оказывать психологическую и психиатрическую помощь, а также делать реконструктивные и пластические операции.

11. Предложения бесплатно переночевать тем, кто не выбрался из центра.

12. Через 4 часа у станций метро петербуржцы организуют народный мемориал в память о жертвах взрыва. Горожане несут цветы и свечи к станциям «Сенная площадь» и «Технологический институт».

13. Онлайн-записи с места трагедии в сети, произошедшее можно было видеть в реальном времени.

14. Бесплатное предоставление телефонов для звонков тем, у кого закончилась зарядка.

15. Бесплатная помощь некоторых частных кризисных центров.

16. Бесплатный бензин на заправках для волонтеров, которые развозят людей.

17. Бесплатно предоставлен ряд частных вертолетов для вывоза пострадавших.

18. Бесплатная юридическая помощь.

19. Бесплатный массаж.

20. Медицинские клиники предоставили бесплатную врачебную помощь

Горожане проявили быструю самоорганизацию через социальные сети, что послужило предметом нашего исследования. Через 59 с небольшим минут в четвертом по размеру городе Европы горожане стали самоорганизовываться.

Нас интересовало, была ли при самоорганизации искусственность в апеллировании к эмоциям при подаче информации, которая могла безоговорочно приниматься на веру людьми и руководить их поведением.

В итоге исследование прошло в 5 направлениях.

Первое направление — экспертное, его обеспечила группа, возглавляемая П. Бычковым. Здесь было важно проследить хронологию событий и выявить основные критерии проявившейся самоорганизации гражданского общества. Этой группой было взято 49 глубоких интервью у тех, кто непосредственно помогал жителям города, оказавшимся в непростой ситуации.

Второе направление — экспертно-журналистское. Мы попросили группу журналистов, возглавляемую А. Жвалем, взять интервью у тех людей и организаций, которые подходили под уникальные критерии, выявленные в ходе предыдущих этапов исследования, и узнать, как быстро они принимали решения по самоорганизации, что побудило их это сделать, воспользовались ли их порывом

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

граждане, насколько бескорыстна была их мотивация. Было взято 20 интервью, 10 из них у коммерческих структур.

Третьим направлением было направление проведения количественного исследования. Здесь нам было интересно проверить, какое отношение к самоорганизации общества и распространению информации высказали сами горожане. Было проведено общегородское исследование, мы попросили включить ряд интересующих нас вопросов и получили интересные данные. Это был телефонный опрос 1000 человек, квотный по полу, возрасту и месту проживания.

Четвертое направление исследования было посвящено выявлению того, насколько такие механизмы самоорганизации граждан проявлялись в других городах мира (мы обратились к группе, возглавляемой Д. Макродченко). Санкт-Петербург — глобальный город. Группа сравнила по разработанным критериям Санкт-Петербург с Токио, Вашингтоном, Брюсселем и Лондоном.

Пятое направление было технологическое, в нем помогла группа специалистов, возглавляемая К. Багаевым (фонд «Новые медиа», являющейся ведущей российской организацией по исследованию социальных сетей), которая должна была технологически проанализировать искусственность и естественность распространения в социальных сетях коммуникаций граждан и их самоорганизации. При помощи специальных программ группой были проанализированы сотни тысяч комментариев петербуржцев в социальных сетях.

В данной работе мы постараемся ответить на вопрос об искусственности или естественности в самоорганизации горожан 3 апреля 2017 г. через социальные сети. Мы начали с обзора комментариев, оставленных людьми при репосте популярных постов после теракта 3 апреля. Комментарий при репосте оставлял каждый 10-й пользователь, что соответствует средней статистике по всей социальной сети Вконтакте. Основная тематика сообщений — выражение поддержки людям, благодарность компаниям, скорбь и соболезнования. Более 80% комментариев содержат только такую информационную нагрузку. Интерес представляют менее 20% комментариев, которые содержат следующие смысловые концепты: а) явное противопоставление Санкт-Петербурга Москве; б) тема патриотизма (встречается в 10% сообщений и основана на концепте «Я – питерец». Концепты «Я – россиянин», «Я – русский» не встречаются вообще); в) концепт «Я – адвокат компании» (люди встают на сторону компаний, пытаясь оградить их от возможных обвинений в пиаре). Тема критики власти отошла на второй план и встречается менее, чем в 1% сообщений. Как и в других городах мира, здесь тоже была часть политической оппозиции, которая пыталась действовать по принципу «чем хуже, тем лучше», но горожане не приняли этой беспринципной игры. Более того, разница политических взглядов в этот момент стерлась и не являлась значимой и доминирующей. Единение горожан было сильнее.

Эмоциональный окрас информации был доминирующим, что показало и качественное исследование, решение о помощи принималось не на рациональном уровне а на эмоциональном. Соответственно, нас заинтересовало, не было ли искусственной накрутки информации о сети. Попыток искусственно увеличить количественные показатели своих публикаций с помощью просмотров и репостов не было. Бот-активность репостивших отсутствует, практически отсутствуют аккаунты с большим количеством ботов в подписчиках.

«ТаксовичкоФ» своим примером показал, насколько важна человечность в PR. Пост послужил примером и спровоцировал начало новых PR-акций, вплоть до юристов, массажистов и т.д., которые уже не повторили его показатели. Основным двигателем распространения информационной волны были не блогеры, ЛОМы,

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

медиалица, а обычные пользователи. Из 5670 репостов только у 4 пользователей больше 9000 подписчиков, в среднем на 1 пользователя — меньше 400. Пример «ТаксовичкоФ» показал, насколько важно иметь поддержку других пабликов: 302 небольших сообщества сделало репост его записи, что позволило ему значительно набрать аудиторию и получить 1,2 млн просмотров. Пример служб такси показывает, насколько важна своевременность: пользователи обсуждают того, кто организовал ту или иную акцию первым, даже если конкуренты уже объявили об идентичной акции.

710 пользователей сделали репост минимум двух из 10 постов из списка ниже, что говорит о большой вовлеченности в инфоволну. Для анализа мы взяли 5 наиболее популярных коммерческих структур, которые безвозмездно помогали горожанам. У нас в начале было подозрение об искусственности накрутки большого числа обратившихся, но проверка показала что процесс шел естественно.

Проведён анализ ключевых ссылок по теме:

1) СПбГУ (https://vk.com/spb1724?w=wall-52298374_31318), 33 137 просмотров, 173 репоста.

Собственные просмотры: 5 036. Просмотры от репостнувших: 28 111. 61% — 101 из 157 репостов пользователей — репосты подписчиков страницы. Среди репостов групп 13 из 18 репостов являются репосты групп, относящихся к СПбГУ (просмотры от групп 8 000). Возможная степень накрутки — через договоренности с дружественными группами — примерно 15%.

2) Медицинские клиники «РАМИ» (https://vk.com/ramclinic?w=wall-26892927_3584), 5 700 просмотров, 173 репоста. Собственные просмотры: 560. Просмотры от репостнувших: 5 140.

24 из 40 репостов пользователей — репосты подписчиков страницы, либо её администратора. Среди репостнувших нет бот страниц или неактивных страниц. Возможная степень накрутки — 0%.

3) Кризисный центр 812 (https://vk.com/krizis812?w=wall-80831728_297), 33 023 просмотров, 265 репостов. Собственные просмотры: 1 508. Просмотры от репостнувших: 31 515. 251 репост пользователей без комментариев, при этом лишь 15 человек состоят в подписчиках, что может свидетельствовать о возможной накрутке репостов. Проверка на ботность — 80% пользователей активные, характеристики связанной ботсети (взаимные лайки/комментарии) отсутствуют. Среди репостнувших нет бот страниц или неактивных страниц. Возможная степень накрутки за счёт админресурса ~ 20%.

4) Кофейня «Аддис» (https://vk.com/coffeeaddis?w=wall-68369061_2130), 4 450 просмотров, 20 репостов. Собственные просмотры: 950. Просмотры от репостнувших: 3 500. 6 репостов со страницы выступающего и 3 репоста с комментариями от администраторов, 11 репостов от активных пользователей. Возможная степень накрутки ~ 0%.

5) Такси ТаксовичкоФ (https://vk.com/taxovichkof?w=wall-70270286_102997), 1 200 000 просмотров, 4 417 репостов. Собственные просмотры: 950. Просмотры от репостнувших: 3 500. 1 704 комментария под постом, 302 репоста от пабликов и сообществ (49 с комментарием) – 25% просмотров от них, 436 репостов с комментариями от пользователей.

Пост вышел на 2 часа раньше, чем аналогичные у Такси.Везет и Яндекс такси, благодаря этому нашел такой отклик пользователей.

Примеры комментариев от пабликов. Практически все комментарии выражают искреннюю благодарность. Встречаются следующие: «Когда происходили теракты в московском метро, все, абсолютно все таксисты и частники умножали обычный

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

тариф на 10. Что с тобой не так, Москва?»; «Настоящий поступок, а не такси за 10.000 из аэропорта, как мы все помним».

Возможная степень накрутки ~ 15%, использование дружественных пабликов, что могло послужить катализатором PR-акции. Реакции были быстрыми и эмоциональными. Бескорыстность помощи разнообразных фирм послужила основным толчком к массовому волонтерскому подъёму, чего мы не встречали в других городах мира; это было уникально.

Большое количество телефонов, поддерживающих приложения с социальными сетями, позволили обществу невероятно быстро самоорганизоваться. Они выступили как катализатор альтруизма и комформизма.

Общий вывод, который мы делаем, заключается в том, что в Санкт-Петербурге действительно произошло уникальное событие по самоорганизации граждан, оно по праву может считаться исторически значимой датой для начала отсчета новой эры в электронной политике всего мира. Событие не имело следов гибридной правды. Событие доказывает, что благодаря сотовой связи и телефонам, позволяющим проводить коммуникации в социальных сетях, в любой точке планеты можно самоорганизовать граждан в течении одного часа без привлечения власти. Это событие доказывает, что такая моментальная самоорганизация меняет структуру управления и подчинения власти на территориях и может являться ключевым механизмом по ее структурированию.

В.Н. Сингаевский (Санкт-Петербург)

МОДЕРНИЗАЦИЯ ТЕХНИКИ ПРОПАГАНДЫ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В настоящее время, в связи с интенсивным развитием информационных технологий, технологии манипуляции общественным сознанием приобретает все больше уникальных особенностей, постепенно расширяя свой потенциал воздействие на социум. Практики формирования общественных установок в интересах правящих элит известны еще с момента образования первых государств, однако массового распространения и стремительного роста тенденций к максимальному охвату подсознания индивидов феномен пропаганды достиг в канун Первой мировой войны.

Отслеживая динамику развития массовых манипуляций в течение последних ста лет, можно отметить их постепенное смещение в сторону иррационального подсознательного мироощущения субъектов параллельно с расширением спектра актуализированных тем. Так, например, если в Первой мировой войне центральный упор делался на увеличение привлекательности образа своего государства и конструировании негативных эмоций к государствам-противникам во взглядах населения определенной страны, то расцвет тоталитарных режимов можно охарактеризовать уже акцентом внимания не на привлекательности, а на единении населения со своим государством и при идентификации врага – проводить маркировку не только государства-противника, но и населения, проживающего на его территории.

Последствия Второй мировой войны повлияли на пересмотр манипулятивных стратегий, используемых при работе с населением. В первую очередь возникло осознание необходимости изучения человеческого поведения. Что доказывается развитием бихевиорализма в политологии и увеличением спроса в государственных учреждениях США на политическую науку. В качестве одного из наиболее представительных пионеров в области изучения феномена массовых манипуляций

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

можно выделить Г. Лассуэлла, который изучил манипулятивные технологии двух мировых войн и ввел психопатологический подход в политическую науку. Специфика данного подхода заключается в изучение процессов активации подсознательных импульсов, проецирующих иррациональные предпосылки человеческого поведения (Лассуэлл, 2005, 46).

Вместе с тем, сопровождаемая накоплением объективных знаний о человеческом поведении в рамках политического процесса стратегия политических кампаний в ряде государств постепенно увеличивала автоматизацию использования манипулятивных технологий. Что сопровождалось сокращением чувствительности к эмоциональным изменениям индивидов. В качестве последствий такого подхода можно назвать протестные движения во Франции 1968 г., популяризацию движения «хиппи» в США и постбихевиоральную революцию в политической науке.

Однако новая веха не проигнорировала достижения предыдущих периодов, но дополнила их эмоциональными компонентами. Большинство политиков при работе с социумом стремится охватить все большее количество интересов, направляя свою политические программы на каждого индивида, что способствует росту всеохватных партий и развитию популизма в современном его проявление. Характеристикой данного этапа является постепенный рост потоков коммуникации, поступающих в социум от различных акторов, стремящихся сформировать собственную информационную среду. В связи с чем, при рассмотрении данного явления отдельного внимания заслуживают теоретические разработки Н. Лумана (Луман, 2001, 29). Который является одним из основателей политической коммуникативистики и применил концепцию аутопэзиса, определяющего специфику самовоспроизводства социальных систем.

В контексте развития информационного общества, этот вклад во многом объясняет увеличение плотности персонального информационного поля, формирующего гибридную правду, предпочтительную для каждого индивида в отдельности, но при этом не отрывающего его от вовлеченности в социум. При рассмотрении данного феномена более детально – следует обратиться к создателю STS Б. Латуру, который говорит о непосредственной взаимозависимости между социальными и технологическими процессами. В рамках данной тематики интересно отметить дискуссию Б. Латура с Г. Харманом, который указывает на то, что данный подход игнорирует роль впечатлений от вещей (Latour, Harman, Erdélyi, 2011, 109)

В современном мире процесс интеграции человека в информационное пространство постепенно расширяется. Растущая взаимосвязь техники и социума позволяет сохранять все большее количество информационных следов, дающих почву для определения психологических предпочтений индивидов. Хранилища больших данных (big data) наполняются все большим количеством эмпирических данных, позволяющих не только обрабатывать информацию о пользователях, но и разрабатывать уникальные предложения для пользователей, основываясь на их информационных следах. Тем самым, происходит, постепенное насыщение информационного пространства каждого индивида тем аспектом правды, который ему наиболее приятен.

На данном этапе использования аналогичных технологий в работе с массовым сознанием упор делается на статические параметры, слабо учитывающий динамику изменения индивидуальных предпочтений.

Одним из новейших достижений в области изучения индивидов с помощью технологии big data стали разработки М. Козински (Kosinski, 2016, 494), который посредством перевода психометрической тестовой методики «OCEAN» в программные алгоритмы смог проанализировать информацию о достаточно

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

большом количестве пользователей. В качестве исследовательской базы им были взяты действия индивидов в социальных сетях, а для минимизации случайных значений – были использованы методы сингулярного разложения и латентного размещения Дирихле. Результаты позволили определить основные параметры методики: открытость, добросовестность, экстраверсия, доброжелательность и нейротизм, а также – провести кластеризацию объектов на основе этих показателей.

Данная технология была использована в ряде политических кампаний 2016, в том числе и в избирательной кампании Д. Трампа. В качестве основных тактик работы с массовым сознанием было использовано проведение кластеризации населения по параметрам, выявленным посредством использования данного алгоритма, и в дальнейшем – перепрограммирование алгоритмов таргетинговой рекламы, представляющий собой процесс внедрения кодов идентификации пользователей на основе метода «OCEAN» в новейшие версии таргетинговых программ, позволяющих предоставлять персональные предложения пользователям интернета. Что позволило руководителям политических кампаний не только проводить более эффективную агитацию нежели основные конкуренты, обладающие в ряде случаев более высоким политическим капиталом, но и увеличить мобилизацию потенциального электората определенных политических кампаний.

В связи с тем, что данные технологии оправдали себя на практике – в дальнейшем можно предположить увеличение спроса на их использование в рамках проведения политических кампаний. В результате совпадения выше упомянутых тактик у двух и более политических конкурентов может последовать гонка за количество информации, предоставленной потенциальному электорату. В качестве последствий подобных гонок у пользователей может наступить перенасыщение информацией с одной стороны и, с другой стороны, наступление когнитивного диссонанса в связи с параллельным процессом активации одних и тех же подсознательных импульсов разными кандидатами для формирования диаметрально противоположных эмоциональных настроений.

В данном случае наступление полной политической апатии в сознание большинства индивидов может стать минимальным из возможных последствий. Для поддержания стабильности в общественном сознании так же возникает необходимость в стабилизации эмоционального состояния индивидов. В действительности, исходя из имеющихся предпосылок, этот вопрос будет становиться все более актуальным.

Сейчас же можно обозначить ресурсы, способствующие решению данного вопроса и описать приблизительные шаги этого решения. Стоит отметить, что big data позволяет работать не только со статическими, но и с динамическими процессами. Таким образом, при разработке алгоритмов можно ввести такую переменную как «время на реакцию», которую можно использовать не только при проведении тестирования в области общей психологии, но и для потенциальной программной интеграции тестов из патопсихологии и нейропсихологии, включающее, например, известный тест «от 100 по 7», позволяющий на основе динамики реакции и направленность на внешнюю среду в момент n выявить особенности мыслительных процессов индивидов. Что может быть использовано для увеличения или сокращения смысловой нагрузки в персональных сообщениях для адресата в момент избирательной кампании.

Этапы внедрения психометрии в компьютерное программирование на данный момент трудно прогнозируемые, но в рамках рассматриваемой тематики интересно обратить внимание на перспективы выполнения нейропсихологической диагностики индивидов в рамках информационного пространства. В контексте рассмотрения

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

синтеза количественных и качественных методов нейропсихологии особого внимания заслуживает методика (Rivermead Behavioral Memory Test — RBMT), включающий в себя 19 субтестов и позволяющий определить состояние человеческой памяти (Микадзе, 2012, 101).

Безусловно, интеграция аналогичных методик в информационную среду на данный момент является весьма трудоемким и затратным процессом, однако на фоне рисков, возникающих с развитием использования манипулятивных технологий, спрос на него в дальнейшем будет выглядеть вполне ожидаемо.

Подводя итог, следует отметить как адаптивность техник пропаганды к современному мировому развитию, так и необходимость продолжать изучение этого феномена в рамках политической науки

Литература

- Лассуэлл Г.Д. Психопатология и политика. — М.: Издательство РАГС, 2005. — 358с.
Луман Н. Власть. — М.: Практикс, 2001. — 256 с.
Микадзе Ю.В. Некоторые методологические вопросы качественного и количественного анализа в нейропсихологической диагностике // Вестник Московского Университета. — Серия 14. Психология. — 2012. — № 2. — С. 96–103.
Kosinski M. Mining Big Data to Extract Patterns and Predict Real-Life Outcomes // Psychological Methods. — 2016. — Vol. 21. — N 4. — P. 493–506.
Latour B., Harman G., Erdélyi P. The Prince and the Wolf at the / LSE. — Zero Books, 2011. — 146 p.

С.В. Смаль (Санкт-Петербург)

ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ «ПОСТПРАВДЫ»: ПОЛИТИКО-КОНФЛИКТОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Современность – время расцвета философов и мыслителей всех мастей. Можно даже сказать, что нам, людям, живущим в эпоху расцвета web-технологий, невероятно повезло. Да, это время крайне интересно изучать, может быть, даже интереснее, чем в нем жить. Тут уж, однако, кроме как методологического основания изучения реальности, изменить ничего нельзя. Тем интереснее становится изучение технологий формирования феномена «постправды» или «постреальности». В нашем тезисном обзоре будет предпринята попытка систематизировать технологические приемы формирования и восприятия «постправды» и их применение в политико-конфликтологическом поле, сформировавшемся после 2014 г.

Термин «постправда» хотя и довольно молод (как автономная дефиниция он был закреплен лишь в 2004 г.), но его популярность набирает обороты столь стремительно, а история его так глубока, что об этом необходимо упомянуть отдельно.

Если говорить о России и о документально сохранившихся свидетельствах эмоционально-замещенного восприятия реальности, то первый пример будет обнаружен в далеком 967 г., когда войско Святослава отправилось из Киева в поход за Дунай на Болгарию. И византийские источники указывают, что численность его составляла 60 тысяч человек, а данные «Повести временных лет», тоже несколько ангажированного, но тем не менее, уважаемого и признаваемого источника, говорят о количестве воинов всего в 10 тысяч (Широкорад, 2007, 31–32). Однако приемы подобного эмоционально-окрашенного воздействия мы находим и гораздо ранее. В конце концов, «Карфаген должен быть разрушен» и был разрушен стараниями самого автора крылатого выражения в результате Третьей Пунической войны.

В более позднее время, характеризующееся многовекторным технологическим развитием, прежде всего, в сфере коммуникации и информации, «постправда»

ПОЛИТИКА ПОСПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

становится связана с конструированием некоей публичной идентичности, где исключительно важна роль «правильной» репрезентации своего (авторского), т.е. глубоко личного и субъективного опыта познания мира. И в зависимости от «красивости» подачи и подготовленности зрителя или слушателя мы будем говорить о формировании той или иной информационной повести дня, которая отражает всю гамму «правд», воссоздающих различные «политики». Как злободневно почти 10 лет назад отмечал М. Кастельс, «основная тактика пропаганды и контроля общественного мнения — это фабрикация сконструированных и дезинформирующих сообщений с целью продвижения чьих-либо интересов, что также еще и по совместительству самая древняя и прямая форма медийной политики» (Castells, 2009, 240–241).

Само слово и способы его подачи, а также, соответственно, и конструирования его воздействия прошли три условных этапа развития, которые мы коротко обозначим ниже. Довольно интересно, что подобные «триады» только в отношении градаций богатства встречаются и у Э. Тоффлера в его ставшей знаменитой книге «Третья волна» (Тоффлер, 2004), соотнесем их.

Первый этап – *вербальное слово* – вся информация передается изустным образом, велика роль сказителей, «Боянов» и ее ценность не столь велика, как ценность Тоффлеровского «движимого и недвижимого имущества», т.е. скота, земель и строений (замков), которое является главной ценностью эпохи. Информация письменная является уделом элиты как светского, так и духовного характера.

Второй этап – *печатное слово* – не столь далекий от нас промежуток времени, где грамотность, а также увеличивающийся доступ к печатной продукции сочетается с монетизацией богатства: ассигнации, кстати, тоже печатного вида, «Золотая лихорадка» и прочие признаки массовизации как слова, так и богатства, которые становятся все более и более доступными. Но, при этом очень важно, подобное развитие резко примитивизирует «конечного» потребителя, т.е. мы научились читать, но еще не умеем критически осмысливать информацию. Доверие печатному слову просто невероятное! И, если быть внимательными, мы обнаружим именно такое трепетное отношение ко всему, что «вырублено» на бумаге, у представителей старшего поколения. А какая благодатная почва сформировалась на основе этого слова для формирования тоталитарных режимов! Не будем, впрочем, отвлекаться.

Третий этап – *виртуальное слово* – именно тут мы наблюдаем «торжество Тоффлера» (Тоффлер, 2004, 266–277); самую большую, исключительную ценность стала приобретать информация! Править стали те, кто владеют ею, а также технологиями добывания оной. Богатство не нужно перевозить с собой в виде громоздкого саквояжа с золотыми слитками, довольно взять с собой пластиковый прямоугольник и вооружиться сокровенным знанием, возможно, даже преступным, о том, как этот кусочек пластика сделать источником материальных благ.

Итак, какие же технологии формирования «посправды» можно обнаружить в том информационном потоке, который бурно изливается на читателей – зрителей в последние три года? Условно разделим их на несколько категорий:

1. *Гиперболизация*, причем выполняемая как в сторону приуменьшения, так и в противоположном направлении. Приводимый пример с количеством войск Святослава как раз является иллюстрацией.

2. *Замалчивание* – осуществляемое по принципу «если хорошо – то ничего». Вспоминается множество примеров из постсоветской истории развития Прибалтики, которые настолько выпуклы в формировании «постправды», что, безусловно, заслуживают отдельного обсуждения.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

3. *Подмена понятий* – технология сложная, так как требует от автора посланий самого быть знатоком в той области, где необходимо провести конструирование «постправды», и иногда это, к ликованию толпы неравнодушных комментаторов, не удается в должной мере.

При работе с «подменой понятий» часто используются определенные приемы, которые можно обозначить как подтип третьей категории, и включает старые добрые манипулятивные технологии, которые, безусловно, пришлись ко двору формирования мира «постреальности». Перечислим наиболее распространенные среди них, хотя надо отдать должное методам и техникам манипуляции, они множатся и растут, подобно снежному кому, обрушиваясь на «потребителей» в периоды обострения международных отношений и в жаркие предвыборные «сезоны» (Смаль, 2015, 273).

