

УДК 316.77:070

Г.С. Мельник

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия, г. Санкт-Петербург

E-mail: melnik-spb@mail.ru

**Новые медийные технологии:
мобилизация общественности в политических целях**

Аннотация. Через СМИ отрабатываются технологии «информационных войн», «бархатных» революций, этнической мобилизации, приемы эффективного психологического воздействия на аудиторию, меняющего стратегии поведения, что неминуемо ставит на государственном уровне вопрос об информационной безопасности, доступе к информационным ресурсам. Инкорпорированные во власть СМИ практически стирают грани между политической и информационной деятельностью. Эффективные технологии, направленные на взаимодействие представителей властных структур, политической элиты, финансовых групп с журналистами и информационными структурами, позволяют отрабатывать в практике массмедиа модели этого взаимодействия (модели «конфликта», «кризиса», «катастрофы», «хаоса», «системы», «рынка», «игры», «конкуренции», «сотрудничества», «партнерства», «торга», «общественного и коллективного выбора», «перехвата власти»). Сегодня СМИ могут провоцировать действия широкого народного движения нового типа, которое видит смысл и цель своего существования «не в борьбе за власть, а в борьбе с властью».

Ключевые слова: информационная безопасность, «конфликт», «кризис», «катастрофы», «хаос», «системы», «рынок», «игры», «конкуренции», «сотрудничество», «партнерство», «торга», «общественный и коллективный выбор», «перехват власти».

Массмедиа выступают важнейшим инструментом политического управления и обеспечения массовой лояльности к существующей власти, что определяется встроенностью СМИ в истеблишмент, их статусом и занимаемой позицией в политических отношениях, – между властью и населением. В политическом процессе СМИ несут в себе как деструктивный, так и положительный заряд.

Многие страны мира находятся в состоянии острой нестабильности, которая создается под давлением извне в геополитических целях – при наличии внутри влиятельных сил, также заинтересованных в дестабилизации, страна может оказаться в ситуации ожидания «ощущения назревающей революции». «Предпосылки для дестабилизации имеют системный характер, они представляют собой взаимосвязанные «дремлющие» (латентные) кризисы социальных и национальных отношений, деградацию систем жизне-

обеспечения, безопасности и культуры, быстрые изменения в массовом сознании» [2, с. 3].

К концу 80-х годов в политической практике США и их союзников была выработана и опробована новая технология целенаправленной дестабилизации и смены власти в самых разных странах без прямого насилия (т.н. «бархатные революции») или с минимальным использованием насилия.

Через десять лет эти технологии были отработаны на территории бывшего СССР в республиках, тесно связанных с РФ (в Грузии – «розовая революция», ноябрь 2003; в Украине – «оранжевая» 2004 г.; в Киргизии – «тюльпановая», 2005 г.). Особая роль в них отводилась СМИ. Предвестниками цветных революций были события в Венгрии в 1956 г., затем последовала «Пражская весна» 1968 г.; прокатилась волна студенческих волнений «Красный май» во Франции; в 1989 г. в Болгарии оппозиционными

силами возбуждено и национальное движение, мобилизованы этнические турки. В Сербии во время свержения Милошевича «бархатная» революция характеризовалась объединением оппозиций, широкомасштабными демонстрациями и активным участием молодежи, в том числе в рамках движения «Отпор».

Августовский переворот в России в 1991 г. также можно назвать «бархатной революцией». При этом пятая колонна формировалась не из диссидентов, а из партийно-государственных деятелей (М. Горбачев, А. Яковлев, Э. Шаварнадзе) [5, с. 19]. Как пишет Кара-Мурза: «Когда процесс свержения власти посредством «бархатной» революции вступает в решающую стадию, удержать толпу в рамках ненасильственных действий оказывается важной и очень непростой задачей» [2, с. 3].

Третья волна «бархатных» революций, которые в дальнейшем переросли в кровавые битвы, пробежала по странам Северной Африки. В ряде стран продолжается до сих пор (Египет, Сирия).

В условиях конфликта одним из самых востребованных современных способов организации и управления политическими процессами являются мобилизационные технологии. Их роль значительно возрастает в условиях усложнения социальных связей, в связи с ростом динамизма политических процессов, когда повышаются требования к совершенствованию социального управления [6, с. 2]. Отрабатываются технологии сопровождения выборных кампаний, методы, которые позволяют сделать процесс политической коммуникации максимально управляемым в условиях конкурентной политической борьбы за предпочтения потенциальных избирателей и активных групп граждан.

