

МИФЫ И КОНФЛИКТЫ НА ЮЖНОМ КАВКАЗЕ

Руководство для тренинга по развитию
критического мышления

Март 2013

конфликты
стереотипы
герой
журналисты
факты
критическое мышление
соседи
история
манипуляция
информация
блоги
консенсус
идеология
враг
интересы
культура
риторика
медиа
дискурс
мифы
разница
интерпретация



International Alert

International Alert – независимая миротворческая организация с двадцатисемилетним стажем работы, работающая с пострадавшими от вооруженного конфликта людьми в целях улучшения перспектив установления мира. Помимо этого, мы стараемся влиять на политику и подходы правительств, международных организаций, таких, как ООН, и транснациональных компаний в направлении снижения риска и увеличения мирного потенциала.

Мы работаем в Африке, в ряде регионов Азии, на Южном Кавказе, Ближнем Востоке и в странах Латинской Америки, а недавно начали осуществлять проекты в Великобритании. Наша работа по формированию политики охватывает влияющие на перспективы мира и безопасности основные направления: экономику, климатические изменения, гендер, роль международных организаций, эффект гуманитарной помощи и последствия неэффективного/эффективного государственного управления.

International Alert представляет собой одну из ведущих миротворческих НПО в мире, штат ее лондонского и 14 региональных офисов насчитывает более 200 сотрудников. Дополнительную информацию о том, как и где мы работаем, можно найти на нашем вебсайте по адресу: www.international-alert.org

Эта публикация выходит благодаря помощи Европейского Союза. Только International Alert несет ответственность за ее содержание, которое не должно рассматриваться как отражение взглядов Европейского Союза.

© International Alert 2013

Все права защищены. Ни одна часть данной публикации не может быть воспроизведена или передана в любой форме или любыми средствами, включая электронные, механические, фотокопировальные средства, средства записи и любые другие системы сохранения и изъятия информации, или использована любым иным способом, без полного указания имени автора и источника заимствования.

Макет D. R. ink, www.d-r-ink.com

Мифы и Конфликты на Южном Кавказе

Руководство для тренинга по развитию критического мышления в ракурсе осмысления мифов, связанных с конфликтами, и их влияния на общественном и индивидуальном уровнях

Автор

Джана Джавахишвили

При участии

Ильхама Аббасова, Анара Эюбова, Микаела Ованнисяна, Эдуарда Кабулова, Кетеван Хапава, Лианы Кварчелия, Алана Цхурбаева и Тины Цомая

Содержание

| | |
|--|-----------|
| Благодарности | 3 |
| ВВЕДЕНИЕ | 5 |
| Вступление | 6 |
| Содержание | 7 |
| Методология | 8 |
| Символы | 10 |
| ТЕМА ПЕРВАЯ: МИФЫ КАК ФОРМА ОБЩЕСТВЕННОГО КОНСЕНСУСА | 11 |
| 1. Упражнение: Мозговой штурм на восприятие мифа «Коко Шанель» | 13 |
| 2. Мини-лекция: Об общественном консенсусе, нарративе, селективности нарратива и сверхобобщениях | 14 |
| 3. Упражнение: Наши общественные консенсусы: осознание мифов, действующих в референтных обществах участников | 16 |
| 4. Упражнение: Фасилитирующая и лимитирующая роль мифа | 16 |
| 5. Мини-лекция: Гражданское общество – конвенциональные и над-конвенциональные типы деятельности | 17 |
| 6. Мозговой штурм: Диагностика Гражданского Общества | 18 |
| Глоссарий и Рекомендуемая литература | 19 |
| ТЕМА ВТОРАЯ: ОБЩЕСТВЕННАЯ ТРАВМА И КОНФЛИКТ | 21 |
| 1. Упражнение: Внимание, говорят политические лидеры | 24 |
| 2. Интерактивная лекция: Социетальная травма и конфликт | 25 |
| 3. Упражнение: Кто я? Кто мы? Кто они? | 28 |
| 4. Интерактивная мини-лекция: Об идентичности и поддерживающих ее психологических механизмах (проекция, интроекция, когнитивный диссонанс, каузальная атрибуция) | 29 |
| Глоссарий и Рекомендуемая литература | 31 |
| ТЕМА ТРЕТЬЯ: ГЕРОЙ, АНТИ-ГЕРОЙ, УЧЕБНИКИ ИСТОРИИ И НАРРАТИВ | 33 |
| 1. Упражнение: Создай героя | 35 |
| 2. Интерактивная лекция: Герои, нарративы, героизм и манипуляция | 36 |
| 3. Упражнение: Угадай, кто пишет историю | 38 |
| 4. Интерактивная лекция: Исторический нарратив: может ли история быть «объективной»? | 39 |
| Глоссарий и Рекомендуемая литература | 44 |
| ТЕМА ЧЕТВЁРТАЯ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ МАНИПУЛЯЦИИ И ПОЛИТТЕХНОЛОГИИ | 47 |
| 1. Упражнение: Вспомни пример манипуляции | 49 |
| 2. Интерактивная лекция: Динамика актуализации темы конфликта во внутреннем дискурсе | 49 |
| 3. Игровое упражнение: Стереотипы и клише в политическом глоссарии | 51 |
| 4. Альтернативное игровое/интерактивное упражнение | 51 |
| Глоссарий и Рекомендуемая литература | 53 |
| ТЕМА ПЯТАЯ: МЕДИА-ГРАМОТНОСТЬ И КОНФЛИКТ | 57 |
| 1. Ролевая игра: Освещение события | 59 |
| 2. Интерактивная лекция: Медиа-грамотность | 60 |
| 3. Упражнения по определению точности, непредвзятости, надежности информации | 61 |
| 4. Лекция: Медиа-манипуляции и «Спин» | 63 |
| 5. Интерактивная лекция по медиа-этике | 65 |
| Глоссарий и Рекомендуемая литература | 66 |
| ОЦЕНКА | 67 |

Благодарности

Данное пособие для тренинга было разработано в рамках «Инициативы медиации и диалога на Южном Кавказе», которая финансировалась Европейским Союзом и состояла из трех этапов. На первом этапе анализировалась миротворческая работа, выполненная гражданским обществом с середины 1990-х годов, в том числе работа с политиками, субъектами экономической деятельности, женщинами, СМИ, учеными и деятелями культуры. Цель этой работы заключалась в извлечении уроков и повышении качества будущих инициатив, а ее результаты опубликованы в книге *Медиация и диалог на Южном Кавказе: Осмысление пятнадцатилетнего опыта по трансформации конфликтов*.¹ Второй этап посвящен направлению «Мифы и конфликт», региональному исследовательскому проекту, который пытается пролить свет на способы, через которые мифы и доминирующие нарративы, ассоциируемые с конфликтами, строятся, передаются и используются в регионе через учебники истории, политические дискурсы и масс медиа, в том числе и блогосферу. Это исследование опубликовано в двух томах под названием *Мифы и конфликты на Южном Кавказе*.² Третий этап состоит из обучающего направления, основанного на результатах первых двух направлений, использованных для разработки и выпуска учебного пособия, предназначенного для развития критического мышления по отношению к конфликтам на Южном Кавказе.

Учебное пособие «Мифы и конфликты» была реализовано благодаря помощи большого числа лиц, которым мы чрезвычайно благодарны. Первоначальная идея этого исследования была результатом глубокого понимания и креативного сотрудничества с партнерами International Alert в рамках инициативы «медиации»: Джаной (Дареджан) Джавахишвили (Глобальная инициатива в психиатрии, Тбилиси), ставшей координатором и методологическим супервайзером направления «мифы», и главным автором данного учебного пособия; и Баталом Кобахия (Центр гуманитарных программ, Абхазия), которым мы хотели бы выразить нашу глубокую признательность. Во-вторых, мы бы хотели поблагодарить людей, которые помогли трансформировать весомые результаты исследования в практический инструмент для развития критического мышления внутри своих сообществ: Ильхамом Аббасовым (Центр независимых социологических исследований Новатор, Баку), Анара Эюбова (Азербайджанский Государственный Экономический Университет), Микаела Ованнисяна (Фонд Евразия/Ереванский государственный университет), Эдуарда Кабулова (независимый эксперт, Москва), Кетеван Хапава (Центр по изучению социальных практик, Тбилиси), Лиану Кварчелия (Центр Гуманитарных Программ, Абхазия), Алана Цхурбаева (независимый журналист, Владикавказ) и Тину Цомая (Грузинский институт по связям с общественностью). Также выражаем благодарность за методологическую помощь в проведении исследований Оксане Карпенко и Геворгу Тер Габриеляну, и исследователям, участвовавшим в исследованиях по медиа и блогосферам в рамках второго направления этого проекта, чьи результаты были использованы в медиа компоненте этого пособия:

1 International Alert. (2012 г.) Лондон. *Медиация и диалог на Южном Кавказе: Осмысление пятнадцатилетнего опыта по трансформации конфликтов*. Документ доступен по адресу: <http://www.international-alert.org/!l/node/4531>.

2 О. Карпенко и Дж. Джавахишвили (ред.) (2013 г.). *Мифы и Конфликты на Южном Кавказе: Инструментализация исторических нарративов*. Лондон International Alert. Доступен по адресу <http://www.international-alert.org/resources/publications/myths-and-conflict-south-caucasus-vol-1-russian>; Дж. Джавахишвили и Л. Кварчелия (ред.) (2013 г.). *Мифы и Конфликты на Южном Кавказе: Инструментализация темы конфликта в политическом дискурсе*. Лондон, International Alert. Документ доступен по адресу <http://www.international-alert.org/resources/publications/myths-and-conflict-south-caucasus-vol-2-russian>

Филипа Гамагеляна, Георгия Готуа, Арифу Капба, Сеймура Казимова, Аревик Мартиросян, Олега Папаскири и Юлию Якушеву. Благодарность выражается также всем, кто участвовал в пробных тренингах с использованием разных компонентов пособия на «тренинге для тренеров» в Амстердаме 2012г. и Стамбуле 2013г., и тем, кто впервые апробировал пособие на Южном Кавказе в течение марта-апреля 2013г. Есть еще много людей, которых мы не назвали, но, тем не менее, они сыграли важную роль в финальной разработке этого пособия, особенно тренеры, которые смогли провести тренинги по вовлечению своих сообществ в интроспективные обсуждения и размышления.

Мы также выражаем благодарность за потраченное время, советы и поддержку нашим коллегам из International Alert, чей профессиональный опыт во многом повлиял на данный процесс и публикацию: Ларису Сотиеву, автора исходной концепции проекта, без видения которой эта инициатива никогда не была бы реализована; Джулиет Скоффилд, менеджера проекта; и Ману Фаруги и Наргизу Сайпидинову за их поддержку в вопросах издательства и логистики.

Благодарим также редакторов и переводчиков – Елену Кук, Михаила Миневича и Мери Тобин – за их кропотливый труд.

Наконец, но не в последнюю очередь, организация International Alert хотела бы поблагодарить Европейский Союз за финансирование «Инициативы медиации и диалога на Южном Кавказе» и фонд по предотвращению конфликтов британского правительства за неизменную поддержку Alert. Без их помощи эта работа была бы невозможна.

ВВЕДЕНИЕ

Вступление

Цель данного методического руководства / тренингового модуля – внести лепту в методологическое оснащение специалистов, работающих над трансформацией конфликтов. В частности, модуль, основываясь на постмодернистском подходе, предлагает профессионалам и представителям гражданского общества, работающим в условиях затяжных конфликтов, понятийный аппарат и алгоритм работы, позволяющий преодолевать эссенциальные клише и стереотипы, питающие существующие конфликты.

Основным объектом рассмотрения в нашей методологии являются общественные мифы, в понимании которых мы руководствуемся трудами известного французского философа Ролана Барта (1919-1980 гг.). Согласно Барту, миф – это особая система коммуникации, передающая сообщение, совокупность смыслов, создающих скрытый идеологический дискурс, старающийся изменить действительность в соответствии с ценностями мифообразующего субъекта; мифы, согласно Барту, подразумевают определенные отношения власти/сил, которые воспринимаются воспринимающим как естественное положение вещей.¹

Общества, пребывающие в состоянии конфликта (особенно так называемого «замороженного конфликта», десятилетиями находящегося в состоянии стагнации), испытывают его влияние на всех уровнях. Неурегулированный конфликт влияет на социальную, экономическую, политическую жизнь общества, региона, страны. В социуме укореняется присущий конфликту общественный консенсус: «мы правы, они нет», «мы хорошие, они нет». Такие консенсуальные базовые допущения в обществе отражают психологические феномены ощущения себя «Жертвой» (противоборствующей стороны, оппонента) и культивируемого в общественном сознании «Образа врага», превратившиеся в мифологемы, которые определяют колею общественной жизни.

Исследования, проведенные в рамках проекта International Alert «Инициативы медиации и диалога на Южном Кавказе», показывают, что образ врага на Южном Кавказе часто утилизируется во внутривнутриполитической жизни наших обществ.² В частности, тема конфликта используется для оправдания сворачивания с курса демократического развития («Какое время сейчас для демократии, когда Враг на пороге»); или же во внутривнутриполитической борьбе для дискредитации политического оппонента («Они – внутривнутриполитические оппоненты – льют воду на мельницу врага»); или же с целью манипулирования общественным мнением, поскольку наклеивание ярлыка «предатель» часто ограничивает инакомыслие и свободомыслие, потенциально окрашивая их «предательством» и тем самым делает их «опасными».

Исходя из описанных реалий, мы предлагаем методологию, которая направлена на фасилитацию осмысления мифов, связанных с конфликтами, бытующими в обществе. Модуль можно использовать на различного рода тренингах для разных групп участников: представителей НПО, журналистов, студентов, учителей гражданского образования, а также для других социальных и профессиональных групп. Мы рассчитываем, что данное пособие позволит будущим участникам тренингов по возможности дистанцироваться от собственных контекстов, взглянуть на положение вещей в референтных обществах со стороны, опираясь на твердую почву научных исследований, научного понятийного аппарата и методологии.

1 Барт Р. (1957 г.), Мифологии

2 Багдасарян, Г., «Мельница врага» как тормоз для внутреннего развития в Нагорном Карабахе». В Джавахишвили, Кварчелия (ред): «Мифы и Конфликты: инструментализация тема конфликта в политическом дискурсе», International Alert 2013.

Содержание

Модуль состоит из пяти основных разделов /тем:

- 1. Мифы как форма общественного консенсуса:** Данный раздел помогает участникам осознать феномен общественного консенсуса и его силу, отрефлексировать существующие в референтных социумах общественные консенсусы, их влияние на индивидуальную и общественную жизнь, помогает сформулировать собственное отношение к ним и т.д.;
- 2. Общественная травма и конфликт:** В данной части участники знакомятся с понятием общественной травмы, а также связанным с ним феноменами виктимности и образа врага; анализируют их влияние на динамику конфликта; знакомятся с психологическими механизмами возникновения общественной травмы и ее преодоления и т.д.;
- 3. Герой, анти-герой, учебники истории и нарратив:** Данный раздел модуля помогает участникам осознать роль героев и анти-героев в обществе; участникам предоставляется возможность осознать историю как нарратив, понять роль нарратора; здесь же дается возможность попрактиковаться в распознавании вплетенных в нарративы дискурсов;
- 4. Политические манипуляции и политтехнологии:** В этой части участникам предлагается отрефлексировать политтехнологии, утилизирующие тему конфликта, социальной травмы и связанных с ней феноменов; сессия направлена на повышение чувствительности к подобным манипуляциям;
- 5. Медиа-грамотность и конфликт:** Здесь участникам дается возможность повысить свою медиа-грамотность, научиться распознавать Спин, осмыслить вопросы медиа-этики, и особенно этики освещения конфликта.

Данные пять компонентов складываются в единый мозаичный методологический узор, позволяющий участнику тренинга стать чувствительным по отношению к мифам и мифологемам, бытующим в его референтном обществе, и мотивированным для того, чтобы внести лепту в демифологизацию общественно-политических дискурсов.