1. *«Простые люди»* (вариации: «Свои ребята», «People talk»): достаточно часто встречаемый тип манипуляции, когда заказанная – возможно, ложная, информация преподносится корреспондентом или комментатором от имени «Простых людей, очевидцев событий» и / или какого-то контентного, тривиального и всем знакомого персонажа (соседа, бабушки у подъезда, мамочки из двора и т.д.). И мы читаем и, как правило, на самом-то деле сочувствуем не бедной «школьнице Лизе», а мастерству автора, изредка исполняющего самостоятельную роль, зачастую же – заказ на формирование того или иного сегмента «постреальности».

2. Антонимом вышеозначенному приему выступает *«Экспертное мнение»* («Свидетельство» или «Рекомендация», оно же «testimonial» в англоязычной версии). Это типичный прием «серого PR», когда происходит ссылка на неизвестные, но исключительно авторитетные источники. Ими полны все выпуски новостей и статьи, но самих этих экспертов мало кто видел.

3. *«Чрезмерный позитив»*. Неодинаково и неравномерно работающая в политическом пространстве стран развитой и развивающейся демократии технология. Так, в первом случае, когда в адрес политика высказывается слишком много позитивного, порой даже переходящего похвальбу, это оказывает отторгающее действие на реципиента информации, и общий фон восприятия становится негативным. В то время как в странах, где зерна демократии еще не дали обильных и стабильных всходов, этот метод приводит к формированию позитивного информационного фона, гасящего острую фазу конфликта. Отсюда противоречие в восприятии информации печатных иноязычных СМИ в странах создания и странах, выступающих адресатами публикаций, хорошие примеры можно найти среди подборок на <http://inosmi.ru/> и <https://www.inopressa.ru>.

4. *«Выбор без выбора»*. Давно знакомый специалистам-практикам политического PR прием, его особенность, как известно, заключается в том, что выбор за одну из сторон коммуникации уже сделан. Например, мы встречаемся с ним при формулировке вопросов: «Вы считаете необходимым проведение выборов ДО или ПОСЛЕ прекращения бомбежек?»

5. *«Фургон с оркестром»* («общий вагон», «общая платформа» или же band wagon). Интересная технология – с другими мы, вероятно, и не встретимся – при использовании этого приема нужно подобрать суждения и построить фразы так, чтобы сформировать уверенность в том, что подобным образом делают все. А кому захочется признаться в том, что он противопоставляет себя обществу? Как правило, высказывание начинается с таких слов, как «Никто не станет возражать, что...», или «Все здравомыслящие люди согласятся...» - и далее следует снижение критичности воспринимаемой информации, что облегчает конструирование необходимой точки зрения, оценки или напрямую события.

ПОЛИТИКА ПОСПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Для всех вышеописанных технологий присущи следующие элементы:

– *преобладание притязаний над доводами*, и зачастую мы наблюдаем переход от конструктивного спора к личным выпадам не только во время политических предвыборных дебатов, но и практически в любом материале СМИ на злободневные темы «Крыма», «Сирии», «США» и «России» в целом;

– в восприятии оппонента происходит *замещение «образа другого»*, что есть норма, все люди разные и т.д., *«образом врага»*, который становится не только стереотипом, но и доминирующей внешней атрибуцией, обратный же процесс – из «врагов» в «других» мы наблюдаем исключительно редко;

– *«постоянное сужение когнитивных элементов в поведении из-за перехода к более примитивным формам реагирования на деятельность оппонента»* (Шабанов, 2017, 125), что приводит к искажению ситуации политико-информационного взаимодействия во всех сферах.

Также имеется одна особенность. Применение оных на практике неизбежно порождает полисоставной (информационный, коммуникационный и в конечном итоге политический) конфликт, который сложен в разрешении. Да и не затем он создавался: до тех пор, пока течение конфликта характеризуется «профицитом» хотя бы для одной из конфликтующих сторон, она будет всеми силами стремиться к затягиванию конфликта. Что мы и наблюдаем, и изучаем на протяжении многих лет, но особенно интенсивно – последние три года. Тут было бы уместно кратко рассмотреть факторы искажения восприятия информации сторонами, испытывающими на себе воздействие психо-эмоционального фона, формирующего состояние конфликта между ними, однако объем тезисов не позволяет нам это сделать.

Констатируем в заключении, что в современную нам эпоху мы часто наблюдаем *искажение восприятия ситуации*, для которого характерно:

– *превалирование негативных эмоций*, влияющих на информацию друг о друге: «плохие герои» пользуются большей симпатией и популярностью, ровно тоже происходит и с «плохими», то есть эмоционально негативно окрещенными новостями, информационными поводами и действиями.

– *доминирование мотивов и потребностей* над прогностическими суждениями о причинах, а также о последствиях тех или иных действий;

– *негативную установку на других участников процесса политико-информационного взаимодействия*, усугубленную ограниченностью кругозора или сложным физиологическим состоянием реципиента информации (усталость, депрессия и т.д.)

Все это в совокупности порождает глубочайший, прежде всего, внутриличностный конфликт, прорывающийся во все сферы взаимодействия, обуславливающий состояние постоянного эмоционального напряжения, столь необходимого для мира «посправды».

Литература

Смаль С.В. Неразрешимые противоречия политического развития // Актуальные вопросы гуманитарного знания: политико-конфликтологические аспекты сборник научных трудов /отв. ред. С.В. Смаль. — СПб.: Элексис, 2015. — 272–275 с.

Тоффлер Э. Третья волна. — М.: АСТ, 2004. — 781 с.

Шабанов Л.В. Общая конфликтология. — СПб.: НИЦ АРТ, 2017. — 268 с.

Широкоград А.Б. Русские пираты. — М.: Вагриус, 2007. — 430 с.

Castells M. Communication Power. — Oxford: Oxford University Press, 2009. — 608 p.

И.А. Сопов (Санкт-Петербург)

СИМУЛЯКРЫ В ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОГРАММЫ «ТЕНЬ ВЫБОРОВ»)?

Современное общество — это общество потребления в эпоху расцвета информационных технологий. Потоки информации уже невозможно разделить на «официальные» и «альтернативные», «достоверные» и «лживые», «реальные» и «выдуманные». Фундаментальные научные знания размываются оценочными суждениями основанными принципах «софизма»; доказать можно всё путём хитрых уловок и измышлений, которые только кажутся научными, обоснованными и правдивыми. Таким образом, ценность знаний девальвируется. В массовом сознании объективная реальность подменяется призрачными подобиями. Платон в своём позднем диалоге «Софист» даёт определение «призрачным подобиям», называя их симулякрами (от лат. *simulare* — притворяться) (Платон, <https://royallib.com/book/platon/sofist.html>).

Для Платона симулякр — это копия копии, искажающая свой прототип, а так как истинность определяется им исходя из сходства или несходства с идеей вещи, то симулякры лишаются онтологического статуса и осуждаются как подделки, вымыслы и призраки. Характерно то, что, пытаясь исключить из реальности искажающие её фантазмы-симулякры, Платон первым поставил вопрос о том, что в структуре бытия присутствуют объекты, которые в конце XX века были названы виртуальными. При этом именно им был отмечен тот факт, что симуляция представляет собой бесконечный процесс, где каждый порождённый симулякр является конституирующим для серии других (Кирюшин, Асташова, 2012).

Наиболее ярко, симулякры используются в политических и предвыборных кампаниях, где подмена фактов их интерпретация событий достигли своего наивысшего апогея. Критикуемая Платоном философия софистов, получила новый импульс к развитию.

Телевизионная программа «Тени выборов», которая выходила в рамках электоральной кампании по выборам депутатов Сахалинской областной думы в период с июня по сентябрь 2017 г., является наиболее ярким примером политического симулякра. Программа «Тень выборов» — это яркий пример копий фактов, интерпретации событий и серьёзный инструмент влияния на формирование общественного мнения (<https://www.youtube.com/watch?v=NLZSLRyYpls>; <https://www.youtube.com/watch?v=Yrx8eYHmhmo>).

Литература

Кирюшин А.Н., Асташова А.Н. Идея симулякра в понимании виртуального: от платона к постмодернизму // Гуманитарные научные исследования. — 2012. — № 8 [Электронный ресурс]. — URL: <http://human.snauka.ru/2012/08/1593> (дата обращения 1.09.2017).

Платон Софист [Электронный ресурс]. — URL: <https://royallib.com/book/platon/sofist.html> <https://www.youtube.com/watch?v=NLZSLRyYpls> (дата обращения 1.09.2017).

<https://www.youtube.com/watch?v=Yrx8eYHmhmo> (дата обращения 1.09.2017).

Л.Н. Тимофеева (Москва)

СМИ В УСЛОВИЯХ ДОМИНИРОВАНИЯ ПОЛИТИКИ ПОСТПРАВДЫ

За последние годы проблематика постправды приковала к себе внимание многих ученых-политологов и политиков-практиков. Значительная роль в ее толковании отводится масс-медиа, которые обвиняют в том, что они служат распространению

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

постправды. В этом стоит разобраться. Действительно ли это новый феномен в политике или известное уже явление в условиях информационно-коммуникационной революции и как влияют медиа на формирование политики постправды?

1. Политику постправды характеризуют так: она не отвергает правды, а утверждает предрассудки, воздействуя на человеческие эмоции, обращенные к личным убеждениям граждан. Есть такое осторожное мнение, что в проводимой политике правду не фальсифицируют или подвергают сомнению, её просто отодвигают на второй план. В результате политика пост-правды получает толкование либо «наименьшего зла», либо серьезного препятствия в понимании того, что же происходит на самом деле. Утверждается, что политики мейнстрима должны найти способы борьбы с ней. Например, благодаря Facebook или YouTube, можно развенчать игроков, которые разным аудиториям дают противоположные обещания, разоблачить их поведение с помощью утечки электронных писем. Есть институты и практики для борьбы с ложью: независимые юридические системы; расследовательская журналистика; «качественные» СМИ, которые руководствуются принципами объективности и всесторонности освещения; есть законодательные запреты и ограничения в сетях. Хотя в европейских государствах доступ к информации в Интернете не ограничивается и любые попытки регулирования приводят к обвинению в цензуре, тем не менее, и там есть ограничения. Ответственность за безопасность контента несут провайдеры и специальные службы. В Германии за распространение в телекоммуникационных сетях информации, направленной на пропаганду войны или разжигание национальной, расовой или религиозной розни, предусмотрены огромные штрафы. В Турции система фильтрации на базе провайдеров запущена с 2011 г. и касается различных политических материалов. С 2008 г. в Китае действует Министерство промышленности и информатизации, которое в 2015 г. утвердило правила, обязывающие запрашивать у пользователя подтверждение его реального существования с помощью удостоверения личности. Наконец, в каждой цивилизованной стране есть кодексы этики журналистов, которые диктуют им правила честной работы: обязательная проверка материала перед публикацией; отделение факта от мнения; уважение чести и достоинства людей; соблюдение принципа «невинности», пока судом не доказано обратное; обязательное исправление ошибки, если выпущенный в свет материал содержал искажения. Но коль скоро мировая и российская общественность не первый год озабочена такими проблемами, невольно возникает вопрос — действительно ли они новы?

2. Есть основание утверждать, что на самом деле феномен постправды т.е., когда на первое место выдвигаются не факты, а удобные политическому актору эмоционально и односторонне направленные толкования о них, не нов. Прежде всего он связан с явлением политической пропаганды, усиленное внимание к которой было обращено во время первой мировой войны, и хорошо описано у лидера немецких нацистов, политика-популиста Адольфа Гитлера в его автобиографической книге «Майн кампф» (1925), которую недавно с обширным академическим комментарием вновь опубликовали в Германии, чтобы проинформировать будущие поколения об ужасах нацизма. Напомним некоторые сентенции, касающиеся технологии ее распространения: «Для того же, чтобы память масс усвоила хотя бы совершенно простое понятие, нужно повторять его перед массой тысячи и тысячи раз»; «Всякая пропаганда должна быть доступной для массы; её уровень должен исходить из меры понимания, свойственной самым отсталым индивидуумам из числа тех, на кого она хочет воздействовать»; «Как раз в области пропаганды меньше всего можно прислушиваться к эстетам или

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

пресыщенным интеллектуалам: «Всё искусство тут должно заключаться в том, чтобы заставить массу поверить: такой-то факт действительно существует, такая-то необходимость действительно неизбежна, такой-то вывод действительно правилен». Для этого надо исходить «из того правильного расчета, что чем чудовищнее солжешь, тем скорей тебе поверят. [...] Солги только посильней — что-нибудь от твоей лжи да останется» (Гитлер, 1990).

Среди ученых, которые внесли большой вклад в раскрытие механизма политической пропаганды, был Гарольд Лассуэлл, который описал это явление в книге «Техника пропаганды в мировой войне» еще в 1927 г. При этом он использовал метод контент-анализа текстов массовых коммуникаций, для чего проанализировал 6 миллионов слов в периодических изданиях двух сторон военных действий. Он также анализировал символы, которые использовались обоими противниками в пропагандистских сообщениях. Под пропагандой он понимал *«менеджмент коллективных представлений с помощью манипуляций значимыми символами»*. Ученый обнаружил при этом ряд стратегий, которые использовали обе стороны: стратегия разделения врага; стратегия деморализации врага; стратегия обвинения врага в зверствах (Лассуэлл, 1929). Любопытно, что сама техника пропаганды, по мнению Лассуэлла, не может оцениваться с точки зрения этики «хорошо-плохо», поскольку это просто способ воздействия на поведение людей с целью достичь определенного результата.

Еще в 1922 г. другой американский исследователь Уолтер Липпман исследовал механизм создания общественного мнения с помощью СМИ и пришел к выводу, что медиа создают искусственную картину, псевдореальность, которая способна конструировать параллельное мировосприятие, «ложную окружающую среду» с помощью формирования стереотипов (Липпман, 2004, 10). Доступ людей к фактам ограничивают разные виды искусственной цензуры; способы ограничения социальных контактов; сравнительно малое время, затрачиваемое ежедневно на ознакомление с общественными делами; искажения представлений, возникающие, когда изложения событий должны быть сжаты в очень короткие сообщения; трудности, связанные с тем, что сложный мир должен быть отражен в ограниченном лексиконе; и, наконец, страх столкнуться с фактами, которые могут показаться угрозой сложившемуся жизненному укладу. Однако эти выводы Липпмана оспариваются. Одни (Максвелл Макомбс и Дональд Шайо) полагают, что «СМИ не могут указать нам, что думать, они могут только указать *что* нам думать о чем-то» (McCombs and Shaw, 1972). Джон Фиске доказывает, что аудитория СМИ не такая уж пассивная. Активная общественность в состоянии сформировать свою точку зрения на события и навязать свою повестку дня. (Fiske, 1986, 391–408).

3. На самом деле технология формирования политической повестки дня с помощью СМИ имеет сложную механику и серьезные последствия как для общества, так и для государства. Активная общественность ставит вопрос о том, что в условиях представительной демократии никто: ни политики, ни СМИ, ни общество не должны иметь одностороннего влияния на создание политической повестки дня. Другие исследователи, причисляющие себя к реалистам, наблюдающими за современными политическими процессами, полагают, что в современных демократических государствах, в условиях информационных войн, угрозы терроризма, политическая повестка дня представляет собой смесь информации и пропаганды, так называемую «инфоганду» (Kenterelidou), исходящую от правительства и официальных СМИ.

Различают *постановку* повестки дня и *формирование* повестки дня. В первом случае речь идет о влиянии повестки дня, которую устанавливают СМИ на

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

общество, получая информацию от политиков; во втором случае речь идет о некотором взаимовлиянии между СМИ и обществом и их совместным влиянием на государственную политику. В основе большей части исследований повестки дня лежат два базисных предположения относительно роли СМИ: Первое. СМИ не отражают действительность: они фильтруют и формируют её. Второе. Сконцентрированность СМИ на некоторых проблемах и предметах принуждает общественность рассматривать эти проблемы как более важные, нежели другие. При этом существуют в связи с достижениями нейронауки специальные современные техники управления новостями. Известны такие агрессивные по сравнению с брифингами и пресс-конференциями искусные способы продвижения политиками и журналистами информации как *каскадная активация*, *фрейминг*, *прайминг*, *скандал* и т.д. Каскадная активация — продвижение определенного понимания проблем и их решений за счет отторжения других. Все участники процесса действуют в условиях неопределенности и давления, с разным уровнем компетентности и понимания ситуации, исходя из устоявшихся ментальных схем и когнитивных ограничений. Между уровнями циркулирует не всестороннее понимание, а основные факты, упакованные во фреймированные сообщения. Чем ниже уровень, тем в более упрощенном и фрагментированном виде идеи достигают адресата. Фрейминг означает создание рамок, в которых качество коммуникации побуждает людей к тому, чтобы выбрать и принять одно значение слова, отдав ему предпочтение по сравнению с другим. Прайминг – это управление поведением людей в ситуации выбора за счёт предварительной подготовки с помощью рациональных аргументов (Кастельс, 2016).

Различают стратегическую и текущую политическую повестку дня, а также официальную и альтернативную. Против стратегической и официальной повестки дня другими государствами и системной оппозицией ведется постоянная информационная война на ее разрушение и создание новой, выгодной другой стороне и т.д.

Вывод. Явление искажения информации в политике известно давно, но особенность феномена современной «постправды» связано, *во-первых*, с достижениями информационно-коммуникативной революции, предоставивших потребителю множество источников информации, проверить достоверность которых практически невозможно; *во-вторых*, с развитием и закреплением норм свободы слова и печати, что предполагает создание отдельными людьми и социальными группами, разделяющими свою шкалу ценностей и защищающих свою картину миру — собственного информационного пространства и «предмета веры» и откликающихся на «свою» популистскую политическую повестку дня («Правда — это то, во что хотят верить люди»); в-третьих, появлением социальной журналистики, которая уступает профессиональной журналистике в объективности освещения и в проверке фактов; в-четвертых, в связи с ослаблением требований к самим журналистам и СМИ, чья деятельность нередко связана с политической целесообразностью, т.е. подменой журналистики пропагандой или желанием выкатить сенсацию и, в-пятых, сегодня процедура формирования политической повестки дня с помощью СМИ является в связи с интересами тех, кто ее формирует, *полифункциональной*: важнейшей технологией завоевания общественного мнения, показателем качества демократичности политической системы, а также контрпропагандистским оружием в информационных войнах и в борьбе с терроризмом.

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

- Гитлер А. Майн кампф. — М., 1990.
- Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с англ. под науч. ред. А.И. Черных. — М.: Издательский дом ВШЭ, 2016. — 564 с.
- Ласвель Г. Техника пропаганды в мировой войне. — Л.-М.: осударственное издательство; отдел военной литературы, 1929. — 200 с.
- Лилликер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / пер. с англ. С.И. Остнек. — Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. — 297 с.
- Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчуновой. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
- Почепцов Г.Г. Информационные войны. Основы военно-коммуникативных исследований. — М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2000. — 576 с.
- Kenterelidou Clio. Public Political Communication and Media. The case of contemporary Greece. Economist, Communications M.A. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.litres.ru/fil-barden/vzлом-marketinga-nauka-o-tom-pochemu-my-rokurae> (дата обращения 25.08.2016).
- McCombs M. and Shaw D. The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly. 1972. (Agenda setting theory [Электронный ресурс]. — URL: <http://mass.pakgalaxy.com/agenda-setting-theory-maxwell-mccombs-and-donald-l-shaw.html> (дата обращения 25.08.2016).
- Fiske J. Television: Polysemy and popularity//Critical Studies in Media Communication 3-4, 1986. P. 391-408.

Л.В. Томин (Санкт-Петербург)

УСЛОВИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И МЕХАНИЗМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ИДЕОЛОГИИ ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В последние годы дискуссии вокруг популизма снова стали актуальны, особенно после победы Д. Трампа на президентских выборах в Соединенных Штатах Америки и референдума о выходе Великобритании из Европейского Союза. Журналисты и политологи называют популистскими самые разные политические силы в США (Skocpol, Williamson, 2012) и Западной и Восточной Европе (Гидденс, 2015, 49–55). Если проанализировать события и тенденции последних лет, можно коротко обозначить экономические и политические условия, создавшие пространство для успешного функционирования популистских партий и политиков. Популизм интересен для исследователей именно тем, что он является симптомом других менее заметных структурных экономических и политических проблем.

1) Кризис традиционных элит и механизмов демократии. Он обусловлен длительным доминированием неолиберальной технократической модели управления. К. Крауч назвал это «постдемократией», появление и укрепление, которой стало возможно после разрушения баланса сил между трудом и капиталом, достигнутым после Второй мировой войны в рамках welfare state (Крауч, 2010, 35-46).

Большая часть избирателей не доверяет традиционным политическим элитам, особенно в странах, где сложилась партийная система, в которой левые и правые партии и политики не выходят за рамки неолиберальной экономической политики. Эта тенденция только усилилась после экономического кризиса начавшегося в 2008 г., так, например, многие избиратели Б. Обамы видели его новым Ф.Д. Рузвельтом и ждали аналога «нового курса» в экономике (Frank, 2017, 10–12).

Неспособность политических элит многих стран преодолеть последствия экономического кризиса и устранить политические и экономические условия, которые к нему привели, разочаровало, а иногда радикализовало их сторонников. В результате часть избирателей традиционных партий и кандидатов из числа пострадавших от кризиса представителей средних слоев, а так же рабочего класса

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

оказались вполне готовы к восприятию популистской идеологии. В результате стала возможна победа на выборах или резкий рост популярности кандидатов, не принадлежащих к традиционной политической элите, либо демонстративно дистанцирующихся от нее и создающих новые политические силы.

2) Миграционный кризис. Политические элиты США и ЕС в данном случае оказались под огнем критики сразу по двум пунктам, с одной стороны, за непродуманное вмешательство в Ливии и Сирии, с другой — за гуманитарную катастрофу, вызванную дестабилизацией вышеперечисленных государств, которая спровоцировала массовое перемещение людей в сторону ЕС и продемонстрировала неготовность элиты быстро и эффективно реагировать в кризисной ситуации.

После описания предпосылок возникновения популизма необходимо проанализировать механизм его функционирования как идеологии. Еще в начале 2000-х годов вокруг популизма развернулась дискуссия между разными авторами, наиболее интересные подходы к проблеме представлены работами Э. Лаклау (Laclau, 2005) и С. Жижека (Zizek, 2006).

Согласно концепции Э. Лаклау, феномен популизма нельзя отделить от политического как такового. Любое политическое движение, особенно в периоды обострения борьбы за власть, будет иметь популистские черты. Лаклау называет популизм онтологической категорией, т.е. лежащим глубже онтического уровня традиционной экономической, политической и социальной борьбы. В своем анализе Э. Лаклау использует формальные критерии определения популизма, для него важно не само политическое или идеологическое содержание, а его специфическая логика артикуляции. Э. Лаклау считает, что базовой категорией политической борьбы является требование. В ситуации, когда власть не удовлетворяет партикулярные требования различных групп, возникают предпосылки популизма. Популистская артикуляция может быть успешно выстроена, если партикулярные требования различных групп сложатся в цепочку эквиваленции и будет проведена граница между «властью» и «народом». В рамках популистской артикуляции выделяется один партикулярный элемент, который станет пустым означающим, олицетворяющим общие требования (Laclau, 2005, 67–100).

«Народ» как субъект в таких условиях конструируется именно на основе пустых знаков; согласно Лаклау отсюда вытекает размытость популистских требований. В логике популизма обозначение и наполнение основной оппозиции между «мы» и «они» не заданы заранее, они зависят от артикуляции основных проблем. Размытость популистских требований частично компенсируется фигурой лидера. Конструируется образ и противостоящей народу власти. Э. Лаклау утверждает, что одни и те же требования и знаки могут быть артикулированы как левыми, так и правыми политическими движениями. Они являются объектами дискурсивной борьбы.

Основным возражением С. Жижека стало утверждение об антиполитическом характере популизма, в нем присутствует изначальный жест предельного упрощения ситуации или самоослепления, когда при невозможности проанализировать сложное положение в обществе вина за все негативные явления приписываются одному псевдоконкретному врагу. В такой ситуации реальные противоречия смещаются и мистифицируются.