Итогами революций, по мнению аналитиков, может стать дестабилизация ситуации:

1. Оппозиция, свергающая власти, приход на смену авторитарному лидеру слабого правительства деморализует госаппарат, так что часть служащих не подчиняется приказам официальной власти. Это создает ситуацию двоевластия и раскалывает силовые структуры.

2. В качестве движущей силы беспорядков легче всего использовать студенчество, которое в ходе мирного марша может быть превращено в возбужденную толпу. Такие действия служат

важным фактором давления на всех госслужащих, парализуют госаппарат и правоохранные органы.

3. Деньги являются очень важным фактором для организации управляемой толпы; создается иллюзия поддержки «революции» со стороны западных держав.

Стратегию мобилизационных технологий Запада можно представить как двухходовку [8]: «Первый ход: дать власти в руки новую, модную, “демократическую” игрушку – выборы, научить с нею обращаться, вырастить слой политтехнологов и политконсультантов, сделать её привычным инструментом (вместе с вытекающими из культурных и менталитетных особенностей народа характерными нарушениями) смены или продолжения власти. Второй ход: проанализировать использование этого инструмента и создать противодействующий сценарий, основанный на работе поверх выборного демократического механизма – на использовании современных властных инстанций: “биовласти” и “власти интерпретаций”».

Прежде всего, для перехвата власти используются технологии политического спектакля. В каждом случае проводится предварительное исследование культуры того общества, в котором организуется свержение власти. На основании этого подбираются «художественные средства», пишется сценарий и готовится режиссура спектакля. Если перехват власти проводится в момент выборов, эффективным приемом является создание обстановки максимально «грязных» выборов – с тем, чтобы возникло общее ощущение их фальсификации. При этом возникает обширная зона неопределенности, что дает повод для большого спектакля «на площади».

Через СМИ отрабатываются технологии «информационных войн», «бархатных» революций, этнической мобилизации, приемы эффективного психологического воздействия на аудиторию, меняющего стратегии поведения, что неминуемо ставит на государственном уровне вопрос об информационной безопасности, доступе к информационным ресурсам [3]. Инкорпорированные во власть СМИ практически стирают грани между политической и информационной деятельностью. Эффективные технологии, направленные на взаимодействие представителей властных структур, политической элиты, финансовых групп с журналистами и информаци-

онными структурами, позволяют отрабатывать в практике массмедиа модели этого взаимодействия (модели «конфликта», «кризиса», «катастрофы», «хаоса», «системы», «рынка», «игры», «конкуренции», «сотрудничества», «партнерства», «торга», «общественного и коллективного выбора», «перехвата власти»).

Сегодня СМИ могут провоцировать действия широкого народного движения нового типа, которое видит смысл и цель своего существования «не в борьбе за власть, а в борьбе с властью».

Михаэль МакФол профессор политологии Стенфордского университета также выделяет факторы «успешности» цветных революций: наличие скорее «полуавтократического», нежели автократического режима, непопулярность действующей власти, единая организованная оппозиция, возможность быстро доказать фальсификат выборов, СМИ, достаточно независимое для того, чтобы осветить факт фальсификации выборов, способность политической оппозиции мобилизовать значительное число людей для протеста, раскол среди силовых структур государства [10].

Сами зрители, подчеркивает С. Кара-Мурза, становятся «инструментом производства иллюзии», они втягиваются в игру: *новые* и *старые* люди [2]. Те, кто смогут прижиться к новой эпохе, и те, кому это не дано. В бархатных» революциях массмедиа использует особый язык – короткие (иногда из одного слова) лозунги, которые непрерывно повторяются – и в виде графических образов, и в речи вождей революции с трибун, и в скандировании толпы. Человек массы, которая может трансформироваться в количественное образование при условии наличия сильной объединяющей эмоции, возникающей на микроуровне массового сознания, осуществляет точечный характер власти.

«Процессии как публичные зрелища проходят в окружении „медленных толп“ зрителей. Эксгибиционизм, с одной стороны, и восхищающаяся аудитория зрителей – с другой, являются взаимосвязанными компонентами спектакля. Митинги, завершающиеся публичными речами на открытых пространствах. Центральным элементом массового ораторства является энергичная декламация стереотипных высказываний с готовыми формулировками, одобренными мифи-

чески-историческими ссылками, напыщенным хвастовством, групповой диффамацией, грубыми оскорблениями и измышлениями против оппонентов. Эти речи передаются и усиливаются до рвущего барабанные перепонки звука с помощью средств массовой информации – микрофонов, громкоговорителей, современных теле- и видеоаппаратуры. Этот тип шумной пропаганды эффективно содействовал „демонизации“ врага и появлению чувства всемогущества и правоты у участников как представителей этнической группы или расы» [7].