Методология

Методология модуля интерактивна и инсайт-ориентирована. Она не навязывает участникам определенные взгляды, позиции, оценки, но предоставляет информацию для размышления и осмысления тех или иных социально-психологических феноменов. В модуле используется креативный фасилитационный подход, через который создаются условия для инсайтов среди участников. В «копилке» фасилитаторов содержатся такие методы, как мини-лекции, ролевые игры, работа в малых группах по разработке той или иной темы, просмотры видеосюжетов, анализ текстов учебников и медиа-репортажей, и т.д. Каждая конкретная тема начинается с упражнений, так как методология инсайт-ориентирована. Путем выполнения того или иного упражнения участники приобретают уникальный опыт, создающий условия для инсайтов по конкретной теме. Вслед за упражнением следует короткая лекция, которая также проводится в интерактивном формате с привлечением участников тренинга. В целом структура модуля составлена следующим образом:

- Изложение алгоритма работы, хронологически расписанные темы: ключевые темы, упражнения и приблизительное содержание лекции по теме;
- Глоссарий основного понятийного аппарата темы;
- Рекомендуемая литература, включая исследования, проведенные в рамках проекта по мифам и конфликтам International Alert;
- Раздаточный материал;
- «PowerPoint presentations» – слайдовые презентации.

Хотя модуль четко структурирован, он рассчитан на то, что опытный фасилитатор, используя его как основу, выработает свою версию проведения тренинга, опираясь, с одной стороны, на собственные профессиональные навыки, с другой – на нужды и возможности потенциальных участников. При этом очень важно, конечно, не нарушать те базовые допущения и ценности, которые составляют идентичность данного модуля. В частности, модуль основан на следующих допущениях:

- Мифы конструируют нашу действительность, утверждая определенное распределение влияния и власти в нашем обществе;
- Мифы в определенной мере помогают обществу ориентироваться, однако если они не становятся предметом рефлексии и критического осмысления, они могут превратиться в средство манипуляции и препятствие для развития общества. Это в особенности касается общественных консенсусов, связанных с конфликтами и общественной травмой;
- История – это нарратив. Чтобы ее понять и критически оценить, нужно знать, кто является нарратором, и каково его мировоззрение/позиция;
- Критическое мышление страхует индивида от подверженности манипуляциям: «Сомнение – мать мудрости».

Наряду с данными базовыми допущениями, чрезвычайно важно, чтобы фасилитатор, который возьмется проводить тренинг на основе данного модуля, разделял его ценности (очередность здесь не означает приоритетность): Уважение человеческого достоинства, прав человека; Мир; Равные возможности; Прозрачность; Информированный и осознанный

выбор; Участие; Аутентичность; Уважение различий; Доброжелательность.

Наконец, хотим напомнить, что модуль подготовлен в рамках проекта International Alert «Инициативы медиации и диалога на Южном Кавказе», в частности, в рамках компонента, нацеленного на работу по критическому осмыслению мифов, связанных с конфликтами на Южном Кавказе. Проект осуществляется с 2009 года и включает в себя работу одновременно по трем основным направлениям:

- **ПРОШЛОЕ:** Осмысление прошлого опыта гражданского миротворчества в контексте грузино-абхазского, грузино-осетинского и армяно-азербайджанского конфликтов. В частности, в рамках данного направления проекта был проанализирован опыт гражданского миротворчества в области трансформации конфликтов на Южном Кавказе при посредничестве международных организаций. Книга, на страницах которой изложен данный анализ, уже вышла в свет: «Медиация и диалог на Южном Кавказе: Осмысление пятнадцатилетнего опыта по трансформации конфликтов».³
- **НАСТОЯЩЕЕ:** Исследование механизмов, через которых мифы, связанные с конфликтами на Южном Кавказе распространяются: включая исторические нарративы; медиа (а также социальные медиа); и политические речи тех или иных политических фигур. К работе в данном направлении были привлечены молодые журналисты, историки, политологи, социологи, исследовавшие мифы, относящиеся к конфликтам на Южном Кавказе. Ценность подхода заключается в том, что участники данного направления проекта исследовали и критически осмыслили мифы, которые распространены в их собственных сообществах, а не в обществах по другую сторону конфликта.
- **БУДУЩЕЕ:** Компонент проекта, который нацелен на будущее, ставит перед собой цель вдохновить и методологически оснастить молодежь в южно-кавказском регионе для того, чтобы молодые люди инициировали дискуссии в своих обществах, основанные на критическом осмыслении мифов, связанных с конфликтами, на анализе ситуации с точки зрения того, как мифы и соотнесенные с ними образы «Врага» и «Жертвы» инструментализируются во внутриполитической жизни разных сообществ.

Надеемся, что данный модуль послужит методологической опорой для работы в таком чувствительном, сложном, но, вместе с тем, важном деле.

3 Барт Р. (1957 г.), Мифологии

СИМВОЛЫ

Данное руководство включает в себя USB-карты с дополнительными учебными материалами. Указанные ниже символы показывают, где дополнительные учебные материалы доступны.



Раздаточный материал



PowerPoint презентация



Фильм

1

ТЕМА ПЕРВАЯ:

Мифы как форма
общественного консенсуса

ТЕМА ПЕРВАЯ: МИФЫ КАК ФОРМА ОБЩЕСТВЕННОГО КОНСЕНСУСА

Цель:

Осмыслить миф как вид общественного консенсуса и его роль в общественной жизни.

Задачи:

- Осознать понятие общественного консенсуса и его влияние на жизнь общества и индивида;
- Развить понимание современного мифотворчества: мифы как общественный консенсус;
- Понять возможные социальные импликации общественного консенсуса;
- Понять социально-психологические механизмы общественного консенсуса;
- Подумать об отношении индивида к общественному консенсусу и о личном этическом выборе;
- Фасилитирующая и лимитирующая роль мифа;
- Риск манипуляции и утилизации общественного консенсуса в общественно-политических процессах.

Подтемы:

- Что такое социальный консенсус?;
- Феномен конформизма;
- Что такое нарратив (как формат передачи общественных мифов) и его селективность;
- Стадии и типы развития общества и социальный консенсус;
- Стадии этического развития по Колбергу и общественный консенсус;
- Категорический императив по Канту;
- Конвенциональный и надконвенциональный выбор гражданского общества.

1. Упражнение: Мозговой штурм на восприятие мифа «Коко Шанель» 10 мин

Цель: Помочь осмыслить миф как общественный консенсус, нарратив как формат передачи мифа и селективность нарратива.

Инсайты: То, что мы считаем истиной, часто является продуктом общественного консенсуса, то есть разделяемого в обществе в той или иной мере/в том или ином масштабе осознанного или неосознаваемого мнения. Миф – это одна из форм общественного консенсуса. Мифы передаются через нарративы. Нарративы селективны.

Материал: Флипчарт, маркеры, раздаточный материал о неизвестных фактах из биографии Коко Шанель. (см. [Раздаточный материал 1](#)).



Инструкция: Написать на флипчарте «КОКО ШАНЕЛЬ» и спросить группу, какие у нее возникают ассоциации с этим именем? Участники свободно выдают ассоциации, связанные с именем «Коко Шанель», все ассоциации записывают на флипчарте. В основном ассоциации связаны с красотой, миром моды и т.д. Фасилитатор спрашивает, есть ли в группе участники, обладающие негативной информацией о Шанель. Если такие участники имеются, спросить, почему они не высказались. Если это произошло потому, что они пошли на поводу у мейнстрима, то следует объяснить феномен конформизма. Затем фасилитатор спрашивает аудиторию, знают ли они, что Шанель была антисемиткой и сотрудничала с нацистами. Привести из раздаточного материала примеры подобных фактов из биографии Шанель.

2. Мини-лекция: Об общественном консенсусе, нарративе, селективности нарратива и сверхобобщениях

20 мин



Материал: Слайды (PowerPoint презентация 1.1) по психологическим механизмам селективности информации (Обобщения, Упущения, Искажения).

Содержание лекции:

Общественный консенсус подразумевает гласное или негласное согласие общества по поводу того или иного конкретного вопроса, оценки, представления и т.д. Общественный консенсус оказывает большое влияние на социум: например, мнение о том, что земля находится в центре вселенной, бытовавшее в средневековой Европе, послужило поводом в 1600 году для смертной казни Джордано Бруно, который утверждал, ссылаясь на труды Коперника, что не Земля, а Солнце находится в центре вселенной. Но с течением времени общественный консенсус насчет того, что именно находится в центре вселенной, изменился, и спустя 300 лет после сожжения Джордано Бруно ему поставили памятник на площади Кампо Деи Фиори в Риме на том самом месте, где его сожгли, обвинив в ереси. Фактически Джордано Бруно в средневековье стал жертвой общественного консенсуса, а через 300 лет – его героем. Если же вникнуть в ситуацию еще глубже, то становится понятным, что смертная казнь и миф о ереси, который разрушил жизни многих людей, помогли небольшой по масштабу религиозной элите и ассоциированным с ней вельможам средневековья сохранять власть, основанную на распространяемой ими специфической идеологии. С данной точки зрения ситуация напоминает ту, которую описал Умберто Экко в своем знаменитом произведении «Имя Розы».

Данная история является четкой иллюстрацией того, что мы называем мифом в данной работе: мнение, представление, оценка, разделяемые членами общества или сообщества, или группой людей, которые они, возможно, считают абсолютной истиной, и которые поддерживают определенное распределение власти в обществе. В понимании мифа мы опираемся на труды известного французского философа двадцатого века Ролана Барта, согласно которому Миф – это «особая коммуникативная система, метаязык (сверхязык, язык о языке), который передает сообщение, которое является совокупностью смыслов, создающих скрытый идеологический дискурс; с одной стороны Миф старается изменить действительность таким образом, чтобы она соответствовала ценностям мифообразующего сознания; с другой стороны он старается скрыть свою идеологизированность и воспринимается воспринимающим как само собой разумеющееся, естественное положение вещей. Миф – это не пережиток архаичного сознания, а огромная часть современной культуры, которая реализует себя через рекламу, средства массовой информации, кино и другие нарративы.»¹ Как следует из приведенной выше истории с Джордано Бруно, «Истина», предлагаемая тем или иным мифом, – это явление, изменяющееся в зависимости от времени, обстоятельств, эпохи, нового распределения власти в обществе, вновь приобретенных знаний, вновь обнаруженных фактов и т.д.

Общественный консенсус распространяется через нарративы – передачу информации теми или иными каналами (устные рассказы или летописи, как это имело место в старину; книги, средства массовой информации, опять же устные рассказы, социальные медиа – как это происходит сегодня). Нарратив, с одной стороны, создается вследствие

1 (1994 г.) *Миф сегодня. Избранные работы: Семиотика. Поэтика*. М.: Прогресс; Универс, Барт Р. (1994 г.) Стр. 72-130

наличия мифов и отражает их суть; с другой стороны, нарратив сам создает или укрепляет мифы через неосознанную или преднамеренную селекцию информации. Например, в упражнении «Коко Шанель» было очевидно, что образ Шанель как Дивы моды был настолько доминантен в плане социального консенсуса в отношении ее особы, что нарратив о ней фактически опустил/упустил факты ее сотрудничества с фашистами, хотя сама Шанель этот факт своей биографии, в принципе, не очень скрывала. В приложении (раздаточном материале) вы найдете два нарратива про Шанель – они диаметрально противоположно трактуют одни и те же факты из ее жизни. Этот раздаточный материал поможет вам осознать значение нарратива в формировании общественных мифов (в нашем случае, Мифа о Коко).

Мифы как разделяемые в социуме представления, мнения, допущения поддерживают существующее на данном отрезке времени распределение власти в обществе. Мифы помогают социуму в целом и его членам в отдельности ориентироваться в окружающей среде, организовываться и действовать. С другой стороны, общественный консенсус может быть фактором, ограничивающим выбор в настоящем. Он может вылиться в мощный прессинг общества со стороны властной элиты, а также конкретного человека, чье мнение отлично от мнения большинства, со стороны общества. Здесь хочется вновь вспомнить Джордано Бруно, который пожертвовал жизнью, но не поступился своими принципами и мнением: его слова на суде после того, как он услышал приговор, были: «Сжечь не значит опровергнуть!».

В нашу эпоху, когда, в отличие от средневековья, цена критическому мышлению известна, важно критически переосмысливать существующие консенсусы, задаваясь вопросом: не устарели ли они, не тормозят ли они развитие общества, не превратились ли они в инструмент манипуляции в руках тех или иных общественных субъектов?

Важно понимать, какие ловушки могут быть заключены в мифе как общественном консенсусе. Общественный консенсус предполагает определенные психологические процессы: обобщение (генерализация), опущение (упущение) и искажение.² Если обобщение, с помощью которого создается Миф, резонно, то оно служит человеку как ориентир. Если оно чрезмерно, то оно усекает возможности выбора и мешает человеку жить. Возьмем, к примеру, человека, который прикоснулся к горячему утюгу и обжегся. Если он делает из данного опыта обобщение, что «горячие предметы обжигают», то это помогает ему ориентироваться и впредь избегать подобных травм. Но если он сделает чрезмерное обобщение: «утюг – опасный предмет», то ему придется всю оставшуюся жизнь ходить в мятой одежде. Данным обобщением он просто отнял у себя возможность пользоваться утюгом.

Чрезмерно обобщенные мифы не позволяют нам видеть альтернативы и таким образом отнимают у нас право выбора. Есть методы и приемы развития критического мышления, которые помогают преодолевать чрезмерные обобщения. Для ознакомления с ними мы предлагаем вам презентацию в слайдах ([см. PowerPoint в Приложении 1.1](#)).



² См. рекомендуемую литературу: Д. Гриндер, Р. Бендлер (1997 г.), «Структура Магии».

3. Упражнение: Наши общественные консенсусы: осознание мифов, действующих в референтных обществах участников 30 мин

Цель: Осмыслить референтное общество с точки зрения существующих и влияющих на жизнь социума общественных консенсусов.

Материал: Флипчарты, маркеры для нескольких малых групп.

Инсайты: Осмысление некоторых социальных убеждений как предметов общественного консенсуса.

Ход упражнения: Группа делится на малые группы (не более 5 и не менее 3 человек в каждой группе). В малых группах обсуждаются и приоритизируются по значимости и распространенности наиболее важные примеры общественного консенсуса. На флипчарте каждая группа представляет диаграмму в виде окружности, показав масштаб охвата общества в рамках того или иного консенсуса.

4. Упражнение: Фасилитирующая и лимитирующая роль мифа 20 мин

Цель: Осмыслить плюсы и минусы влияния мифов на общество.

Инсайты: Мифы могут ориентировать, консолидировать общество, создавать ощущение безопасности и выполнять другие позитивные функции. Мифы могут также ограничивать возможность осознанного выбора, могут создавать почву для манипуляций общественной травмой и значимыми для общества образами, особенно в ситуации конфликта.

Материалы: Два листа бумаги формата А4, расклеенные в разных концах комнаты. На одном написано – «Миф помогает в жизни общества», на другом – «Миф мешает общественной жизни».

Ход упражнения: Участники делятся на две группы по убеждению. Возможна еще и группа «нейтральных». Они занимают, соответственно, место между двумя крайними группами. Фасилитатор просит каждую группу аргументировано обосновать свой выбор.

Резюме фасилитатора: После того как все выскажутся, фасилитатор резюмирует полезные и лимитирующие функции мифов, обращая внимание на аспекты, включающие в себя риск-факторы эскалации конфликта.

5. Мини-лекция: Гражданское общество – конвенциональные и над-конвенциональные типы деятельности

15 мин

Цель: Осознание роли гражданского общества в отношении общественных консенсусов.

Материал: Слайды (PowerPoint 1.2) на темы: Типы морального суждения по Колбергу, Категорический императив по Канту – индивидуальный vs общественный выбор.



Содержание лекции:

Лоренс Колберг описал стадии развития морального суждения, уделив особое внимание роли общественного консенсуса (Kohlberg, 1976 г.). Согласно Колбергу, в своем развитии человек проходит следующие стадии в моральном плане:

Предконвенциональная стадия, когда человеку непонятны такие конвенциональные понятия, как закон, общепринятые нормы и т.д. На данной стадии стимулом к моральному поведению является награда или наказание. На данной стадии Колберг выделяет две ступени:

- 1.1 Человек ведет себя морально, так как считает/чувствует, что только таким образом он может избежать наказания;
- 1.2 Человек поступает морально, так как хочет получить награду.

Данные модусы морального суждения и основанного на нем поведения присущи ребенку, но они вполне могут встречаться среди взрослых и также в общественных масштабах.