По мнению С. Жижека, популизм экстернализирует внутренний антагонизм, присущий любому обществу, или проецирует объективные социальные проблемы на псевдоконкретного врага, подавление (уничтожение) которого восстановит баланс и справедливость.

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

По нашему мнению, хотя популистские лейтмотивы встречались в идеологии и практике различных левоцентристских и леворадикальных партиях и движениях, популизм как идеология является ситуативной вариацией националистических и консервативных политических сил. Механизм функционирования либидинальной экономики популизма может быть выявлен с помощью различия, предложенного С. Жижекком.

Он выделил два типа идеологии: симптоматический и фетишистский. Симптоматический тип работает следующим образом: субъект полагает, что политическая система (или экономическая) функционирует правильно, обеспечивая соблюдение свободы (или справедливости). Существование неявного институционального механизма, продуцирующего ограничение реальных свобод, каких либо групп (например, женщин) или экономической системы, воспроизводящей несправедливое распределение благ, проявляется в форме симптомов, которые нарушают ложную картину, сигнализируют о наличии проблем в системе в целом. Симптоматический тип идеологии характерен для либерализма. Фетишистский тип функционирует иначе, в нем субъект признает наличие политических (или экономических) проблем, но он не видит в них симптомов структурных противоречий политической (экономической) системы. Субъект проецирует свое недовольство, приписывая вину за все происходящее какой-либо группе (мигрантам в случае ксенофобии, внешним врагам и их «агентам влияния»). При этом реальные политические, экономические противоречия смещаются и мистифицируются. Фетишистский тип идеологии характерен для разных видов правоконсервативных, националистических и популистских идеологических течений.

Возвращаясь к примерам конкретных стран, попытаемся обрисовать, как строится символическая картина мира у популистов разных стран.

Символическая картина мира республиканских правых популистов в США выстроена вокруг противостояния воображаемой «либеральной элите» в политике, СМИ, университетах и массовой культуре. В данной воображаемой конструкции, оказываются связаны между собой: либеральные политики и чиновники и судьи (желающие повысить налоги, лишить права владеть оружием и навязать однополые браки); «либеральные СМИ» (искажающие реальную картину мира и навязывающие ложные ценности); университетские профессора (прививающие молодежи радикальные идеи); деятели массовой культуры, особенно Голливуда (разрушающие нравственность и религию) (Mattson, 2008, 101–116).

Для американского правого популизма характерен антиинтеллектуализм, причем он активно тиражируется не «непросвещенными провинциалами», а это — антиинтеллектуализм в риторике самих правых республиканских политиков и интеллектуалов. По мнению ряда авторов, он стал важным элементом риторики правого крыла Республиканской партии примерно со времен президентства Р. Никсона, был замечен при Р. Рейгане и Дж. Буше-младшем.

Если обратиться к выборам 2008 г. и дальнейшему президентству Б. Обамы, можно вспомнить, что популисты-республиканцы неоднократно указывали, что он — выпускник Гарвардского университета и бывший преподаватель. Так, по отношению к его выступлениям они постоянно употребляли термин «lecturing», используя данный термин в пренебрежительном смысле, противопоставляя «простой трудолюбивый народ» «оторванным от жизни, высокомерным либеральным профессорам и интеллектуалам» (Mattson, 2008, 123–125). Кроме того, по отношению к Б. Обаме они часто использовали термин «celebrity», всячески подчеркивая поддержку его со стороны большинства политически активных деятелей кинематографа и музыкантов. Д. Трамп в идеологии своей предвыборной

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

кампании основную массу критики обратил в сторону вышеописанных врагов республиканских популистов.

Кампания Д. Трампа продемонстрировала, что Твиттер, будучи интегрирован в коммуникативную и идеологическую машину, способен дополнительно усиливать эффект воздействия популистской идеологии через еще более прямую идентификацию политика-популиста и рядового избирателя. Твиттер в силу своего формата очень подходит для распространения популистского типа идеологии, поскольку он создает иллюзию непосредственного обращения политика к избирателю «через голову» политической элиты.

Если взглянуть на ЕС, то проблема популизма до недавнего времени ассоциировалось, прежде всего, с Восточной Европой и, особенно, с Венгрией. В процессе постсоциалистического транзита и сложностей, связанных с существованием на полупериферии капиталистической миросистемы во многих странах Восточной Европы, проявились с разной силой похожие тенденции (Кагарлицкий, 2011, 12–45). Популистские настроения в странах данного региона на политическом уровне артикулируются по-разному, но есть у них и общие элементы.

Первый общий элемент — это политика памяти, она связан с периодом нахождения этих стран в социалистическом лагере. Многие эксперты обсуждали феномен новой волны антикоммунизма в публичном дискурсе, она проявилась в ряде законов (о запрете символики коммунистических режимов и оправдании их преступлений) и сфере символической политики (демонтаж памятников). Подобные явления на наш взгляд — симптом кризиса существующей экономической и политической системы данных стран. Захваченность желанием постоянного очищения от следов прошлого свидетельствует о кризисе или даже тупике, в который попали страны в результате реформ последних десятилетий. Из-за невозможности признания данной ситуации в действие вступает фундаменталистская логика перманентного очищения от прошлого. В символической картине мира популистской идеологии партий и движений в постсоциалистических странах новая экономическая и политическая система под сомнение не ставится, во всем оказываются виновны оставшиеся элементы старой.

Второй общий элемент — включенность в экономический и политический интеграционный проект в качестве полупериферии. В Венгрии при правительстве В. Орбана популистская идеология строится на архаизации идентичности в сторону примордиалистского национализма. Основными врагами в символическом пространстве венгерского популизма выступают «либеральная брюссельская бюрократия» и мигранты. Схожая ситуация складывается в Польше, где главным символическим врагом выступает та же «брюссельская бюрократия», которая по мнению ряда политиков навязывает консервативному большинству страны неприемлемые правила, в основном в сфере прав женщин и меньшинств.

Литература

- Гидденс Э. Непокойный и могущественный континент. Что ждет Европу в будущем? — М: Изд-во «Дело», 2015. — 240 с.
- Кагарлицкий Б.Ю. Реставрация в России. Изд-е 3. — М.: URSS, 2011. — 376 с.
- Крауч К. Постдемократия. — М: Изд-во Высшей Школы Экономики, 2010. — 192 с.
- Лаклау Э. О популизме // Вестник Московского университета. — Серия 12. Политические науки. — 2009. — № 3. — С. 54–68.
- Frank T. Listen liberal: Or what ever happen to the Party of the People? — Metropolitan books, 2016. — 320 p.
- Laclau E. On populist reason. — Verso, 2005. — 276 p.
- Mattson K. Rebels All! A Short History of the Conservative Mind in Postwar America. — Rutgers University Press, 2008. — 192 p.

Skocpol T., Williamson V. The Tea Party and the Remaking of Republican Conservatism. — Oxford University Press. 2012. — 264 p.

Zizek S. Against the Populist Temptation // Critical Inquiry. — 2006. — Vol. 32. — Spring. — N. 3. — P. 551–574.

И.Н. Трофимова (Москва)

ПОПУЛИЗМ В ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ РОССИЯН

Политический популизм имеет различные проявления, но, пожалуй, наиболее заметен в избирательном процессе. Именно в ходе предвыборных кампаний популистские лозунги становятся основным средством коммуникации между политиками и избирателями. Как отмечают исследователи, сегодняшний рост популизма в мире вызван стремлением правящих элит обеспечить себе поддержку населения в условиях все большего расхождения их интересов (Many et al, 2002). Вместе с тем, определение популизма как «болезни» и «патологии» демократии (Canovan, 1999) вряд ли в полной мере применимы к реалиям российского общества, где демократические институты и практики никогда не были устойчивыми. Популизм в России «пришелся ко двору» именно в силу его способности комбинировать различные и часто противоречащие друг другу концепты, которые апеллируют к разным слоям населения (Mudde, Kaltwasser, 2013, 498–499). Подтверждением тому являются итоги парламентских выборов 2016 г., свидетельствующие о поддержке «правлящей» партии, несмотря на отсутствие у нее четкой идеологии и очевидные провалы в социальной и экономической политике.

Гипотезой исследования является предположение, что усиление популистской риторики со стороны власти и распространение популистских настроений в обществе способствовали победе партии «Единая Россия» на парламентских выборах. В качестве эмпирической базы использованы данные общероссийского мониторинга «Динамика социальных трансформаций современной России в социально-экономическом, политическом, социокультурном и этнорелигиозном контекстах», проведенного ИС РАН в 2014–2016 годов. Объем выборочной совокупности составил 4 000 респондентов, репрезентирующей взрослое (от 18 лет и старше) население РФ по параметрам пола, возраста, образования и типа населенного пункта проживания.

Как показали результаты парламентских выборов 2016 г., россияне вполне консолидированно проголосовали за партию «Единая Россия». Согласно официальным итогам, 54% избирателей, принявших участие в выборах, отдали свои голоса кандидатам от этой партии. Парадокс заключается в том, что россияне сделали свой выбор в пользу «правлящей» партии, не доверяя Государственной думе и политическим партиям в целом. В 2016 г. уровень доверия Государственной думе составил 22%, а политическим партиям — 15%. Это самый низкий показатель доверия среди всех публичных институтов. Примечательно, что течение выборной кампании не изменило отношение к ним, свидетельствуя о низком интересе россиян к выборам и участию в политической жизни страны. Это свидетельствует о нарушении самой логики избирательного цикла, в рамках которого должны происходить качественные изменения в политической жизни страны.

Низкий уровень доверия политическим партиям и парламенту отчасти объясняет низкую явку избирателей: она составила около 48%. Однако победа «Единой России» на этом фоне выглядит мало убедительной, тем более, накануне голосования рейтинг партии резко упал. Доля россиян, готовых проголосовать за «Единую Россию» на выборах, уменьшилась с 39% до 31% и с 57 до 50% тех, кто на

ПОЛИТИКА ПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

выборы точно придет и решил, за кого голосует (Левада-Центр, 2016). Объяснение этому парадоксу видится в усилении популистской риторики «Единой России» и распространении популистских настроений в обществе.

Реализацию большинства актуальных лозунгов россияне связывают с «Единой Россией», а несовместимость части этих лозунгов говорит лишь об отсутствии строгой идейно-политической ориентации и низкой идеологической мотивации электората данной партии. Данные опроса свидетельствуют, что за кандидатов от «Единой России» проголосовали как последователи великодержавных (56%) и патриотических (52%) лозунгов, так и сторонники рыночной экономики и сближения со странами Запада (40%) (табл. 1).

Таблица 1. Поддержка политических лозунгов избирателями (% от числа опрошенных)

Лозунги	Сторонники политических партий				
	ЕР	КПРФ	ЛДПР	СР	Яблоко
Сильная держава	56	14	12	4	2
Патриотизм	52	19	9	6	0
Поддержка религиозных и национальных традиций	46	10	4	8	3
Россия для русских	45	8	19	5	1
Социальная справедливость	44	20	13	8	2
Свободы и права человека	44	5	16	6	7
Гражданское общество и местное самоуправление	42	5	15	4	5
Сближение с Западом, рыночная экономика	40	5	14	10	9

Разные общественные слои воспринимают «Единую Россию», прежде всего, как силу, способную воплотить в жизнь их интересы. Такая ситуация позволяет избегать открытого конфликта интересов, замещая его перераспределением интересов в недрах институциональной структуры, скрытно от глаз рядового избирателя. Обратная ее сторона — низкая компетентность и отчуждение граждан от сферы политики. Не случайно всего 12% россиян считают, что имеют возможность влиять на политику государства. Хотя именно конструктивное, осознанное участие в общественно-политической жизни увеличивает лояльность существующему порядку, способствуя легитимности режима и политической стабильности (Алмонд, Верба, 2014, 277–278).

Для большей части наших сограждан голосование на выборах — лишь формальное проявление политической активности, не связанное с дальнейшим контролем над исполнением предвыборных программ и участием в процессе принятия решений, не говоря уже об определении дальнейшего пути развития страны. По результатам опроса в основе выбора избирателей преимущественно следующие мотивы: близость партийной идеологии и программы (34%), лояльность партии президенту В.В. Путину (26%), общественная значимость деятельности партии (25%), традиции голосовать за ту или иную партию (22%). Однако в отношении конкретной партии мотивы выбора существенно различаются (табл. 2).

Мотивом близости идеологии и программы партии больше других руководствовались сторонники КПРФ и не прошедшего в парламент «Яблока» (по 36%), в несколько в меньшей степени — сторонники «Справедливой России» (30%) и ЛДПР (28%). Наименее характерным он оказался для электората «Единой России» (18%). Ведущим мотивом для сторонников «Единой России» оказалась поддержка ею президента Путина (35%). А вот формальные лидеры «Единой России» не вызвали у избирателей особой симпатии (7%). Сторонники КПРФ и «Яблока» также чаще других голосовали по сложившейся традиции, что свидетельствует об относительно устойчивой социальной базе этих партий. Наиболее социально

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

ответственной избирателям показалась «Справедливая Россия». Ее деятельность, по мнению 20% респондентов, отвечает интересам большинства россиян. Симпатией партийному лидеру чаще других руководствовались сторонники ЛДПР (29%), что подтверждает ее характеристику как вождистской партии.

Таблица 2. Мотивы голосования за ту или иную партию (% от числа опрошенных)

	Сторонники политических партий				
	ЕР	КПРФ	ЛДПР	СР	Яблоко
Разделяют идеологию и программу партии	18	36	28	30	36
Партия поддерживает президента В. Путина	35	3	2	4	0
Деятельность партии отвечает интересам большинства россиян	17	18	12	20	7
Всегда голосуют за эту партию	14	26	16	11	27
Нравится лидер партии	7	8	29	15	10
Партия находится в оппозиции к президенту В. Путину	2	5	5	1	18
Голосовали как окружение	3	3	2	4	1
Рекламная компания	1	1	5	16	1
Административное давление	3	0	1	1	0

Тот факт, что мотив близости идеологии и программы партии оказался менее значимым для сторонников «Единой России» по сравнению со сторонниками других партий объясняется не столько их безыдейностью, сколько «всеядностью». Как показывают результаты опроса, идейно-политическая ориентация избирателей «Единой России» наиболее аморфна (табл. 3).

Таблица 3. Идеино-политические ориентации респондентов, проголосовавших за парламентские партии
(% от числа опрошенных)

Ориентации избирателей	Среди всех	Сторонники политических партий			
		Единая Россия	КПРФ	ЛДПР	Справедливая Россия
Либералы	10	9	4	28	7
Националисты, национал-патриоты	5	9	10	15	12
Социал-демократы, социалисты	12	14	3	11	23
Консерваторы	6	13	6	6	19
Коммунисты	13	4	61	3	5
Центристы	3	19	5	3	12
Анархисты	1	5	0	21	0
Иные	1	13	4	5	9
Отсутствует	49	14	7	8	13

Верность идеалам в большей степени свойственна электорату КПРФ: 61% проголосовавших за эту партию считают себя приверженцами коммунистической идеологии. С некоторой натяжкой партию «Справедливая Россия» можно назвать оплотом социал-демократов, а ЛДПР – либералов. Примечательно, что 21% сторонников ЛДПР причисляют себя к анархистам, хотя большая часть пришедших на выборы анархистов (40%) поступили так, как, видимо, подсказывали их идеалы — испортили бюллетени. На этом фоне электорат «Единой России» отличился отсутствием выраженной идеологической приверженности. Партию почти в равной степени поддерживают центристы (19%), социал-демократы (14%), консерваторы (13%), либералы и националисты (по 9%), сторонники иных идейных течений, а также «безыдейные».

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

На фоне смешанных ориентаций электората «Единой России» примечательна идейная приверженность сторонников и оппонентов действующего президента. В отношении к деятельности Путина на посту президента РФ идейно-политическая составляющая занимает около 50%. Причем приверженцы коммунистических и социал-демократических (социалистических) взглядов одновременно находятся как среди его сторонников, так и оппонентов, а либералы – преимущественно среди оппонентов.

То, что среди электората «Единой России» доля «безыдейных» составила 14%, а среди сторонников Путина — около 50%, конкретизирует вывод о различии в восприятии «Единой России» и ее неформального лидера. Если партия воспринимается все-таки как часть политического пространства, то фигура действующего президента в известной степени возвышается над партией и над политикой в целом. Достаточно красноречиво на эту тему высказался премьер-министр Д.А. Медведев в ходе XVI съезда партии в январе 2017 г., заявив: «Единая Россия» — это главный политический ресурс президента нашей страны (Единая Россия).

Поддержка россиянами «Единой России» резко контрастирует с их скептической оценкой итогов парламентских выборов. Результаты опроса показывают: только 25% респондентов считают, что после выборов в Госдуму страна будет успешно развиваться и жизнь улучшится; еще 11% ожидают наступления более трудных времен; 15% затруднились ответить, а основная масса (50%) полагают, что ничего принципиально не изменится. В части изменений в общественно-политической жизни страны большинство респондентов оценивают их как маловероятные и практически не возможные. Наиболее вероятным следствием состоявшихся выборов респонденты считают смену поколений политиков, появление новых молодых политических лидеров (38%), а наименее вероятной – перспективу демократизации общества, расширения гражданских прав и свобод (27%). При этом возможность повышения уровня доверия к власти и роста ее авторитета отметили 30% респондентов, а практическую невозможность этого — 12%.

Таким образом, в политическом пространстве России существуют разные способы идейно-партийной и ценностной идентификации, различаясь по степени своей устойчивости, выраженности и характеру взаимодействия отдельных ее компонентов, которые могут органично сочетаться, дополнять или противоречить друг другу. Именно это многообразие позволяет политической элите комбинировать различные идеи и концепты, которые апеллируют к разным слоям населения.

Популистская риторика и распространение популистских настроений в обществе способствовали победе партии «Единая Россия» на парламентских выборах. Административный ресурс и, по сути, государственный статус этой партии позволяет россиянам воспринимать ее как единственную политическую силу, обладающую материальными и финансовыми ресурсами для воплощения в жизнь интересов различных слоев общества. Однако победа «Единой России», отнюдь не ассоциируется с успешным развитием страны, о чем говорят скептические оценки результатов выборов.

Литература

- Алмонд Г., Верба С. Гражданская культура. Политические установки и демократия в пяти странах. — М.: Мысль, 2014. — 500 с.
- Единая Россия. Официальный сайт партии [Электронный ресурс]. — URL: <http://er.ru/news/150900/> (дата обращения 25.01. 2017).
- Левада-Центр. Готовность голосовать и предвыборные рейтинги [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.levada.ru/2016/09/01/gotovnost-golosovat-i-predvybornye-rejtingi/> (дата обращения 25.08.2017).

- Canovan M. Trust the People! Populism and the Two Faces of Democracy // Political Studies. — 1999. — № 47 (1). — P. 2–16.
- Many Y. et al. (ed.) Democratic and the Populist Challenge. — N.-Y.: Palgrave MacMillan, 2002. — 272 p.
- Mudde C., Kaltwasser C.R. Populism // The Oxford Handbook of Political Ideologies / M. Freeden et al. eds. — Oxford: OUP, 2013. — P. 493–512.

Г.Л. Тульчинский (Санкт-Петербург)
РАДОСТЬ/ПЕЧАЛЬ УЗНАВАНИЯ ПОЗИТИВИЗМОМ «ПОСТПРАВДЫ»
И ВОЗМОЖНОСТИ ЕЕ ФИЛЬТРАЦИИ

Тематика «постправды» (точнее – постистины, post-truth) вызывает к актуальнейшим проблемам манипулирования общественным сознанием, выход на передний план технологий политического маркетинга, опирающегося на возможности Big Data, и детализированную кластеризацию политического рынка. Именно такие технологии политической коммуникации, как это показывают события последних двух лет, открыли широкие окна возможностей для популизма. При этом сам термин «постправда» лукав, это — околонучный фейк, уводящий от сути дела к поверхностным проявлениям. Что понятно и допустимо в публицистике, блогосфере, не всегда оправдано в науке, включая политическую. «Чистой правды (истины)» (если отвлечься от теологических трактовок) нет и никогда не было, хотя бы в силу недоступности всей полноты знания. Даже в естествознании верификация данных зависит от интерпретаций, заложенных в самом языке описания, определяется используемыми методами и инструментами.

Так и в социальных науках исследуется скорее «правда+» и «правда–». В первом случае это — факт с добавками, упакованный в оценку, интерпретацию и т.д. Или к факту добавляются еще другие факты, с ним не связанные, но придающие иное звучание. Или комбинация факта и фрагмента художественного фильма, упоминание известного литературного героя, персонажа. Во втором случае — факт с изъятиями, умолчаниями деталей. Но в обоих случаях это не «пост», а скорее «мета» и «пре». А по сути дела, это — мнения, некие смыслы, которые можно и нужно далее анализировать на предмет соотнесения с целями, намерениями, установками, исходными и доминирующими установками.

Думается, что в дискурсе «постправды» проявляются две тенденции. Во-первых, это очевидный кризис позитивистской ориентации в политической науке, осознание необходимости учета зависимости интерпретации фактов, самой их идентификации от социально-культурного и политического контекста. Во-вторых, это, очевидно, дань популярности префикса «пост-» (постмодерн, постмодернизм, постгуманизм, посттекуляризм и т.п.). Однако обе эти тенденции микшируют реальную проблему и необходимость конструктивного анализа используемых технологий и противостояния им. А такой анализ предполагает выявление, не только содержания транслируемой информации и способов этой трансляции, но и мотивации авторов этого контента. Дело в том, что истина интенциональна, всегда в каком-то смысле. У каждого человека «правда» ориентирована на соответствие его внутреннему осознанному/подсознательному образу. И такой образ изначально не может быть ложным. «Невозможно заставить себя верить во что-то, одновременно зная, что это ложь. Поэтому самообман не может существовать. Попытки разрешить парадокс, как обманщику обмануть себя, не имели успеха. Эти попытки обычно включали создание разделенного себя, рассматривая одного из них неосознающим» (Bandura, 2011).

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Подсознательный образ — это всегда улучшенная модель. В ее основе отношение фаната к футбольной команде, к бренду, к любимой девушке, к детям... Такой образ — теоретический концепт — движущая сила любой науки, критерием которой, как было показано К. Поппером, является фальсификация упаковки неточных фактов в неточную теорию. А в социально-политической жизни правда на ином уровне рассмотрения способна предстать своей противоположностью. Убийство есть преступление, грех. Убийца — преступник. Добавляем «за Отечество» — и это уже герой. Убийство за чужое отечество — злодейство, за свое — подвиг, а убийца 100 000 человек — герой и маршал... Не менее важны образование и кругозор. И это касается не только знания истории, но и географии, физики. Даже после средней школы у людей существенно разные представления о мире и обществе.

Представления о правде формируются в социальной коммуникации, являются ее продуктом, формируя смысловую картину мира, свойственную данному социуму, сообществу. Факторы возникновения и проявления фейков достаточно разнообразны. Некоторые в той или иной степени использовались в политической коммуникации всегда: пропаганда, осмеяние, дезинформация, прямой обман и другие хорошо известные формы манипулирования. Но некоторые факторы связаны именно с возможностями цифровых информационных технологий. Мир устной и письменной коммуникации соотносился с реальностью посредством описания ситуаций, апеллирующих к непосредственному опыту личности, вызывая соответствующие ассоциации. Фильтром достоверности выступал сам человек, его окружение. С возникновением печати добавился авторитет автора, издателя, а потом и журналиста. Появление кино, ТВ и экранной культуры добавило наглядной убедительности в формировании смысловой картины мира. Именно фильмы, а потом и сериалы стали первичным фоном, средством и критерием осмысления реальности. На этом и основаны возможности кино и телепропаганды, используемые до сих пор.

Однако возникновение электронных социальных сетей, блогосферы радикально изменило ситуацию. И не только потому, что возросло количество информации, изменилось само ее качество. Каждый блогер, каждый пользователь вносит свой контент, свое понимание и свою правду. Если редакции, цензура фильтровали информацию на предмет соответствия принятой или доминирующей картине мира, то теперь такой фильтр на выходе информации практически отсутствует. Современного автора информации интересует не соответствие реальности, а соответствие поставленной перед ним задачи воздействия. А перед троллями, заполонившими мировую сеть, зачастую ставятся вполне конкретные политические и бизнес-задачи провокации, диффамации, в лучшем случае — задачи отвлечения внимания от сути обсуждаемого.

