

## Перспективы пропаганды в современном западном обществе на примере дискуссии о Гибралтаре.

Научный руководитель – Барина Екатерина Александровна

*Абдуразакова Анна Вячеславовна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет мировой политики, Кафедра информационного обеспечения внешней политики, Москва, Россия

*E-mail: annmelex@gmail.com*

С постепенным развитием форм и методов информационного противостояния возникают все новые способы управления общественным мнением. Ряд исследователей отмечает, что среди известного нам инструментария информационного воздействия, пропаганда не только ослабила своих позиций, но ее влияние только возрастает[1].

Для целей нашего исследования необходимо определить, что мы подразумеваем под словом “пропаганда”. По нашему мнению, наиболее удачное определение пропаганды дал один из ведущих исследователей феномена пропаганды, Г. Лассуэлл. В своих работах он определяет пропаганду как “управление массовым восприятием посредством манипулирования значимыми символами” (Г. Лассуэлл, 1927, 627).[2]

Одна из проблем информационного противоборства вообще и пропаганды в частности состоит в том, что медиапространство не регулируется единым нормативным актом международного уровня, из-за чего, особенно во время развития конфликтных ситуаций, государства прибегают к неконтролируемому использованию пропагандистских методов в СМИ.[3] Она является опасным инструментом, т.к. оказывает не прямое давление на массы, а косвенно, но эффективно влияет на общественное мнение и, как правило, внедряется в СМИ скрытым образом.[4] К пропагандистским механизмам, так или иначе, прибегают многие средства массовой информации, особенно в кризисные периоды, когда от настроения общественности зависит исход конфликтной ситуации.[5]

Однако государства предпочитают не говорить об использовании пропаганды в своих СМИ, стараясь обвинить другие страны в злоупотреблении ею и пытаясь всячески акцентировать на этом внимание мировой общественности, объявляя такие методы недостойными и нечестными. Так в 2016-2017 гг. в связи с подозрениями западных стран о том, что Россия повлияла на результаты выборов в США, в Европе актуализировалась тема борьбы с пропагандой. Опасаясь дальнейшего влияния России на развитие выборов в европейских странах, ЕС принял резолюцию о противодействии анти-евросоюзной пропаганде.[6] Таким образом, Европейский союз выразил свою готовность бороться с внешней пропагандой, но против пропаганды внутри объединения ЕС не сделал подобных заявлений. В качестве гипотезы данного исследования мы предполагаем, что активная анти-пропагандистская позиция ЕС отчасти может быть мотивирована стремлением отвлечь внимание от превышенного количества пропаганды в отдельных странах во время внутренних кризисов ЕС. Задачей данного исследования стало рассмотреть вышеуказанную гипотезу на примере анализа СМИ Великобритании и Испании во время эскалации Гибралтарского конфликта весной 2017 года.

Вновь обострившийся спор между двумя европейскими странами, о вопросе принадлежности Гибралтара отразился на медиапространстве обоих государств. Данная проблема уже не раз входила в повестку дня для британо-испанских переговоров, однако сейчас в этот диспут вмешался третий актер - Европейский союз, в связи с заявлением Великобритании о выходе из объединения. Это обстоятельство обострило борьбу за спорную

территорию, т.к. правительству Гибралтара необходимо сделать выбор между Европейским союзом, с которым установлены тесные экономические связи, и Великобритания, которой юридически Гибралтар принадлежит. В связи с этим СМИ обеих стран начали активную работу по актуализации Гибралтарского вопроса.

В первой части исследования мы провели количественный анализ английской и испанской прессы в период до и после обсуждения “брексита” с целью определить уровень присутствия проблемы Гибралтара в СМИ Великобритании и Испании. Результаты проведенных исследований представлены в сравнительной таблице Приложение №1. За основу данного анализа были взяты 20 самых популярных газет Великобритании и Испании, которые имеют наибольший тираж среди всех СМИ данных стран, соответственно именно через них большая часть населения получает информацию о текущей обстановке в государстве и мире в целом.

Нужно отметить, что частота публикаций о Гибралтарском вопросе в период 2000-начала 2017 гг. гораздо выше была в Испании и составляла 5,4 упоминаний в месяц, в то время как в Великобритании в массовых изданиях тот же показатель не превышал 2,5 упоминаний в месяц. Однако, начиная с апреля 2017 года и по январь 2018 года, в английских источниках частота упоминаний о Гибралтаре выросла в 2,64 раза: с 2,5 раз до 6,6 упоминаний в месяц. Таким образом, в газетах Великобритании интерес аудитории к заморской территории намеренно повысился менее чем за год.