Конвенциональная стадия, когда человек ориентируется исключительно на социальный консенсус того или иного масштаба:

- 2.1 Он оценивает свое поведение с точки зрения моральных принципов, разделяемых в его референтной группе. Такой модус морального суждения свойственен подросткам, но вполне может встречаться и среди взрослых, особенно в среде определенных групп вне закона (например, у воров в законе);
- 2.2 Человек поступает законопослушно. Такой модус морального суждения свойственен взрослому, законопослушному обывателю.

Надконвенциональный уровень, где человек ищет свою собственную моральную точку отсчета, опираясь на понимание относительности общественного консенсуса и на общечеловеческие ценности:

- 3.1 На данной ступени человек понимает, что мир разнообразен, что общественные консенсусы относительны. Он ищет такую референтную группу, консенсусы которой разделяет, и рассматривает их как социальный контракт, который он должен соблюдать до тех пор, пока по той или иной причине не изменит свое мнение;
- 3.2 Здесь человек рассматривает существующие вокруг него общественные консенсусы через призму общечеловеческих ценностей. И если он считает то или иное социальное положение вещей/существующий консенсус несправедливым, то старается его изменить. Здесь кто-то может возразить – а не подтолкнет ли такая позиция человека к асоциальному поведению?

Лекция продолжается

Колберг, разделяя Кантианский взгляд на этику, апеллировал к Категорическому Императиву Эммануила Канта:

«...поступай только согласно такой максиме, руководствуясь которой ты, в то же время, можешь пожелать, чтобы она стала всеобщим законом»; «...поступай так, чтобы ты всегда относился к человечеству и в своем лице, и в лице всякого другого также, как к цели, и никогда не относился бы к нему только как к средству»; следует «совершать всё, исходя из максимы своей воли как таковой, которая могла бы также иметь предметом самое себя как волю, устанавливающую всеобщие законы».³

6. Мозговой штурм: Диагностика Гражданского Общества 15 мин

Данную мини-лекцию фасилитатор может закончить вопросами к аудитории:

- Каков модус морального суждения и действия гражданского общества в вашем регионе?
- Каким он должен быть согласно классификации Колберга?

³ И. Кант (1785 г.) *Основы метафизики нравственности [Grundlegung zur Metaphysik der Sitten]*. Hackett. стр. 30.

Глоссарий

Дискурс: Определенный способ структурирования и употребления языка, способ языковой организации социальной реальности и, в конечном итоге, неотъемлемая часть этой реальности.

Импликация: Нечто, что под собой подразумевает то или иное событие, тот или иной подход.

Искажение: универсальный познавательный механизм, который искажает действительность в ходе ее восприятия; например, при чтении текста, где опущены определенные буквы в словах, мы их запросто восполняем, «видим» благодаря искажению или при наличии у нас определенной установки. Например, мы уверены, что в данной комнате нет нашего знакомого Н. Войдя в комнату, мы можем с большей вероятностью его не заметить, так как ожидания и установки делают наше восприятие селективным, избирательным. Искажение является одним из механизмов селективности восприятия. В определении «Искажения» мы руководствуемся дефиницией Ноама Чомского.⁴

Категорический императив Канта: Понятие категорического императива было сформулировано И. Кантом в его труде «*Основы метафизики нравственности*» (1785 г.), в рамках его концепции автономной этики, утверждающей единство нравственных принципов и их независимость от внешней среды. Категорический императив сформулирован посредством трех тез.

Конформизм: Тенденция подпадания под влияние среды; то есть изменение человеком установок, мнений, восприятия, поведения и так далее в соответствии с теми, которые господствуют в данном обществе или группе. Различают внутренний и внешний конформизм. Внутренний подразумевает пересмотр собственных установок и т.д.; внешний подразумевает поведение, которое демонстрирует господствующие нормы, но внутренне человек имеет отличное мнение (которое не решается высказывать).

Конвенциональный: Общепринятый.

Миф: Это особая коммуникативная система, метаязык (сверхязык, язык о языке), передающий сообщение, которое является совокупностью смыслов, создающих скрытый идеологический дискурс. С одной стороны, миф старается изменить действительность таким образом, чтобы она соответствовала ценностям мифообразующего сознания; с другой стороны, он старается скрыть свою идеологизированность и воспринимается как само собой разумеющееся, естественное положение вещей. Миф – это не пережиток архаичного сознания, а огромная часть современной культуры, которая реализует себя через рекламу, средства массовой информации, кино и другие нарративы. В определении понятия мифа мы опираемся на Ролана Барта.

Нарратив: Любой способ повествования или рассказа (письменный, визуальный, вербальный), интерпретации неких знаний, включающий в себя позицию самого интерпретатора.

⁴ См. рекомендуемую литературу: Д. Гриндер, Р. Бендлер (1997 г.), «Структура Магии».

Обобщение: Оно имеет место тогда, когда человек или группа людей на основании конкретного опыта приходят к более масштабным заключениям (например, испугавшись одной конкретной злой собаки, человек делает заключение, что все собаки злые). Чрезмерные обобщения уменьшают возможности выбора для человека. В случае с собакой, если человек, сделавший подобное обобщение, увидит любую собаку, то начнет от нее убегать.

Общественный консенсус: Гласное или негласное, артикулированное или неартикулированное, сознательное или бессознательное согласие в обществе по поводу того или иного факта, события, его оценки, и т.д.; включает базовые допущения общества.

Селективность восприятия: Этот термин обозначает избирательность нашего восприятия, которую формируют наши ожидания, установки, стереотипы, предубеждения и т.д.

Упущение: Механизм, обуславливающий селективность восприятия. Если вернуться к примеру обобщения из-за печального опыта со злой собакой, то можно предположить, что человек, который считает всех собак злыми, не заметит приветственного виляния хвостом повстречавшейся ему дружелюбной собаки. Он это просто не увидит – упустит из виду.

Рекомендуемая литература

Д. Джавахишвили, Л. Кварчелия (ред.) (2013 г.). «Мифы и конфликты. Инструментализация темы конфликта в политическом дискурсе». International Alert, Лондон, Англия. <http://www.international-alert.org/resources/publications/myths-and-conflict-south-caucasus-vol-2-russian>

Р. Барт «Миф сегодня». Избранные работы: Семиотика. Поэтика. Прогресс; Универс, 1994 г. Стр. 72-130. <http://yanko.lib.ru/books/cultur/bart-all.htm>

Д. Гриндер, Р. Бендлер (1997 г.). «Структура Магии». Издательство ЧЧЧ, Киев.

Л. Колберг (1976 г.). “Moral stages and moralization: The cognitive-developmental approach”, *Moral Development and Behavior: Theory, Research and Social Issues* [«Моральные этапы и морализация: когнитивно-развивающийся подход»; Т. Ликона, (ред.) «Моральное развитие и поведение: теория, исследования и социальные вопросы»]. New York: Holt, Rinehart and Winston. стр.31–53.

Б. Мунси (ред.) (1980 г.). “Moral Development, Moral Education, and Kohlberg” [«Моральное развитие, моральное обучение и Колберг»]. Religious Education Press.

В. Волкан (1997 г.) “Bloodlines: From Ethnic Pride to Ethnic terrorism” [«Родословная: от этнической гордости к этническому терроризму»], Farrar, Straus & Giroux Inc.

2

ТЕМА ВТОРАЯ:

Общественная травма и
конфликт

ТЕМА ВТОРАЯ: ОБЩЕСТВЕННАЯ ТРАВМА И КОНФЛИКТ

Цель:

Осмыслить феномены общественного сознания и бессознательного, связанные с общественной травмой, вызванной вооруженными конфликтами. Осмыслить влияние этих феноменов на общественную жизнь.

Задачи:

- Повысить осведомленность по поводу взаимосвязи общественной травмы, причин ее возникновения, влияния на общественную жизнь и т.д.;
- Повысить осведомленность относительно психологических феноменов, которые питают общественную травму, связанную с вооруженным конфликтом, в том числе феномены Выученной беспомощности и Виктимности, а так же Образа врага;
- Понять психологические механизмы защиты, связанные с Образом врага и другими феноменами, присущими социальной травме: проекция, интроекция, каузальная атрибуция.

Основные темы:

- Общественная травма, социальная травма, социетальная травма
- Выученная беспомощность
- Виктимность
- Образ врага
- Бермудский треугольник отношений
- Идентичность
- Дегуманизация
- Каузальная атрибуция
- Проекция

Инсайты:

Осознать условную выгодность образа врага для укрепления групповой идентичности, вспомнить феномены проекции и интроекции из собственного опыта, осознать каузальную атрибуцию и когнитивный диссонанс как внутренние психологические механизмы сохранения позитивной и последовательной идентичности; осознать базовые психологические иллюзии и их влияние.

Методологическая копилка по теме:

Замечание: Для данной темы в «копилке» есть 4 PowerPoint (PPP) презентации; от фасилитатора зависит, какие из них будут востребованы в работе. Фасилитатор также может выработать свои версии PPP презентаций, исходя из материала сессии.



1

2

3

4

5

2.1 Передача «выбранной» травмы

2.2 Бермудский треугольник

2.3 Базовые иллюзии

2.4 Эскалация конфликта

1. Упражнение: Внимание, говорят политические лидеры**30 мин**

Цель: Продемонстрировать, как утилизируется образ врага в политике.

Инсайты: Помочь аудитории понять, какими образами могут манипулировать политики и в каких целях.



Материал: Микрофильмы с речами следующих политических лидеров: Фидель Кастро, Никита Хрущев, Махмуд Ахмадинияд, Владимир Путин, Уго Чавез (фасилитатор может сделать и другую подборку выступлений, принимая во внимание, что видеоматериалы должны иллюстрировать манипуляции образом врага); 3 компьютера и проектор, блокноты и ручки каждому участнику для записей;

Инструкции: Попросите участников в малых группах внимательно просмотреть клипы с речами политических лидеров и отметить для себя следующее:

- о чем они говорят;
- какие явные и скрытые послы содержатся в речах;
- какими риторическими и лингвистическими речевыми приемами они пользуются (обобщения, искажения и т.п.).

Ход: Разделите участников на несколько малых групп, в каждой группе организуйте просмотр выступления одного из политических лидеров. Участники могут просмотреть свой клип несколько раз. Затем они обсуждают выступление согласно вышеприведенным вопросам в инструкции. После групповых обсуждений представители малых групп делают презентации на пленарном заседании, идет общее обсуждение.

Советы фасилитатору: Важно при обсуждении обращать внимание на то, к кому обращаются политические лидеры, какие образы используют и к чему призывают референтную аудиторию.

2. Интерактивная лекция: **Социетальная травма и конфликт**

30 мин

В фокусе внимания лекции будет социетальная травма как отправная точка для обсуждения темы манипуляции и утилизации образов врага и жертвы; будет использована PowerPoint презентация 2.1 «Передача выбранной травмы» (на основе кейса бывшей Югославии). В лекции также будет представлена схема «Бермудский треугольник» (PowerPoint 2.2), чтобы показать тупиковый характер интеракции в формате «Жертва-Агрессор-Спаситель». Будет обсужден феномен образа врага как последней точки эскалации конфликта (Powerpoint 2.4), а также дегуманизация как процесс, связанный с формированием образа врага.

Содержание лекции:

Советуем начать с **PowerPoint презентации 2.1 «Передача выбранной травмы»:**



В 1389 году войско Оттоманской империи начало военные действия с целью захвата Сербии. Решающей битвой между двумя сторонами должна была стать битва на Косовском поле в день Святого Вита (Видован). Сербским войском руководил воевода Лазарь, оттоманским – султан Мурад. Накануне битвы представителям сербской армии удалось проникнуть в лагерь оттоманов и убить султана Мурада. Несмотря на это, 28 июня оттоманы пошли в наступление, завязался бой, погиб воевода Лазарь, сербы проиграли битву. Это переросло в 500 летнее пребывание сербов под оттоманским игом со всем исходящим из этого унижением и гнетом. Такая ситуация послужила почвой для развития социетальной травмы, одним из мощнейших символов которой стал воевода Лазарь, провозглашенный святым в 16 веке. В 20 веке, на фоне распада социалистического лагеря и всплеска «войн идентичностей», в 1989 году (600 летие косовской битвы) Слободан Милошевич был избран президентом республики. Тема косовской битвы и умерщвления воеводы Лазаря интенсивно использовалась Милошевичем для политического пиара. Была организована панихида мощей святого Лазаря в Срема, Боснии, Сербии, а в самый день битвы они были водворены в древнем монастыре Грачаница в Косове. Во время большого митинга, посвященного этому событию, на майках участников были написаны слова, с которыми воевода Лазарь обращался к своему войску и призывал к битве с иноверцами. Этот военный призыв, произнесенный в 14 веке, вновь обрел актуальность спустя шесть веков, накануне кровавых событий конца 20 века на фоне общественной травмы и в условиях, созданных деструктивным политическим лидером.

Совет фасилитатору: так как работа ведется в интерактивном формате, советуем после презентации стимулировать краткое обсуждение кейса, заостряя внимание аудитории на теме политических манипуляций социальной травмой и образом врага.

После краткого обсуждения приводится более детальная информация об общественной травме.

В психотравматологии термином **Социальная травма** обозначают травму, возникшую в сегменте общества (например, утонул корабль, и определенный сегмент общества – родственники погибших – травмированы), тогда как под **Социетальной травмой** подразумевается травма всего общества в целом, всех его сегментов. Такое случается при катастрофах – естественных (например, землетрясение, цунами), или сотворенных людьми (например, вооруженный конфликт, теракт).



В данной сессии мы будем обсуждать **социетальную травму**. Социетальная травма разрушает базовые иллюзии человека (**PowerPoint презентация 2.3**):

- иллюзию справедливого устройства мира;
- иллюзию собственного бессмертия/своей неуязвимости;
- иллюзию предсказуемости событий и собственной жизни;
- иллюзию управляемости жизнью.

На смену приходят противоположные базовые допущения, которые нарушают адаптацию человека в среде: мир несправедлив, хаотичен, я беспомощен, жизнь непредсказуема и неуправляема, я смертен, и более того, как сказано у Михаила Булгакова в «Мастере и Маргарите»: «.. (я) внезапно смертен».

Данные базовые допущения драматически меняют мироощущение человека/общества, и ложатся в основу развития феномена Виктимности («Я – Жертва»). Это проблемное состояние может далее развиваться в Выученную беспомощность, когда человек/общество, несмотря на то, что обстоятельства после травмы изменились и появились новые возможности, остается пассивным и ощущает себя беспомощным и неспособным нести бремя ответственности за собственную жизнь.

Если мы имеем дело с катастрофой, сотворенной людьми – например, с вооруженным конфликтом, то ощущение себя жертвой уже само по себе подразумевает наличие врага, и здесь появляется другой очень важный психологический феномен – Образ врага.

Образ врага, с одной стороны, может являться следствием вооруженного конфликта, с другой стороны – его причиной. Часто, если вражда длится годы, то Образ врага и ощущение себя жертвой переходит из поколения в поколение. Молодое поколение через семейные и общественные нарративы как бы «наследует» Образ врага от старшего поколения.

Если есть Образ врага и Ощущение себя жертвой, то в таких случаях общество часто ищет «Спасителя», своего рода мессию, чтобы он волшебным образом уладил ситуацию. Такое положение вещей психиатр Stephen Karpman (1968 г.) назвал треугольником Драмы, а Erik Verne (1975 г.) – Бермудским треугольником: Жертва приписывает все свои проблемы Врагу и не берет на себя ответственность за свое состояние; она перекладывает ответственность на Спасителя. Спаситель поддерживает ощущение беспомощности в Жертве и таким образом самоутверждается или же удовлетворяет другие свои потребности, поэтому на самом деле он не заинтересован в самостоятельности Жертвы и не способствует ей.

Войдя в такие («бермудские») отношения, очень легко из одного полюса (например, образа Жертвы) перейти в другой (Агрессора), и т.д. Фактически образуется замкнутый круг порочных отношений, который Берн назвал Бермудским треугольником.