Арсенал технологий дезинформирующей «постправды» достаточно широк: адекватный контент в неадекватном контексте (в духе вертолетной атаки в фильме Стоуна о Путине); ссылки на псевдоисточники; ложная, но яркая поданная информация; «скорректированная» реальная информация; осмеяние; несоответствие заголовков материалов их содержанию... Эти приемы хорошо известны в рекламе, пропаганде. Поэтому фейки пришли в очень подготовленный для них мир. В этом плане, фермы троллей, ботов и политические ток-шоу решают одну и ту же задачу — рассказывают о фейковой жизни — событиях, не имеющих отношения к непосредственной жизни людей. Но в этом и состоит их роль — отвлечь от реальных насущных проблем, вытеснив из сознания эти проблемы

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

информационным спамом, тем самым, формируя мотивацию к решению фейковых проблем, а в результате — формируя фейковую реальность.

Важно и то, что фейк выражает преимущественно информацию негативного характера: отрицательные факты вызывают больший интерес, чем позитивные — хотя бы в силу безопасности как базовой ценности социогенеза. Поэтому фейковая постправда в немалой степени способствует нагнетанию атмосферы аларма и хорроризации (Тульчинский, 2016).

Ситуация усугубляется возможностями роботизации и алгоритмизации коммуникативных процессов и практик. Начинается это с элементарного — с работы поисковых систем, когда пользователь редко доходит до сотой ссылки, ограничиваясь ссылками на первой странице, что только закрепляет лидирующее место этих ссылок для последующих пользователей. А изначальный интерес обеспечивается указанными выше факторами, выводя на первые позиции именно фейковый контент. При этом алгоритмизация формирования, подачи и оценки информации вывела в сеть тысячи и тысячи ботов, которые порождают сегодня 60% трафика онлайн. И жаловаться, предъявлять претензии в этом случае не на кого и некому. Кроме того, если в традиционном обществе люди полагались на авторитет жрецов, священников, как представителей и интерпретаторов высшей воли, если в обществе модерна они приучались опираться на собственное мнение, то маркетинг с опорой на Big Data смещает авторитетность. Влияние переходит к системам и алгоритмам обработки данных, которые, знают нас и о нас больше и лучше, чем мы сами. Именно на этом строится теория и технология «подталкивания» (nudge), регулируемого поведения в коммерческом и политическом маркетинге (Талер, Санстейн, 2016).

Обилие информации и интерпретаций затрагивает не только новости, но историческое прошлое. Раньше на выстраивание исторической памяти, культурной идентичности оказывали влияние наука, образование и искусство, теперь первенство перешло к медиа, транслирующим не только научные, но и квази- и пара-научные смыслы. И, как показала дискуссия вокруг диссертации министра культуры В. Мединского, в категорию «постправды» попадают не только искусство, но и сама наука. И это деструктивно. Современные технологии дают исключительные возможности контроля информационного потока, манипулирования им, а «наличие большого числа дезинформированных людей в обществе является абсолютно разрушительным...» (Gray, 2017). Эта тенденция чревата стрессами и конфликтами. Не стоит забывать, что конфликты (в том числе, международные) вызревают сначала в головах и коммуникации. И если раньше кризисы были обусловлены недостаточностью информации, то в информационном обществе кризис сопровождается (а часто и вызывается) переизбытком информации, транслируемой медиа. В этой ситуации ответственность за отбор и критерии достоверности сместились от источника к адресату, реципиенту, который к этому не готов или даже просто не хочет этим заморачиваться.

Так или иначе, но «постправда» является неизбежным следствием маркетингового подхода в коммуникации: рассказывать не о своих семенах, а о газоне аудитории. А на «газонах» общества массового потребления растут фобии, тревоги, страхи перед будущим, боязнь потерять настоящее. Именно этим ожиданиям и отвечает контент современных медиа, и традиционных, и сетевых. Но важно и то, что маркетинг является не только технологией разработки и реализации политических проектов, но и инструментом анализа, позволяет выявлять проектное содержание происходящего.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Постправда — вполне обыденное и древнее явление человеческой жизни. Если даже отвлечься от того, что искажение информации и даже обман — главное условие выживания и эволюции (Trivers, 2011), то способность создавать фикции и верить им — уникальная особенность человека как вида. Если животные используют коммуникацию, чтобы соответствовать реальности, то человек использует коммуникацию, чтобы создавать новые реальности: деньги, технические системы, протезирование и т.д. Более того, людей не смущает когнитивный диссонанс, они верят в противоречивые вещи: во всемогущего и доброжелательного Бога, допускающего страдание, в свободу воли (в праве и морали) и причинно-следственный детерминизм (в медицине) (Харари, 2016).

Если же вернуться к постправде и политике, то последняя есть широкое поле применения первой. Говорить так, что даже в одном предложении утверждались противоположные позиции — это не только о Д.Трампе. Поэтому преодоление манипулирования и стрессов, разрешение конфликтов предполагает стереометричное и даже стереоскопичное восприятие информации, возможно, нелинейную культуру получения и формирования более полной картины происходящего и его осмысления. И формирование такой культуры еще только начинается.

Литература

Талер Р., Санстейн К. Nudge: Архитектура выбора. Как улучшить наши решения о здоровье, благосостоянии и счастье. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. — 240 с.

Тульчинский Г.Л. Хоррор как компонент современной культуры // Террор и культура. — СПб.: Изд-во СПбГУ, 2016. — С. 74–80.

Харари Ю. H Sapiens. Краткая история человечества. — М.: Синдбад, 2016. — 520 с.

Bandura A. Self-deception: A paradox revisited // Behavioral and brain sciences. — 2011. — Vol. 34. — N 1. — P.

Gray R. Lies, propaganda and fake news: a challenge for our age [Электронный ресурс]. — URL: www.bbc.com/future/story/20170301-lies-propaganda-and-fake-news-a-grand-challenge-of-our-age (дата обращения 1.09.2017).

Trivers R. The Folly of Fools. The Logic of Deceit and Self-deception in Human Life. — N.Y.: Basic Books, 2011. — 397 p.

Д.А. Ульянова (Санкт-Петербург)

ФЕНОМЕН ПОСТПРАВДЫ В ПОЛИТИКЕ ПОДДЕРЖКИ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА: ПРАВОВОЙ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Тезис о поддержке малых предприятий все чаще звучит в политическом дискурсе. Обусловлен данный факт рядом изменений в экономической жизни страны и необходимостью политического реагирования на данные изменения. Одним из основных вопросов исследования стал тезис, является ли преобразование дискурса по данной проблематике феноменом постправды. Феномен постправды имеет место, когда политические лозунги и программы становятся менее значимыми, на первый план выходит обращение к эмоциям и личным убеждениям (Поллыева, 2017, 112). На фоне наращивания влияния роли СМИ, где все чаще косвенно звучит призыв к патриотическим настроениям, данная тема видится особенно актуальной.

В данном контексте видится наиболее важным и значимым следующий тезис. Изменение государственной риторики вследствие экономического кризиса, обусловленное необходимостью поддержки государственной политики, (что и явилось основанием трансформации), лежит в основе искажения информационного поля. Или же данному направлению действительно уделяется повышенное

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

внимание и принимаются политические решения в связи с необходимостью его развития, транслируемая информация не искажается в интересах заинтересованных групп. Озвученные выше исследовательские вопросы легли в основу данного исследования. Для ответа на них необходимо было проанализировать политический дискурс и закрепленные политические решения, а также эволюцию информационного поля по теме поддержки российских производителей и российского бизнеса.

В логике развития и трансформации информационного поля были выделены следующие ключевые слова: российский производитель, малый и средний бизнес (МСБ), поддержка российского производителя и МСБ. Необходимо было проследить эволюцию изменений дискурса о поддержке данных категорий. Для анализа был выбран качественный контент-анализ, где было необходимо проанализировать структуру медиа пространства и новостных сообщений, а также взаимоотношения федеральных СМИ, интернет-источников, газет по структуре транслируемых сообщений. Одним из основных выводов послужил тезис о смене экономических аргументов, политическими лозунгами об отсутствии вреда санкций для российской экономики, и небывалым ростом российской производительности. Таким образом, требования отдельных групп о помощи предпринимателям для развития и транслируемый положительный результат в связи с введением политики «импортозамещения» явились основой для оправдания политики ответных санкций. Также необходимо отметить наличие настроений, оправдывающих нынешнее экономическое положение. Призыв к поддержке и гордости за определенные успехи (сбор небывалого урожая зерна, спуск на воду уникальной подлодки) заставляет думать об экономическом росте, информация об отставании и проблемных моментах не затрагивается на официальных СМИ. Наличие конструируемого образа «внешнего врага» в лице Запада также способствует укреплению патриотических настроений, поддержке и принятию лозунгов без аргументации и подтверждения.

Реальные нормативно-правовые изменения в направлении поддержки российских производителей и малого и среднего бизнеса показали исключительно общий подход, а не отраслевой и целевой. В части исследования, где необходимо было выявить основных акторов, транслирующих интересы малого и среднего бизнеса, и проанализировать их инициативы, были сделаны выводы о недостаточном закреплении и общем характере инициатив, другими словами, отсутствует четкое понимание требований отраслей, следовательно, их нормативно-правовое закрепление. В данном случае можно привести пример поддержки экспорта в общем, но отсутствие инфраструктуры для организации экспортных поставок.

Выявив и проанализировав тезисы по теме поддержки российского производителя и малого и среднего бизнеса, на данном этапе проведенного исследования, можно озвучить также следующие выводы. По мнению экспертов, адаптация России к новым экономическим условиям происходит достаточно болезненно; нельзя отрицать и факт безусловного развития, например аграрного сектора, где происходит усиление конкурентных позиций производителей, происходит увеличение производства отдельных категорий продовольственных товаров, но на общем фоне резкого роста инфляции, падения реальных доходов, тезис об исключительно положительном эффекте в медиа пространстве не является достоверным, данный факт дает право считать использование термина «импортозамещения» в исключительно положительном ключе злоупотреблением и феноменом «постправды». Развитие отдельных категорий выдается как развитие экономики в целом.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Следующий тезис об ущербе ответных санкций для ЕС и его использование в качестве аргумента и поддержания патриотических настроений для поддержки настоящего политического курса также является феноменом «постправды». В реальном времени транслируемая с официальных телевизионных ресурсов информация о вреде эмбарго для экспорта является мифом; в 2016 г. объем вырос на 1,3%.

Необходимо отметить, что происходит искажение информационного поля в части предоставления информации о положительном влиянии санкций на российский бизнес, новостные ресурсы, освещая тему, не разделяют малый бизнес и крупный. Если экспертное сообщество отмечает наличие и положительных тенденций для крупных предприятий, то для малого бизнеса тезис об увеличении возможностей не является достоверным. Данный феномен связан с количеством торговых площадей, которое уменьшается. Таким образом малый бизнес с количеством производимого товара не может зайти в сети, может выйти на более мелкие торговые площадки в связи с их отсутствием.

Выводы на данном этапе показывают наличие эмоционального компонента (на уровне федеральных каналов коммуникации), способствующих укреплению патриотических настроений, влияющих на поддержку государственного курса, в том числе в части развития российского бизнеса.

Литература

Бокаев А.В. Местное самоуправление и малый бизнес // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2011. — № 3. — С. 3.

Галлямов Р.Р., Горбунова Г.Д. Межсубъектное социальное партнерство как фактор развития гражданского общества // Вестник ВЭГУ. — 2014. — № 2 (37). — С. 18–22.

Горный М.Б. Взаимодействие некоммерческих организаций и органов власти: сравнительный анализ законодательства // Журнал исследований социальной. — 2011. — Т. 9. — № 2. — С. 219–232.

Лабутина В.В. Лексические средства миромоделирования в post-truth дискурсе // Вестник Самарского университета. История, педагогика, филология. — 2017. — Т. 3. — № 1-2. — С. 96–100.

Никовская Л.И., Якимец В.Н. Публичная политика в регионах России: типы, субъекты, институты и современные вызовы // Лики российской власти. — 2010. — С. 80–96.

Оценка эффективности Программы поддержки МСП МЭР. KPMG [Электронный ресурс]. — URL: http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/MSP_1r.pdf (дата обращения 15.03.2016).

Павроз А.В. Группы интересов и лоббизм в политике. — СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та. — 2006. — С. 87.

Полльева Д. Постправда: вопросов больше, чем ответов // Современная Европа. — 2017. — № 1. — С. 111–116.

Проект «Экспортный потенциал России» ТПП РФ и партнеры. [Электронный ресурс]. — URL: http://tpprf.ru/ru/business/infoam_dpu/positioncci_dpu/ (дата обращения 15.03.2017).

Российский союз промышленности и предпринимателей. Новости [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.rspp.ru/news> (дата обращения 15.03.2017).

Троицкая Е.А. Административная реформа в современной России в контексте концепции нового государственного менеджмента: диссертация... канд. наук. — Пермь, 2011. — 243 с.

Филимонов А. Навстречу малому бизнесу: налоговые каникулы и патенты для самозанятых // Гарант.ру [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.garant.ru/article/588135/> (дата обращения 15.03.2017).

Н.А. Филиппова (Сургут)

ПОПУЛИЗМ: ФУНКЦИИ В КОНТЕКСТЕ МОДЕРНИЗАЦИИ ОБЩЕСТВ

Современные взгляды на популизм настолько разнообразны, что объединить их можно лишь тезисом об амбивалентности этого явления. Популизм не просто

ПОЛИТИКА ПРАВОРАДИКАЛЬНЫХ ДВИЖЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

объединяет различные политические практики (режимы, стили политического лидерства, партии и движения), но подчас противоположные политические программы. Популизм может быть правым (современные праворадикальные популистские партии в Австрии, Португалии, Франции и др.), но может быть и левым, социал-демократическим (Германия, Греция, Исландия, государства Восточной Европы) (Вайнштейн, 2013, 24–33). Как правило, он выступает как антагонист либерализма и системных идеологий, но также может быть союзником либеральных преобразований («вторая волна» популизма в Аргентине, Перу, Венесуэле и др. (Варенцова, 2014, 58). «В одной только Латинской Америке спектр популистских движений простирается от марксистски ориентированной “государственной” Партии институционализированной революции (PRI) в Мексике до христианско-демократических сил в Перу, Венесуэле или же в Чили», — замечает Франк Декер (Декер, 2004, 58). Популизм объединяет как реформаторские, так и революционные (насильственные) программы политического действия; он может быть и системным, и радикальным. Доктрина популизма становилась идеологией модернизации для государств догоняющего развития (Сунь Ят-Сен, популистские программы в государствах Латинской Америки) и альтернативной программой развития постиндустриальных обществ. Общая черта современного популизма на Западе — «его направленность против последствий модернизации, причем недовольство может быть направлено как против господствующих элит, так и против системы в целом» (Декер, 2004, 62).

Как справедливо резюмирует Ф. Декер, «амбивалентность является программным свойством популизма» (Декер, 2004, 60). Обозначенная особенность популизма требует его характеристики не столько с учетом содержания конкретных действий или идей, сколько с учетом той функции, которая им реализуется. Так, исследуя популизм как модель политического действия, У. Бек и Д.А. Ланко усматривают общее свойство всех популистских практик в нарушении существующих политических табу (Ланко, 2009, 215). Однако в таком случае понятие популизма оказывается недопустимо широким: отнюдь не всякое озвучивание табуированных тем свидетельствует о популизме политика. Функция популизма проступает более отчетливо, если рассматривать его не как разновидность партийно-политической стратегии, но как публичное (социальное) действие.

В самом деле, популизм возникает в ситуации модернизации обществ. Хотя этическое «измерение» модернизации может быть разным. Для афро-азиатского популизма целью был поиск «своего» пути модернизации (Ф. Фанон), три этапа в развитии латиноамериканского популизма — это также три последовательно сменяющие друг друга стратегии модернизации в условиях догоняющего развития. Для северо-американского популизма XX века и нового популизма Европы это негативное отношение к издержкам модернизации. И оно тоже может быть разным: от антиглобализма и апологии национальной (либеральной) идентичности (государства Западной Европы) до социал-демократической критики этапа либеральной модернизации экономики и государства (что характерно для государств Восточной Европы).

Тем не менее, общим для популистских практик остается контекст «недостаточной политической репрезентации» (Декер, 2004, 62). Это может быть обусловлено неэффективностью представительства в парламентах или местных советах, вызванной миграционными процессами, бюрократизмом партийной и избирательной систем или кризисом суверенитета в условиях глобализации, но также может быть обусловлено историческим дефицитом социальных практик либеральной (представительной) демократии. Последнее характерно для государств Латинской

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Америки и, в той или иной степени, — для новых государств развивающейся демократии. Делегативная демократия — обязательная составная часть популистских практик в этих регионах.

Итак, «призрак популизма» появляется там и постольку, где и поскольку имеется сочетание двух факторов: 1) модернизации как основного вызова сообществу (неважно, речь идет о потребности в модернизации или о реакции на ее негативные последствия); 2) дефектов системы публичного представительства (включая сюда все ее элементы, в том числе такой элемент как партийная система).

Каждый из этих факторов предопределяет содержание популизма как политической доктрины и системы политического действия. Обобщенно функции популизма таковы: политическая мобилизация сообщества в целом, формирование нации как одного (тотального) субъекта действия в ситуации ожидаемой (проводимой, реализованной) модернизации. При этом практика популизма выступает в качестве мнимой или реальной альтернативы партийному и парламентскому представительству, так как именно система публичного представительства представляет собой «классический» механизм формирования нации как субъекта права и публичной политики, который популисты подвергают сомнению и стремятся ревизовать.

Обозначенные функции популизма объясняют его многие парадоксальные особенности.

В самом деле, обеспечивая вовлечение новых социальных слоев в различные формы гражданской активности, популизм становится фактором политизации сообществ. Отсюда — стремление увидеть в нем императивный признак политического действия (Laclau, 2005, 32–50). Как подчеркивает Л.В. Томин, «в теории Э. Лаклау популизм является аффектом, составляющим ядро политического как такового. Популизм в подобной интерпретации — единственная возможность артикулировать значимые общественные противоречия в постполитическом мире неолиберального консенсуса» (Томин, 2015, 36). Характерно, что именно этот взгляд на природу популизма типичен при исследовании государств, переживающих радикальные демократические изменения в настоящем или недавнем прошлом. Так, М.Н. Демьяненко полагает, что «популистское общественное сознание — это особый демократический компонент политической культуры, сущностью которого является стремление широких народных масс к реальному, непосредственному участию в политическом процессе» (Демьяненко, 2013, 93).

Логичный в таком ценностном контексте антиэлитизм проявляется в типичных практиках популизма, это: формирование широких общественных движений, а не партий, либо «антипартийных парий», вождизм, апелляция к здравому смыслу, обращение к «простому народу», обсуждение таких тем, которые системными политиками публично не обсуждаются, мифологизация политических задач.

Однако более широкий исторический обзор эволюции популизма корректирует оценку популизма как механизма вовлечения граждан в политический процесс. Популизм обеспечивает не всякое политическое участие, но лишь такое, которое соотнесено с главным вектором — модернизацией общества. Поэтому он может выступать инструментом манипулирования, использования гражданской активности в целях, не совпадающих с провозглашаемыми. Такую логику развития демонстрирует вторая волна популизма в Латинской Америке. «В Аргентине, Перу и Венесуэле под давлением кредиторов и международных финансовых организаций политические лидеры, пришедшие к власти с обещанием продолжения курса импортозамещающей индустриализации, были вынуждены сделать резкий разворот в сторону неолиберальных реформ, негативно воспринятый населением» (Варенцова,

2014, 155). Описанная практика была столь узнаваема, что даже получила свое название: «замани и измени курс» (*bait-and-switch*).

Существенное отличие политического участия, обеспечиваемого популизмом, от его либерального аналога (подчеркнем, что «гражданское участие» — ключевая категория либеральной концепции публичного представительства) заключается в консервировании фетишистской политической идеологии. Вместо политической дискуссии и поиска компромисса предлагается логика «борьбы с врагом». Вместо различия между народом и нацией как различными субъектами публичной политики (что свойственно для системных идеологий) популизм настаивает на их фактическом тождестве. Рациональное определение нации для популистской доктрины остается неразрешимой загадкой, своеобразной «квадратурой круга»; понятие «нации», в конце концов, мифологизируется популизмом. Вместо реформирования политической и экономической систем популизм нередко обеспечивает их воспроизводство за счет смены политических лидеров, так как усматривает проблему не в институтах, а в персонах или социальных группах. «Персонификация системных проблем — верный признак популистской логики» (Томин, 2015, 40). Таким образом, популизм способен выполнять и охранительные функции, мобилизуя для этих задач не организованные социальные группы. При этом история знает примеры, когда популизм становится даже фактором демонтажа либеральных институтов и архаизации политических систем. В частности, «третья волна» популизма в государствах Латинской Америки, стала периодом установления левопопулистских режимов. Алгоритм реформ в этом случае таков: «левые популисты экстренно созывают Конституционное собрание (даже если эта процедура не прописана в действующей конституции, как это было в Венесуэле в 1999 г.), переписывают конституцию, меняют избирательную систему, попутно распускают Конгресс и Верховный суд и «наполняют» их сторонниками режима» (Варенцова, 2014, 157). Применительно к Венесуэле политика упрощения политических институтов выразилась также в фактическом демонтаже федеративных отношений и отказе от двухпалатного парламента.

Итак, функции популизма в контексте модернизации также оказываются амбивалентными: он может как поспособствовать институциональному обновлению, так и противодействовать ей; а в исключительных случаях даже привести к разрушению институциональных основ конституционного государства. Следовательно, природа популизма в современных (в том числе, переходных) обществах заключается в том, чтобы выступать в качестве альтернативы системе публичного представительства. Последняя, повторимся, также основывается на аксиоме гражданского участия, но не рассматривает народ в качестве единственного дееспособного участника политического процесса. Элита (в том числе такая ее разновидность как бюрократия) — столь же важный участник; в этом смысле конфликт интересов — норма, требующая выстраивания и совершенствования институтов публичного представительства, только и способных обеспечить социальный компромисс.

Сказанное не исключает возможности интеграции популистских партий в существующую систему публичного представительства, поглощения и «переваривания» популизма институтами политической репрезентации (Аргентина, Бразилия); но столь же вероятна деградация популизма (в качестве правящей партии и гегемона политического режима) в направлении авторитаризма. Неопределенность политических последствий — главный дефект популизма, в силу чего он не может рассматриваться в качестве стратегической альтернативы представительной демократии.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

- Вайнштейн Г. Популизм в современной Европе: новые тенденции // Мировая экономика и международные отношения. — 2013. — № 12. — С. 24–33.
- Варенцова О.Б. Три волны популизма в Латинской Америке // Вестник МГИМО университета. — 2014. — № 6. — С. 153–160.
- Декер Ф. Популизм как вызов либеральной демократии // Актуальные проблемы Европы. — 2004. — № 2. — С. 56–73.
- Демьяненко М.Н. Популизм в демократическом обществе: особенности использования и восприятия // Вестник Киевского национального университета. Философия. Политология. — 2013. — № 113. — С. 93–96.
- Ланко Д.А. Популизм и политическое участие: уличные беспорядки в странах Балтийского региона 2007–2009 гг. // Политическая экспертиза: ПОЛИЭКС. — 2009. — Т. 5. — № 2. — С. 209–230.
- Томин Л.В. Идеология популизма в политическом процессе Украины // Вестник ТГУ. — 2015. — Вып. 3. С. 35–41.
- Laclau E. Populism: What's in a Name? // Populism and the mirror of democracy / ed. F. Panizza. — L. — N.Y.: Verso, 2005. — P. 32–50.

М.В. Харкевич (Москва)

ПОСТПРАВДА КАК ПОЛИТИЧЕСКАЯ АРХАИКА 2.0: КЕЙС ПУБЛИЧНОЙ ДИПЛОМАТИИ⁷

Существует проблема концептуализации политики постправды (Чугров, 2017), в результате чего в литературе изобилуют спекуляции на данную тему и ощущается дефицит строгого научного анализа. Можно привести, как минимум, два альтернативных объяснения постправды, существующие в научной литературе. С одной стороны, постправду связывают как правило с усилением влияния социальных сетей на общественный дискурс, что выразилось в переносе особенностей коммуникации в социальных сетях на публичную коммуникацию, которую до этого определяла преимущественно журналистика, ей предшествовала литература и в конечном счете Библия, если вести отсчет развития данной тенденции от Средних веков (Viner, 2016). С другой стороны, появление постправды связывают с тем, что Интернет добрался до социальной «глубинки», им стали активно пользоваться не только продвинутая молодёжь, но и малообразованные консервативно настроенные слои общества. Постправда как раз и является особенностью их коммуникации, благодаря Интернету она усилилась и распространилась глобально.