Используя яркие метаморфозы и своеобразную лексику («Ужас данных режимов показался мне тем более ужасающим, что диктатура устанавливалась во имя освобождения от гнета и эксплуатации», «чувства пафоса гнета против жестокостей, а также восхищения хладнокровным эгоизмом невероятно храбрых мужчин и женщин», часто применяется метод проецирования качества одного человека на всю группу, к которой он принадлежит («Несмотря на всю смелость, демократам...»)).

Любое политическое действие имеет экспрессивно-символическую сторону, легитимация и упрочение власти происходит посредством создания символических суррогатов политических действий и решений. Соблюдается определенная эстетика – политические символы должны быть красивыми, приятными, соблазняющими для «толпы».

СМИ выступают симбиозом политических и художественно-эстетических практик, функционируют в сфере пара-, псевдо- и квазивещей, событий, процессов и т. п. Ее главная политическая функция – производить эмоциональный консенсус с наличной властью. Этот консенсус выступает эрзацем баланса интересов на основе диалога власти с общественностью.

Манипуляция массмедиа просматривается на разных уровнях и в разных сферах.

Концептуальный мыслитель и романист современности Умберто Эко в публицистической книге «Полный назад!» пишет:

1. Значит – назад к тактике листовок, к раздаче видеокассет, уличному театру. Устроить передачу данных по цепочке. Шуметь на чатах в Интернете. На улицах ставить телеэкраны. Транслировать на любительских частотах. Использовать любые другие фантазии и выдумки технологической

эры. Поскольку электорату, оболваненному традиционными массмедиа, обращаться нет смысла, будем придумывать нетрадиционные средства и обращаться к нетрадиционной публике.

В то же время через самые традиционные сети распространения партийных мнений – через посредство интервью и телепрограмм (но помним: главное – действовать неожиданно и громко) оппозиция должна устраивать свои собственные провокации» [9, с. 249]. По меткому замечанию У. Эко – «хороводы», что означает характерную форму протеста, «которую применили политические оппоненты Берлускони во времена миланских судебных процессов, в которых Берлускони являлся обвиняемым. Первый хоровод был организован вокруг миланского Дворца правосудия в январе 2002 г. Взявшись за руки, демонстранты протянули живое кольцо вокруг Дворца. Так родилось движение «хороводов» – форма диссидентского поведения [9, с. 249].

Им описана элементарная схема управления общественным мнением. Если по ТВ обсуждают закон о чем-то, то поначалу дают слово оппозиции. После этого выступают защитники проекта закона и громят высказывания оппозиционеров. Результат – победа режима – гарантирован. Побеждает тот, кто говорил во вторую очередь.

Цветные революции активно задействуют информационное пространство посредством СМИ, которые способствуют легитимации и делегитимации власти. Исследователь Вертешин очерчивает линии взаимодействия власти и СМИ:

1. Политический институт поддержки и оппонирования российской власти системно связан с журналистикой. При этом данное явление вносится в политическую практику и является ситуационным политическим катализатором в поддержке и оппонировании власти.

2. Поддержка и оппонирование власти со стороны журналистики, когда они вносятся в политическую практику, приобретают институциональные элементы. Это обстоятельство заставляет субъектов отношений с населением – власть или журналистику – формулировать стандарты, нормы политических действий для электората.

3. Российская политическая власть для осуществления собственной легитимации в основном использует неapolитические или технологические методы влияния на политические институты, то для достижения целей она рекру-

тирует наиболее эффективные инструменты воздействия на общественное мнение, в том числе методы политической журналистики [1, с. 172-178].

Как правило, мобилизационные или «протестные» технологии, используются всеми противоборствующими сторонами в интересах распространения выгодной информации и формирования общественного мнения. К участию в информационном сопровождении политического процесса привлекаются политическая элита, эксперты, наиболее активная часть общества, журналисты. Ряд ведущих политических журналистов («лица» каналов) выступают в роли политических функционеров и политических лоббистов, мессий.

СМИ задействуют на всех этапах проведения технологии. *Подготовительный этап.* Производится поиск источников финансирования, подбирается ставленник формирования через СМИ формулы «свои – чужие», набор активистов. Включаются агенты влияния – международные неправительственные организации и СМИ.

На *основном* этапе в СМИ развязывается кампания дискредитации выборов и разоблачение власти. В СМИ должен слышаться лишь голос «народного гнева»; создается яркий символ, отличающий своих».