Пример «Бермудских» отношений из тюремной жизни

В одной тюрьме (не будем называть страну и город) часть заключенных издевалась над другой частью – тихими мирными смиренными заключенными. Чтобы избавить последних от насильников для них специально построили отдельный корпус. Как только их перевели в новый корпус заключенные вновь разделились на агрессоров и жертв и стали общаться друг с другом в таком же духе. Только теперь в роли Агрессоров выступали бывшие Жертвы. Можно привести много жизненных примеров «передвижения» из одного угла Бермудского треугольника в другой – не вспомните ли вы свой пример (фасилитатор обращается к группе)?

Бермудские отношения однозначно деструктивны. Чтобы разрешить ситуацию, надо выйти из треугольника. Это можно сделать через рассмотрение себя не как Жертвы, а как Спасшегося: в английском языке разница становится очевидной через сопоставление терминов *survival* (спасшийся) и *victim* (жертва).

Что представляет собой «Образ врага»? Это обобщенный («Они Все...»), негативный («Они Все Плохие...»), дегуманизированный («Они Все Плохие, Нелюди...») образ стороны в конфликте.

Дегуманизация может дойти до такой степени, что одна сторона может называть другую и фактически воспринимать, как насекомых. Это характерно для ситуаций, предшествующих вооруженным конфликтам, этнической чистке или геноциду. Например, в Руанде в 1994 году, накануне геноцида этнической группы Тутси, ее представителей стали называть «тараканами». А «давить» тараканов — это дело естественное. Дегуманизация снимает Когнитивный диссонанс (с принципом «не убий») и, фактически, делает убийство «нормой».

Когнитивный диссонанс является психологическим механизмом, играющим важную роль в жизнедеятельности человека. В частности, согласно теории Когнитивного диссонанса,¹ при наличии двух противоположных знаний, установок или же разнонаправленности установки и поведения, у человека возникает дискомфорт (когнитивный диссонанс), который он снимает путем изменения либо установки, либо поведения. Например, если человек и/или общество разделяют установку «Не убий», то желание уничтожить врага приводит к когнитивному диссонансу. Дегуманизация врага снимает такой диссонанс. Еще одна иллюстрация влияния когнитивного диссонанса на образ врага: если по той или иной причине динамика эскалации дошла до вооруженного конфликта, то после того, как насильственное поведение осуществлено, стороны фактически амнезируют позитивные моменты из истории своих взаимоотношений. Осуществленное насильственное поведение входит в когнитивный диссонанс с позитивным восприятием другой стороны и восприятие/установка меняется в негативную сторону; новая позитивная информация, диссонирующая со сложившейся установкой, не воспринимается – восприятие становится селективным, что, в свою очередь, питает образ врага.

1 Л. Фестингер (1957 г.). «Теория когнитивного диссонанса», Stanford University Press.

На примере динамики изменения нацеленности сторон при эскалации конфликта можно отразить динамику актуализации образа врага: конфликт начинается с несогласия по вопросу распределения реального или же символического ресурса между сторонами; ресурс служит удовлетворению одной из базовых потребностей человека (таких, как существование, защищенность, идентичность, информированность, творчество, рекреация, социальная вовлеченность). Противостояние фактически начинается с необходимости удовлетворения данной потребности и нацеленности на нее. На начальной фазе конфликта целью действия сторон является удовлетворение потребности. На следующей его фазе цель – доказать, кто прав; уже на этом этапе потребность и ее удовлетворение начинают отодвигаться в сторону. Затем цель действий формируется желанием взять верх над оппонентом – первоначальная потребность отодвигается еще дальше. На вооруженной фазе конфликта удовлетворение потребности забыто, стороны воспринимают друг друга врагами, и целью действий каждого становится уничтожение другого. Образ врага играет решающую роль в развязывании войны.

В создании Образа врага, помимо когнитивного диссонанса, играет роль целый ряд психологических феноменов, тесно связанных с потребностью в идентичности. Некоторые из них мы рассмотрим ниже.

3. Упражнение: Кто я? Кто мы? Кто они?

15 мин

Цель: Затравка к теме идентичности, рефлексия по поводу феномена идентичности.

Материалы: Маленькие листочки бумаги в таком количестве, что бы хватило на всех.

Ход:

- **Шаг первый:** раздать каждому участнику листок с местоимениями:
Я
Мы
Они
- **Шаг второй:** попросить участников записать три ассоциации на каждое местоимение, избегая употребления определений и эпитетов (предпочтительно использовать имена существительные).
- **Шаг третий:** участники зачитывают (по желанию) список своих идентичностей или же некоторые из них. Затем следует обсуждение того, что дало им данное упражнение.

Инсайты: Важно, чтобы участники осознали части своей идентичности, приоритетные идентичности, задумались над их значением. В общем обсуждении дискуссия о том, как формируются идентичности.

4. Интерактивная мини-лекция: Об идентичности и поддерживающих ее психологических механизмах (проекция, интроекция, когнитивный диссонанс, каузальная атрибуция) 15 мин

Советы фасилитатору: Следует постараться, чтобы участники вспоминали действие описываемых психологических феноменов из своего же опыта, то есть желательно вести лекцию в интерактивном формате.

Содержание лекции:

Идентичность – это базовая психологическая потребность быть самим собой и себе тождественным; это нечто, являющееся нашей самостью, дающее ощущение самого себя человеку, группе, обществу и т.д. Мы рождаемся с определенными задатками идентичности, наша идентичность развивается вместе с нашим взрослением, в зависимости от социального контекста, в котором мы живем. Главный человеческий вопрос – это именно вопрос идентичности: кто я и ради чего живу. У общества тоже есть идентичность, и она не является простой суммой идентичностей ее членов; идентичность общества – это ответы на те же вопросы: кто мы, какие мы, в чем наша миссия.

У идентичности есть тенденция ощущать себя позитивной. Но у человека, как и у различных обществ, есть черты, которые они в себе не приемлют. Это вызывает стресс. Для снижения стресса обычно наша психика прибегает к психологической защите: действию неосознанных психологических механизмов, направленных на минимизацию неприятных внутренних переживаний. Например, такой защитный механизм, как **Проекция**, позволяет не замечать человеку/обществу черты, которые они в себе не приемлют. В случае Проекции данные черты «выносятся» за пределы «себя» и «проецируются» на другого. С Проекцией мы сталкиваемся ежедневно: например, человеку, который голоден, окружающие тоже видятся голодными; или же человек, который скуп, не замечая за собой такого качества, не приемля его в себе, проецирует его на других и жалуется: «Как все же скупы наши соседи!». Или пожилая женщина, не приемля в себе свои же сексуальные импульсы, ругает молодых девушек: «Ишь! Разоделась, испорченные девчонки!». Можете ли вы привести свои примеры? (Фасилитатор обращается к группе и просит вспомнить опыт проекции, а так же противоположного проекции механизма интроекции (см. в глоссарии).)

У общества та же самая тенденция – проецировать на других свои же неприемлемые качества. А когда есть сторона в конфликте – это дает идеальную возможность такой проекции: общество видит все свои негативные качества в противнике. Можете ли вы привести свои примеры?... (Фасилитатор обращается к аудитории).

Еще один интересный психологический механизм, тесно связанный с восприятием образа врага – **Каузальная атрибуция**. Чему мы приписываем причины и мотивы поступков? Например, человек срезался на экзамене – подумает ли он, что он дурак?... Скорее всего скажет, что билет плохой попался, или что экзаменатор строгий. А если срезался однокурсник, которого он не очень хорошо знает?... Вполне возможно подумает, что он лентяй или тугодум. Можете ли вы привести примеры из вашего опыта?... (Фасилитатор обращается к группе).

Каузальная атрибуция особенно актуальна в условиях дефицита информации – там, где нет информации, мы интерпретируем, фантазируем, проецируем и т.д. В конфликтах,

где коммуникация практически нарушена, стороны обычно владеют ограниченной информацией друг о друге, и здесь Каузальная атрибуция играет большую роль в поддержании образа врага. Классик теории атрибуции психолог Harold Kelley выделил три вида атрибуции:

- Личностную атрибуцию, когда мотив или причину видишь в качестве или характеристике другого («Они так плохо себя ведут в отношении нас потому, что они плохие»);
- Объектную/субъектную атрибуцию («Они так хорошо ведут себя в отношении нас потому, что мы хорошие»), когда причину поведения другой стороны объясняешь тем субъектом или объектом, в отношении которого ведется действие, и, наконец;
- Обстоятельную атрибуцию («Я потому веду себя так плохо, что в данных обстоятельствах невозможно сделать что-либо другое»).

Такие психологические механизмы, как каузальная атрибуция, проекция и т.д. делают наше восприятие селективным, субъективным, особенно в конфликте, где эмоциональный фон напряжен и имеет большое значение. Поэтому их полезно помнить и иметь в виду при анализе конфликтных отношений.

Глоссарий

Социальная травма: Проблемное психосоциальное состояние определенного сегмента общества, вызванное потенциально травмирующим событием: несчастным случаем, катастрофой не массового характера и т.д.

Социетальная травма: Подразумевает, что травмировано все общество без исключения – все слои, все поколения, вследствие как естественных катастроф, например, землетрясений, так и чрезвычайных ситуаций, созданных человеком – например, войны или репрессии политического режима. Социетальная травма затрагивает и разрушает в обществе механизмы, помогающие справиться с травмой, и имеет тенденцию передаваться из поколения в поколение.

Наученная беспомощность: Это состояние, в которое впадает индивид, социальная группа или же целое общество, пережившее насилие и/или травму, проявляющее себя в том, что субъект рассматривает себя беспомощным в деле управления своей жизнью и решения проблем; он старается переложить ответственность за свое состояние либо на «Врага» (Это его вина, что я в таком состоянии), либо на «Спасителя» (я не могу себе помочь, но меня спасет этот и этот).

Виктимность: Подразумевает ощущение себя (индивида, семьи, сообщества, общества) жертвой определенных обстоятельств, преследующих и угрожающих моему существованию. В роли таких обстоятельств могут быть как события, так и конкретные субъекты.

Образ врага: Сверхобобщенный, дегуманизированный образ «другого»; феномен, характерный для высокой степени эскалации конфликта и, фактически, предвещающий вооруженное столкновение, этническую чистку и/или геноцид.

Треугольник Драмы по Карпману (тот же Бермудский треугольник по Эрику Берну): Этой метафорой описан порочный стереотип отношений Жертва-Агрессор-Спаситель: все три роли как бы взаимно дополняют друг друга, вовлечены в единую психологическую игру и порочные интеракции и, таким образом, взаимозависимы.

Когнитивный диссонанс: Наличие одновременно двух противоречащих (взаимоотрицающих) знаний, убеждений, установок в сознании человека ведет к когнитивному диссонансу и дискомфорту. Человеку свойственна тенденция устранения когнитивного диссонанса. Если есть противоречие между тем, что человек знает и что делает, то он впадает в когнитивный диссонанс и старается снять его тремя возможными способами: изменить убеждение согласно своему поведению; изменить поведение согласно своему убеждению; подходить к информации избирательно (вспомним описанные в первой части модуля механизмы «опущения» и «искажения» информации).

Идентичность: Базовая потребность человека, социальной группы, общества – быть тождественным самому себе.

Дегуманизация: «Овеществление» живого, рассмотрение субъекта, как объекта.

Каузальная атрибуция: В условиях нехватки информации в определенной интеракции человек или группа людей приписывают причины и мотивы поведения как своего, так и другого человека/группы людей.

Механизмы психологической защиты: Неосознаваемые механизмы нашей психики, призванные снизить стресс, вызванный тем или иным внутренним или внешним стрессором. Внешним стрессором может быть любое внешнее событие, которое предотвращает удовлетворение базовых человеческих потребностей. В таком случае включается механизм рационализации, позволяющий переоценить событие (например, «А виноград-то зелен» в басне Крылова). Внутренними стрессорами могут быть мысли, установки, чувства, неприемлемые для человека в самом себе. В таком случае включается механизм защиты, который экстерииоризует их (см. ниже «Проекция»).

Проекция: Механизм психологической защиты, который позволяет человеку приписывать другим неприемлемые для себя собственные мысли, чувства, настроения. Одна из классических метафор проекции: человек сидит в доме, где вместо стекол на окнах зеркала, он смотрит в зеркало, думает, что видит то, что на улице, а на самом деле видит себя.

Интроекция: Защитный механизм, противоположный проекции – когда человек впитывает в себя взгляд, оценки, мнения других (окружающих его) людей и считает их собственными.

Рекомендуемая литература

Э. Берн, (2004 г.). «Игры, в которые играют люди. Психология человеческих взаимоотношений». Пер. с англ. А.А. Грузберга; терминологическая правка В. Данченка. – К.: PSYLIB. (Перевод книги E. Berne (1964). *Games People Play: The Psychology of Human Relationships*. New York: Grove Press.) <http://psylib.ukrweb.net/books/berne02/index.htm>

Э. Берн, (2004 г.). «Люди, которые играют в игры. Психология человеческой судьбы». Пер. с англ. А.А. Грузберга; терминологическая правка В. Данченка — К.: PSYLIB. (Перевод книги Berne E. (1972). *What Do You Say After You Say Hello? The Psychology of Human Destiny*. Grove Press., 1972). <http://psylib.ukrweb.net/books/berne03/index.htm>

Н. Сарджвеладзе, З. Беберашвили, Дж. Джавахишвили, Н. Махашвили, На Сарджвеладзе, (2005 г.). «Травма и Психологическая помощь». Москва, Смысл.

У. Сэмюел «Выученная беспомощность», Академик
<http://bit.ly/vqmxek>

Л. Фестингер (1957 г.). «Теория когнитивного диссонанса» (A Theory of Cognitive Dissonance). Stanford, CA: Stanford University Press.

В. Волкан (1997 г.). «Родословная: от этнической гордости к этническому терроризму» (Bloodlines: From Ethnic Pride to Ethnic Terrorism). New York: Farrar, Straus, and Giroux.

В. Волкан. (2004 г.). «Выбранная травма, политическая идеология санкционирования и насилия» (Chosen Trauma, the Political Ideology of Entitlement and Violence). Berlin meeting. <http://www.vamikvolkan.com/Chosen-Trauma,-the-Political-Ideology-of-Entitlement-and-Violence.php>

С.Б. Карпман (1968 г.). «Анализ выдуманных историй и драматических сюжетов» Бюллетень трансактного анализа, Том 7, Н. 26, Апрель 1968 г. (Fairy Tails and Script Drama Analysis, Transactional Analysis Bulletin Vol 7 No. 26 April 1968)
<http://www.karpmamdramatriangle.com/pdf/DramaTriangle.pdf>

С.Б. Карпман (2007 г.). «Треугольники новой драмы» (The New Drama Triangles), USATAA/ ITAA Conference lecture, August 11.
<http://www.karpmamdramatriangle.com/pdf/thenewdramatriangles.pdf>

3

ТЕМА ТРЕТЬЯ:

Герой, анти-герой,
учебники истории и
нарратив

ТЕМА ТРЕТЬЯ: ГЕРОЙ, АНТИ-ГЕРОЙ, УЧЕБНИКИ ИСТОРИИ И НАРРАТИВ

Цель:

Осмыслить феномен нарратива и его влияние на формирование общественного мнения.

Задачи:

- Осознать возможность манипуляций образами героя и антигероя;
- Осмыслить исторический нарратив как механизм создания, распространения и передачи мифов;
- Рассмотреть учебники истории как один из каналов передачи нарративов.

Темы:

- Герой и антигерой
- Героизация
- Нарратив, нарратор и селективность нарратива
- Политические манипуляции
- Передача нарратива из поколения в поколение
- Учебники истории как форма нарратива

Методологическая копилка



Ниже приведены отдельные упражнения и мини-лекции, к теме также прилагаются РРР презентации. Следует отметить, что мы поощряем подбор самими фасилитаторами содержательных текстов для упражнения по «Созданию героя». Что касается приведенных отрывков для анализа (т.н. «аналитических тестов»), то они либо могут быть применены без изменений, либо могут рассматриваться как образцы. В последнем случае фасилитаторы могут сами подобрать тексты из учебников для данного упражнения, исходя из того, где они проживают и/или проводят тренинг.

3.1 Герой и героизация

3.2 История и нарративы

3.3 Модерн, пост-модерн

1. Упражнение: Создай героя

30 мин

Цель: Показать участникам на наглядном примере, как селективность исторических фактов, их описаний и интерпретаций влияет на выбор и решения групп людей и общества в целом;

Инсайты: Участник должен понять, что обмануться можно не только с помощью лжи, но и благодаря намеренному сокрытию части истины и раскрытию части правды в соответствующих декорациях. Участник осознает роль героя для мотивирования общества, «привлекательность» героизма как социально значимого феномена для тех, кто заинтересован в манипуляции; осознает риск использования героизма как «индульгенции» при неконвенциональном поведении.