Данные объяснения концептуализируют проблему через выявление ее причин. Однако о самой проблеме они практически ничего не говорят. В данной работе предлагается конститутивная теория политики постправды, а именно политику постправды предлагается рассматривать в рамках бинарной оппозиции Модерн vs. Архаика как целенаправленное искажение идеального коммуникативного акта, который по Хабермасу находится в основании Модерна (Хабермас, 1992). В этом случае она становится противоположностью Модерну, т.е. архаикой, а, следовательно, для прояснения значения и выявления специфики этой политики ее можно сравнивать как с историческими типами политических модернов, так и с противоположными им типами политической архаики.

Методологически оправданным становится использование сравнительного метода, кейсами для сравнения являются различные исторические типы Модерна и Архаики.

⁷ Тезисы подготовлены в рамках проекта РФНФ № 15-37-11128.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Можно выделить, как минимум два исторических типа Модерна, следовательно, и две противоположные им типа архаики. Первый Модерн, или Модерн 1.0, — это проект Просвещения, в центре которого находился рациональный человек. Противоположным направлением является романтизм, который в политической сфере выразился в частности в национал-социализме и фашизме. Кроме того, противоположным Просвещению являются и тоталитаризм, и тотальная война (Первая мировая и Вторая мировая). Все системы смыслов, которые рассматривают рационального человека в качестве инструмента, а не цели является в этом смысле архаичными.

Подробную анатомию становления данного архаического ответа на развитие Просвещения составила Х. Арендт в «Истоках тоталитаризма» (1996). Проект Просвещения не смог пережить испытание двумя мировыми войнами и тоталитарными идеологиями. Критическая теория представила подробное описание его несостоятельности.

История архаики 1.0. учит, что архаика бросает фундаментальный вызов Модерну, который он не может преодолеть, не изменившись фундаментально. Одержав физическую (военная победа над Германией и ее союзниками) и институциональную (глобальный процесс демократизации, практически повсеместное исчезновение тоталитаризма) победу над архаикой, Просвещение как проект остановилось, была утрачена вера в рационального человека. Модерн вынужден был кооптировать многие черты архаики. Чрезвычайное положение становится нормой (Агамбен, 2011) в новом мире. Свобода человека приносится в жертву безопасности общества, но делается это с помощью самого этого человека, он сам себя ограничивает, сам себя приносит в жертву (Фуко, 2011).

Хабермас попытался возродить Модерн теоретически на новых идейных началах, а Интернет и социальные сети сделали это практически. Новый Модерн 2.0. нормативно в центр картины мира ставит не рационального человека, а идеальный коммуникативный акт между людьми. Соответственно, для нового Модерна должна была возникнуть и своя архаика.

Архаика 2.0 — это все, что разрушает условия идеального коммуникативного акта и прежде всего это политика постправды. Она подрывает условия для идеального коммуникативного акта, а, следовательно, является противоположной Модерну, т.е. формой архаики. Политику постправды можно считать фундаментальным вызовом Модерну. Он скорее всего будет преодолен, но при этом и модерн не останется прежним.

Модерн 2.0. <i>Условия идеального коммуникативного акта</i>	Архаика 2.0. <i>Политика постправды</i>
Презумпция правды	Отсутствия общепризнанного критерия правды
Общий жизненный мир	Информационные пузыри
Отсутствие иерархии	Усиление иерархии (политической, экономической, социальной, ценностной)
Стремление сделать послание рациональным	Стремление сделать послание эмоциональным

Концептуализация политики постправды как архаики объясняет, почему правый популизм, особенно популизм Трампа часто сравнивают с фашизмом. Это не верно, так как основания у этих двух типов архаики разные. Архаика 1.0. отрицала ценность рационального человека, Архаика 2.0. отрицает ценность рациональной коммуникации (основанной на фактах). Публичная дипломатия, понимаемая как коммуникация между государством одной страны и населением другой страны,

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

также утрачивает признаки рациональности, коммуникация становится скорее эмоциональной. Этим знаменит, к примеру, Дональд Трамп, Мария Захарова.

Угроза постправды заключается в снижении эффективности коммуникации, в том числе политической, что снижает инструментальность политической сферы в решении современных комплексных угроз как для отдельных государств, так и для человечества в целом (Higgins, 2016). Минимальные последствия распространения политики постправды заключается в подрыве либерального международного порядка и либерализма как доминирующей идеологии (Sorensen, 2011).

Литература

- Агамбен Д. Homo sacer. Суверенная власть и голая жизнь. — М.: Европа, 2011. — 256 с.
- Арендт Х. Истоки тоталитаризма. — М.: ЦентрКом, 1996. — 672 с.
- Фуко М. Безопасность, территория, население. — СПб.: Наука, 2011. — 544 с.
- Хабермас Ю. Модерн — незавершенный проект // Вопросы философии. — 1992. — Т. 4. — №. 4. — С. 633.
- Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. — 2017. — № 2. — С. 42–59.
- Higgins K. Post-truth: A guide for the perplexed // Nature. — 2016. — Vol. 540. — Iss. 7631. — P 9.
- Sorensen G. A Liberal World Order in Crisis: Choosing between Imposition and Restraint. — Cornell University Press, 2011. — 218 p.
- Viner K. How technology disrupted the truth // The Guardian. — 2016. — July 12. — [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.theguardian.com/media/2016/jul/12/how-technology-disrupted-the-truth> (дата обращения 15.03.2017).

Фархан Еияс Аль-Хатиб (Ростов-на-Дону)

СОВРЕМЕННЫЙ ПОПУЛИЗМ: ОСОБЕННОСТИ И РИСКИ

Французское слово populisme происходит от латинского populus — народ) — понятие, появившееся в начале XX в.. Под ним подразумевали тогда французскую литературную школу 1920-х годов, считавшую своим принципом реалистическое изображение быта городской и сельской бедноты, плебса, но фактически оказавшуюся одной из разновидностей натурализма. Сейчас этот термин гораздо чаще употребляется в другом смысле; популизм — политологическое понятие, означающее специфические действия политических лидеров и партий, рассчитанные на дешевую популярность, на завоевание быстрой поддержки масс. Появление популизма как устойчивого явления, как новой формы воздействия на массовое сознание при переходе от XIX к XX столетию отнюдь не было случайным. Именно в это время происходит качественный перелом — принципиальное изменение роли сознания в истории, объективные законы начинают пасовать перед сознательной деятельностью масс. Это не осталось незамеченным политикой и политиками. Если сознательные действия масс по силе своего воздействия на ход истории уравниваются с ролью объективных законов, то нужны новые средства мобилизации больших масс людей, способных подчинить их воле и задачам лидера, политика.

В рамках этого весьма благоприятного общеисторического фона, объективно способствовавшего широкому распространению популизма, были и другие, более конкретные причины, толкавшие в том же направлении. Прежде всего, следует отметить связанное с быстрым ростом и качественным изменением производительных сил постоянное воспроизведение деклассированных элементов и люмпенизированных масс. Возрастающий потенциал выбитых из колеи и легко поддающихся внешнему воздействию таких слоев, которые в силу неустойчивости и

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

неопределенности положения готовы сложить с себя бремя поиска выхода и поверить в исключительные личные качества политиков — мудрость, героизм, неподкупность и т.п., которых на самом деле у политиков может и не быть, но которые желает видеть и приписывает лидеру масса. Харизматичность лидера, его подкупающие обещания, рассчитанные именно на доверчивость масс, были и остаются реальной базой популизма. XX век оказался на редкость богатым крутыми поворотами и изломами (две мировые войны, многочисленные революции, распад колониальных империй и т.п.), что требовало от политиков «быстрого реагирования». Само собой разумеется, что здесь никакой серьезный политический анализ не мог угнаться за ошеломляющими популистскими лозунгами и обещаниями. Важно и то, что связанный со всей обстановкой рост влияния средств массовой информации позволял быстро и многократно трансформировать и усиливать воздействие на массы того или другого лидера, его популистских лозунгов и обещаний. Не последнее значение в росте влияния популизма имело и то, что могущественные силы, сконцентрированные под эгидой государства, если они становились добычей приходивших к власти лидеров-популистов, часто позволяли им выполнять часть своих широкообещательных обещаний, чем резко повышалась авторитетность такого харизматического лидера, а вместе с тем умножалась вера в сам популизм (примеры: обещание А. Гитлера дать каждому немцу по автомобилю и массовый выпуск «фольксвагенов», ежегодное снижение по приказу И. Сталина цен на важнейшие товары народного потребления, хрущевская жилищная программа и т.д. и т.п.).

Среди многочисленных отличительных черт популизма (стремление ответить на наиболее насущные вопросы широких масс населения, масштабность популистских обещаний и их эгалитарный характер, броскость формулировок «Лягу на рельсы, если повышу цены» и т.д.) особое место принадлежит непосредственному общению с массами, прямому контакту лидера-популиста с народом, когда даются простые, в чем-то ожидаемые массами ответы, прямо называются виновники провала популистских лозунгов, чем реабилитируется сам лидер, взамен невыполненных даются новые обещания и т.д.

Всякий раз, когда речь идет о популизме, главное внимание обращается на раскрытие присущих популизму методов общения с массами, завоевания дешевой популярности, поддержки населения, но при этом почти ничего не говорится о том, как бороться с популизмом, как противостоять популизму как весьма искусному способу обмана масс.

Главное, чего не терпит популизм, это анализа обоснованности выдвигаемых популистами обещаний и показа тех тяжелых последствий, к которым неизбежно ведет популистская политика, как в том случае, если необоснованные популистские обещания будут выполнены, так и тогда, когда обнаружится, что обещания были даны только для завоевания расположения масс, а не для действительного решения насущных вопросов. Чтобы не быть голословным, обратимся к некоторым популистским обещаниям российского руководства. Сначала остановимся на борьбе с привилегиями, а потом на обещании не повышать цены на потребительские товары.

В российских справочных изданиях популизм характеризуется как «деятельность, имеющая целью обеспечение популярности в массах ценой необоснованных обещаний, демагогических лозунгов и т.д. Популист в современной политике: деятель, заигрывающий с массами». Популизм вовсе не является каким-то постсоветским явлением. В Италии победу на предыдущих выборах одержало движение «Вперед, Италия!», которое иначе как популистским не назовешь.

ПОПУЛИЗМ И ПОСТПРАВДА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Популистская волна в политике нарастает в периоды нестабильности и кризисов. Однако в стабильной Франции силы популистской направленности в выборах в Европарламент получили более трети голосов. Причина — изначально заложенная в человеке восприимчивость к популистской риторике. Любой политик, действующий в условиях демократии, должен быть немного популистом, так как полное игнорирование нужд избирателей во имя теорий приводит к поражению на выборах.

Практика показывает, что популизм как политическое явление возникает в странах, где имеются определенные демократические институты — всеобщее избирательное право, равноправие граждан — и где массы в качестве избирателей выступают участниками политического процесса. Только тогда попытки апелляции к настроению населения, попытки подстроиться под массовое сознание могут стать средством завоевания власти.

Популизм распространен в наибольшей мере среди слоев с низким уровнем политической и правовой культуры и в условиях еще не упрочившихся структур народовластия. Неспособность масс отличить демагогию от реалистических предложений, черно-белое видение мира, готовность обожествить очередного кумира и ненавидеть конкурентов — все симптомы невысокой политической культуры, весьма активно используемой популистскими лидерами для мобилизации общественной поддержки.

Характерная особенность популизма — прямой контакт между лидерами, обладающими способностью воздействовать на умы и чувства людей, и массами. Популизм тяготеет к сильной личности, харизматическому лидеру, вождю, для которого важнее всего не какие-то программы, выработанные партийными или иными инстанциями, а «голос народа», реальные настроения и чаяния «простого человека», которыми бы он и руководствовался в качестве программы действий. Опасность чистого популизма для политика: выдвинув несколько ходовых лозунгов, он быстро становится их заложником, и любая попытка корректировки или смены курса воспринимаются его электоратом как измена.

Представляется неверным мнение, что все популисты лгут. Дело в интерпретации и тех рецептах, которые предлагаются для удаления болевых точек. Политик-популист не думает серьезно о последствиях и своих возможных действиях в случае прихода к власти. Для него главное — получить как можно больше голосов в данный момент. Потом придут другие моменты, другие лозунги. А так как настроения толпы переменчивы, популистская политика со стороны выглядит бесцельным метанием из стороны в сторону. На самом же деле здесь точный и тонкий расчет — быть всегда в фарватере большинства. Меньшинства политические, религиозные, национальные популистов не интересуют, так как не делают погоды на выборах. Именно поэтому, по мнению Т. Лобовой-Грозмани, популизм, победив, приводит чаще всего к установлению тоталитарной диктатуры, потому что самый простой способ борьбы с недовольными — их физическое устранение. Тоталитаризм в популистском варианте — это боязнь расплаты за то, что обещанное не может быть внедрено в жизнь.

Популизму склонны поддаваться не только люмпены, психически неуравновешенные люди, хотя именно они, порой, составляют основную базу популистских движений. На определенных этапах развития общества возникают моменты, когда и более благополучные и образованные слои желают услышать от кого-то простые и ясные рецепты выхода из трудностей. Основные идеи популизма — прямое участие народа в управлении, так называемая «прямая демократия», недоверие к представительным государственным институтам, критика бюрократии, коррупции и т.д. Популисты выдвигают и прогрессивные, демократические

ПОЛИТИКА ПОПУЛИЗМА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

требования. Но чаще всего для него характерны иррационализм, поверхностность при объяснении экономических бед народа. Поэтому популизм — это уход от действительно имеющихся проблем, от объективно существующих интересов и потребностей людей, уводящий массы от реальности, не удовлетворяющей их, в мир несбыточных ожиданий, чуда. Популизм возникает на почве разочарования, им же и заканчивается.

Популизм часто обслуживает политический радикализм, суть которого состоит в замене реальной дистанции между целями и средствами, которые могут сформироваться только по прошествии времени категоричным требованием: если поставлены цели, должны быть и средства, необходимо только их найти и применить. Чем более радикален политик, тем в большей мере он пользуется популистскими приемами. Так исторически из движения, для которого было характерным проведение акций гражданского неповиновения, общественных кампаний, «походов» в знак протеста против конкретных мероприятий власти, современный популизм преобразовался в «вид социальной и политической демагогии».

Популизм как политологическое понятие не может быть ни однозначно положительным, ни, безусловно, отрицательным. Характеризовать его можно в таких параметрах: степень воздействия на сознание масс; эффективность воплощения в жизнь популистских лозунгов; конечные результаты популистской политики.

Развитие популистских тенденций чревато издержками в силу противоречивой природы популизма, отражающей противоречия массового сознания. Причем издержки эти тем серьезнее, чем слабее демократические традиции общества. Но есть и положительный момент, заключающийся в том, что общественно-политическая самодеятельность народа является лучшей школой демократии: она воспитывает у рядового человека чувство социальной ответственности и личностного достоинства, расширяет его умственный кругозор. Можно с уверенностью сказать, что популистское сознание — это особый демократический компонент политической культуры, сутью которого является стремление широких народных масс к подлинному и непосредственному участию в политическом процессе. В явлении популизма, как совокупности форм и методов борьбы за влияние в народе, важно, во имя чего ведется эта борьба, как будет использовано это влияние и что в итоге получит народ.

С одной стороны, популизм есть признак демократического строительства общества, с другой стороны, само общество должно с помощью демократических норм и институтов создавать условия для минимизации популистских посягательств. Для этого необходимо становление полноценных механизмов народовластия, стабильных демократических норм и традиций, утверждение в социальной практике высокой политической и правовой культуры как должностных лиц, так и граждан, плюрализма, полноценной информационной среды.

Литература

- Баранов Н.А. Эволюция взглядов на популизм в современной политической науке. — СПб.: Изд-во СЗАГС, 2001. — С. 34.
- Бурдые П. Социология политики / пер. с фр.; сост., общ. ред. и предисл. Н.А.Шматко. — М.: Socio-Logos, 1993. — С. 104–105; 117.
- Выдрин Д.И. Очерки практической политологии. — Киев: Философская и социологическая мысль, 1991. — С. 79–84.
- Даль Р. Введение в теорию демократии / пер. с англ. — М.: Наука, 1992. — С. 40–67.
- Конституция Российской Федерации. — М., 1993. — С. 13.
- Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // Вопросы философии. — 1989. — № 3. — С. 120–121.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

- Победоносцев К.П. Великая ложь нашего времени. — М.: «Русская книга», 1993. — С. 35–36.
Чичерин Б.Н. Собственность и государство // Чичерин Б.Н. Избранные труды. — СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1997. — С. 357.
Greider W. Who Will Tell the People? The Betrayal of American Democracy. — N.Y., 1992. — P. 35, 270.

Д.Д. Хохлова (Санкт-Петербург)

РОЖДЕНИЕ ПОСТПОЛИТИКИ: ЭФЕМЕРНОСТЬ, ПОСТПРАВДА И ПОПУЛИЗМ

Политическая наука в настоящее время стоит перед вопросом трансформации: политика перерастает концепт «власть лучших», маргинализировавшись, общество перерастает концепт электоральной демократии, самостоятельно расширяя границы прямой демократии. Символами этих перемен можно считать явления постправды и нового популизма. Вопрос в том, насколько скоро политология отойдет от привычных паттернов мышления в категориях абсолютной власти и «необходимого насилия», насколько скоро политология возьмется за легитимацию постполитики? И когда, наконец, начнет изобретать ее новый язык? Поскольку старый уже не в состоянии объяснить происходящие в мире процессы.

За наступившей эпохой пост-постмодерна в 2010-х годах закрепили название метамодерна (от платоновского «*metaxy*» — промежуточность), который объясняет довольствование состоянием пограничности и отсутствием стремления к стабильности. Метамодерн закономерно отразился и в политической сфере, благодаря чему в настоящее время происходит становление постполитики, характеризующейся: (1) десакрализацией политической власти, (2) диджитализмом, разрушающим «общество спектакля», (3) бесцельностью, (4) отсутствием иерархии и плюрализмом, (5) автономизмом и автономным правом, (6) этикой и пацифизмом (Дугин, 2004, 363–369). Выходит, что *post-politics* — это политическая формация, по большинству признаков совпадающая с постанархизмом (Newman, 2010): личная автономия, отсутствие групповой идентичности, девальвация власти, отсутствие идолов, осознанное отношение к общим ресурсам, ненасильственные методы. Ключевой предпосылкой для эпохи постанархизма и постполитики является идея о том, что нации, общества, идеологии, замкнутые системы не существуют в реальности (Грэбер, 2014, 37–56), это конструкты довлеющего политического дискурса, который легитимирует идею абсолютной политической власти и безальтернативного способа контролировать ситуацию. В реальной политике по всему миру наблюдается тенденция общественного отрицания сложившихся политическим систем и поиск альтернатив, а также разрушение раз и навсегда данных истин посредством признания наступления эпохи постправды.

Ключевым аспектом революции метамодерна можно считать то, что А. Бречалов назвал «концом политики тщеславных» — это означает переход от вертикального управления к горизонтальному: форматирование политического пространства от лидеров, элит, кастовости в пользу волонтерства, кооперативизма, гражданской инициативы, новых политических практик, усиления маргинальных партий и, в целом, импровизации (Slaughter, 2017). Многие мировые лидеры почувствовали этот переход, что породило политические события, которые сложно было спрогнозировать. Горизонтализм и его признание в среде крупных политиков привел к распространению нового популизма, имеющего свои особенности.

Лакло и Муфф говорили об опасности роста правого популизма (абсолютно справедливо для Центральной Европы, особенно для Франции и Германии) (Mouffe, 2005, 69), однако в той же мере растет и левый, преимущественно в Южной Европе: греческая коалиция СИРИЗА, испанская партия «Подemos». Та же дихотомия

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

присутствует в США: это иллюстрирует противостояние правого популизма Дональда Трампа и левого Берни Сандерса. Однако постполитика породила гибрид: возник так называемый «новый популизм», чья концепция целиком соответствует духу постправды, рождая лево-правую риторику. Что по меркам предыдущей эпохи абсурдно, но по меркам метамодерна — норма. «Партия свободы» в Нидерландах, шведские демократы, «Подлинные финны», «Датская народная партия», «Партия прогресса в Норвегии», даже Ангела Меркель оборачиваются левой стороной во внутренней политике, и правой — во внешней.

Суть нового популизма заключается в мобилизации новых слоев общества через выказанное недоверие политическим, корпоративным и медиа-элитам, через отрицание «старой» политики. Антикоррупционные протесты в России в 2017 г., прозванные «бунтом школьников», отражают общемировую тенденцию рождения нового общества, состоящего из поколения людей, воспитанных не телевизором, а интернетом с его подлинным плюрализмом, глубокими теневыми зонами, в которых действует настоящая автономность, и уже долгой историей постправды — тем самым «ИМХО».

Еще одной ключевой особенностью метамодернистского мира является всепронизывающий феномен фейка (McCarthy, 2016). Социальный вес человека больше не зависит от результатов его деятельности, но во многом от профиля в социальных сетях; богатство тоже не является результатом деятельности человека, но следствием многочисленных кредитов, которые он может не погасить, сославшись на статус банкрота; политики априори воспринимаются в связке с коррупцией. В мире, где вес человека и его достижения настолько иллюзорны, что особо остро чувствует новое поколение, к которым обращаются новые «маргинальные» (по прежним меркам) партии, разумеется, возникает запрос на революцию эволюционного (структурного, поступательного) типа.

Любая революция (в том числе культурная) и протест рождаются из социальных разломов, из перевесов и пережатости (как, например, самое крупное западное протестное движение начала XXI века — Occupy Wall Street). Современные общества находятся в состоянии глубокой социальной поляризации, степень социального неравенства растет (OECD, 2017), а люди закрепощаются в рамках своего класса с рождения (о чем популярно высказался Кендрик Ламар — автор неофициального гимна движения Black Lives Matter, — в DNA). В метамодернистскую информационную эпоху неравенство зиждется не только на экономическом дисбалансе, но и социальном, репутационном, на недостатке необходимых социальных связей и влиятельных контактов. В условиях социальной поляризации закономерно усиливается запрос на левые модели, а в условиях фейка — на искренность, волонтерство, индивидуализм, кооперацию.

Ощущение фейковости от политики и политиков создало феномен политического сарказма, в настоящее время ставший мощнейшим политическим инструментом. Йон Гнарр — первый современный крупный комик-политик, поставивший под сомнение политику вообще. Последний исландский проблемный кейс (выход из глубочайшего экономического кризиса) относится к новому популизму, который Рейкьявик за 2008–2014 гг. раскрывает в двух измерениях: условно положительном и отрицательном. Выход из кризиса посредством невыплаты кредитов МВФ с последующим правым популизмом (использование националистического мифа о благородном исландском правительстве и вероломном мировом сообществе) породило всплеск правых настроений в гибком исландском обществе. А история Йона Гнарра и «Лучшей партии» в Рейкьявике можно отнести к условно положительному популизму. Очевидная экстравагантность и театральность

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

кампании Гнарра оказалась не просто политическим бурлеском (хотя и им, безусловно, тоже – намеренно), но и построением честного диалога правительства и общества. Гнарр не скрывал своих мотивов и отвращения к политическому как таковому (в его существующем виде), предложив Рейкьявику изобрести новую политическую культуру и модель взаимодействия государства и общества. По сути, за четыре года правления, начиная с выдвижения, а также последующую деятельность Гнарра и его команды, не было ложных заявлений и невыполненных и невыполнимых обещаний, было два вида заявлений: правда и абсолютный абсурд, и избиратели осознавали это. Этот искренний популизм, нацеленный на контакт с обществом, дал потрясающий результат.