Что касается испанских СМИ, за исследуемый период индекс упоминаний о Гибралтаре составил в среднем 6,7 раз в месяц, увеличившись в 1,24 раза относительно периода до “брексита”. Несмотря на то, что в сравнении с Великобританией в Испании тема Гибралтара получила менее активное освещение после весны 2017 года, в целом данная проблема фигурировала в прессе гораздо чаще в течение последних 8-10 лет.

Во второй части исследования мы провели качественный анализ выявленного на первом этапе объема материалов, посвященных Гибралтару, с целью определения характера дискурса обеих сторон относительно заявленной проблемы. Выяснилось, что позиции британских СМИ отличались друг от друга. По результатам предыдущих исследований британского института практиков рекламы аудиторию Великобритании можно разделить на несколько групп по критерию социального статуса.[7] Данная классификация позволяет нам предположить, что ориентация на определенные социальные классы послужила поводом для разного освещения Гибралтарского вопроса в СМИ Великобритании. В элитарных изданиях (The Daily Telegraph, The Guardian и т.д.) не раз поднималась тема защиты Гибралтара, выражались мнения авторитетных политических деятелей Великобритании, которые высказывались за сохранение контроля над проливом. В названиях фигурировали такие слова как “Гибралтар не продается”[8], “Гибралтарский суверенитет не должен стать инструментом переговоров по “брекситу”[9], “Британская поддержка Гибралтара останется непримиримой”[10] и т.д. Также была выражена негативная оценка действий ЕС: “Гибралтар обвиняет ЕС в том, что он ведет себя как “рогатый” муж, который отбирает своих детей”[11]. В изданиях, ориентированных на массовую аудиторию, проблема Гибралтара затрагивалась не так часто, освещались либо внутренние проблемы Гибралтара, либо негативное отношение к “брекситу” как к виновнику сложившегося конфликта: “Брексит станет находкой для любого, кто захочет быть отрезан от мира - спросите лишь Гибралтар”[12].

В СМИ Испании новости о Гибралтарском процессе чаще фигурировали со словом “война”, актуализируя тем самым состояние противостояния с Великобританией. При этом ценность или необходимость этого противостояния отрицались: “Не стоит воевать за Гибралтар”[13], “Нет оснований, чтобы переживать за Гибралтар”[14]. Позиция Испании в местных СМИ предстает как мирная, не претендующая на суверенитет над заморской

территорией Великобритании: “Испания... не будет блокировать соглашение по “брекситу” из-за Гибралтара”[15]. В то время как поведение своего конкурента, Великобритании, испанские СМИ описывают как беспокойное и нервное: “Министр обороны Великобритании: “мы будем защищать Гибралтар до последнего”[16], “Мэй предупреждает, что никогда не уступит суверенитет Гибралтара без поддержки населения”[17].

Результаты проведенных исследований позволяют сделать вывод о том, что медиаре-презентация проблемы Гибралтара в СМИ Испании и Великобритании носила достаточно интенсивный характер и способствовала формированию у населения обеих стран определенного отношения к вопросу о статусе территории. Использование в медиаре-презентации рассматриваемых событий лексемы войны и противостояния подтверждают тезис об актуализации символического пространства для достижения политических целей. Проведенное исследование является начальным этапом для более масштабной работы, необходимой для подтверждения выдвинутой гипотезы, однако позволяет нам сделать вывод об актуальности и перспективности дальнейшей разработки заявленной проблемы.

[1] Scot Macdonald. Propaganda and information warfare in the twenty-first century. Altered images and deception operations // Routledge. Taylor & Francis Group. London and New York, 2007. P.1.

[2] Lasswell H.D. The Theory of Political Propaganda // The American Political Science Review. Chicago, 1927. Vol. 21, No. 3. P. 627-629.

[3] Кекилова А., Кучма М. Пропаганда и свобода массовой информации // Памятная записка Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ. Вена, 2015.

[4] Мельникова Т.С. Пропаганда как технология политического манипулирования // Власть. М., 2010. С. 47.

[5] Lasswell H.D. The Theory of Political Propaganda // The American Political Science Review. Chicago, 1927. Vol. 21, No. 3. P. 627-629.

[6] European Parliament resolution of 23 November 2016 on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties (2016/2030(INI)) // European Parliament: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=EN&reference=P8-TA-2016-0441>

[7] Вартанова, Е. Л., Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2013.

[8] Ben Riley-Smith. Gibraltar 'not for sale', Boris Johnson declares as Tories hit back over 'Spanish land grab' // The Telegraph. 01.04.2017.

[9] Press Association. Gibraltar sovereignty 'must not be a bargaining tool in Brexit talks' // The Telegraph. 22.03.2017.

[10] Ben Riley-Smith. UK's support for Gibraltar will remain 'implacable and rock-like' during Brexit, Boris Johnson says // The Telegraph. 01.04.2017.

