

Секция «Журналистика»

Журналистика и политика вооруженного конфликта: сравнительный анализ американской и отечественной прессы

Авдонина Наталья

Аспирант

Санкт-Петербургский государственный университет, Факультет журналистики,

Санкт-Петербург, Россия

E-mail: natochka1987@mail.ru

В настоящее время продолжают вооруженные конфликты на Востоке с прямым и косвенным участием США и России. Целью данного исследования является сравнительный анализ медиатизации войн во Вьетнаме (1957-1975) и Афганистане (1979-1989).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью переосмыслить медиатизацию указанных вооруженных конфликтов, как с позиции экстремальных форм политического процесса, так и масс-медиа для более взвешенного изучения современных войн.

Основу исследования составили научные работы, посвященные вопросам функционирования масс-медиа во внешней политике, взаимодействия власти и СМИ в условиях войны, современной политики вооруженного конфликта Запада на Востоке, проблеме медиатизации и политической коммуникации. В отечественной научной библиографии значимыми являются работы М. Вершинина, Н. Ю. Даниловой, П. Киричюка [1,2,3]. Среди западных исследований следует отметить М. ванн Кревельда, С. Коттла, Т. Хастингса, С. Хьярварда, Дж. Холма, М. Либики, С. Ливингстон, Ф. Лоджефэлла, Д. Лондэйла, Д. МакКвэйла [4,6,8,9,10,11,12,13,14].

При сборе и обработке эмпирического материала мы обращались к методам контент-анализа, типологизации, индукции и дедукции. При работе над диссертацией сбор и обобщение материала велись с использованием частных методик эмпирического анализа: беседы с ветеранами войн во Вьетнаме и Афганистане, представителями власти, журналистами, посещение конференций, изучение официальных документов.

Последовательный и сравнительный анализ позволил сделать следующие выводы. В процессе медиатизации вооруженных конфликтов во Вьетнаме и Афганистане выделяется несколько периодов. Для медиатизации войны во Вьетнаме характерны период «необъявленной войны» (1957-1962); «кризис доверия» (1964-1968); разоблачительный (1969-1972) и заключительный этапы (1973-1989). В медиатизации вооруженного конфликта в Афганистане мы считаем необходимым выделить два этапа: пропагандистский (1979-1985) и открытие войны (1986-1995).

Все периоды характеризуются мета-темами, содержание которых раскрывается в конкретных медиаповодах (фреймах). Власть внедряет через СМИ «необходимые иллюзии» для «производства согласия» (У. Липпман) с целью обеспечить общественную поддержку. В начале конфликта официальная точка зрения доминирует, общество объединяется вокруг флага, по мере углубления конфликта исключительная роль властей в информационном субсидировании СМИ уменьшается.

В обеспечении лояльности аудитории власти США и СССР применяли различные стратегии управления новостями – ориентированной на политику и ориентированной на личность соответственно [5].

Власти США и СССР обращались в официальной риторике к архетипам войны и героя для оправдания военной помощи третьему государству и формирования лояльного общественного мнения (искусственный этатизм).

После окончания войны во Вьетнаме ответственность за поражение была возложена на американские масс-медиа, по завершении войны в Афганистане – на брежневское руководство.

Изначально власти формировали прогностический образ войны как неизбежной кампании для обеспечения мира и национальной стабильности. В процессе медиатизации СМИ десакрализовали эти образы. Американскими СМИ конфликт во Вьетнаме подавался как «тупиковая ситуация» и «увязание в болоте», в то время как советскими масс-медиа конфликт в Афганистане изображался как «ошибка». По завершении войн сформировался особый ретроспективный образ. В случае с войной во Вьетнаме это была легенда о солдате, выполнявшем долг во время эпического события, не ставшего героической страницей в истории США. Фигура «раненого героя» закрепились в кинематографе («Апокалипсис сегодня» (1979), «Взвод» (1986), «Цельнометаллическая оболочка» (1987) и др.) и журналистских мемуарах (М. Герр «Репортажи»). Образ войны в Афганистане как сказки о войне, которой не было, раскрывается в таких векторах: СМИ недоговаривали об участии ограниченного контингента в боевых действиях на территории Афганистана, после 1986 г. журналисты постепенно вводили в сферу публичного обсуждения образ конфликта с участием советских солдат, но поиск виноватых обернулся неприятием правды со стороны общества, а в СМИ – гиперболизацией реальных событий.

В процессе военно-политической коммуникации СМИ выполняют различные функции – информирование, регулирование, корректировка сознания, прогностическая функция. Функция медиатизации связана с формированием образа события, приобретающее большее значение, чем собственно событие.

Влияние СМИ на политику двойственно: либо они без изменения транслируют комментарии и политические мифы, либо влияют на политический сюжет. В первом случае репортеры занимают позицию «мухи на стене», выполняя функции информатора, вторая ситуация характеризует их как деятельных преобразователей. Аудитория в итоге получает либо отражение политического мифа, либо отражение осмысленного журналистом события. Во время войны СМИ свойственно выступать в обеих ролях.

Литература

1. Вершинин М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований / Актуальные проблемы теории коммуникации. Сборник научных трудов. СПб., 2004. С. 98-107.
2. Данилова Н. Ю. Мемориальная версия Афганской войны (1979-1989 годы) // Неприкосновенный запас. 2005. No. 2-3. С. 149-161.
3. Киричк П. Н. Информационная культура общества: монография / П. Н. Киричк. М., 2009.
4. Кревельд М. ванн. Трансформация войны / Мартин ванн Кревельд: пер. с англ. М., 2011.

5. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. с англ. С. И. Остнек. Х., 2010.
6. Cottle S. Mediatized conflict. Developments in media and conflict studies. England, 2006.
7. Hastings T. H. Media messaging and conflict // Peace Review: A Journal of Social Justice. 2005. Vol. 17. No. 4. P. 389-395.
8. Hjarvard S. The Mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change // Nordicom Review. 2008. Vol. 29. No. 2. P. 105-134.
9. Holm J. D. Get over it! Repairing the military's adversarial relationship with the press // Military review. 2002. Vol. 82. P. 59-65.
10. Libicki M. C. Cyberdeterrence and cyberwar. Santa Monica, 2009.
11. Livingston S. Clarifying the CNN effect: An examination of media effects according to type of military intervention. Cambridge, 1997.
12. Logevall F. Choosing war: the lost chance for peace and the escalation of war in Vietnam. Berkeley, Los Angeles, 1999.
13. Lonsdale D. J. The nature of war in the information age: Clausewitzian future. London, 2004.
14. MsQuail D. On the mediatization of war: a review article // The international communication gazette. 2006. Vol. 68. No. 2. P. 107-118.

Слова благодарности

Благодарю за возможность участия в конференции!