Однако всегда ли возможно объективно оценить какого рода популизм присущ тому или иному политическому актору или идее? Возможно, Исландии повезло с добропорядочным чудачком Гнарром. Масштабные общественно-психологические исследования после Второй мировой войны доказали, что общество крайне восприимчиво к деструктивным идеям и влиянию харизматической личности, и будучи под их властью, люди не осознают последствий и не отдают себе отчета в содеянном (эксперимент «Третья волна» Рона Джонса, стэнфордский тюремный эксперимент 1963 г. Филиппа Зимбардо, эксперименты Стэнли Милгрэма 1963 г., Патрика Хагарда в 2015 г., эксперимент группы ученых в Uniwersytet SWPS в 2017 г. и др.). Возможно, победа Трампа на президентских выборах США в 2016 г. может рассматриваться как инверсия победы Гнарра: то, что в случае Трампа воспринималось как абсурд и политическое популистское шоу, пока оказывается правдой (строительство мексиканской стены, выход из Парижского соглашения, ужесточение визовой и миграционной политики и пр.). Таким образом, далеко не всегда избиратель способен верно оценить кандидата и в результате может оказаться добровольно обманутым самим собою.

Образ комика-правителя — это эссенция «конца политики тщеславных», которая в настоящее время широко воплощается в сфере реальной политики на высочайшем уровне: триумф итальянского «Движения Пяти звезд», выросшего из комических телепередач, и Вирджиния Раджи, ставшая мэром Рима летом 2016 г.; немецкая партия «Die Partei» имеющая место в европейском парламенте, выросшая из сатирического журнала «Titanic»; комик Джимми Моралес, избранный президентом Гватемалы, Тереза Мэй в компании Элмо из «Улицы Сезам» и мистера Рыбной палочки на британских выборах 2017 года. Вероятно, политический снобизм с его элитарностью, сакральностью и избранностью в прошлом, теперь правит тот, кто способен шутить над политикой.

Одним из главных исходных пунктов в анализе становления постполитики можно предположить то, что постправда и популизм не про ложь и бутафорию, они про эфемерность. Метамодерн, в котором мы в настоящее время живем, переформатировал явления лиминальности, транзитности и переходности из временных, в постоянные, сделал эти явления полноценными состояниями сложных систем. Феномен постправды также разрушил культ стабильности и неизменности, на которых ранее держались политические режимы и политическая культура как таковая. В этом смысле постправда — это шаг вперед, поскольку она усложняет представления о действительности в сторону ее более честной репрезентации. Постправда как бы исключает ангажированность и «последнюю инстанцию», авторитет, чьи цели, как известно, бывают далеки от представлений об общем благе. Мир, в котором мы живем, это мир всепронизывающего фейка, криптовалют, глубокого интернета как поля общественной жизни, и цифрового будущего, под которое еще не подстроились правовые нормы государств и сознание как таковое.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Литература

- Грэбер Д. Фрагменты анархистской антропологии. — М.: Радикальная Теория и Практика, 2014. — 172 с.
- Дугин А. Г. Философия политики. — М.: Аркогея, 2004. — 614 с.
- Income Inequality and Poverty. OECD, 2017 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.oecd.org/social/inequality-and-poverty.htm> (дата обращения 04.05.2017).
- McCarthy T. Social Inequality in the 21st Century. Huffington Post, 30.07.2016 [Электронный ресурс]. — URL: http://www.huffingtonpost.com/thaddeus-mccarthy/social-inequality-in-the-_b_7908562.html (дата обращения 04.05.2017).
- Mouffe C. On the Political. — London; New York: Routledge, Taylor & French Group, 2005. — 144 p.
- Newman S. The Politics of Postanarchism. The Anarchist Library, 15.08.2010 [Электронный ресурс]. — URL: <http://theanarchistlibrary.org/library/saul-newman-the-politics-of-postanarchism> (дата обращения 02.03.2017).
- Slaughter A-M. Podcast: What works better in foreign policy: cooperation or coercion? // The Economist. 20.04.2017 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.economist.com/news/international/21721271-podcast-what-works-better-foreign-policy-cooperation-or-coercion> (дата обращения 04.05.2017).

И.Д. Черушников (Санкт-Петербург)

ПОСТПРАВДА КАК ИНСТРУМЕНТ БОРЬБЫ ЗА ВЛАСТЬ ВО ВРЕМЯ ВНУТРИПОЛИТИЧЕСКОГО КРИЗИСА

Кризис власти, спровоцированный внутренними или внешними факторами, практически невозможно нивелировать без серьезной работы с общественным мнением. В истории практически каждого государства время от времени возникали ситуации, в которых происходило обострение отношений между властными институтами и частью общества. Часто неожиданное, резкое и без очевидной мотивировки, оно ставило в угрожающее положение всю сложившуюся политическую систему. Ключевую роль в развитии кризиса играет оппозиция, которая, существуя в латентных формах в периоды стабильности, выходит на первый план во время общественного беспокойства, пытаясь придать тому популярный политический окрас. Ключевым способом борьбы оппозиционных групп за расположение электората является политика постправды.

Одной из задач оппозиции в условиях информационной войны против правящих элит является выделение негативных черт в их действиях и доведения тех до гротескных величин, на фоне которых позитивные аспекты будут казаться малозначимыми, либо смешными. Сделать это возможно лишь с помощью замалчивания одной части объективной информации о деятельности правительства и чрезмерному эмоциональному окрасу другой, т.е. создавая постправду. Ровно также в отношении себя поступают и правящие элиты, но только со знаком «плюс». Объявить оппозицию некомпетентной в вопросах государственного управления (либо, в случаях, когда оппозиция состоит из бывших представителей правящих групп — очернить весь период их нахождения у власти), а себя — партией (человеком) «реальных дел», прикрыться достижениями и показателями эффективности в некоторых областях, игнорируя провал в части других — любимые приемы обладателей властных полномочий в эпоху внутривнутриполитической нестабильности.

Насколько широко можно использовать понятие постправды в исторической перспективе? Это важно определить, поскольку политические кризисы существовали от начала времен. Как следует из логики рассуждений, ровно столько существует и постправда в качестве главного оружия противоборствующих политических групп.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Таким образом, несмотря на то, что выделено данное понятие было совсем недавно, использовать его можно применительно ко всем историческим эпохам.

Насколько эффективно использование элементов постправды в пропагандистской работе? Будучи незамеченной, она сильно выкашивает ряды сторонников политического оппонента. Один из примеров последних лет — политический кризис на Украине 2013–2014 гг., повлекший за собой неконституционную смену власти и отторжение части территорий. Отказ от планов подписать договор об ассоциации с ЕС был представлен политическими оппонентами В. Януковича как измена Родине и предательство национальных интересов Украины в пользу России, хотя сугубо практическая польза от такой ассоциации вызвала большие сомнения. Оппозиционные СМИ заговорили не просто о переносе подписания соглашений (до момента, когда они будут наиболее соответствовать интересам страны), а об отказе Президента вступать в Евросоюз, хотя о настолько плотной интеграции не шло и речи. В работе с населением противниками Януковича была успешно сделана ставка на патриотические чувства граждан (независимость от России во всем как главная ценность), а не на реальные факты и обстоятельства приостановки подписания соглашения, что позволяет нам сказать о примате постправды в политическом дискурсе данного политического кризиса (Стрионова, 2015).

Если же риторика постправды применена топорно, с явными признаками лжи, она может ударить по тому, кто ее применил. Тут, однако, должна быть серьезная поправка на уровень развития демократических институтов и гражданского общества в целом. Руководство Северной Кореи, пережившее множество кризисов, некоторые из которых грозили обернуться голодными бунтами (особенно тяжелым из них был голод 1995–1999 гг., в самой стране известный под эвфемистическим обозначением «Трудный поход»), построило свою пропагандистскую работу с населением таким образом, что во всех бедах граждан оказывался виноват внешний враг (в основном США и Южная Корея), а не провальная экономическая политика самой КНДР. И хотя риторика в защиту идей, склонявших население к подобному образу мышления, была не на высоте, она работала, поскольку ни гражданского общества, ни, как следствие, его атрибутов в виде независимых СМИ, способных дать альтернативный взгляд на события, в КНДР не существовало (Ланьков, 2005, 260).

В развитых демократических обществах пропагандистская работа — это целое боевое искусство, в котором постправда главный прием. Страной, которая в данном контексте была бы эталонным примером, является США. Но политические события не только последних лет, ставшие катализатором для распространения понятия «постправды», можно привести в пример Политический кризис, развернувшийся в США в 1974 г. (знаменитый Уотергейтский скандал) был спровоцирован эпизодом с прослушкой членов Демократической партии, незначительным по своей сути, но удачно раздутым с помощью использования постправды, сделавшей Ричарда Никсона в глазах общественности недостойным занимать должность Президента. Аналогичным ему можно назвать скандал вокруг истории с Моникой Левински, которая едва не привела к импичменту действующего президенту США Б. Клинтона, солгавшего под присягой, только в этот раз к постправде прибегали представители власти. Когда доказательства лжи президента были представлены широкой публике, началась игра со смыслами произнесенных под присягой слов — окружение Клинтона заявляло, что его «не так поняли».

Постправду можно представить как совокупность манипулятивных тактик в работе с массовым сознанием. Во время политического кризиса (особенно, когда он принимает форму общенационального) без нее не может обойтись ни одна сторона. Игнорируя использование постправды в своем дискурсе, политический актер рискует

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

обречь себя на поражение в борьбе за власть. Наиболее ярким примером может послужить противостояние большевиков и Временного правительства в середине 1917 года: первые, в отличие от вторых, не сдерживали себя в обещаниях, сделав ставку на эмоции народных масс и последовательно отражая в своей политической программе их наиболее явные желания. Популистические лозунги оказались сильнее воззваний к терпению, основанных на фактическом положении дел в России. Когда в октябре 1917 года произошел силовой захват власти, подавляющая часть общества восприняла его позитивно. Ленинские декреты «О земле» и «О мире» (практическая реализация которых была бесконечно далека от изначальных целей) стали квинтэссенцией всего большевистского популизма и закрепили за новой властью поддержку самой многочисленной части населения (Сорокин, 2004, 216).

Резюмируя, можно сказать, что постправда — практически неизбежный прием в политической борьбе для тех, кто желает в ней победить. Добиваться своего, играя на эмоциях публики, намного проще и эффективнее, чем полагаться на сухо изложенные факты, надеясь, что народные массы истолкуют их правильно. Однако и постправда, и популизм сильнее всего проявляют себя во время политического кризиса; чем он глубже, тем более грозным оружием постправда и популизм являются в руках искусного политика. Во времена политической стабильности популизм теряет свою магическую силу, поскольку отсутствие запроса на коренные изменения в государстве у населения делает его попросту ненужным.

Литература

Гаман-Голутвина О.В. Метафизика элитных трансформаций в России // Полис. Политические исследования. — 2012. — № 4. — С. 23–40.

Кара-Мурза С.Г. Манипулирование сознанием. — М: Алгоритм, 2000. — 678 с.

Ланьков А.Н. КНДР вчера и сегодня: неформальная история Северной Кореи. — М.: Восток-Запад, 2005. — С. 260.

Манойло А.В. Государственная информационная политика в особых условиях. — М.: МИФИ, 2003. — 388 с.

Сорокин П.А. Социология революции. — М.: Российская политическая энциклопедия, 2004. — 704 с.

Стрионова И.В. Евромайдан: «Революция достоинства» vs «революционный» государственный переворот. Конфликтология // Nota Bene. — 2015. № 2 (3). — С. 185–196.

Чугров С.В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. — 2017. — № 2. — С. 42–59.

Sharp G. From Dictatorship to Democracy: A conceptual framework for liberation. — Boston: The Albert Einstein Institution, 2003. — 92 p.

Sharp G., Jenkins B. The anti-coup. — Boston: The Albert Einstein Institution, 2014. — 72 p.

Я.Ю. Шашкова (Барнаул)

ПОПУЛИЗМ В ПАРТИЙНО-ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ ПРОЦЕССАХ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ⁸

Маркетингизация политики в условиях информационного общества приводит к усилению роли символического капитала в деятельности политических акторов. При этом в большинстве случаев его формирование становится результатом целенаправленных усилий. Недаром мировой авторитет в сфере рекламы Р. Ривз радикально-утрировано «представлял себе избирателя «в будке для голосования между двумя тюбиками для зубной пасты в аптеке. Будет выбран тот сорт, который

⁸ Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта №16-03-50136 «Динамика социально-демографического состава элит региональных отделений политических партий Западной Сибири в контексте переформатирования партийно-электорального пространства».

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВОДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

наилучшим образом запечатлелся в его памяти» (Гинберг, 2006, 158–159). В то же время переход субъектов политики, в частности, политических партий, к брендированию и имиджированию можно считать их объективной реакцией на современный политический процесс: «В глобальном обществе, — как писал итальянский политолог П. Игнаци, — индивиды строят свою жизнь – и таким образом формируют свои политические мнения и свой выбор – в соответствии с меняющимися и нестабильными ориентирами. Ситуация постмодерна предполагает отрицание точных и жестких лояльностей: индивид предоставлен самому себе в поиске своего положения в обществе и на политической арене» (Игнаци, 2010, 54). Имидж и бренды вошли в партийную жизнь на фоне размывания партийных идентичностей и снижения возможностей и потенциала текущей партийной мобилизации.

Обратной стороной маркетинизации партийно-электоральных процессов стал рост популизма как «совокупности различных позиций, действий и методов, основанных на призывах “к народу”» (Мельвиль, 2004, 583), раздаче необоснованных обещаний с целью приобрести популярность в предвыборной борьбе, обещаниях широким массам скорого и лёгкого решения острых социальных проблем. Ведь любой сконструированный образ несет в себе долю популизма, т.к. должен быть привлекателен для потребителя.

Еще одним фактором роста популизма в деятельности партий стал их отказ от долгосрочных, четко сформулированных программ. Первоначально он был связан с распространением всеохватных партий в эпоху, «когда деление общества на закрытые сегменты на основе религиозной или классовой принадлежности кануло в прошлое» (Игнаци, 2010, 54). А затем был подкреплен состоянием «текущей современности» с «ошеломляющей скоростью обращения, рециркуляции, старения, демпинга и замены» (Бауман, 2008, 20), превращением большинства общественных проблем в частные, локальные, индивидуальные.

У российских партий уровень популизма в деятельности еще выше, т.к. они имеют только формально высокий статус в процессе принятия решений при отсутствии серьезного влияния на распределение ресурсов.

Можно выделить три аспекта проявления популизма у российских партий: а) как саму форму существования партий в политической системе (зависимость возможности выполнить свои предвыборные обещания от позиции исполнительной власти); б) связанные с предыдущим аспектом информационно-коммуникативные стратегии; в) при выдвижении кандидатов на выборах.

В рамках информационно-коммуникативной политики партий, в первую очередь парламентских, следует обратить внимание на несколько базовых моментов, связанных с типами данных партий. Так, ЛДПР является примером неопопулистской партии с агрессивной риторикой, в основном по национальным и внешнеполитическим проблемам, и харизматичным лидером. «Единая Россия» активно использует государственные программы и субсидии в собственном пиаре, аргументируя это формальным большинством своих членов и/или выдвиженцев в законодательных и исполнительных органах власти. На первый взгляд, такая политика не отличается от мировой практики. Однако нужно учитывать, что «Единая Россия» является партией власти, «творением правящей бюрократии и ее послушным орудием» (Коргунюк, 2007, 109–110). Данная структура изначально имела популистский характер, выступая, по образному выражению И.И. Глебовой, «способом приспособления Русской Власти к эпохе публичной политики» или «публичным инструментом «непубличной» Русской Власти» (Глебова, 2004, 87). Ее основные задачи — легитимация исполнительной власти, представительство

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

исполнительной власти в публичном информационном пространстве, коммуникация политической элиты и масс, преодоление ограничений системы разделения властей, мобилизация общества для выполнения принятых решений и др. Вместо идеологии партия имела «товарные медиалеблы» в виде так называемых «имиджевых фигур», призванных символизировать связь организации с населением и его интересами. Апелляция к темам социальной справедливости, возврата к ценностям советской эпохи, характерные для риторики КПРФ и «Справедливой России», также можно расценивать как проявления популизма.

Особенно место популизма в идеологии российских партий заметно в документах, посвященных социальной политике. Как отмечает У.И. Сересова, «все парламентские партии ... используют в своих документах социалистическую риторику. Она проявляется в обещании повышения социальных гарантий, увеличения расходов на социальную сферу из бюджета... Также все партии артикулируют несвойственную партиям функцию социальной защиты и благотворительности, информируя, как члены партии помогают социально уязвимым категориям населения» (Сересова, 2017, 123).

Другим методом повышения популярности партий у избирателей выступают их кадровые стратегии при выдвижении кандидатов на выборах различных уровней. Так, типичным популистским приемом является тактика «паровозов», когда партийные списки возглавляют известные и популярные политики, обеспечивающие поддержку списков у избирателей, но не претендующие на депутатские мандаты. Например, на выборах депутатов Государственной Думы 2016 г. список КПРФ по Новосибирской и Томской областям возглавлял мэр Новосибирска А.Е. Локоть. Губернатор Кемеровской области А.Г. Тулеев обеспечивал поддержку электоратом «Единой России» не только в Кемеровской области, но и в проблемных для партии Алтайском крае и Республике Алтай. На муниципальных выборах 2017 г. в Алтайском крае во главе партийных списков оказались известные депутаты краевого Законодательного Собрания и лидер ЛДПР В.В. Жириновский.

Вторым проявлением популизма в кадровой политике российских партий является подчеркивание ими своей социальной репрезентативности за счет включения в списки кандидатов представителей различных социальных групп, в первую очередь, «адресных». В частности, на региональных выборах в Алтайском крае в 2016 г. кандидатами в депутаты АКЗС по одномандатным округам от «Единой России» были выдвинуты 8 депутатов АКЗС на освобожденной основе, 11 бизнесменов и руководителей промышленных предприятий, 4 руководителя строительной и дорожной отрасли, по 2 руководителя предприятий АПК, золото и лесодобычи, энергетики, медицинских учреждений, а также владелец сети АЗС, директор зоопарка, руководитель предприятия ЖКХ и общественной организации. Интересно, что среди единороссов отсутствовали кандидаты со статусом пенсионера, преобладавшие среди коммунистов (6 человек).

Кроме них от КПРФ баллотировались 4 представителя бизнеса, 3 руководителя агропредприятий, 3 учителя, 2 работника промышленных предприятий, воспитатель детского сада, строитель, работники военного комиссариата, органов госконтроля, ЖКХ, водитель, общественник и машинист электровоза.

Не менее дифференцирован был состав кандидатов от «Справедливой России». Среди них — 5 индивидуальных предпринимателей и руководителей коммерческих структур, 3 пенсионера, 3 неработающих, 3 руководителя общественных организаций, по 2 главы МСУ, медработника, руководителей сферы ЖКХ, работников банков, руководитель ЛПХ, музея, сферы связи и ИТ, учитель, пиарщик и тренер.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

В наибольшей степени приближенным к социальной базе партии оказался состав одномандатников от ЛДПР. Партия выдвинула 14 индивидуальных предпринимателей и работников торговых сетей, 3 работников ВУЗов, 2 глав МСУ, фермера, заведующего заправочной станцией, директора Дома культуры, строителя, медработника, учителя, тренера, связиста, общественника и студента.

И, наконец, партию «Яблоко» в округах представляли 8 пенсионеров, 9 представителей бизнеса, 2 общественника, врач, адвокат, нотариус, программист, работник ВУЗа, системы ветнадзора, журналист и руководитель ТСЖ.

Итак, популизм играет заметную роль в деятельности и риторике современных российских партий на федеральном и региональном уровнях, что обусловлено как общими тенденциями политического маркетинга, так и инструментальной ролью партий в российском политическом процессе.

Литература

- Бауман З. Текущая современность. — СПб.: Питер, 2008. — 240 с.
- Глебова И.И. Партия власти // Полис. — 2004. — № 2. — С. 85–92.
- Гринберг Т.Э. Политические технологии: ПР и реклама. — М.: Аспект Пресс, 2006. — 317 с.
- Игнаци П. Партии и демократия в постиндустриальную эру // Политическая наука. — 2010. — № 4. — С. 49–76.
- Коргунюк Ю.Г. Становление партийной системы в современной России. — М.: Фонд Индем, Московский городской педагогический университет, 2007. — 544 с.
- Мир политической науки: в 2 кн. Кн. 1: Категории / отв. ред. А.Ю. Мельвиль. — М.: Просвещение, 2004. — 796 с.
- Сведения о зарегистрированных кандидатах по одномандатным избирательным округам на выборах депутатов Алтайского краевого Законодательного Собрания 18 сентября 2016 г. // Избирательная комиссия Алтайского края [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.altai Terr.izbirkom.ru/archiv-vyborov/2016-09-18-akzs.php> (дата обращения 2.08.2017).
- Сересова У.И. Язык социальной политики в предвыборной риторике политических партий // Политическая наука. — 2017. — № 2. — С. 111–125.
- Федеральные и мажоритарные списки кандидатов, выдвинутые политическими партиями на выборах депутатов Государственной Думы ФС РФ 18 сентября 2016 г. // Избирательная комиссия Алтайского края [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.altai Terr.izbirkom.ru/archiv-vyborov/2016-09-18-gd-rf.php> (дата обращения 2.08.2017).

А.И. Щербинин (Томск)

У ИСТОКОВ «ПОСТПРАВДЫ». ОБ УНИКАЛЬНОСТИ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ КАМПАНИИ 2016 г. В США

«Бывает нечто, о чем говорят: «Смотри, вот это новое»; но это было уже в веках, бывших прежде нас» (Еккл. 1: 10). Вряд ли библейский текст уместно предпосылать анализу избирательной кампании, демонстрирующей абсолютный набор нарушений этики, да и, казалось бы, «старотехнологической» логики. Тем не менее, рискну поставить вопрос о новой эпохе в проведении выборов.

Если мы посмотрим на аналитические выкладки, сделанные сразу после выборной кампании, завершившейся победой Дональда Трампа, то можно исключительно лишь по заголовкам (отмечу, не публицистов, а американских и ряда приглашенных аналитиков) выделить следующие «маркеры» выборов, ход и итоги которых Пиппа Норрис назвала «популистским землетрясением»:

1. *Media* – Трамп, правда и средства массовой информации; Восстание Дональда Трампа: СМИ как ускоритель принятия решений; Новый нормальный? Кампании и выборы в современной медиа-среде; Трамп, СМИ и «кислород гласности».

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

2. *Кампания* – Доказательства мощных ролей поляризации и партизанства; Эмоциональный бренд выигрывает; Как Дональд Трамп избивает своим языком тела; Укусы имиджа, энтузиазм избирателей и президентские выборы 2016 года; Воздушная война? Рекламная кампании в президентских выборах 2016 года.

3. *Политика* – Как стена с Мексикой символизирует сторонников Утопии Трампа; После выборов: стена Трампа; Оружие возвращается на американские выборы; Темные дни для нашего климата.

4. *Отличие и разделение* – «Отвратительная» политика риска, пола и эмоционального тела на президентских выборах в США; Почему мужской шовинизм Трампа больше всего нравится некоторым избирателям; «Обетованная земля» Трампа белого мужского экономического успеха; Любовь не превзошла ненависти: нетерпимость в кампании и за ее пределами; Принадлежность, расизм и ответный белый удар на президентских выборах в 2016 году в США; Теология американской исключительности.

5 раздел «Зарубежные перспективы» – не имеет существенных характеристик).

6. *Цифровая кампания* – Разве Россия просто так передала президентство Дональду Трампу?; Принять Джулиана Ассанжа всерьез: учитывая роль WikiLeaks в президентской кампании США; Твиттирование выборов: политические журналисты и новая привилегия предвзятости?; Темная магия: мемы, которые сделали победу Дональда Трампа.

7. *Поп-культура и популизм* – Дональд Трамп, реалити-шоу и политическая сила парасоциальных отношений; Новые роли в президентской кампании: кандидаты в качестве комедиантов ток-шоу; Козырная карта Фараджа: создание политической персоны и компаний в социальных сетях; Твиттер очеловечивает кампанию политика?

8. *Результат и перспективы* – Трамп и популистское землетрясение в американской политике; Нарциссический захват американского национализма; С базовой политикой, лишенной ответов, многие голосуют за ранее немыслимое; Иррациональные убеждения имеют значение; Политика де-легитимности; Есть шесть типов уродливых американцев и все они – Дональд Трамп (US Election Analysis, 2016).