Материалы: Основанные на общих энциклопедических данных биографические данные исторических личностей (материал должен быть достаточно обширным, чтобы игрокам было из чего выбирать – 5-7 страниц). Например, Гитлер, Сталин, Черчилль, Нельсон Мандела, Мать Тереза, Бен Ладен (каждый фасилитатор может добавить свои исторические личности, исходя из региона проведения тренинга).

Ход:

- **Ступень 1.** Группа делится на подгруппы по три человека. Каждой группе дают по одной биографии. Тем, у кого биография положительного героя, предлагается методом селекции и интерпретации информации переделать ее в биографию антигероя. И наоборот те, у кого биография антигероя, должны, используя тот же механизм, сделать из нее биографию положительного героя.
- **Ступень 2.** Ознакомившись с розданным материалом, группы излагают краткую (селективную) информацию о героях/антигероях, не называя имени своего персонажа. После этого другие участники должны высказать свое отношение к этим персонажам (можно проголосовать).
- **Ступень 3.** Группы раскрывают имена этих личностей.

Совет фасилитатору: Обратите внимание аудитории на то, что благодаря селекции информации можно легко представить положительного героя как антигероя и наоборот.

Вопросы для рассмотрения:

- Как вы думаете, часто ли во время выборов избиратели так же легко путают героя с антигероем?
- Что, на ваш взгляд, может предотвратить такие «выборы»?
- Можете ли вы привести схожие примеры избирательных биографий из своего региона?

2. Интерактивная лекция: Герои, нарративы, героизм и манипуляция

20 мин

Тема: Герои в разные эпохи; нарративы, в том числе формирующие образ героя и антигероя; героизм и манипуляции образом героя



Содержание лекции:

[презентация 3.1 «Герой и героизация»]

Истоки героев и героизма находятся в античной эпохе. В древнегреческой мифологии герои/героини являлись сыновьями или дочерьми бессмертных богов и смертного человека. Герой идентифицировался с храбростью и военными подвигами, с готовностью к самопожертвованию ради славы – античные герои сражались с чудовищами, а также между собой. На древнегреческом «Герой» означает «доблестный муж», «предводитель», на латинском – «защитник». Антигерой предполагал образ, противоречащий герою. Наряду с героями-воинами были герои-мастера, воплощающие различные аспекты культуры и цивилизации: герой-музыкант (Орфей), герой-законодатель (Тесей) и т.д. Героическая эпоха закончилась двумя войнами (Поход семерых против Фив и Троянская война), в которых герои погибли, и на этом их «эра» закончилась.

Динамику развития понимания героя и героизма можно проследить в философии. Для немецкого философа рубежа 18 и 19 веков Джорджа Вильгельма Фридриха Гегеля героям нет места в цивилизованном мире, хотя своими деяниями как раз они и ведут к цивилизации и основанию правового государства; но здесь их миссия исчерпывается и бытие заканчивается. В Европе первой половины 19 века, вместе с развитием интеллектуального движения Романтизма, а также национально-освободительных движений европейских народов, появился новый образ героя – бунтарь, предводитель национально-освободительных движений. В философии Ницше герой предстал как Сверхчеловек, не признающий общественные нормы. В эпоху постмодернизма герой является сильной личностью (тоже своего рода «сверхчеловеком»), которая восстает и борется против «Машины общества» – Матрицы, воплощения давления социальных норм, препятствующих самореализации человека и пытающихся вогнать его в типовую колею.

Традиция утилизации Образа героя или антигероя в политических целях берет свое начало в античных временах: в Древней Греции и Риме среди вельмож-политиков широко использовалась идентификация с тем или иным героем. Целью было извлечение политических дивидендов и манипуляция общественным мнением в борьбе за власть. С данной точки зрения очень интересен советский опыт использования героя и героизации. Для ввода в данную тему вкратце опишем традиции героизма в России 19-20 веков. В российской действительности, в эпоху романтизма образ героя стал ассоциироваться с декабристами,¹ он вобрал в себя такие характеристики, как подвиг и необходимость самопожертвования ради общего блага (своеобразное трагическое мужество). В отличие от такого образа героя революционеры-народники породили героя-террориста, который тоже шел на самопожертвование, но, жертвуя собой, он убивал тех, кого считал врагами. Идеологи большевизма критиковали героизм декабристов и народников-террористов «из-за их отдаленности от народа»,

¹ Представители русского дворянства, которые в начале девятнадцатого века боролись против царя и крепостного права, за социальную справедливость, организовали восстание, за что и были сосланы в Сибирь.

и начали говорить о «героизме масс»²: «Причина наших побед: ... умение поднять энергию, героизм, энтузиазм масс, сосредотачивая революционно напряженные усилия на важнейшей очередной задаче».³ Фактически успех революции для Ленина зависел от того, насколько лидеры смогли бы вдохновить представителей рабочего класса на самопожертвование. Уже после победы октябрьской революции для мотивирования населения к строительству государства в условиях нищеты и разрухи большевистские лидеры продолжали опираться на «героизм масс» и «упаковали в героизм» рабочие будни, повседневную тяжелую жизнь: «Победа Революции ни в коем случае не может быть решена героизмом отдельного порыва, а требует самого длительного, самого упорного, самого трудного героизма массовой и будничной работы».⁴

В руках коммунистической партии (компартии) героизм стал мощным инструментом мотивирования населения на борьбу и труд: широко тиражировались массовые военные подвиги (26 бакинских комиссаров, герои Брестской крепости, молодогвардейцы), а также массовые трудовые подвиги – при выполнении/перевыполнении производственных планов, освоении целинных земель и т.д. Все это базировалось на пропаганде самопожертвования ради общего дела.

Фактически в очень сложном деле – построении государства на фоне постреволюционной разрухи – компартия имела два источника рабочей силы: миллионы людей, сосланных в лагеря, которые были вынуждены трудиться бесплатно, и «массы» – рабочий класс и крестьян, которые были мотивированы трудиться за низкую плату благодаря концепту «массового героизма», поощренному дополнительно индивидуальным героизмом. Например, сегодня уже не секрет, что А.Г. Стаханов стал героем социалистического труда⁵, в то время как под его именем трудилась бригада из троих рабочих в специально подготовленных условиях. Правительству нужно было создать миф о Стаханове для мотивации других рабочих в стране (создав т.н. «Стахановское движение»). Для этого они прибегли к **Героизации** – возведению личности, группы личностей или явления в ранг героического при помощи набора технологий, распространения соответствующих нарративов. В современном мире это делается с помощью различных каналов и средств массовой информации.

В современных поствоенных обществах есть еще один вид утилизации героизма: люди, отличившиеся во время войны, могут потребовать особого, привилегированного по отношению к соблюдению закона положения, что ведет к укоренению селективности правосудия.

В заключение надо сказать, что каждая эпоха видит героев по-разному и имеет своих героев. Вместе с тем, в каждую эпоху, начиная еще с Древней Греции, героизм и героизация утилизируются в политических или других корыстных целях. Это не преуменьшает значения и ценности героических актов, совершенных во имя общечеловеческих ценностей, но призывает критически осмысливать факты утилизации героических поступков и манипулирования темой героизма.

2 «Массы» – дегуманизирующий термин, которым большевистские лидеры обозначали общество, опираясь на труд Карла Маркса.

3 Ленин, Соч., 4 изд., т. 30, стр. 118; также т. 31, стр. 272

4 Там же, т. 29, стр. 390; см. также т. 31, стр. 372–74 и т. 27, стр. 359–60

5 Советские медиа распространили в августе 1935 года информацию о том, что за ночную смену забойщик шахты Стаханов вместо плановых 7 тонн угля выработал 102 тонны. Тем самым Стаханова сделали советским культовым «героем труда», служившим примером для подражания всей стране.

3. Упражнение: Угадай, кто пишет историю

30 мин

Цель: Понять влияние нарратора на создание исторических нарративов.

Инсайт: Понять, что форма и содержание исторического нарратива во многом обусловлены автором («нарратором»), источником, его позицией и базовыми допущениями.

Материал: Подготовленные заранее отрывки из различных учебников истории по одним и тем же историческим событиям; мы предоставляем несколько образцов материала, который фасилитатор может использовать; кроме того, для каждого региона может быть свой набор событий и соответствующих учебников, и фасилитатор должен сам подобрать материал для данного упражнения (*см. раздаточный материал 3.1*).



Ход: В малых группах по три человека обсудить несколько отрывков из различных учебников истории по одним и тем же историческим событиям. Группы читают и сравнивают отрывки по следующим параметрам: что и каким образом (лингвистически) передается, какие базовые допущения «читаются за кадром», какова предполагаемая позиция авторов и что они хотят сообщить. В пленарном формате обсуждаются инсайты малых групп.

Пояснения к упражнению: Из текстов для тренинга убраны либо зашифрованы все названия мест, наименования событий, даты, имена личные, а также этнические обозначения, которые могут помочь узнать место и время.

Основные правила анализа текстов:

1. Следует, в первую очередь, сосредоточиться на наборе фактов и убедиться, что сами факты не обязательно фальсифицируются. Иными словами, все историки упоминают один и тот же их набор, но интерпретацию дают разную; либо намеренно замалчивают одни факты и усиливают акцент на других.
2. Следует отделить в уме факты от их репрезентации и интерпретации и убедиться, что сам набор фактов не становится препятствием для кардинально различных описаний или нарративов одного и того же события.
3. Следует задуматься и попробовать мысленно представить различные социально-политические контексты, в которых возникают разнообразные интерпретации одних и тех же событий.
4. Важно помнить о том, что мы пробуем сравнивать разные версии не для того, чтобы просто доказать, что какие-то исторические события фальсифицируются. В действительности проблема лежит глубже. Дело не в фальсификациях (которые тоже могут существовать), а в конструировании этно-исторических мифов, а также в эссенциализации (см. далее в тексте и в глоссарии) и историзации (см. в глоссарии) исторических событий.

Таким образом, мы задаем следующие основные вопросы к тексту:

- Почему историки именно так, а не иначе интерпретируют описываемые события?
- Как позиция (личная, политическая) и социально-политический контекст, в котором пребывает повествующий (т. е. сам историк), влияют на интерпретацию одного и того же события?
- Наконец, последний и ключевой вопрос – возможна ли нейтральная (лишенная оценочных суждений, не ангажированная) интерпретация события?

5. Попробуем поставить себя на место интерпретатора и предложим лишенную оценочных суждений интерпретацию.
6. Наконец, важно помнить о том, что мы анализируем язык разных интерпретаций – какие слова использовали авторы учебников, какие слова используем мы сами для того, чтобы предложить нейтральную интерпретацию? От каких слов, фраз и выражений нужно отказаться? Какие обороты речи могут использоваться, а какие было бы правильным не применять?

4. Интерактивная лекция: Исторический нарратив: может ли история быть «объективной»? 20 мин

Основы критического подхода: история как результат естественных законов развития или история как нарратив?

(Нарратив, учебник истории и автор, история как точная наука в противоположность интерпретации событий, модернизм и постмодернизм в истории, учебники и власть номинации).

Содержание Лекции:

Также используйте презентацию 3.2 «Исторический нарратив» и 3.3 «Традиционное, современное и пост-модерное общество»



Можем ли мы утверждать, что существует возможность весьма различных подходов к истории? Безусловно, мы можем это утверждать. И здесь следует хотя бы для начала вспомнить о том, что эпоха модерна, в которую и сформировался первый подход к преподаванию истории, уже прошла. Наступила эпоха постмодерна, когда мы потребляем много самой разнообразной и нередко противоречивой информации. Когда многие смыслы событий и вещей, прежде казавшиеся незыблемыми, становятся все более размытыми. Когда сама концепция устройства мира по принципу национальных государств подвергается все большей критике и сомнению. В эту новую эпоху постмодернизма развитие исторических теорий и методологий позволило переосмыслить прежние подходы. Знание о том, в каком русле проходит это переосмысление, становится основой для развития критического мышления и подходов к пониманию исторического повествования. Вот что говорит по этому поводу российский ученый Владимир Малахов:

«Мы привыкли различать историю как «объективную реальность», как нечто, случившееся на самом деле, и повествование об этой истории как «историческую науку». Трудность, однако, в том, что «реальность» и «повествование» неотделимы друг от друга. О том, что случилось (а чего не случилось), и о том, как это случилось, мы не можем узнать иным образом, кроме как от историков. А откуда об этом узнают сами историки, если они не были очевидцами событий, происходивших (или не происходивших) много лет назад? Если учесть, что исторические свидетельства, которыми пользуются историки, часто ненадежны и противоречат друг другу, то становится понятно, что единой версии происходившего, истории как таковой, быть не может. Для того, чтобы выстроить некоторую линию повествования, историк нуждается в концепции. Концепции, предшествующей его обращению к свидетельствам. Опираясь на эту концепцию, историк использует одни и отбрасывает другие факты. Только так он и способен написать историю. И тем самым ее создать».

→
Лекция продолжается

Мы будем говорить о событиях истории в том смысле, как эти события создают (или конструируют) сами историки в процессе повествования о них. И здесь следует очень четко понимать, что ни одно историческое событие не может восприниматься в отрыве от его интерпретации. Для того чтобы лучше понять, о чем пойдет речь, нужно сделать первый важный шаг. Этим шагом, или первым упражнением будет саморефлексия по поводу тех знаний, которые определяют наши представления об истории нашего народа/нации.

Итак, попробуем задать самим себе вопрос: можем ли мы считать наши знания по истории объективными? Вариант ответа может быть только одним – мы все учились в школах, а многие затем и в ВУЗах. Мы заучивали историю так, как она подавалась нам (репрезентировалась) в учебниках. В какой-то момент мы пришли к справедливому выводу, что советская версия истории была «необъективной», неправильной, или даже намеренно сфальсифицированной (ангажированной). Должны ли мы думать, что постсоветская версия истории может быть «объективной»? Можем ли мы быть уверенными, что возможна история без репрезентации? Ответ на этот ключевой вопрос лежит в представлениях о том, что такое «объективное знание», как такой тип знания получается или создается.

До 19 века историки вели повествования обо всех важных событиях так, как сами считали нужным. Как правило, все истории писались для оправдания или возвеличивания королей или императоров. Первые попытки рассказывать историю как повествование о народах также сводились, в конечном итоге, к описанию войн, конфликтов и периодов правления тех же властителей. И только в позапрошлом веке ученые разработали систему универсальных правил (или законов). В тот момент они верили, что строго придерживаясь этих разработанных правил и методик можно добыть позитивное или «объективное» знание. Т.е. такое знание, которое существует вне зависимости от представлений и мыслей людей его добывающих. Направление это в науке получило название позитивизма. И мы должны понимать, что правила, принципы и методики получения позитивного или объективного знания были разработаны, в первую очередь, для наук естественных и затем автоматически перенесены на науки исторические и социальные. В конечном итоге законы развития человеческого общества стали интерпретировать по аналогии с законами природы или естественными законами. Интерпретируя события человеческой истории через призму таких законов, философы и историки сами поверили в то, что пишут историю объективную. Следует понимать, что этот подход был очень продуктивным и передовым для своего времени. Этот период позволил собрать много важной и интересной информации, накопить бесценный опыт и знания, на базе которых и стала возможна переоценка всех достижений исторической науки и все ее развитие.

В конечном итоге с течением времени ученые приходят к выводу, что история не сводится к естественным (природным) законам. Смены политических режимов, смены моды и, главное, накопленные наблюдения, развитие критического подхода – все это позволяет создать концепт *нарратива*.

С помощью этого концепта мы хотим сказать, что рассказ, историческое повествование или нарратив (с английского языка) неотделимы от рассказчика, т.н. *нарратора*. В случае с нашей темой таким рассказчиком становится сам историк. Такой рассказ или нарратив неотделим от тех интерпретаций, которые в него вкладывает историк в

соответствии со своими представлениями о том, что важно, а что нет, в соответствии с той теоретической парадигмой, которую он выбирает для себя и пр., а в худшем случае, когда наука становится идеологией, – в соответствии с той политической приверженностью (ангажированностью), которой историк может придерживаться, как и любой другой гражданин. Т. е. один и тот же набор фактов всегда будет по-разному интерпретироваться и зависит от позиции повествующего. С тем, чтобы преодолеть это противоречие, и чтобы историк не превращался в идеолога, в современном историческом исследовании должна содержаться обязательная рефлексия историка, т. е. описание его собственной позиции и тех причин, по которым он предпочел ее многим другим.