Одновременно проводятся акции непризнания выборов. Силловые структуры государства нейтрализуются путем ненасильственного использования методов борьбы. Идет раскол общества, особенно если государство не решается на применение насилия по отношению к демонстрантам. Оппозиция не борется против конкретной власти, а отвергает ее как институт. Идея этничности заменяет собой в «бархатных революциях» понятие класса.

На всех этапах используются механизмы манипулирования общественным сознанием. Ключевой является сфера политической психологии, изучающая поведение масс.

В отработке мобилизационных моделей используются новые компьютерные технологии: «сетевые технологии порождают новые способы гражданской мобилизации [4, с. 170]. Движение флешмобов («мгновенная толпа») охватило такие страны, как США, Германия, Англия, Канада. Движения построены по принципу целевой идентификации, в зависимости от поставленных их лидерами целей мгновенно собирают различные

сообщества и стимулируют совершение ими определенных действий уже в реальной практике.

Современные исследователи СМИ, наряду с традиционными функциями, выявляют еще одну – *агональную*, понимая под ней проведение политики через мобилизацию и наркотизацию населения. Мобилизация в их представлении состоит в активизации и организации сторонников, а наркотизация представляет собой процесс умиротворения и отвлечения внимания масс, усыпление бдительности [4, с.75].

Потребность в нестандартных и творческих решениях проблем социальной жизни, поиск ответов на вызовы времени и риски порождает новые анонимные виртуальные сообщества и информационные структуры, альтернативные официальным и способные решать эти проблемы. Приметой времени стало политическое интернет-участие, чаще всего протестное, выражающееся в актах гражданского непослушания. Новые сайты и медиа используют разрушительные тактики, часто практикуя массовый призыв к действию. Эти информационные ресурсы зачастую работают под лозунгом *Nuntius novus inventa* – «Новости нами придуманные» и нацеливают аудиторию на ложную социализацию. Тактические медиа (*Tactical media*) в России имеют выход в социальную практику (например, оформление движения *The Yes Men*) и нередко нацелены на информационный взрыв. Форматы социальных сетей, таких, как, например, австралийский *Chaser*, индийский *Faking News* (*fakingnews.com*), британские *Daily Mash*, *NewsBiscuit* и *Private Eye* (*private-eye.co.uk*), российские *Hobosti Russia*, *Smixer.ru*, *FogNews.ru*, как нельзя лучше позволяют организовываться в виртуальном пространстве.

Как правило, итогом бархатных (цветных) революций становится долгосрочное падение производства в стране, ухудшение инвестиционного климата, постоянная ротация элит, продовольственные проблемы, утрата доверия масс к демократическим процедурам, попадание в полную зависимость от других государств, установление режима управляемой демократии [5, с 18-20]. В этом основная опасность использования суггестивных технологий мобилизации, влияющих на аудиторию на *поведенческом, аффективном (эмоциональном) и когнитивном уровнях*.

Информационно-психологическое манипулирование в средствах массовой информации фактически не имеет пределов, механизм иррационального воздействия может лишь ограничиваться этическими, моральными или легальными рамками. Информационно-психологическое воздействие на транснациональном уровне приобретает новое измерение, становясь оружием, которое используется в информационно-психологических войнах.

Неизбежным следствием использования манипулятивных технологий в СМИ может быть уничтожение способности и неотъемлемого права людей мыслить самостоятельно, создание неполноценных личностей и общества.

Как видим, в условиях новой реальности радикально меняется коммуникативное поведение аудитории под давлением на ментальные структуры, базовые ценности массовидного человека. Здесь открывается люфт для манипуляций СМИ, что требует использования психологических механизмов защиты от информационных стимуляций и негативных журналистских воздействий, ведущих к истерии, психозу, изоляции; механизмов, обеспечивающих свободу от попыток контроля сознания, морального давления, дискриминации.

Таким образом, исследование манипулятивных технологий и защита от психологического воздействия становятся важной научной задачей. Усилия теоретиков и практиков средств массовой информации и коммуникации должны быть направлены на поиск систем, помогающих распознать технологию манипулирования и блокировать ее эффекты.

Изучение ситуации помогает понять коллективное бессознательное, его психические функции. В журналистике же их исследование позволяет понять возможности манипулирования массами, использования психологических методов воздействия в СМИ, выработать надежные способы защиты личности от негативного информационно-психологического влияния.