Теперь проанализируем эти извлечения из сборника, сознательно опустив факт связи «публицистичности» текстов и аналитики, проведенной «по горячим следам» (и не на «холодную голову»). Важно существо вопроса об особенностях кампании. То, что в выборах участвовал «несистемный» кандидат для Америки не эксклюзив. Вспомним того же Росса Перро, миллиардера, «экзотика». Но он коммуницировал с конкурентами и избирателями в рамках принятого стиля, опираясь на тогда еще не свергнутый с пьедестала концепт «общественного мнения» как навязанного либерально-буржуазной группой. Причина в другом; одним из главных системных игроков в кампании 2016 г. являлись «старые» медиа — проводники и конструкторы этого обветшавшего «общественного мнения». В итоге кандидаты, рассчитывающие на «систему» (Клинтон) или на десятилетия конгрессменской практики личных контактов с малыми группами избирателей и исключительную выносливость (Сандерс), проиграли именно потому, что прозевали новый медийный поворот. Когда-то президентская кампания была выиграна за счет волшебства телевидения, потом — интерактивных бесед с борта самолета и директ-мейла предвыборных роликов. Не случайно, что первым в аналитике идет блок «Медиа»:

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Медиа	Кампания	Политика	Отличие и разделение	Цифровая кампания	Поп-культура и популизм
<ul style="list-style-type: none"> - Трамп, правда и средства массовой информации; - Восстание Дональда Трампа: СМИ как ускоритель принятия решений; - Новый нормальный? Кампании и выборы в современной медиа-среде; - Трамп, СМИ и «кислород гласности». 	<ul style="list-style-type: none"> - Доказательства мощных ролей поляризации и партизанства; - Эмоциональный бренд выигрывает; - Как Дональд Трамп избивает своим языком тела; - Укусы имиджа, энтузиазм избирателей и президентские выборы 2016 года; - Воздушная война? Рекламная кампания в президентских выборах 2016 года. 	<ul style="list-style-type: none"> - Как стена с Мексикой символизирует сторонников Утопии Трампа; - После выборов: стена Трампа; - Оружие возвращается на американские выборы; - Темные дни для нашего климата. 	<ul style="list-style-type: none"> - «Отвратительная» политика риска, пола и эмоционального тела на президентских выборах в США; - Почему мужской шовинизм Трампа больше всего нравится некоторым избирателям; - «Обетованная земля» Трампа белого мужского экономического успеха; - Любовь не превзошла ненависти: нетерпимость в кампании и за ее пределами; - Принадлежность, расизм и ответный белый удар на президентских выборах в 2016 году в США; - Теология американской исключительности 	<ul style="list-style-type: none"> - Разве Россия просто так передала президентство Дональду Трампу?; - Принять Джулиана Ассанжа всерьез: учитывая роль WikiLeaks в президентской кампании США; - Твиттирование выборов: политические журналисты и новая привилегия предвзятости?; - Темная магия: мемы, которые сделали победу Дональда Трампа. 	<ul style="list-style-type: none"> - Дональд Трамп, реалити-шоу и политическая сила парасоциальных отношений; - Новые роли в президентской кампании: кандидаты в качестве комедиантов ток-шоу; - Козырная карта Фараджа: создание политической персоны и кампаний в социальных сетях; - Твиттер очеловечивает кампанию политика?

Очевидно, мы имеем дело с метафорами, которые характеризуют кампанию Трампа по содержанию как «правду нового человека – кислород гласности»; по форме как «восстание, партизанство». Гендерная и этническая окраска подается как «отвратительная, мужская, белая, расистская, проповедующая нетерпимость и американскую исключительность». Темная и магическая стороны кампании стоят на первом месте – темная магия мемов, укусы имиджа, язык тела избивает (на заднем плане победы Россия, Ассанж). Метагуманистический характер – политику очеловечивает социальная сеть Твиттер. Уделено внимание спектаклярности выборов – явлению, которым никого не удивишь в США. Разве, что на наш взгляд, в ток-шоу, а особенно в дебатах проявлялись архаические черты уличных спектаклей «Панч и Джуди», с их «очень условным» представлением о моральных границах и четкой схемой победы героя-Трикстера над всеми противниками, для которой все средства хороши. Обратим внимание на «телесный» характер кампании, вытекающий из ее частных характеристик. Итак, почему победа Трампа случилась «вопреки», по П. Норрис?

ПОЛИТИКА ПОСТИПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Активы кампании Клинтон	Пассивы/активы кампании Трампа
<ul style="list-style-type: none"> - «фургон с оркестром» – эксперты и соцопросы постоянно подчеркивали ее лидерство; - прогноз победы был правдоподобным; - подавляющее одобрение масс-медиа, последовательная победа в дебатах; - у ДП – единая конвенция относительно кандидата, хорошо финансируемая кампания, опытный кандидат; - поддержка «тяжелых фигур», включая популярного президента и первой леди (POTUS& FLOTUS); - контекст – низкий уровень экономической нищеты. 	<ul style="list-style-type: none"> - предлагал себя сам в качестве кандидата; - меньше средств тратил на опросы и минимальная реклама; - кампания без детальной политической платформы, без опытного правительства или военных; - расистская, плохо информированная, женоненавистническая, националистическая и вульгарная риторика, оскорбляющая женщин, латиноамериканцев и многих меньшинств; - только с внешне связана с правдой; - популярен среди пожилых белых мужчин, которые хотят «снова сделать Америку великой»; - контекст – ценности минувших десятилетий и старой Америки маленьких городков; - подготовлен популистским контентом республиканской идеологии.

Теперь спросим себя, а так ли Трамп исключителен для американской культуры и истории американских выборов? На первый вопрос отвечает Брендон О’Коннор (Сидней) в своем аналитическом материале «Есть шесть типов уродливых американцев и все они – Дональд Трамп»: 1. Стиль Трампа – школьный хулиган как антиэлитный популист; 2. Неопрятный антиинтеллектуализм, что очень подходит для блогов как средству коммуникации 3. Банальность жизни, основанная на клише, типичной еде и пустых фразах, типа «Желаю приятного дня». 4. Патриотизм венчается утверждением, что Америка привыкнет «выигрывать» все под президентством Трампа; 5. Деньги, деньги, деньги. Однако за пределами Америки хвастовство о богатстве и славе во многом рассматривается как gauche (бестактность); 6. Лицемерие, из-за которого так сильно не любят от Норвегии до Чили. Тем не менее, факт – риторика Трампа, его идеи, стиль корреспондировали с мыслями электората, мыслями, о которых не принято говорить.

И, наконец, насколько «новую» эпоху принесла эта кампания? Сравним ее со старательно забытым прошлым. Фрэнк Кент в книге «Политические нравы Соединенных Штатов» дал яркую картину выборов президентов Т. Рузвельта, Гардинга, Кулиджа, ряда конгрессменов, губернаторов, мэров. Его выводы, основанные на конкретных примерах, опрокидывают все попытки современного морализаторства. Итак, по названиям глав: VIII. Уменьше произносить как будто глубокомысленные, но по существу бессодержательные речи. X. Давай избирателю интересное зрелище. XI. Благополучие уничтожает всякую критику. XIV. Дайте избирателям «хокум» (всякая чепуха – *Кент*). XXII. «Когда газеты перестают о вас писать – вы мертвый человек». XXIV. «Отряды отравителей». XXV. Не заботьтесь о женщинах.

Остановимся на двух последних. «Отряды отравителей» — специальные группы, организованные партийными штабами, распускающие клеветнические слухи. Слухи эти были четко сегментированы, чтобы «вызвать негодование среди католиков, евреев, ирландцев, немцев, методистов, ку-клус-клановцев... Поразительно, до чего быстро рассказ, передаваемый из уст в уста, может в городе с миллионом жителей обойти всех, пропитать все население. Поразительно также, какое огромное количество людей может поверить самым превратным слухам, в особенности, если последние носят непечатный характер» (Кент, 1930, 189–190). А теперь задумаемся, где выше процент «попадания в цель» — через такую кампанию или Интернет?

И еще. Самой яркой чертой Трампа–победителя стала вызывающая маскулинность, но и она не уникальна. Кент в XXV главе характеризует поведение

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

женщин США, получивших право голоса менее 10 лет назад. Сенатор Джеймс А. Рид, собрал все негативные качества — был врагом предоставления права голоса женщинам, запрета на продажу алкоголя, выступал против поправки к закону о детском труде, законопроекта о материнстве. Почему Рид триумфально победил, собрав голоса колоссального большинства женщин? Почему феминистки голосовали не за Клинтон? В качестве вывода. Думаю, надо более внимательно изучать человеческую природу, национальный характер и историю, чтобы осознанно следовать за новой метафорой.

Литература

Екклезиаст. Глава 1. Стих 10.

Кент Ф. Политические нравы Соединенных Штатов. — М.: Госиздат РСФСР – Московский рабочий, 1930. — 206 с.

US Election Analysis 2016 – Lilleker Thorsen Jackson and Veneti v1.pdf [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.electionanalysis2016.us/> (дата обращения 29.11. 2016).

Н.Г. Щербинина (Томск)

ПРАВДА И ПОСТПРАВДА КАК ИНФОРМАЦИОННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФЕНОМЕНЫ

Феномен правды принадлежит к высшим ценностям человеческой жизни и концептуально корреспондирует с понятием истины. Истине изначально приписывалась божественная природа и абсолютное существование. Научная истина эксплицировалась в виде процесса познания, от относительного знания к абсолютному, при этом знание всегда сопрягалось с объективной фактичностью. Истина, тем самым, обретала форму подлинного знания, сохраняя статус единственно сущей. В информационной сфере истинное знание трансформировалось в правдивую информацию о действительном положении дел. Правда всегда коррелировалась с истиной, при этом обнаруживая характер морального должествования. В отличие от объективной фундаментальности неизменной истины, правда дискурсивно выражала ее динамичные субъективные версии, потому миров правды много. Отсюда в информационно-коммуникативном поле «свою» правду обычно отстаивают, о ней спорят и стремятся отождествить с истиной.

На сегодняшний день научные трактовки истины четко разделились на две непримиримые позиции. Первое, модернистское, понимание сводит истинное знание к адекватному отражению объективного мира. Отсюда само знание (информация) полагается объективным, опирающимся на «чистые» верифицируемые факты. При этом факт и его интерпретация в тогдашней информационной сфере четко разделялись: факты полагались самодостаточными, «факт — упрямая вещь», а интерпретации делились на истинные суждения и ложные. Потому для политической культуры эпохи модерна было важно наличие публично-информационного поля, где высказывания/информация проверялись на правдивость. Истинность информации, тем самым, обосновывалась, а ложная информация (дезинформация) разоблачалась как бездоказательная, опровергалась и осуждалась с моральной правильной позиции.

Вторая, постмодернистская, трактовка отказала истине в эксклюзивности и фундаментальности, позиционируя множество условных истин. Теперь в духе релятивизма истина связывается с обычной точкой зрения или конвенциональным дискурсивным контекстом. При этом все интерпретации в принципе объявляются относительными, что для одного истинно, для другого – ложно. Поиски объективной

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

истины и аутентичности были объявлены напрасными, поскольку «мы обитаем в мире, созданном информацией», а «символы и образы (т.е. информация) представляют собой единственную реальность, с которой мы имеем дело» (Уэбстер, 2004, 333, 331). Согласно постмодернистскому видению, медиареальность вместо правдивых описаний содержит симулякры, не отражающие действительного положения дел, и даже просто сфабрикованные медиасобытия.

Конечно, «информационная реальность» по своей сути не изменилась, но трансформировалось отношение к информации, что и выражают указанные выше позиции. По нашему же мнению, медиареальность, как мир информации, представляет собой реальность субъективную и сконструированную, содержащую феномены-факты. То есть любой «факт» изначально проинтерпретирован и оформлен сознанием в виде факта. Потому «информационная реальность» лишь только версия объективной действительности, своего рода, часть правды. Кроме того, мы не согласны с философами постсовременности, полагающими, что произошла смерть знака и смысла. Знаки могут образовывать самодостаточный мир в смысловом отношении, и такая знаковая реальность способна обладать собственной правдой. К. Вашик и Н. Бабурина, исследуя советские плакаты, заметили, что в оценке ряда «информационных реальностей» модерна (пропаганды, рекламы) этический критерий стоит не на первом месте. «В данном контексте плакаты являют собой не доказательство исторической правды, и их нельзя судить по тому, насколько провозглашаемые ими идеи и цели соответствовали “истине”, т.е. реальной политике. Плакаты – это визуальные заявления должного, а не сущего, и относятся, таким образом, к тем “историческим истинам”, которые зачастую резко расходятся с реальным опытом и переживаниями зрителей. Но то же самое относится и к современной изобразительной рекламе в целом: она знает, что лжёт, и одновременно претендует на свою собственную правду» (Вашик, Бабурина, 2004, 85). Таким образом, конституирование правды как информационного феномена обозначает конструирование особой «реальности правды». Примером таких модернистских миров правды выступают тоталитарные пропагандистские реальности, нацистская и советская. Данные миры-утопии не подвергались сомнению и принимались на веру.

С конца 1990-х и в начале 2000-х годов дал о себе знать информационный феномен политического спина, особенно ярко проявившийся в дискурсе Т. Блэра и заявлениях спин-докторов. Под спином понималась некая операция, проводимая над сообщениями, образно говоря, «подкручивание» информации, а, по сути, придание ей интерпретативной оболочки, выгодной власти. Информация откровенно не связывалась с верифицируемыми фактами, она стала «спинированной», такая информация находится между правдой и ложью, перед нами «игра с правдой», «экономное» отношение к правде (Бодрунова, 2010, 143–144). В спинированной информации главное не информативность сообщения, а фрейминг и менеджмент информационного процесса. То есть модернистское представление о «фактичности» и этичности информирования сменилось новым подходом к политической коммуникации, когда факт и интерпретация существовали неразделимо, а форма стала важнее содержания. Собственно, спин докторинг заключался в навязывании СМИ потребной интерпретации и в заведомом манипулировании информацией.

С 2010 г. появился термин «постправда» или «постистина», которым и обозначилась новейшая «гибридная» политическая культура. Стандартные описания информационных феноменов (доверие к информации, несмотря на предоставленные доказательства ее лживости, и эмоциональность политических сообщений) ничего не говорят о существенном отличии постправды, к примеру, от

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

политической пропаганды как правды. Дело в том, что при наличии доверия к источнику информации, сам феномен веры исключает критическое отношение к материалу. При этом эмоциональность послания дополняет суггестивный эффект. Видимо, изменился сам характер веры, ведь очевидно, что воздействие смысловых миров правды имело тотальный характер.

Для того чтобы, по сути, сравнить феномены правды и постправды, целесообразно ввести инструмент нашего собственного теоретического анализа — понятие символического универсума. Символический универсум представляет собой как раз такую предельную смысловую интеграцию общественного сознания, легитимирующую социальный/политический порядок и выстраивающую иерархию феноменов-реальностей (Бергер, Лукман, 1995, 157–159). В тоталитарном обществе конституировался единственный символический универсум, и тотальная идеология выступала концептуальным механизмом его поддержания. К примеру, марксистская идеология провозглашалась истинным учением, адекватным отражением истины. Потому все интерпретации фактов соотносились с идеологической рамкой, что подтверждало правдивость частных трактовок. Следовательно, критерием правдивости/лживости информации служила ее релевантность/нерелевантность истине-учению. Потому мир тоталитарной пропаганды, построенный на идеологических основаниях, являлся миром абсолютной правды, не подвергавшейся сомнению. А поскольку пропаганда была всеобъемлющей коммуникацией, то любая информация сверялась с сакрализованным текстом истинного учения, здесь правомерна типологическая аналогия со священным писанием.

В демократической политической культуре соседствуют несколько символических универсумов, которые по-разному определяют политический мир, институциональный порядок и его смысл. Но, конечно, всегда есть доминирующий символический универсум, который интегрирует все одобренные обществом и официально подтвержденные легитимации порядка, институтов, ролей, идентичностей и т.п. символизаций в единый смысловой мир. Вся информация или факты-конструкты в СМИ увязываются с абсолютной ценностью демократии как смысловым феноменом, включаются в смысловой мир «демократия», поддерживаемый ведущей идеологической концептуализацией. Потому «информационная реальность» обязательно становилась четко определенным и демократически значимым смысловым миром. При наличии доминирующего символического универсума возникал и феномен «правды демократии», в который верили безоговорочно. Так, любые частные недостатки демократической практики не могли поколебать «демократии» как высшей ценности.

Мир постправды или постдемократии образовался в результате деконструкции доминирующего демократического символического универсума. Деконструкции подверглась, в первую очередь, идеологическая сфера, вследствие чего трансформировалась символика обоснования институтов, ролей, идентичностей. Правда демократии разделилась на официально-нормативную правду-истину и другие правды, частные определения демократической реальности. В результате утратилось качество предельности легитимации и всеобъемлющий характер интеграции смыслов. Тем более что культура постмодерна делает акцент не на общем, а на различиях, стремится к искусственности репрезентации, игре и высмеиванию даже священного. При наличии «разночтений» и соперничающих истин, смысл определения демократической реальности дробится далее, а правда открыто становилась атрибутом любой интерпретации.

Как столкновение правды-истины и альтернативной правды можно описать и предвыборную борьбу Клинтон и Трампа. Скучная ортодоксальность языковых форм

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

официальной риторики Клинтон, репрезентировавшей общие смыслы, не увязывалась с личными значениями, частными интересами и мнениями. Потому американцы стали охотнее коммуницировать с Трампом, который говорил о том, что люди хотели услышать. Ведь при деконструкции доминирующего смыслового универсума индивидуальная биография человека потеряла связь с этой всеобщей матрицей смыслов. Релевантный времени образ Трикстера и критический дискурс резонировал с тем феноменом недоверия, которое вызывали традиционные СМИ. Более того, Трамп предлагал темы для обсуждения и очень быстро их менял, а ведь сегодня коммуникация важнее информации. В мире постправды не существенно, что лидер имеет отрицательный образ, зато он яркий, а информация додумывается по ходу обсуждения и возникает коммуникативная ассоциация с темой. Как нам представляется, в итоге деконструкции подверглось абсолютное выражение веры и истины. Информационная релевантность сменилась коммуникативной релевантностью, мир правды стал самоконструироваться. Может это свидетельствует о конституировании феномена «постверы»? Хотя при определении сущности такой неабсолютной веры более подходит термин «риторическая истина». Пример подали еще греки, которые считали свои мифы выдумками и баснословием, что не мешало им верить в их истинность (Уортман, 2002, 25).

Таким образом, правда как информационно-политический феномен сохраняется в архаических по типу политических сообществах и, как встарь, соотносится с миром божественной истины. А постправда сегодня, по сути, уже не информационный, а коммуникационный феномен, что задает специфику политической культуры в остальном мире.

Литература

- Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. — М.: «Academia-Центр», «МЕДИУМ», 1995. — 323 с.
- Бодрунова С.С. Современные стратегии британской политической коммуникации. — М: Товарищество научных изданий КМК, 2010. — 423 с.
- Вашик К., Бабурина Н. Реальность утопии. Искусство русского плаката XX века. — М.: Прогресс-Традиция, 2004. — 415 с.
- Уортман Р.С. Сценарии власти. Мифы и церемонии русской монархии. (Материалы и исследования по истории русской культуры. Вып. 8). — М.: ОГИ, 2002. — Т. 1: От Петра Великого до смерти Николая I. — 608 с.

П.А. Яганова (Санкт-Петербург)

ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ ПЕРВОГО КАНАЛА В УСЛОВИЯХ ДОМИНИРОВАНИЯ ПОЛИТИКИ ПОСТПРАВДЫ

В рамках отношений властных структур и общества средства массовой информации являются специфическим социально-политическим институтом, конструирующим политическую реальность и стимулирующим групповую активность граждан (Г. Лассуэл, 1927, 233). С одной стороны, формируя общественное мнение, СМИ могут оказывать значительное влияние на политический процесс, с другой стороны, политическая система не способна развиваться без СМИ, которые способствуют легитимации этой системы. Можно видеть, что средства массовой информации объясняют те или иные политические программы и тактические решения, тем самым повышая культуру политического участия обычных граждан. П. Лазарфельд, Р. Мертон полагают, что «средства массовой коммуникации наделяют престижем и усиливают власть индивидов и групп, легитимизируя — т. е.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

признавая законным их социальный статус» (Lazarsfeld, Merton, 1948, 18–30). Однако медиа, обладая возможностью влияния на политическое сознание и политическое поведение, способны также создавать ложную политическую реальность, тем самым формируя у населения ложные стереотипы о мире (Липман, 2004, 384).

В настоящее время СМИ зачастую прибегают к различным медиатехнологиям для влияния на политический процесс. Одним из наиболее распространённых медиаэффектов является установление повестки дня. Отличительной чертой данного медиа эффекта является то, что из сообщений СМИ аудитория не только узнает о событиях, но и получает информацию об относительной значимости события (McCombs, Shaw, 1972, 176–187). При этом современными исследователями выделяются три вида повесток дня: политическая (устанавливается представителями власти), информационная (формируется средствами массовой информации и контролируется государством), публичная (складывается под воздействием СМИ и политических деятелей) (Dearing, Rogers, 1988, 555–594).

Методами исследования являются анализ вторичных данных (таблица сопряженности), количественный контент-анализ, сравнительный анализ.

Эмпирическую базу исследования составляют: а) база данных «Политический Петербург–2015», представляющая собой результаты исследования, проведенного в апреле 2015 г. преподавателями кафедры политических институтов и прикладных политических исследований СПбГУ. Данная база собрана путем телефонного интервью совершеннолетних граждан, проживающих в г. Санкт-Петербург; б) тексты сюжетов из программы «Новости» Первого канала, выходящей в эфир по будням и субботам в 21 час в период с 1 июля 2016 г. по 31 декабря 2016 г.; в) результаты всероссийского опроса ВЦИОМ «Итоги 2016 года: события, люди, оценки. Ожидания от 2017 года».

В ходе исследования вторичных данных выяснилось, что пользующимся наибольшим доверием источником информации о политике в нашей стране и мире для населения г. Санкт-Петербург является телевидение. На основе этих выводов был проведен количественный контент-анализ новостей Первого канала, выходящих в эфир по будням и субботу в 21 час в период с 1 июля 2016 г. по 31 декабря 2016 г. Контент-анализ позволил увидеть, что темы внешней политики («Сирийский конфликт», «Внешняя политика») доминируют в медиа повестке дня. При этом участником почти всех новостных сюжетов стал В.В. Путин. Новости, героем которых выступает В.В. Путин, обычно имеют намеренно выраженный положительный контекст. Первый канал специально формирует образ сильного президента, активного участвующего в решении как внутренних, так и внешних проблем. Важным выводом является то, что медиареальность Первого канала конструируется на контрасте положительных новостей о внутренней политике и отрицательных новостей о внешней. Таким образом, можно заметить, что намеренной целью Первого канала является формирование эффекта «мы–они». Первый канал, акцентируя внимание на эмоциональных новостных сюжетах, формируют повестку постправды («новой искренности»).

При проведении сравнительного анализа медиа повестки Первого канала с общественной повесткой на примере опроса ВЦИОМ «Оценки, события, герои 2016 г.» был сделан вывод, что общественное мнение в основном коррелирует с информацией, транслируемой по телевидению. Тема сирийского конфликта стала основной как в новостях Первого канала, так и в сознании респондентов. Согласно общественному мнению и материалам Первого канала, В.В. Путин является главным героем общественных событий и играет важнейшую роль в современном

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

политическом процессе РФ. Исходя из совпадения информации, транслируемой Первым каналом, и общественным мнением, можно сделать вывод, что медиа повестка оказывает влияние на общественную.

Литература

- Липпман У. Общественное мнение. — М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
- Dearing J., Rogers E. Agenda-setting, Where Has It Been, Where Is It Going? / Anderson, J.A. (Ed.). Communication yearbook 11. — Newbury Park, CA: Sage, 1988. — P. 555–594.
- Lasswell H. D. The structure and function of communication in society. — N.Y., 1948. — 216 p.
- Lasswell H. D. Propaganda Technique in the World War. — N.Y., 1927. 233 p.
- Lazarsfeld P., Merton R. K. Mass communication, popular taste and organized social action // Media studies. — 1948. — С. 18–30.
- Lazarsfeld P. Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. N.Y.: Columbia University Press, 1968. — 340 p.
- McCombs M., Shaw D. The Agenda-Setting Function of Mass-Media // Public Opinion Quarterly. — 1972. — Vol. 36. — N 2. — P. 176–187.