Ставя под сомнение понятие «объективность», мы не должны сводить наши представления только к идее намеренной фальсификации. Речь идет не об этом. Точнее, не только об этом. А о том, что в разных социально-политических контекстах события истории по-разному интерпретируются. Кроме того, учебник истории в принципе не должен восприниматься нами как некая попытка распространения «объективного знания». Цель курса по истории и учебника истории в том, чтобы воспитывать патриотов, лояльных той или иной политической системе. В этом смысле, как верят ангажированные историки, становятся позволительными очень вольные интерпретации, целенаправленный отбор одних фактов и намеренное забвение тех фактов, которые не укладываются в приемлемую для повествователя схему и т. п. В конечном итоге, историки могут намеренно создавать таким образом национальные мифы, т. е. конструировать образы идеальных героев или «исторических врагов» и пр.

Итак, историческое повествование или нарратив включают в себя позицию самого историка или повествователя. Здесь крайне важно также понимать, что позиция рассказчика неразрывно связана с тем языком, на котором он говорит. Врачи или математик говорят на своем профессиональном языке, отличном от других. Так же отличается и язык историка. Каждый из них по-своему употребляет язык в соответствии со структурами языка и теми понятиями и терминами, которые приняты в той или иной сфере деятельности или науке. Для того чтобы объяснить, как выбираемый нами способ употребления языка позволяет не только описывать, но и создавать (конструировать) тот мир, в котором мы живем, было изобретено понятие **дискурс**. Т. е. дискурс – это способ употребления языка в соответствии с определенными принятыми структурами. И мы говорим в данном случае о дискурсе историческом.

В своей повседневной жизни мы привычно оперируем разными понятиями и представлениями, вкладывая их в свои речи. Такие, давно ставшие привычными, слова и обороты речи являются частью нашей природы, нашего «я». Нам, оказывается, совсем не просто взглянуть на эти наши привычки со стороны, попробовать критически осмыслить те фразы и понятия, которыми мы оперируем, рассуждая о каких-либо важных вещах и событиях. Или, как говорят философы и социологи, нам совсем не просто *рефлексировать* по поводу наших мыслей и повседневных речей. Такая рефлексия подразумевает как бы взгляд на самого себя со стороны. Такая рефлексия – это попытка подумать о каких-либо сказанных нами словах или нашем представлении о каких-либо событиях отстраненно, взглядом «постороннего» человека.

Т. е. вопросы, которые нам для начала имело бы смысл задать самим себе, можно сформулировать следующим образом:

Насколько мы свободны или, может быть, даже оригинальны в своих высказываниях и в своих представлениях о том мире, который нас окружает? Являются ли наши представления о каких-либо важных политических событиях только нашими собственными оригинальными мыслями и идеями? Не навязаны ли они нам нашим воспитанием, учебой в школе, газетами, которые мы читаем или новостями, которые мы смотрим (см. механизм «интроекции» во второй теме модуля «Общественная травма и конфликт»)?

Как часто наш язык, или как говорят те же философы или социологи, привычные языковые клише и хранящиеся в самом языке стереотипы, привычно используемые для описания тех или иных событий, определяют наше представление об окружающем нас мире и тех событиях, которые происходят в нем?

Как-то Зигмунд Фрейд высказался в том духе, что его идеи разрушили последние иллюзии человечества и поэтому так нелюбимы многими его современниками. Первый удар по самолюбию человека нанес Николай Коперник, который разрушил иллюзию человечества, состоящую в том, что наш мир находится в центре вселенной, и доказал, что Земля – всего лишь одна из планет, которая обращается вокруг солнца. Второй удар, рассуждал дальше Фрейд, пришелся со стороны Джордано Бруно, который поставил под сомнение нашу уникальность и предположил, что могут существовать и другие миры, населенные другими разумными существами. Человеку оставалось верить только в то, что он является хозяином в собственной душе. Однако эту последнюю иллюзию разрушил уже сам Фрейд, высказав предположение, что многие наши поступки определяются бессознательной частью нашей психики.

Впрочем, разрушил ли Фрейд последние границы самомнения человека? Как показал известный французский философ Мишель Фуко, Фрейд и сам проявил немалую долю самонадеянности. Ведь мы и теперь часто считаем, будто говорим то, что думаем или что сами хотим сказать. Фуко же доказал, что даже наш язык, привычные для нас обороты речи, представления, которыми мы оперируем, рассуждая о каких-либо событиях, также могут не зависеть от нас. Ведь, в конце концов, не мы создавали те языки, на которых говорим. Для объяснения этой ситуации Фуко и ввел в науку такое понятие как *дискурс*.

Дискурс – это способ говорить. Представитель каждой профессии может говорить на каком-то особенном языке, оперировать особенными понятиями и оборотами речи. Это может быть дискурс врача, политический дискурс или исторический дискурс. Однако важно понимать еще и то, что дискурс неотъемлем от власти. **В дискурсе проявляются отношения власти**, сам дискурс формируется и зависит от отношений власти.

Здесь можно вспомнить и о другом понятии, которое ввел в социологию известный французский ученый Пьер Бурдьё – *власть номинации*. В данном случае речь идет о той власти, которую нам дает, например, диплом специалиста в той или иной области. Т. е., например, профессиональные и признанные политологи обладают властью формировать политический дискурс, а профессиональные историки обладают властью номинации формировать исторический дискурс. Мы склонны верить тому, что говорит нам профессионал, дипломированный специалист.

Важны, конечно, и публичные площадки, с которых эти дискурсы звучат. Недаром мы все привыкли говорить о СМИ как об одном из институтов власти. Политологи или

историки, обращающиеся к нам со страниц газет или с экранов телевизоров, добавляют к власти номинации еще и власть СМИ. Они, таким образом, обладают ресурсами не только для формирования дискурсов, но и для их распространения. Причем все, что говорится и пишется профессиональными и признанными историками или политологами, часто принимается нами на веру. И особенно это относится к школьным программам и школьным учебникам, по которым мы все в детстве и изучаем историю как обязательный предмет.

Конечно, было бы самонадеянным и неправильным радикально сомневаться во всем, что говорят политологи или историки в постсоветских странах. Однако имеет смысл задуматься о том, насколько легко было самим историкам избавиться от привычки выполнять определенный заказ времени или власти и формировать профессиональное научное знание, которое не будет зависеть от веяний времени.

Глоссарий

Героизация: Процесс возведения человека или явления (заслуженно или нет) в статус героического. Осуществляется зачастую путём массовой рекламной кампании (обычно в СМИ). Преследует различные цели, такие как создание примера для прочих сограждан (например, Стахановское движение).

Дискурс: Определённый способ структурирования и употребления языка, способ языковой организации социальной реальности, и, в конечном итоге, сам – неотъемлемая часть этой реальности.

Модернизация: Это «превращение [общества] из традиционного, аграрного, сельского, патриархального, холистского в современное, индустриальное или «постиндустриальное», городское, демократическое, индивидуалистское» (Вишневский, 1998 г, стр. 6).

Нация или национальное сообщество: «Это воображенное политическое сообщество, и воображается оно как что-то неизбежно ограниченное, но, в то же время, суверенное. Оно воображенное, поскольку члены даже самой маленькой нации никогда не будут знать большинства своих братьев по нации, встречаться с ними или даже слышать о них, в то время как в умах каждого из них живет образ их общности» (Андерсон, 2001 г., стр. 6).

Нарратив: Это любой способ повествования или рассказа (письменный, визуальный, вербальный), интерпретации неких знаний, включающий в себя позицию самого интерпретатора.

Нарратор: Рассказчик, повествователь: тот/те, кто стоит за нарративом, чьи язык, установки, базовые допущения, интерпретации отражаются в нарративе.

Историцизм: «Это убеждение в возможности понять настоящее из прошлого. Это вера в то, что ключ к смыслу событий, происходящих сегодня, лежит в истории. То, что случается сейчас, понимается как развертывание тенденций, имевшихся ранее» (подробнее см.: Малахов, 2005 г., стр. 52-58).

Примордиализм: (от английского primordial – изначальный, исконный) – применяется для обозначения подхода, в рамках которого нации есть продукт развития этносов, а этносы, в свою очередь, представляют собой естественные целостности, которые могут быть поняты по аналогии с биологическими популяциями (подробнее см.: Малахов, 2005 г., стр. 52-58).

Эссенциализм: (от латинского *essentia* – сущность) – часто выступает в качестве методологического спутника примордиализма. Это метод, который подразумевает открытие истиной «природы вещей», приписывание социальным феноменам определенной сущности, обязательного набора неизменных характеристик, качеств и свойств. Это убежденность в том, что раскрытие истинной сущности наблюдаемого феномена является целью науки и достижимо с помощью определенных теорий и подходов. Убежденность в существовании такого эссенциального знания ставит его выше критики.

Ретроспекция: Интерпретация предыдущих событий из перспективы того временного момента, в котором пребывает сам повествующий о них.

Репрезентация: Представление реальности с какой-то определенной позиции (Л. Филлипс и М.В. Йоргенсен).

Социализация: Процесс, в ходе которого дети или другие члены общества учатся жить в этом обществе. Социализация является основным способом передачи культурных ценностей от поколения к поколению. Первичная социализация происходит в младенческом возрасте и в детстве. Вторичная социализация происходит в более зрелом возрасте, когда у семьи отчуждается ряд воспитательных функций, которые переходят к школе, сверстникам, различным институтам, СМИ и пр. (Энтони Гидденс).

Рекомендуемая литература

Б. Андерсон (2001 г.), «Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма», Москва: «КАНОН-пресс-Ц».

А. Вишневский (1998 г.), «Серп и Рубль: Консервативная Модернизация в СССР», Москва: О.Г.И.

Э. Геллнер, (2004 г.) «Условия свободы. Гражданское общество и его исторические соперники». Москва: Московская школа политических исследований.

Э. Гидденс (2005 г.), «Социология», Москва: Едиториал УРРС.

В. Малахов (2005 г.), «Национализм как политическая идеология», Москва: Издательство «КДУ».

Л. Филипс, М.В. Йоргинсен (2004 г.), «Дискурс Анализ: теория и метод», Харьков: Гуманитарный центр.

М. Фуко, (2004 г.) «Археология знания». Санкт-Петербург: Университетская книга.

Э. Хобсбаум (1999 г.), «Век Революций. Европа 1789-1848», Ростов-на-Дону: Феникс.

Э. Хобсбаум (1999 г.), «Век Капитала. 1848 – 1875», Ростов-на-Дону: Феникс.

Э. Хобсбаум (1999 г.), «Век Империи. 1875 – 1914», Ростов-на-Дону: Феникс.

Э. Хобсбаум (2004 г.), «Эпоха крайностей: Короткий двадцатый век (1914-1991)», Москва: Независимая Газета.

Х. Вельцер (2005 г.) «История, память и современность прошлого. История как место политической борьбы». В «Неприкосновенный запас: Дебаты о политике и культуре». №2-3 (40-41). <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/>

В. Шнирельман (2000 г.). «Ценность прошлого: этноцентристские исторические мифы, идентичность и этнополитика» // «Реальность этнических мифов» Под ред. М. Олкотт и А. Малашенко; Моск. Центр Карнеги. – М., 2000 г. <http://www.ukrhistory.narod.ru/texts/shnirelman-1.htm>

А. Караваев (2007 г.) ««Новый исторический миф» и конфликты интерпретаций». <http://dialogs.org.ua/ru/periodic/page10821.html>

И. Торбаков (1996 г.) «Историческая наука как инструмент формирования новых государств» // Независимая газета 20.12.1996. <http://www.ukrhistory.narod.ru/texts/torbakov-1.htm>

Т. Шнайдер (2003 г.), «Восстановление наций: Польша, Украина, Литва, Беларусь, 1589-1999» (The Reconstruction of Nations: Poland, Ukraine, Lithuania, Belarus, 1569-1999). New Haven and London: Yale University Press. Стр. 367.

4

ТЕМА ЧЕТВЁРТАЯ:

Политические
манипуляции и
политтехнологии

ТЕМА ЧЕТВЁРТАЯ: ПОЛИТИЧЕСКИЕ МАНИПУЛЯЦИИ И ПОЛИТТЕХНОЛОГИИ

Цель:

Осмыслить, каким образом конфликт и связанные с ним психологические феномены могут утилизироваться для достижения политических целей.

Задачи:

- Понять, в каких контекстах интенсифицируются политические манипуляции;
- Понять, какие технологии используются для манипуляций;
- Понять, какие последствия для общества имеют политические манипуляции, связанные с темой конфликта.

Подтемы:

- Утилизация разных психологических образов, связанных с конфликтом, для мотивирования общества к политическому выбору;
- Проекция образа врага вовнутрь общества – поиск внутренних врагов («врагов народа»).

1. Упражнение: Вспомни пример манипуляции**15 мин**

Цель: Связать тему политических манипуляций с собственным опытом и референтным социально-политическим контекстом; провести параллели между различными контекстами, выявить сходство и различия; Выявить схожие стереотипы, приемы, клише; Составить список тем, которые используются для манипулирования.

Инсайт: Понять «условную выгодность» конфликта для внутривнутриполитических манипуляций.

Ход: Участники в парах обсуждают знакомые им примеры политических манипуляций из своего контекста. Фасилитатор просит вспомнить участников, в какие именно периоды актуализируется тенденция манипуляции, просит ответить на следующие вопросы:

1. Когда происходит манипулирование массовым сознанием чаще всего (например, во время выборов)?
2. Какие темы используются в манипулятивном дискурсе?
3. Какие используются послылы?

2. Интерактивная лекция: Динамика актуализации темы конфликта во внутреннем дискурсе**30 мин**

- Политтехнологии и утилизация тем, связанных с конфликтом, дискредитация «патриотизма»;
- Условная выгода конфликта для определенных политических сил во внутривнутриполитических процессах.

Текст лекции:

Пребывание в конфликте и наличие образа врага представляют собой благодатную почву для политических манипуляций – обвинение политического оппонента в связях со стороной в конфликте («врагом») является кратчайшим путем его дискредитации. Как показывают исследования, использование образа врага в политической борьбе является распространенным явлением на Южном Кавказе.¹ В этом смысле наличие образа врага (и соответствующего конфликта) является *условно выгодным* (см. в Глоссарии) для определенных политических кругов.

Политические манипуляции часто интенсифицируются в процессе предвыборной борьбы, когда политики стремятся завоевать большее количество голосов избирателей. Практика рекрутирования сторонников и легитимации политических претензий различных политических групп на основе манипулирования общественным сознанием довольно широко распространена в постсоветских странах. В силу того, что в ситуациях неразрешенных этнополитических конфликтов существуют реальные внешние угрозы, манипулирование общественным сознанием часто производится с помощью «образа врага». Апеллирование к теме «врага» помогает властям оправдывать в глазах граждан собственные провалы во внешней и внутренней политике. С помощью этого образа различные политические группы пытаются дискредитировать своих политических оппонентов.

¹ Дж. Джавахишвили, Л. Кварчелия (редакторы), (2013 г.) «Мифы и конфликты. Инструментализация темы конфликта в политическом дискурсе». International Alert, Лондон

Политические манипуляции происходят путем использования **политтехнологий**. Политтехнологии являются формой социального влияния с целью изменить мнение, установки, поведение тех или иных индивидов, той или иной социальной группы так, чтобы они соответствовали интересам манипулирующего. Являясь инструментом социального контроля, манипулирование «образом врага» помогает добиваться от электората выгодного для той или иной политической группы поведения, сохраняя при этом у объектов манипулирования иллюзию свободного выбора. Такая практика нацелена на подавление в обществе критического мышления, на «формирование «недомыслия», понижение уровня осознанности происходящего путем активизации чувственно-эмоциональных реакций в ущерб рационально осознаным». В закрытых обществах использование «идеологемы врага» как политической практики производит «специфический сброс институциональной «сложности», блокировку модернизационного развития, плебейское упрощение или уплощение социокультурной организации общества».²

Большая часть общества, не обладая навыками критического восприятия политтехнологий, превращается в «толпу» (эффект «психологии толпы» или «стадного инстинкта», Wilfred Trotter), которой легко манипулировать. Для противостояния манипуляциям необходимо, чтобы «толпа» превратилась в группу мыслящих индивидов, владеющих комплексом знаний и навыков, необходимых для критического мышления.