Литература

1 Вертешин А.И. Политическая журналистика в поддержке и оппонировании российской власти / А. И. Вертешин // Известия Уральского государственного университета. – 2009. – № 1/2(62). – С. 172-178.

2 Кара-Мурза С. Экспорт революции. Ющенко, Саакашвили... – С.3.

3 Лобза Е.В. Новые модели политической коммуникации: интерактивное взаимодействие граждан и политиков (Интернет в политике: новые возможности и новые мифы) // Политическая коммуникация в постсоветской России: проблемы формирования и парадигмы развития. Материалы секции «Политическая коммуникация» Третьего всероссийского конгресса политологов. 28-29 апреля 2003 г. / под. общей ред. Л. Н. Тимофеевой, Е. В. Лобзы, – М. – Улан-Удэ, 2003; *Ненашев Д. А.* Лоббирование посредством компьютерных сетей: новый инструмент политического влияния // Политическая наука: Сборник научных трудов. – 2002. – № 1: Современное состояние. Тенденции и перспективы. – М., 2002. – С.126-136.

4 Мисонжников Б. Я., Тепляшина А. Н. Вве-

дение в специальность: учеб. пособие. – СПб.: Роза мира, 2012.

5 Настольная книга современного политика. Большая актуальная политическая энциклопедия. – М.: ЭКСМО, 2009. – С. 18-20.

6 Политические технологии: учебн.-метод. комплекс. – М.: Рос. гос. гуманит. университет, 2010.

7 Тамбиа С. Национальное государство, демократия и этнонационалистический конфликт // Этничность и власть в полиэтнических государствах». – М.: Наука, 1994.

8 Шайхутдинов Р. Р. Шайхутдинов: Киргизия-2005: «Демотехника» на марше. [Электронный ресурс]. URL.: <http://www.rus-crisis.ru/modules.php>

9 Эко У. Полный назад! – М., 2007.

10 McFaul M. Transition from postcommunism // Journal of Democracy. Vol. 16. 2005. 3 July.

Г.С. Мельник

**Жаңа медиалық технологиялар:
саяси мақсатта қоғамды мобилизациялау**

«Ақпараттық соғыс», «мақпал» төңкерістер, этникалық мобилизациялау, көпшілікке психологиялық әсер етудің тиімді әдістері сияқты технологиялар БАҚ арқылы жүзеге асады. Олар ақпараттық ресурстарға қолжетімділік және ақпараттық қауіпсіздік мәселесін мемлекет деңгейінде көтеруге итермелейді. Өкімет құрылымдары, саяси элита, қаржылық топтар өкілдерінің журналистермен және ақпарат құрылымдарымен өзара іс-қимыл жасауға бағытталған тиімді технологиялары бұқаралық медиа тәжірибесінде осы қарым-қатынастың жаңа қырларын жасауға мүмкіндік туғызады («қақтығыс», «кризис», «катастрофа», «хаос», «жүйе», «нарық», «бәсекелестік», «ынтымақтастық», «әріптестік», «қоғамдық және ұжымдық таңдау», «өкіметті басып алу» үлгілері).

Қазіргі БАҚ жаңа үлгідегі халық қозғалысының қимылына әсер етіп, бұл қозғалыс «өкімет үшін күрес емес, өкіметке қарсы күрес» деген мақсатты көздеуі мүмкін.

Түйін сөздер: ақпараттық қауіпсіздік, қақтығыс, дағдарыс, катастрофалар, хаос, жүйелер, нарық, ойындар, бәсекелестіктер, ынтымақтастық, әріптестік, саудалау, қоғамдық және ұжымдық таңдау», өкіметті жаулап алу.

G.S. Melnik

New media technologies: public mobilization in political goals

The mass media technologies of “information wars”, “velvet” revolutions, ethnic mobilization, receptions of effective psychological impact on the audience, behavior changing strategy are fulfilled that inevitably raises at the state level the question of information security, access to information resources. The mass media incorporated in the power practically erase sides between political and information activities. The effective technologies directed on interaction of representatives of power structures, political elite, financial groups with journalists and information structures, allow to fulfill in practice of mass media of model of this interaction (model of “conflict”, “crisis”, “accident”, “chaos”, “system”, “market”, “game”, “competition”, “cooperation”, “partnership”, “bargaining”, “a public and collective choice”, “power interception”).

Today mass media can provoke actions of broad national movement of new type which sees sense and the purpose of the existence “not in race for power, and in fight against the power”.

Keywords: information security, conflict, crisis, accidents, chaos, systems, market, games, competition, cooperation, partnership, bargaining, public and collective choice, power interception.