

## БИНАРНЫЙ КОД «СВОЙ-ЧУЖОЙ» В СОВРЕМЕННОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Погонина Елена Алексеевна

Северо-Кавказский федеральный университет, Ставрополь, Россия  
zenona@yandex.ru

**Аннотация.** В статье исследуются особенности политической коммуникации в аспекте бинарного кода свой-чужой. Понятие политической коммуникации рассматривается как в классических представлениях, так и в системных воззрениях Н. Лумана. В соответствии с двумя подходами рассмотрена бинарная оппозиция «свой-чужой» и категория общности «мы». Указано на трансформацию социальной реальности, в связи с чем концептуальные основы различения своих и чужих связываются с концептуальными различиями идей неоллиберализма и традиционной государственности. Выявляется сущностное значение политической коммуникации в аспекте символизма лексемы «Мы».

**Ключевые слова:** свой-чужой; политический дискурс; политические коммуникации; политическая идеология; идеологемы; неоллиберализм; бинарные оппозиции

## BINARY CODE “FRIEND-FOE” IN MODERN POLITICAL COMMUNICATION

Elena A. Pogonina

North Caucasus Federal University, Stavropol, Russia  
zenona@yandex.ru

**Abstract.** The article examines the features of political communication in the aspect of the binary code of friend and foe. The concept of political communication is considered both in classical concepts and in N. Luhmann’s systemic views. In accordance with two approaches, the binary opposition “friend-foe” and the category of community “we” are considered. The transformation of social reality is pointed out, in connection with which the conceptual foundations of the distinction between one’s own and others are connected with the conceptual differences between the ideas of neoliberalism and traditional statehood. The essential significance of political communication in the aspect of symbolism of the lexeme “We” is revealed.

**Keywords:** friend or foe; political discourse; political communications; political ideology; ideologemes; neoliberalism; binary oppositions

Реалии современности, связанные с острой фазой вооруженного конфликтного противостояния стран НАТО и России, актуализируют значение политической коммуникации, выводят ее на передний план в

пространстве массмедиа и в социальных сетях. В коммуникативистике на сегодняшний день нет однозначного определения политической коммуникации. Наиболее широкое и общее определение политической коммуникации дает Р.-Ж. Шварценберг, понимая под ней процессы передачи политической информации как внутри политической системы, так и за ее пределами, то есть между политической и социальными системами [1, с 175].

Классическое разделение общества на экономическую, духовную, политическую и социальную сферу не дает возможности наиболее полно рассмотреть феномен политической коммуникации в силу того, что в современном обществе политика не является для социума внешней сферой, она актуально проявляет себя в роли как базисной концептуальной основы, так и надстроечной идеологической направляющей для общества. Пронизывая и трансформируя социальную, духовную и экономическую жизнь посредством символизма политических идеологем, политическая коммуникация зримо и незримо присутствует и на производстве, и на сцене театра, и в межличностном общении.

Политическая сфера обеспечивает целостность общества, и функцией политической коммуникации является проведение сообщений от имени «мы». Категория общности «мы» включает в себя «я и свой», «я и другой», «я и иной». Оппозиция «свой-чужой» при этом в языковом сознании русских характеризуется ощущением инородности, опасности, вторжения [2, с. 133]. Лексема «чужой» встает в оппозицию не только лексеме «свой», но и лексеме «мы». В современном российском обществе в условиях беспрецедентного внешнего санкционного и военного давления политическая коммуникация совершила стремительный переход от концептуальной установки «мы и наши партнеры» к установке «мы и наши враги», то есть перешла в актуализированный режим бинарного кодирования «свой-чужой». В такой кодировке очень важно определить не только «чужого», но и понять общие концептуальные основы, на которых базируется понятие «свой» и соответственное ему понятие «мы».

Раскрывая понятие политической коммуникации, следует указать, что классические теоретики политической коммуникации подчеркивали неразрывную связь политической коммуникации с государственной властью. У. Липпман в связи с этим говорил о невозможности обычных людей интерпретировать сложную реальную среду, что делают за него представители власти, узкая кучка людей, говорящих от имени «мы». Людям же остается довольствоваться стереотипными установками, определяющими для них ментальный образ мира [3]. Политическая коммуникация при этом превращается в политическую пропаганду. Г. Лассвел писал о политической магии, политических мифах и политических доктринах, выражающихся в обыденном мышлении ключевыми символами «право», «свобода», «демократия» [4]. Таким образом, в классической

модели политической коммуникации можно наблюдать, что от имени «мы» выступает узкая группа лиц, проводящая определенные идеи в коммуникативном пространстве. П. Лазарфельд ввел понятие лидеров мнений, которые оказывают личное влияние на формирование политических взглядов электората [5]. То есть категория общности «мы» возникает на базе не только территориальной принадлежности к государству, но и к его определенному идейному курсу, который находится в ведении некоторой группы лиц.