Отсутствие информированности, с одной стороны, и доминирующая в обществе система ценностей, с другой стороны, являются основными компонентами формирования такого общественно-политического дискурса, в котором различные мифологизированные образы (друг/враг/сосед) и стереотипные восприятия (патриот/предатель/безопасность) тесно взаимосвязаны друг с другом.

Патриотизм, как ценность, является частым «инструментом» манипуляции. В обществе это понятие воспринимается как однозначно положительное явление, особенно если речь идет о социуме, для которого актуальна проблема безопасности. В таких обществах нетерпимость к меньшинствам (этническим, религиозным, сексуальным) и к инакомыслию часто преподносится как проявление «патриотизма». Аргументация подобной позиции, отсылающая к необходимости «сохранения вида», «традиций», к важности сопротивления «влиянию извне», воспринимается обществом именно как проявление патриотизма.

В чем причины такого восприятия? Во-первых, происходит определенная «подтасовка» и предмет манипуляции преподносится в контексте нужд и ценностной данного общества. Основой политических манипуляций часто служат установленные в обществе «правды» – системы дозволенного и табуированного, «хорошего» и «плохого». Но поскольку «правда» формулируется в определенном контексте, то общество, не способное к рефлексии, не в состоянии сопротивляться манипуляциям.

В случае критического восприятия социально-политических процессов тот же патриотизм может стать механизмом противостояния манипуляции. Иными словами, в результате критического переосмысления ситуации человек не становится менее патриотичным – он становится менее манипулируемым.

Роль СМИ в данном вопросе огромна, причем как в положительном, так и в отрицательном смысле. СМИ могут являться инструментом как манипуляции, так и ее разоблачения.

2 Гудков, Л. Негативная идентичность. Статьи 1997-2002 годов. Авторский сборник. М.: Новое литературное обозрение, 2004 г.

3. Игровое упражнение: Стереотипы и клише в политическом глоссарии

30 мин

Цель: Осознать, с какой целью используются манипуляции; кто могут быть субъектами, объектами, целевой аудиторией, опорными группами; почему манипулятивные приемы часто достигают своих целей.

Инсайты: Почувствовать себя в роли политиков, прочувствовать «кухню» составления политических мессиджей, искушение манипуляции, ее характер.

Ход: Аудитория разбивается на 4 группы по 5 человек. Две группы представляют национал-патриотические и неоконсервативные силы соответственно России и США. Две другие группы представлены группами либерального толка России и США. Группы должны составить обращение к своему электорату накануне выборов. В своем выступлении они излагают приоритеты своей партии, сопровождая их призывами к консолидации. Во время презентации одной группы остальные участники пытаются составить список использованных этой группой образов.

Во время обсуждения после игры необходимо выявить схожие и отличные клише, попросить объяснить, для чего они используются, какой от них может быть эффект. Для обсуждения предлагаются следующие вопросы:

- С какой целью используются манипуляции?
- Кто могут быть субъектами, объектами, целевой аудиторией, опорными группами?
- Почему манипулятивные приемы часто достигают своих целей?

4. Альтернативное игровое/интерактивное упражнение

50 мин

Цель: Осознать, с какой целью используются манипуляции; кто могут быть субъектами, объектами, целевой аудиторией, опорными группами; почему манипулятивные приемы часто достигают своих целей.

Инсайты: Осознание наличия табуированных тем и влияния этого факта на общество; осознание ограниченности выбора в условиях манипуляции; осознание манипуляций темой конфликта как тормоза для демократического развития общества.

Ролевая игра: В Парламенте на заседании обсуждается вопрос об увеличении бюджета на военные расходы. Депутаты должны проголосовать «за» или «против», решение принимается простым большинством.

Роли:

- Позиция 1: Депутат, ратующий за увеличение бюджета, участвовал в боевых действиях, позиционирует себя в обществе как патриот, основной задачей которого является обеспечение безопасности страны.
- Оппонент 1, Депутат – правозащитник, известен как сторонник диалога по урегулированию конфликта.
- Спикер – балансирует между двумя позициями.

- Депутаты либерального толка (меньшинство).
- Депутаты традиционалистского толка (большинство).
- Остальные депутаты (вместе с либералами могут составить большинство).

Описание ситуации:

Позиция 1: Предлагает увеличить бюджет на военные расходы, исходя из усиливающейся внешней угрозы, выступает с речью перед Парламентом и обосновывает свою позицию «патриотическими соображениями».

Оппонент 1: Выступает против данного предложения, ссылаясь на то, что необходимо тратить средства на другие, более важные вопросы, например: реформу демократических институтов, судебной системы, создание новых рабочих мест и социальные программы. Кроме того, он выступает против данного предложения, ссылаясь на тот факт, что гонка вооружений обострит ситуацию, и предлагает предпринять действия для усиления процесса диалога.

Накануне заседания журналисты распространили материал, свидетельствующий о связях Позиции 1 с поставщиками вооружения, лоббирующими соответствующие изменения в бюджете. Они считают, что у Позиции 1 может быть личный коммерческий интерес в данном вопросе.

Каждый из основных участников получает детальный инструктаж о своей модели поведения и готовит выступление. Аудитория делится на три группы: защитников проекта, оппонентов и неопределившихся. После выступлений основных оппонентов, а также сессии вопросов и ответов, Парламент должен принять решение путем голосования. После голосования подводятся итоги и обсуждается выбор каждого из проголосовавших.

Общая дискуссия: социальные последствия манипуляции **15 мин**

Глоссарий

Клише: Идея, высказывание, которое износилось, потеряло свой первичный смысл и новизну. Идею клише метко охарактеризовал Сальвадор Дали: «Первый, кто сравнил щеки молодой женщины с розой, очевидно, был поэтом; первый, кто это повторил – идиотом».

Консерватизм: Политическая идеология, основанная на традиционных ценностях общества. Базовой ценностью консерваторов является общественное и государственное благо. Наряду с либерализмом является одной из двух основных и противопоставляемых друг другу политических идеологий. Соответственно, основной доктриной консервативных партий является верность традициям, испробованным временем и испытаниями. По сравнению со своим антиподом – либералами, консерваторы менее открыты для внешнего мира и, в основном, обуславливают этот факт тлетворностью ценностей извне. Республиканская партия США, будучи одной из двух сильнейших политических сил, придерживается консервативных взглядов (социальный или американский консерватизм)³. В России действующая партия власти – Единая Россия – в 2009 году официально провозгласила своей идеологией «российский консерватизм».⁴ Наиболее известные представители данного политического направления в США – Теодор Рузвельт, Дуайт Эйзенхауэр, Ричард Никсон, Рональд Рейган, в России – Дмитрий Медведев и Владимир Путин.

Либерализм: Политическая идеология, ставящая в основу права и свободы отдельного человека. Цель либерализма – создать общество со свободой действий для каждого, верховенством права, частной собственностью и свободой частного предпринимательства. Либеральная идеология предполагает ограничение власти государства, определяя ее функцию как системы, ответственной за обеспечение верховенства закона, прав человека и свободных рыночных отношений. В противопоставление консерваторам, которые являются сторонниками сохранения имеющегося строя, либералы ратуют за постоянное реформирование существующей системы, чем и обусловлено постоянное идеологическое противостояние двух идеологий. Демократическая партия США является левоцентристской партией и придерживается социал-либеральных взглядов, также известных как американский либерализм.⁵ Наиболее известными представителями этого направления в США являются Джон Кеннеди, Билл Клинтон, Барак Обама, в России – Борис Ельцин, Егор Гайдар, Борис Немцов, Григорий Явлинский.

Национал-патриоты: Политическая сила, основой идеологии которой является идея единства государства (Родины) и титульной нации (этнической группы, доминирующей в данном государстве)⁶. Национальная идеология, будучи основанной на особенностях «своей» нации, приписывает себе исключительные качества или права и часто противопоставляет себя внешним силам. Часто национальная идеология, уникальность нации преподносятся обществу как единственно верная форма патриотизма. Наиболее характерная тема, используемая с целью воздействия на общество – призыв к консолидации, который часто переходит в отторжение инакомыслия.

3 Подробнее см. <http://window.edu.ru/resource/417/38417/files/miem2005-24.pdf>

4 <http://ria.ru/politics/20091121/194856090.html>

5 http://samlib.ru/m/molchanow_s_m/uspoliticalpartiesatpresent.shtml

6 Подробнее см. http://www.partinform.ru/ros_mn/rm_6.htm

Неоконсерватизм: Движение, возникшее в США в конце вьетнамской войны внутри Демократической партии, ратующее за использование экономической и военной мощи США для победы над враждебными США режимами.⁷ Будучи либеральными в вопросах внутренней политики, неоконсерваторы придерживались более консервативных, чем демократы взглядов во внешнеполитических вопросах. Возникновение неоконсерваторов в США обозначило начало периода смешения политических идеологий, который продолжается по сей день не только в США, но и во всем мире.

Патриотизм: Понятие «патриотизм» в английском языке впервые встречается в начале 18-го века; под ним понимают любовь и посвящение себя своей родине. Это понятие особенно широко использовали просветители, например, Жан-Жак Русо. Английский писатель Сэмюел Джонсон в 1774 году критиковал показной лжепатриотизм в своем произведении «Патриот»; ему же принадлежит и известная сейчас крылатая фраза: «Patriotism is the last refuge of the scoundrel» (патриотизм – это последнее убежище подлеца). Понятие патриотизма близко национализму. Поэтому в современном мире его рассматривают как феномен, граничащий и рискующий перейти в крайнюю форму национализма, т.е. в этнический национализм, подразумевающий различия и предпочтения по этническому признаку (идеология, рассматривающая одну этническую группу как стоящую выше другой, фактически – дискриминационное отношение).

Политические технологии: Совокупность методов воздействия на человека, позволяющих изменить его мышление, убеждения, настроение и поведение, применяемых политическими субъектами для достижения политических целей.

Психологические манипуляции: Завуалированное социальное влияние, направленное на изменение мнения, поведения других людей в собственных (манипулятора) интересах, использование недозволенных (обманных, возможно оскорбительных) приемов.

Стереотипы: Устоявшееся отношение к событиям, явлениям, действиям и т.д., которые, с одной стороны, помогают ориентироваться в действительности, с другой стороны упрощают/выхолащивают ее восприятие настолько, что ограничивают возможность воспринимать нюансы, различия, уникальность.

Условная выгода: Под условной выгодой подразумевается, что, с одной стороны, образ врага приносит определенную выгоду обществу, например, консолидирует и таким образом минимизирует внутренние конфликты («Сейчас не время конфликтовать между собой, так как Враг начеку»); но, с другой стороны, данная выгода весьма условна, так как образ врага превращается в тормоз демократического развития общества (при помощи того же самого аргумента: «Не время сейчас для демократии – Враг начеку») и делает его подверженным внутривнутриполитическим манипуляциям.

7 <http://nucleamo.ru/text.asp?12100>

Рекомендуемая литература

Дж. Джавахишвили, Л. Кварчелия (редакторы), (2013 г.) «Мифы и конфликты. Инструментализация темы конфликта в политическом дискурсе». International Alert, London, UK. <http://www.international-alert.org/resources/publications/myths-and-conflict-south-caucasus-vol-2-russian>

Л. Гудков (2004 г.), «Негативная идентичность». Статьи 1997-2002 годов. Авторский сборник. М. Новое литературное обозрение,

В.Д. Волкан (1988 г.). «Необходимость наличия врагов и союзников» (The Need to Have Enemies and Allies). Northvale, N. J., стр. 5.

К. Шмитт, «Понятие Политического». / Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Hrestom/02.php

С. Акопов, Е. Прошина, «Неоконченное приключение» образа врага: от теории секьюритизации до концепции «далеких местных». Режим доступа: <http://www.isras.ru/files/File/Vlast/2011/01/Akopov.pdf>

М. Уоллерстайн (1992 г.), «Группы интересов». // Полис, , № 5–6, Стр. 165.

Е. Сенявская (2008 г.), «Противники России в войнах XX в. Эволюция образа врага в сознании армии и общества». – М., Стр. 20.

А. Фатеев, «Образ врага в советской пропаганде. 1945-1954 гг.» / Режим доступа: <http://psyfactor.org/lib/fateev9.htm>

5

ТЕМА ПЯТАЯ:

Медиа-грамотность и
конфликт

ТЕМА ПЯТАЯ: МЕДИА-ГРАМОТНОСТЬ И КОНФЛИКТ

Цель:

Развитие рефлексивного/критичного отношения к медиа-информации, связанной с конфликтами, поднятие уровня медиа-грамотности.

Задачи:

- Осознать роль медиа в создании, распространении и поддержке общественных мифов, особенно мифов, связанных с конфликтами;
- Приобретение знаний по критериям распознавания профессионального медиа-освещения и развитие навыков распознавания медиа-манипуляций.

Темы:

- Профессиональное медиа-освещение
- Новости, источники информации, их надежность, разнообразие, баланс
- Различение фактов и интерпретации
- Медиа-этика
- Осознанный выбор и решения на основе достоверной информации
- Освещение конфликта

1. Ролевая игра: Освещение события

90 мин

Цель: Развитие навыков обращения с медиа-информацией.

Инсайты: Для профессионального и, следовательно, надежного освещения событий обязательно наличие нескольких сбалансированных источников, надежность источников, освещение фактов, а не их интерпретация. Если освещается конфликт, необходимо использовать источники, представляющие все стороны, вовлеченные в конфликт.

Ход игры: Игрокам дают событие для освещения, которое разыгрывают 5-8 участников из группы. Сценарий может быть таким (фасилитатор может предложить свою собственную версию сценария):

Произошел пожар в торговом центре. Пожарники его потушили. Полиция и представители органов местного самоуправления уже на месте. На месте также пострадавшие и их родственники, которые узнали о случившемся. Некоторых пострадавших родственники не могут найти, они волнуются и ищут их. Есть подозрение, что имел место теракт. Люди даже высказывают предположения о том, кто может быть ответственным за него. При этом родственники пропавших обвиняют дирекцию торгового центра в несоблюдении правил техники безопасности. Назревает конфликт.

Четырем добровольцам предлагается роль журналистов. Они действуют парами – как две команды журналистов. Они вольны придумать для себя, в каком медийном агентстве работают, придумать формат, в котором подадут информацию о случившемся в местную газету, вольны решать, у кого брать интервью. После того как они соберут достаточную информацию, им дается 15 минут на составление газетной публикации о случившемся. Пары «журналистов» озвучивают свои публикации, которые рассматривает «жюри» совместно с группой участников. Они обсуждают качество «публикаций», основываясь на следующих критериях:

- факты, а не интерпретация;
- наличие нескольких сбалансированных источников;
- наличие авторитетных источников;
- независимость журналиста.

Фасилитатор является членом жюри и задает критерии.