[11] Laura Hughes. Gibraltar accuses EU of behaving like a 'cuckolded husband who is taking it out on the children' // The Telegraph. 03.04.2017.

[12] <http://www.independent.co.uk/author/mark-steel>. Brexit is going to be a godsend for anyone who wants to be cut off from the world - just ask Gibraltar // Independent. 23.11.2017.

[13] José María Carrascal. Gibraltar no vale una guerra // ABC. 06.04.2017.

[14] Miguel González. Dastis: “No hay ninguna base para perder los nervios por Gibraltar” // El País. 03.04.2017.

[15] EFE. España dice que no bloqueará un acuerdo del 'brexit' por Gibraltar // 20 minutos. 19.06.2017.

[16] Europe Press. El ministro de Defensa británico: "Protegeremos Gibraltar hasta sus últimas consecuencias" // 20 minutos. 02.04.2017.

[17] Patricia Tubella. May advierte de que no cederá “nunca” la soberanía de Gibraltar sin apoyo de la población // El País. 03.04.2017.

### Источники и литература

- 1) Литература 1. Вартанова, Е. Л., Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2013. 2. Кекилова А., Кучма М. Пропаганда и свобода массовой информации // Памятная записка Бюро Представителя ОБСЕ по вопросам свободы СМИ. Вена, 2015. 3. Мельникова Т.С. Пропаганда как технология политического манипулирования // Власть. М., 2010. С. 47. 4. Ben Riley-Smith. Gibraltar 'not for sale', Boris Johnson declares as Tories hit back over 'Spanish land grab' // The Telegraph. 01.04.2017. 5. Ben Riley-Smith. UK's support for Gibraltar will remain 'implacable and rock-like' during Brexit, Boris Johnson says // The Telegraph. 01.04.2017. 6. EFE. España dice que no bloquearía un acuerdo del 'brexit' por Gibraltar // 20 minutos. 19.06.2017. 7. European Parliament resolution of 23 November 2016 on EU strategic communication to counteract propaganda against it by third parties (2016/2030(INI)) // European Parliament: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=EN&reference=P8-TA-2016-0441> 8. Europe Press. El ministro de Defensa británico: "Protegeremos Gibraltar hasta sus últimas consecuencias" // 20 minutos. 02.04.2017. 9. José María Carrascal. Gibraltar no vale una guerra// ABC. 06.04.2017. 10. Lasswell H.D. The Theory of Political Propaganda // The American Political Science Review. Chicago, 1927. Vol. 21, No. 3. P. 627-629. 11. Laura Hughes. Gibraltar accuses EU of behaving like a 'cuckolded husband who is taking it out on the children'// The Telegraph. 03.04.2017. 12. Mark Steel. Brexit is going to be a godsend for anyone who wants to be cut off from the world – just ask Gibraltar // Independent. 23.11.2017. 13. Miguel González. Dastis: “No hay ninguna base para perder los nervios por Gibraltar” // El País. 03.04.2017. 14. Patricia Tubella. May advierte de que no cederá “nunca” la soberanía de Gibraltar sin apoyo de la población // El País. 03.04.2017. 15. Press Association. Gibraltar sovereignty 'must not be a bargaining tool in Brexit talks' // The Telegraph. 22.03.2017. 16. Scot Macdonald. Propaganda and information warfare in the twenty-first century. Altered images and deception operations // Routledge. Taylor & Francis Group. London and New York, 2007. P.1.

### Иллюстрации

Название газеты	Великобритания		Испания		
	Частота упоминаний апреля 2017 (раз/месяц)	Частота упоминаний апрель 2017 - январь 2018 (раз/месяц)	Название газеты	Частота упоминаний до апреля 2017 (раз/месяц)	Частота упоминаний апрель 2017 - январь 2018 (раз/месяц)
The Daily Telegraph	0,256684492	4	ABC	13,10144928	9,8
Financial Times	1,539473684	1,6	El Mundo	4,840375587	4,1
The Gardian	1,17961165	4,8	El País (не только новости)	6,407407407	6
Independent (не только News)	3,222222222	7,3	El Periodico	4,141666667	17,8
BBC	1,211453744	7,3	La Razon (не только новости)	8,227722772	6,1
ITN	3,220338983	2,5	La Vanguardia	1,051724138	3,7
Sun (не только News)	8,266666667	22,5	20 Minutos	0,5625	1,8
Daily Mirror	0,678899083	2,8	El Correo (не только новости)	4,933333333	4,3
	Средняя частота упоминаний (Великобритания)	Средняя частота упоминаний (Испания)			
	ДО апреля 2017	2,446918816		5,408272397	
	апрель 2017 - январь	6,6		6,7	

Рис. 1. Приложение № 1