И.В. Яковлева (Москва)

ФЕНОМЕН «ФЕЙКОВЫХ» НОВОСТЕЙ: НОВОЕ ИЛИ ХОРОШО ЗАБЫТОЕ СТАРОЕ?

С ноября 2016 г. со времени президентских выборов в США феномен «фейковых» новостей очень широко обсуждается: и с точки зрения возникновения самого явления, и с точки зрения методов и технологий его распространения, а также попыток разобраться в мерах по предотвращению распространения. Научное осмысление феномена «фейковых» новостей выступает необходимым шагом на пути к пониманию роли данного явления, а также является условием прогнозирования поведения участников коммуникации. Понимание сути явления необходимо для формирования стратегий сглаживания отрицательных эффектов феномена. Не вызывает сомнений тот факт, что само по себе появление того, что мы вслед за зарубежными СМИ в настоящий момент называем «фейковыми» новостями, по внешним проявлениям представляет собой целый ряд хорошо знакомых явлений. Их можно отнести к различным дисциплинам и научным направлениям; это — методы и приемы коммуникации, пропаганды и контрпропаганды, особенности профессиональной этики и квалификации журналиста, находящаяся в фокусе внимания специалистов в области военных наук категория, а также широкое поле для деятельности психологов и историков.

Представляют интерес культурные особенности употребления данного понятия. При анализе явления в русскоязычном контексте необходимо учитывать тот факт, что трансформация термина в русскоязычной среде претерпевает как лишение части смысла исходного англоязычного варианта, так и дополнение новыми смыслами. Все это делает научное осмысление самого явления, а также поиска снижения негативного влияния более сложным. Для всей группы явлений, которую включает понятие «фейковых» новостей, существует большое количество синонимов, варьирующихся в пределах стилистики и предметной области употребления, от «непроверенного факта» до «дезинформации». Формальное научное описание явления предполагает определение его места в современной научной парадигме, а также классификацию явлений.

В современной англоязычной дискуссии мнения относительно новизны явления «фейковых» новостей расходятся. Так, часть исследователей придерживается той точки зрения, что данное явление давно существует и хорошо известно. Практики

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

дезинформирования в печатной прессе существует с начала ее создания, равно как и с момента применения коммуникационных технологий, предоставивших каналы распространения информации. Другие авторы склонны считать, что именно онлайн платформы усиливают распространение информации и характеризуются высочайшей динамикой, что ставит новые задачи и создает определенные проблемы, которые необходимо решать.

Среди предлагаемых мер в ответ на увеличение потока «фейковых» новостей следующие: развитие медийной грамотности; образовательные инициативы в области проверки фактов; разработка новых законопроектов, а также практика наложения штрафов на высоко технологичные компании, которые не удалили оскорбительный контент. Возникли стартапы, направленные на решение вопросов, начиная от удостоверения подлинности информации и заканчивая проектами по автоматической проверке фактов.

Среди основных особенностей «фейковых» новостей можно выделить то, что их форма и содержание создаются таким образом, чтобы максимально точно копировать формат ведущих средств массовой информации (СМИ). Именно по причине распространения через те же каналы, по которым распространяется контент ведущих СМИ, феномен «фейковых» новостей предоставляет возможность изучения не только стратегий и форматов существования «фейка», но и политическую среду, а также композиционные особенности медиа-форматов, и, безусловно, общее состояние информационной среды в цифровую эпоху.

«Фейковые» новости целесообразно рассматривать не только как определенный вид онлайн контента, нужно анализировать сам характер этого онлайн распространения и восприятия информации. Представляет интерес анализ таких факторов, как посредническая инфраструктура, платформы, культура участия пособников распространения «фейковых» новостей. Учет особенностей их распространения позволяет проследить, каким образом начинающие свою онлайн жизнь в качестве сатиры материалы могут быть трансформированы в привлекающие внимание кликбейтовые вывески, которые генерируют трафик для платной рекламы, а затем продолжают функционировать уже в качестве примеров политической дезинформации. Фокус внимания исследователей необходимо сдвигать с собственно формального анализа контента «фейковых» новостей на изучение и понимание контекста, в котором они распространяются. При таком подходе к пониманию «фейковых» новостей выявляются существенные ограничения «модели недостаточности информации», согласно которой «фейковые» новости и их широчайшее распространение являются результатом исключительно неполноты фактической информации.

Изучение феномена «фейковых» новостей предполагает учет следующих факторов:

1. Выработка стратегий по противодействию распространению «фейковых» новостей должна исходить из понимания того, что сам по себе этот термин служит целям различных политических акторов.

2. Необходимы совместные усилия, объединяющие разработчиков стратегии, представителей СМИ и высоко технологичных компаний, однако подход к противодействию этому явлению должен быть пропорциональным, комплексным и с необходимым условием сохранения свободы слова.

3. В некоторых случаях «фейковые» новости могут подрывать электоральную активность, а также представлять угрозу национальной безопасности. Посредники распространения, такие как Google и Facebook, могут получать прямые указания на

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

удаление контента, однако в большинстве случаев достаточно мониторинга и проверки фактической информации.

4. Большинство граждан (как студентов, так и более взрослых групп населения) не обладают способностью отличать «фейковый» контент от «не-фейкового». Постепенно снижается доля людей, которые считают всю информацию в социальных сетях соответствующей действительности, люди склонны считать сведения от информагентств менее надежным источником информации, чем поисковые системы, например Google.

5. Доходы от онлайн рекламы способствуют распространению «фейковых» новостей, следовательно, ответом на проблемы может быть активация рыночных механизмов защиты.

6. Политика противодействия распространению «фейковых» новостей должна включать развитие критического мышления и медиа грамотности, саморегуляцию платформ, точечное вмешательство в особо важные случаи, угрожающие национальной безопасности.

Исследователи Лондонской школы экономики и политики выделяют шесть категорий «фейковых» новостей:

а) предположительное иностранное вмешательство в местные выборы посредством «фейковых» новостей. В качестве одной из попыток противостояния предположительному вмешательству в выборы США и Франции Европейский Союз профинансировал создание и функционирование сайта, который функционирует в двух вариантах: на английском и русском языках. Цель создания сайта заключается в анализе контента новостей и выявлении среди них «фейка»;

б) распространение «фейковых» новостей с целью получения прибыли, т.е. распространение, в основе которого лежит рекламный трафик. Социальные медиа не проявляют заинтересованности в том, чтобы выполнять функцию редакторов контента при выборе и распространении определенной новости, но они не хотят выглядеть незаинтересованными в решении проблемы. Новые модели распространения рекламы существенным образом способствуют созданию новых возможностей для людей, которые зарабатывают деньги посредством распространения «фейковых» новостей;

в) пародия и сатира. Данная форма «фейковых» новостей превратилась в важную форму политической речи. Побочным эффектом функционирования данного жанра явилось то, что ряд людей воспринимают пародии серьезно;

г) некачественная журналистика. Существующие журналистские практики освещения, например случаев из жизни знаменитостей, демонстрируют практику создания новостного продукта, на который существует определенный запрос читающей аудитории, хотя сам новостной продукт может не иметь никакого отношения к реально произошедшему событию и существующему на самом деле факту. В связи с отсутствием мониторинга и правоприменительных практик в данной области, сложилась ситуация, когда именно читателям нужно принять решение, что из потребляемой ими информации соответствует, а что не соответствует действительности;

д) новости, которые представляют иную идеологию, получают маркер «фейковых». Иллюстрациями для данного типа новостей являются печально известные конференции Дональда Трампа в начале его президентского срока: любое утверждение, не совпадающее с собственным видением ситуации, получало ярлык «фейковой» новости как форма оскорбления;

е) новости, которые ставят под сомнение традиционные формы власти и властных отношений. Любое политическое сообщество в любую историческую эпоху

ПОЛИТИКА ПОСТРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

характеризуется традиционностью и набором сложившихся правил. Попытки представить факты или иное видение вопросов, которое не базируется на общих признанных подходах, получает маркер «фейковой» новости.

Складываются несколько важных направлений в области противодействия распространению «фейковых» новостей. Среди них можно выделить три уровня инициатив: на уровне государственного регулирования, на уровне самих информационно-коммуникационных компаний, на уровне повышения медийной грамотности потребителей новостного контента.

Государственные инициативы в области противодействия «фейковым» новостям внедряются в ряде государств. Например, в Германии разрабатывается «Закон о социальных сетях» (Netzwerkdurchsetzungsgesetz), который прозвали «Законом о «фейковых» новостях». Он направлен на провайдеров, которые не смогли закрыть доступ к контенту, маркированному в качестве «фейковой» новости или же причисленному к категории опасных. Данная категория включает проявления ненависти и предрассудков, призывы к насилию, т.е. то, что попадает в размытую и не очень точно определенную категорию «языка вражды». Сам закон не предлагает определения правовой категории «фейковой» информации, не обязывает провайдеров определять, что является «правдой» или «ложью».

В феврале 2017 г. в парламент Италии поступил проект закона, предлагающий криминализовать размещение и распространение постов, которые содержат «ложную, преувеличенную и тенденциозную информацию», накладывать штрафы в размере 5000 евро. В проекте закона предлагается ввести тюремные сроки за распространение и создание наиболее серьезных видов «фейковых» новостей, которые подстрекают к совершению преступлений, призывают к насилию. Предлагается норма, согласно которой платформы социальных медиа должны проводить мониторинг для выявления «фейковых» новостей. Сложность в данном законопроекте представляет размытое определение «ложной, преувеличенной и тенденциозной информации», под которое попадает большое количество новостных форматов, включая сатиру и журналистику, представляющие общественные интересы.

Зарубежные исследователи негативно оценивают опыт Китая в области противодействия «слухам» посредством создания специализированных государственных структур. Опасения вызывает возможность применения практически к любой информации размытого понятия «слухов» и «фейковых» новостей.

Информационно-коммуникационные компании в целях противодействия онлайн преступности, популизму, дискриминации и «фейковым» новостям начали применять специальные алгоритмы для определения и блокировки определенного контента. Facebook и Google объявили о том, что они планируют использовать алгоритмы для выявления «фейковых» новостей, чтобы делать их менее заметными. Очевидно, что алгоритмы не могут самостоятельно интерпретировать закон и осуществлять его применение. Еще одной сложностью с применением новых алгоритмов является их непрозрачность, что может привести к еще большим сложностям с блокированием контента.

Новый подход к медийной грамотности предполагает, что этот зонтичный термин объединит направления развития грамотности в отношении традиционных и цифровых медиа. Само понятие цифровой грамотности предполагает научить пользователей потреблять медийный контент критически, выявляя предвзятость, необъективность, искаженность информации.

ПОЛИТИКА ПОСТИРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Рассматривая проблематику понятия «фейковых» новостей, необходимо отметить, что наряду с употреблением данного понятия в исключительно негативном контексте существует попытка употребления понятия «альтернативных» фактов с положительной коннотацией, хотя оба понятия обозначают одни и те же явления.

Литература

Cathcart W. Continuing Our Updates to Trending. 25 January 2017 [Электронный ресурс]. — URL: <https://newsroom.fb.com/news/2017/01/continuing-our-updates-to-trending/> (дата обращения 15.05.2017).

Darnton R. The True History of Fake News [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.nybooks.com/daily/2017/02/13/the-true-history-of-fake-news/> (дата обращения 15.05.2017).

EU vs disinformation website [Электронный ресурс]. — URL: <https://euvsdisinfo.eu/> (дата обращения 15.05.2017).

Gesetzentwurf der Bundesregierung. Entwurf eines Gesetzes zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken [Электронный ресурс]. — URL: https://www.bmjv.de/SharedDocs/Gesetzgebungsverfahren/Dokumente/RegE_NetzDG.pdf?__blob=publicationFile&v=2 (дата обращения 15.05.2017).

Google search changes tackle fake news and hate speech. 25 April 2017 [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.bbc.com/news/technology-39707642> (дата обращения 15.05.2017).

Independent press standards organization (IPSO). Editors' Code of Practice [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.ipso.co.uk/editors-code-of-practice/> (дата обращения 15.05.2017).

Naughton J. Facebook and Twitter could pay the price for hate speech [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.theguardian.com/com%admentisfree/2017/mar/19/john-naughton-germany-fine-social-media-sites-facebook-twitter-hate-speech> (дата обращения 15.05.2017).

Ofcom: Children and parents: media use and attitudes report. Research document. November 2016 [Электронный ресурс]. — URL: https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0034/93976/Children-Parents-Media-Use-Attitudes-Report-2016.pdf (дата обращения 15.05.2017).

Sky Views: Facebook's fake news threatens democracy // Sky News [Электронный ресурс]. — URL: <http://news.sky.com/story/sky-views-democracy-burns-as-facebook-lets-fake-news-thrive-10652711> (дата обращения 15.05.2017).

Tambini D. Fake News: Public Policy Responses // Media Policy Brief 20. — London: Media Policy Project, London School of Economics and Political Science, 2017.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Алиаскарова Жамиля Агыновна — студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

Антанович Нина Арсеньевна — канд. полит. наук, доцент кафедры политологии юридического факультета Белорусского государственного университета (Республика Беларусь, Минск);

Ачкасов Валерий Алексеевич — докт. полит. наук, проф., заведующий кафедрой этнополитологии факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

Балаян Александр Александрович — канд. полит. наук, доцент департамента прикладной политологии НИУ Высшая школа экономики (Санкт-Петербург);

Баранов Андрей Владимирович — докт. истор. наук, докт. полит. наук, профессор кафедры политологии и политического управления факультета психологии и управления Кубанского государственного университета (г. Краснодар);

Баранов Николай Алексеевич — докт. полит. наук, профессор кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

Берендеев Михаил Владимирович — канд. социол. наук, доцент, заместитель директора института гуманитарных наук Балтийского федерального университета им. И. Канта (Калининград);

Беспалов Алексей Андреевич — аспирант кафедры новой и новейшей истории исторического факультета УрФУ им. первого президента России Б. Н. Ельцина;

Богапова Анастасия Валерьевна — студентка НИУ Высшая школа экономики (Москва);

Бойко Сергей Иванович — канд. полит. наук, доцент кафедры теоретической и прикладной политологии Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ, Москва);

Борисова Оксана Владимировна — магистрант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

Бортников Никита Андреевич — студент факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

Бугайчук Татьяна Владимировна — канд. психол. наук, доцент кафедры теории и методики профессионального образования Института развития кадрового потенциала Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского;

Будко Диана Анатольевна — канд. полит. наук, ассистент кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

- Буранов Максим Михайлович — магистрант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Быков Илья Анатольевич — докт. полит. наук, доцент кафедры связей с общественностью в политике и государственном управлении Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета;
- Варакса Александр Николаевич — канд. полит. наук, доцент кафедры политологии и международных отношений Петрозаводского государственного университета;
- Варенцова Ольга Борисовна — канд. полит. наук, млад. научн. сотрудник Российского государственного социального университета (Москва);
- Ветренко Инна Александровна — докт. полит. наук, профессор, заведующая кафедрой политологии Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского;
- Вишневский Борис Лазаревич — канд. техн. наук, депутат Законодательного Собрания, действительный государственный советник Санкт-Петербурга 1 класса, профессор кафедры политологии факультета истории и социальных наук Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург);
- Волков Виталий Александрович — докт. полит. наук, профессор кафедры теории и философии политики факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Волкова Анна Алексеевна — студентка института философии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Волкова Анна Владимировна — докт. полит. наук, доцент кафедры политического управления факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Гайко Ольга Владимировна — студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Гиматудинова Анастасия Сергеевна — магистрант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Гливенко Вадим Олегович — студент факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Глухова Александра Викторовна — докт. полит. наук, профессор, заведующая кафедрой социологии и политологии Воронежского государственного университета;
- Гуторов Владимир Александрович — докт. философ. наук, профессор, заведующий кафедрой теории и философии политики факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Жаде Зуриет Анзауровна — докт. полит. наук, профессор, заведующая кафедрой теории государства и права и политологии Адыгейского государственного университета (Майкоп);
- Завершинский Константин Федорович — докт. полит. наук, профессор кафедры теории и философии политики факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Зайцев Станислав Юрьевич — аспирант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Зиновьев Андрей Олегович — канд. полит. наук, доцент кафедры теории и философии политики факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Зотова Екатерина Владимировна — студентка факультета международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета;

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

- Ирхин Юрий Васильевич — докт. филос. наук, профессор кафедры политологии и политического управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Москва);
- Казаринова Дарья Борисовна — канд. полит. наук, доцент кафедры сравнительной политологии Российского университета дружбы народов (Москва);
- Канюков Анатолий Николаевич — аспирант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Коваленко Владимир Дмитриевич — студент факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Колесников Владимир Николаевич — докт. полит. наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Северо-Западного института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Санкт-Петербург);
- Консон Григорий Рафаэлевич — доктор искусствоведения, профессор кафедры лингвистики и перевода, профессор кафедры социологии и философии культуры, заместитель декана лингвистического факультета по научной работе Российского государственного социального университета, ведущий научный сотрудник Института кино и телевидения;
- Коряковцева Ольга Алексеевна — докт. полит. наук, канд. педаг. наук, директор Института развития кадрового потенциала Ярославского государственного педагогического университета им. К.Д. Ушинского;
- Крылова Екатерина Александровна — аспирант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Кузина Светлана Ивановна — докт. полит. наук, профессор кафедры политологии и этнополитики Южно-Российского института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, профессор кафедры уголовного права и криминалистики Донского государственного технического университета (Ростов-на-Дону);
- Кузьмин Александр Геннадьевич — канд. полит. наук, доцент кафедры социальной работы Сыктывкарского государственного университета им. Питирима Сорокина (Республика Коми);
- Куманичкин Павел Сергеевич — аспирант исторического факультета Воронежского государственного университета;
- Курков Владислав Николаевич — консультант Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации;
- Курочкин Александр Вячеславович — докт. полит. наук, доцент, профессор кафедры российской политики, и.о. декана факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Ланцов Сергей Алексеевич — докт. филос. наук, профессор кафедры международных политических процессов факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Лукьянова Галина Владимировна — канд. полит. наук, старший преподаватель кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Макарин Александр Викторович — докт. социол. наук, профессор кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Мартьянов Денис Сергеевич — канд. полит. наук, доцент кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

- Михайлов Артем Андреевич — студент института истории Санкт-Петербургского государственного университета;
- Мораев Филипп Викторович — аспирант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Мутагиров Джамал Зейнутдинович — докт. филос. наук, профессор кафедры международных политических процессов факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Мчедлова Мария Мирановна — докт. полит. наук, профессор, заведующая кафедрой сравнительной политологии факультета гуманитарных и социальных наук Российского университета дружбы народов, главный научный сотрудник Центра «Религия в современном обществе» Института социологии ФНИСЦ РАН (Москва);
- Неверов Кирилл Алексеевич — канд. полит. наук, ассистент кафедры политического управления политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Негров Евгений Олегович — канд. полит. наук, доцент кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Нехаенко Александр Сергеевич — магистрант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Никипорец-Такигава Галина Юрьевна — канд. филолог. наук, PhD (исследования России), профессор кафедры славистских исследований Кембриджского университета (Великобритания), заведующая кафедрой политологии и международных отношений, декан гуманитарного факультета Российского государственного социального университета (Москва);
- Новиков Кирилл Андреевич — студент факультета международных отношений Санкт-Петербургского государственного университета;
- Онопко Олег Владимирович — канд. полит. наук, доцент кафедры государственного и международного права Донбасской юридической академии (ДНР);
- Павроз Александр Васильевич — докт. полит. наук, доцент, профессор кафедры российской политики факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Пашковский Евгений Александрович — канд. полит. наук, старший преподаватель кафедры политологии факультета истории и социальных наук Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург);
- Пейчева Августина Асенова — аспирант Московского государственного педагогического университета;
- Полагутина Людмила Викторовна — канд. педагог. наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Санкт-Петербургского государственного института культуры;
- Полякова Наталья Валерьевна — канд. филос. наук, доцент кафедры теории и философии политики факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Попова Ольга Валентиновна — докт. полит. наук, канд. социол. наук, профессор, заведующая кафедрой политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Приколота Максим Дмитриевич — студент Северо-Западного института управления — филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Санкт-Петербург);
- Пунгина Анна Павловна — студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

- Пшизова Сусанна Нурбиевна — канд. истор. наук, доцент кафедры политического анализа факультета государственного управления Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова;
- Раджапова Надежда Сергеевна — студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Радиков Иван Владимирович — докт. полит. наук, профессор, заведующий кафедрой российской политики факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Ребров Сергей Александрович — магистрант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Реут Олег Чеславович — канд. техн. наук, доцент кафедры сравнительных политических исследований Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Петрозаводск, Республика Карелия);
- Рожнева Светлана Сергеевна — канд. полит. наук, доцент кафедры зарубежной истории, политологии и международных отношений Петрозаводского государственного университета (Петрозаводск, Республика Карелия);
- Рябова Татьяна Борисовна — докт. социол. наук, доцент, профессор кафедры политологии факультета истории и социальных наук Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург);
- Сафонова Ольга Диомидовна — канд. полит. наук, доцент кафедры политических институтов и прикладных политических исследований факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Свиридов Артём Васильевич — канд. полит. наук, профессор, зам. заведующего кафедрой профсоюзной работы и социально-гуманитарных дисциплин Международного университета «МИТСО» (Республика Беларусь, Минск);
- Сдельников Виталий Андреевич — аспирант Томского государственного университета;
- Серавин Александр Игоревич — заведующий Центром электронной электоральной политики Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина;
- Сингаевский Владислав Николаевич — студент факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Смаль Светлана Владимировна — канд. полит. наук, доцент кафедры политологии факультета истории и социальных наук Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена (Санкт-Петербург);
- Сопов Игорь Александрович — исполнительный директор Петербургского GR клуба;
- Тимофеева Лидия Николаевна — докт. полит. наук, профессор, зам. заведующего кафедрой политологии и политического управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Москва);
- Томин Леонид Владимирович — канд. полит. наук, доцент кафедры политического управления факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;
- Трофимова Ирина Николаевна — докт. полит. наук, ведущий научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН (Москва);
- Тульчинский Григорий Львович — заслуженный деятель науки РФ, докт. филос. наук, профессор департамента прикладной политологии НИУ Высшая школа экономики (Санкт-Петербург);
- Ульянова Дарья Алексеевна — аспирант Санкт-Петербургского государственного университета;

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Фархан Еияс Аль-Хатиб — аспирант Института социологии и регионоведения Южного федерального университета (Ростов-на-Дону);

Филиппова Наталья Алексеевна — докт. юрид. наук, канд. полит. наук, профессор, заведующая кафедрой государственного и муниципального права юридического факультета Сургутского государственного университета;

Харкевич Максим Владимирович — канд. полит. наук, доцент кафедры мировых политических процессов Московского государственного института международных отношений (Университет) МИД России (Москва);

Хохлова Дарья Даниловна — аспирант факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

Черушников Илья Дмитриевич — специалист, Правительство Ленинградской области;

Шашкова Ярослава Юрьевна — докт. полит. наук, профессор, заведующая кафедрой политологии Алтайского государственного университета (Барнаул);

Щербинин Алексей Игнатьевич — докт. полит. наук, канд. истор. наук, профессор, заведующий кафедрой политологии философского факультета Национального исследовательского Томского государственного университета;

Щербинина Нина Гаррьевна — докт. полит. наук, профессор кафедры политологии философского факультета Национального исследовательского Томского государственного университета;

Яганова Полина Александровна — студентка факультета политологии Санкт-Петербургского государственного университета;

Яковлева Ирина Викторовна — канд. социолог. наук, старший преподаватель кафедры стратегических коммуникаций факультета международных отношений Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова.

ПОЛИТИКА ПОСТПРАВДЫ И ПОПУЛИЗМ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Сборник материалов по итогам Всероссийской научной конференции с международным участием «Политика постправды и популизм в современном мире»
22–23 сентября 2017 года

Редакция текстов
О.В. Попова

Компьютерная верстка
Д.С. Мартьянов

Усл.-печ. л. 29,41.

Заказ № 5252

Отпечатано в типографии «Скифия-принт»