2. Интерактивная лекция: Медиа-грамотность

20-25 мин

Лекция начинается с короткого брейнсторминга: «Как вы думаете, что мы подразумеваем под медиа-грамотностью?». Участники предлагают свои ответы с места, фасилитатор резюмирует:

Если раньше понятие грамотности сводилось лишь к знанию и навыкам, необходимым для письма и чтения, то современный мир ставит перед человеком множество задач в плане грамотности: начиная с компьютерной грамотности и кончая медиа-грамотностью. Медиа-грамотность предполагает, что человек должен быть подготовленным (грамотным), чтобы воспринимать и конструировать медиа-информацию рефлексивно, критично. Эта необходимость возникла в связи с тем, что на человека сегодня обрушивается большой объем информации. Более того, эта информация часто оказывается неполной, селективной и, таким образом, предвзятой, что часто вводит человека в заблуждение. В результате человек покупает ненужные вещи (из-за рекламы), или же наносит вреда своему здоровью, апробируя на себе различные широко рекламируемые диетические средства. Кроме того, предвзятая информация приводит к образованию установок вражды и ненависти, поддерживающих возникновение/усугубление образа врага и усугубляющих конфликты разного порядка (политические, этнические, социальные и т.д.). Медиа-грамотный человек, наоборот, застрахован от того, что бы стать жертвой медиа-информации или медиа-манипуляции, так как он подготовлен в плане распознавания и расшифровки комплексных посылов (мессиджей), исходящих от средств массовой коммуникации. В частности:



Медиа-грамотный человек умеет распознавать такие различные форматы медиа-освещений (см. PowerPoint презентацию 5.1 «Медиа-грамотность»), как:

- **Новости**, где приведена профессиональная информация о наиболее актуальных событиях данного временного отрезка;
- **Реклама**, которая просто старается продать ту или иную продукцию;
- **Пропаганда или Спин**, который «делают» по заказу политиков и который ставит своей целью изменить мнение и поведение аудитории по отношению к тому или иному явлению;
- **Публичная информация (ПР)**, которую распространяют пиарщики тех или иных компаний или личностей, для того чтобы улучшить их имидж;
- **Развлекательная информация**, создающая для потребителя альтернативный мир, где он может оклечь от действительности и расслабиться;
- **Сырая, непроверенная информация** для немедленного потребления, выходящая в свет без редактирования.

Грамотный медиа-потребитель сначала должен распознать, с какой медиа-формой он имеет дело, чтобы ее расшифровать и прийти к заключению о надежности и достоверности распространяемой информации.



Медиа-грамотный человек умеет деконструировать медиа-новости: (см. PowerPoint презентацию 5.2 «Деконструкция новостей»)

Он в курсе того, в чем значимость новостей, и может оценить: потенциальное влияние на аудиторию, оперативность, степень известности участвующих лиц, географическую

близость происходящего, экстраординарность случившегося, конфликты, современность, продолжительность явления.

Он умеет отрефлексировать: какого типа информацию ему предлагают – факты, предположение или интерпретацию/мнение; насколько независим журналист, освещающий данное событие; насколько подотчётен данный журналист публике, насколько он доступен, чтобы спросить его о той или иной детали, насколько он сделал прозрачным процесс сбора информации. Кроме того, он умеет оценить качество предлагаемой информации, определить, в чем основной посыл новостной информации, насколько вступление (т.н. «лид») соответствует основному содержанию, насколько новостная информация отвечает на главные вопросы: кто, что, где, когда, почему, а часто также – как, и, таким образом, соответствует т.н. структуре *перевернутой пирамиды* (см. в глоссарии).

Медиа-грамотный человек знает и применяет при рефлексии принципы точности, непредвзятости и надежности информации.

3. Упражнения по определению точности, непредвзятости, надежности информации

Мини-упражнение 1. Непредвзятость (а также надежность и точность)

(см. PowerPoint презентацию 5.3 «Al Jazeera/BBC»)

5 мин



Здесь фасилитатор представляет аудитории диаграммы, отражающие исследование, которое объясняет, каким образом Израильско-Палестинский конфликт освещается телеканалами BBC и Аль-Джазира. Диаграммы показывают, что лишь незначительный процент материалов BBC и Аль-Джазира по Израильско-Палестинскому конфликту учитывает Палестинские источники. Фасилитатор спрашивает аудиторию: «О чем нам говорит данная информация»? Участники высказываются. Когда прозвучит предположение об отсутствии баланса источников, фасилитатор подчеркивает, что это один из профессиональных принципов журналистики.

Мини-упражнение 2. Надежность (а так же точность и непредвзятость)

(см. PowerPoint презентацию 5.4 «Источники информации»)

5 мин



Фасилитатор задает аудитории вопрос: «В медиа появилась информация, что согласно последнему опросу президент X намного популярнее президента У». Фасилитатор затем спрашивает: «Как вы думаете, чего в данной информации не хватает?»

Аудитория, надо полагать, поставит ряд вопросов:

- Кто проводил исследование? Насколько независимо исследовательское агентство?
- Среди кого оно проводилось? Насколько репрезентативна выборка респондентов?
- Какие конкретно вопросы задали?
- Какова была методология исследования?

Используя эти вопросы, фасилитатор введет тему «Источники информации», дав следующее определение: «Источники» – это те люди, которые владеют информацией или ее распространяют. Источник может раскрыть себя или может остаться неразглашенным. Источник может быть либо назван по имени/фамилии (т.н. «названный источник»), либо не назваться («неназванный источник»), и о нем будет известна лишь занимаемая им позиция, статус, а иногда не будет и этой информации. Авторитетным называют такой источник, который имеет личные/или профессиональные заслуги, придающие вес его заявлению (см. в третьей части модуля понятие «Власть номинации»). Т.н. «независимый источник» не заинтересован ни в данной информации, ни в исходе ситуации, которой он касается, что придает особую ценность его информации (так как исключает предвзятость). Передаваемая информация может опираться на один или более источников или вообще не опираться на источники, что уменьшает ее надежность. К концу объяснения понятия «Источник информации» фасилитатор попросит участников высказаться, какие источники могут быть надежными.

Мини-упражнение 3: Точность (а также непредвзятость и надежность)

30 мин

Цель: Приобрести навыки различения фактов и их интерпретации.

Инсайты: Понимание необходимости отличать факты от их интерпретации, необходимости диверсификации потребляемых медиа-средств; необходимости делать более информированный выбор.



3.1 PowerPoint презентация 5.5. про «Факты и мнения»

5 мин

3.2 Упражнение: Где факт, а где интерпретация

10 мин

Материал: Видеосюжет, в котором представлено освещение одного и того же события как минимум по двум различными телеканалам. Один канал содержит более сбалансированную информацию и приводит факты, а во втором сюжете дана, в основном, интерпретация.

Ход: На пленарном заседании фасилитатор показывает сюжет одной, а потом второй телекомпании и предлагает обсудить группе, в чем различия, каковы послы и каким образом передает информацию каждый сюжет. Участники высказываются, следует заключение о различиях между фактами и интерпретацией.

3.3 Упражнение: Где факт, а где интерпретация

15 мин

Материал: Газетные публикации, маркеры двух цветов каждому участнику. Нужно, чтобы каждый фасилитатор на месте подготовил для аудитории на родном языке соответствующий материал, где интерпретации превалируют над фактами.

Ход: участникам раздают газетные статьи объемом не более одной страницы. В конкретной статье они должны одним цветом подчеркнуть факты, другим – интерпретации. Затем участников просят зачитать вслух несколько примеров фактов и несколько примеров интерпретации.

4. Лекция: Медиа-манипуляции и «Спин»**15 мин***(см. PowerPoint презентацию 5.6 «Спин»)*

[Будет полезно, если в каждом регионе фасилитатор найдет маленький видеосюжет для демонстрации местного Спина]

1

2

3

4

5

Содержание лекции:

Термин «Спин» происходит от английского слова Spin-off, что дословно означает раскручивать/ся. Спин является крайне манипулятивной, а потому наименее этичной формой ПР. В частности, Спин применяют для того, чтобы сформировать с помощью средств массовой информации определенное мнение в определенной аудитории насчет определенного события, персоны или группы людей. По сути Спин – это пропаганда. Поэтому чаще всего к нему прибегают политики. Спин – частое явление и в рекламном бизнесе, в связи с чем в ряде стран введены правовые регуляторы для его предотвращения: например, в 2009 году Федеральная торговая комиссия США запретила использование Спин-приемов в медиа.

Edward Louis Bernays – «Отец» ПР

Прародителем Спина считается «Отец» ПР, американец австро-еврейского происхождения Edward Louis Bernays (1891 – 1995 гг.), который считал, что в силу стадного инстинкта общество опасно, поэтому его надо направлять при помощи пропаганды, которую он эвфемистически назвал «Общественные отношения». Ему принадлежит успешное продвижение таких идей, как «США свои милитаристские действия производит ради распространения демократии в Европе»; «Надо с утра питаться плотно – беконом с яйцами» (сделал это для продвижения продаж бекона); «Курение в общественных местах – это символ равноправия женщин с мужчинами, а сигареты – это светильники свободы» (заказ табачной индустрии по вовлечению в курение женщин¹) и т.д. Он был человеком весьма изобретательным, и поскольку ничего плохого в пропаганде не видел (и даже искренне считал ее необходимой), то нередко подтасовывал факты, например, подавал рекламу в формате новостей (что на сегодняшний день считается грубейшим нарушением профессиональной этики). Несмотря на такую противоречивость его деятельности, он положил начало новой профессии, а также и современным формам работы в области ПР. Например, он обратил внимание на формат пресс релиза, апробированного еще одним пионером ПР Ivy Ledbetter Lee в 1906 г. Bernays начал его интенсивно использовать и популяризировать, а сегодня уже невозможно представить современные стратегии коммуникации без пресс релиза.



Лекция продолжается

¹ В 60-х годах прошлого столетия он начал сотрудничать с организациями, борющимися с курением, и организовал несколько антитабачных кампаний.

В западной культуре Спин – настолько известное явление, что есть даже определенный словарный набор, которым описывается его «кухня». Например, комнаты, где политики (особенно правящие круги) проводят пресс конференции, называют Спин-комнатами (Spin room); группу людей, готовящих Спин, называют Спин-докторами (Spin doctor); процесс подготовки Спины называется Spin-doctoring и т.д. В отличие от Запада, на постсоветском пространстве само это явление существует, но понятие Спины является новым, его не употребляют, отсутствует соответствующий словарный запас для обозначения Спин-деятельности. Согласно понятиям психологии, если явление не обозначено словом, то оно может и не быть замеченным. Кроме своего «языка», Спин использует целый ряд риторических приемов, позволяющих манипулировать информацией. Важно знать эти приемы, чтобы повысить чувствительность к ним и, следовательно, воспитывать критическое отношение к текстам, где они фигурируют. Риторические приемы, используемые в Спины, базируются на тех же универсальных процессах Обобщения, Упущения и Искажения информации, которые отражены в первой части модуля (Тема 1 «Миф как общественный консенсус»). Ниже приведем краткое описание некоторых наиболее известных приемов:

- Использование эвфемизмов для «камуфляжа» своих интересов: например, сказать «Мы с ним поспорили...» в ситуации, где произошла драка; или тот же пример Эдварда Люиса Берниса, который в свое время употребил термин «общественные отношения» вместо «пропаганды», и т.д.;
- Явно утверждая одну тезу, завуалированно утверждать другую: например, сказать «Представитель нашей кампании такой же придиричивый, как и наш оппонент». Такой риторический прием позволит завуалированному утверждению о придиричивости оппонента пройти незаметным, так как его «заслоняет» явное утверждение о «придиричивости представителя кампании»;
- «Прикрытие» плохой новости: преподношение ее вместе (или после) хорошей новости, чтобы отвлечь внимание аудитории;
- Так называемый «Сбор вишен»: селективная подача фактов, выбор только тех фактов, которые соответствуют интересам заказчика Спины. Один из конкретных видов селекции – это предложение Ложного выбора, когда из множества преподносятся лишь два выбора, как две единственные альтернативы;
- Уход от ответственности за содеянное: например, использование речевого оборота «Были допущены ошибки», где не виден субъект, что исключает принятие говорящим ответственности за допущенные ошибки на себя;
- Так называемое «Не отрицающее отрицание», когда не отрицаешь конкретно то, в чем тебя винят, но комментируешь это негативно, например: «Пусть тот, кто говорит, что я коррумпированный, посмотрит мне в глаза», «Я не собираюсь отвечать на эту чушь», «Это сверх всякой меры – обвинять меня в этом», и т.д.;
- Извиняться не извиняясь – извиняться без раскаяния, например: «Мне жаль, что вы так себя почувствовали, так это поняли», «Если я оскорбил кого-то, извините меня».

5. Интерактивная лекция по медиа-этике

Минимизировать возможность манипуляции со стороны профессионального сообщества журналистов и потенциальный вред, наносимый медиа-информацией (в том числе Спинном), возможно через профессиональные этические регуляторы и их соблюдение. Медиа-этика, или Этический кодекс журналистики, или тот же «Канон журнализма» – это набор этических норм профессионального поведения, которые написаны (и постоянно создаются) профессиональными ассоциациями и различными медиа-организациями.

На сегодняшний день существуют различные кодексы медиа-этики, но у них есть общее ядро, предлагающее такие принципы, как:

- Правдивость
- Точность
- Объективность
- Непредвзятость
- Справедливость
- Подочетность обществу/аудитории

Каждый фасилитатор для проведения сессии по медиа-этике может собрать материал об этических регуляторах в его стране/регионе/обществе.

Ниже мы приводим пример принципов журналистской этики, предложенных Джейм Блэком, Бобом Стиллом и Ральфом Барни в книге/руководстве «Претворять этику в журнализме» (Jay Black, Bob Steele and Ralph, 1998, *Doing Ethics in Journalism*), авторизированной Обществом профессиональных журналистов (Society of Professional Journalists (SPJ)²). Здесь предложены 4 этических принципа, следовать которым в профессиональной практике настоятельно рекомендует Общество профессиональных журналистов:

- Искать правдивую, объективную информацию и освещать события настолько полноценно (многосторонне), насколько это возможно;
- Действовать независимо;
- Минимизировать вред (своеобразная вариация принципа «не навреди» в журналистике);
- Быть ответственным/подотчетным референтному обществу.

² Одно из самых старых профессиональных объединений журналистов в Америке, основано и действует с апреля 1907 года, продвигает свободу слова и высокие профессиональные стандарты.

Глоссарий

«Лид» (**Lead, Lede**): Вступление, первые фразы (20-25 слов) новостей, которые передают читателю основной посыл публикации/репортажа.

Новости: Особый способ подачи информации в газеты, телевидение, радио, имеющий свой специфический язык, структуру, свой т.н. новостной стиль. Они отвечают на вопросы: кто, что, где, когда, зачем, а часто в начале новостей рассказывают и «как». Новостям присуща актуальность, современность; они учитывают интересы аудитории, экстраординарность события, близость происходящего к медиа-аудитории, а также потенциальное влияние события на ее жизнь.

ПР – Public Relations: Дословный перевод – Общественные отношения; термин был впервые предложен Эдвардом Люисом Барнисом в начале двадцатого столетия. Сегодня этим термином обозначают практики менеджмента потоком информации между личностью/группой/организацией/тем или иным субъектом и обществом. Цель – создание определенного общественного мнения о субъекте.

Структура перевернутой пирамиды: Это метафора, описывающая структуру новостей, где самая значительная часть информации идет на первом месте (заголовок или тот же «хедлайн», затем лид, и т.д.), а далее приводится информация уже в убывающем по значению порядке. Во-первых, это способ захватить внимание читателя, во-вторых, в каком бы месте потребитель не остановился при ознакомлении с информацией, у него все же будет идея о том, что произошло.

Рекомендуемая литература

Дж. Блэк, Б. Стилл и Р. Барни (1998 г.), «Претворять этику в журнализме», (Doing Ethics in Journalism). Allun, New York (на английском).

Информационные ресурсы:

- Общество профессиональных журналистов
www.spj.org
- Международный центр для журналистов
www.icfj.org
- Институт по освещению войны и мира (IWPR)
www.iwpr.net
- News University International
www.newsu.org/ru
- Poynter
www.poynter.org
- Сеть международных журналистов
www.Ijnet.org
- Би-Би-Си на русском
www.bbc.co.uk/russian/
- Академия Би-Би-Си: Школа журналистики
www.bbc.co.uk/academy/collegeofjournalism/russian

ОЦЕНКА

Оценка

1. Что вам понравилось в тренинге (общее впечатление)?

2. Что нуждается в усовершенствовании? Что можно было сделать лучше?

3. Какие, на ваш взгляд, знания и навыки вы приобрели к концу тренинга? И вообще, что вы занесли себе в «мозговую копилку»?

4. Изменил ли тренинг какую-либо конкретную вашу установку, мнение, представление и если да, какую, и как?

5. Какие упражнения и лекции вам больше понравились и почему?

6. Какие темы освещенные в рамках данного тренинга вам бы хотелось изучить поглубже?

Благодарим вас за искренность!

International Alert.

346 Clapham Road, London SW9 9AP, United Kingdom

Tel +44 (0)20 7627 6800, **Fax** +44 (0)20 7627 6900

general@international-alert.org

www.international-alert.org

ISBN: 978-1-909578-13-5