В системной теории Н. Лумана политическая коммуникация выступает как подсистема системы коммуникации. Власти отводится роль генерализованного медиума. Реципиент получает сообщение в виде властного кода, имея возможность бинарного выбора принятия или отклонения информации и зная о том, что отклонение может привести к специфическим последствиям [6, с. 189]. Важно при этом отметить то, что угроза физического насилия со стороны власти может привести к тому, что властное «мы» станет восприниматься народом как «чужие». В рамках теории Н. Лумана чужими для системы являются те агенты, которые способны развалу и маргинализации системы, а не ее эволюции.

Классические теории и системная теория в учении о политической коммуникации опираются на социальную систему в рамках отдельного государства. Но в современных реалиях понятие о политической коммуникации как о прерогативе государственной власти претерпело значительную трансформацию в связи с тем, что в эпоху неолиберализма государство в форме социального института фактически отменяется. Неолиберализм отрицает институт государства, предлагая человеку становиться космополитом и на этом основании выстраивать общность «мы». Неолиберализм – это идеология, проповедующая приватизацию государства, то есть минимизацию роли государственных учреждений во всех сторонах жизни общества, и открытие пути для свободы капитала. Эвфемизмы «гибкий рынок труда», «гуманитарная интервенция», «стабилизация региона» прикрывают разграбление и уничтожение национальных экономик [7]. Осуществляет политику неолиберализма транснациональная корпоратократия. Государство становится административным придатком транснационального бизнеса, который определяет политическую коммуникативную повестку, диктуемую частной выгодой отдельных лиц, наделенных правом говорить от имени «мы».

Разрушение государства – это и есть разрушение социальной системы, которое воспринимается в традиционном обществе как вторжение чужих. При этом «чужие» могут не менять физические границы государственных образований. Марионеточные правительства в покорившихся странах продолжают разрушительную работу по устранению традиционной культурной идентичности. Если марионеточные правительства не

удается внедрить без сопротивления, то «чужие» применяют военную интервенцию.

Следует отметить, что власть не может сколь угодно долго держаться на насилии, ей нужны идеологемы, которые будут иметь комплиментарный отзыв у населения. Политическая коммуникация в таких странах сводится к транслированию нужных, привлекательных идеологем, связанных со свободами и правами человека. Через многочисленные политические и общественные организации в рамках неолиберального проекта, к примеру, продвигаются разнообразные экологические или этнические проекты, не имеющие отношения ни к экологии, ни к культурной сущности этноса, но эмоционально привлекательные для большей части населения. Также посредством многочисленности партий и группировок – «наша партия – их партия» – продвигаются проекты расслоения и маргинализации социума [8, с. 52].

За смысловой массой идей – приманок свободного мира «чужих» следует определять концептуальную основу, ту самую порочную идею разрушения системы, что несет в себе «чужой». Социальная концепция неолиберализма – это рыночная интерпретация всех типов связей в обществе, это рыночная этика, целью которой выступает достижение блага потребителя. Примат частных интересов над общими в политическом дискурсе неолиберализма маскируется идеями индивидуального блага для каждого. Но тот каждый, кто ставит свои частные интересы выше моего «Я», тот и есть чужой для моего «Я». Идея социальной справедливости, то есть общего, а не только индивидуального блага, снова выходит на первый план в политической коммуникации.

Таким образом, политическая коммуникация, совершающаяся от имени «мы», содержит в себе концептуальную основу либо примата частного над общим, либо примата общего над частным. В первом случае лексема «мы» может быть транспонирована в лексему «чужие», во втором случае – в лексему «свой». Идея социальной справедливости в политической коммуникации находится в стадии становления, и она связана с традиционной государственностью. Для реципиента любой политической коммуникации важно различение бинарного кода «свой-чужой» в контексте категории общности «мы».

### Список литературы

1. Зазаева Н. Б. Политические коммуникации // Философия и общество. 2007. № 4. С. 175–187.
2. Балясникова О. В. Феномен «чужого» в интер- и интракультурном пространстве // Вопросы психолингвистики. 2010. № 11. С. 133–138.
3. Липпман У. Общественное мнение. М.: Институт фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.

4. Лассвел Г. Язык власти // Политическая лингвистика. 2006. Вып. 20. С. 264–279.

5. Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. The People's Choice. How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign. N.Y.: Columbia University Press, 1944. 384 p.

6. Сальников В. П., Романовская В. Б., Шепоткина-Маринина Т. В. Политико-правовые взгляды Никласа Лумана // Правовое государство: теория и практика. 2018. № 2 (52). С. 188–191.

7. Ильин А. Идеология неолиберализма: сущность и социальные последствия // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. 2020. Т. 13, № 2. С. 9–20.

8. Кишина Е. В. Смысловая модель категории «свое» – «чужое» на уровне политического дискурса // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2009. № 1 (5). С. 47–52.