

**Национальная безопасность в публичной сфере Соединенных Штатов  
Америки: великая идея или товар?**

**Научный руководитель – Янглева Марина Михайловна**

***Когуч Дарья Викторовна***

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Кафедра зарубежной журналистики и литературы, Москва, Россия

*E-mail: dashakoguch@gmail.com*

В условиях постмодерна идеи реальности и не-реальности уравниваются, поскольку виртуальность является одним из фундаментальных понятий постмодернистской парадигмы. Виртуальное пространство, коммуникационные технологии и медиа являются важнейшими элементами современных дебатов в публичной сфере, которые определяют специфику культуры и общества, а центральными элементом, формирующим постмодернистскую парадигму, являются эффекты, производимые медиа. Кроме того, парадигма постмодерна подразумевает разрушение границ, трансмышление и бросает вызов реализму и фундаментализму [4].

Стремление современного общества к глобализации, которая подразумевает изменения в культурной сфере и формирование новых типов аудитории, порождает символическое пространство, конструируемое медиа [5]. В этом пространстве больше нет места для рационально-критических дебатов, которые подразумевает идеальное представление о роли публичной сферы в жизни демократического общества [2], поскольку коммерциализация медиа приводит к её упадку. Стремление рекламодателей максимально увеличить аудиторию, как и стремление медиакомпаний максимально увеличить прибыль, приводит к однообразному, однобокому и предвзятому освещению событий. Сдвиг в сторону инфотеймента (infotainment), то есть подачи новостей и фактов в облегченной, развлекательной форме, приводит к вытеснению критических дебатов. Конструируя реальность, медиа раскладывают её на простейшие элементы, а затем складывают заново по сценариям регулярных оппозиций.

В обществе постмодерна дискуссия приняла форму товара: дебаты стали формализованными, представление противоположных позиций ведется по заранее установленным правилам, достижение консенсуса стало излишним, основное внимание сфокусировалось на форме, а не на содержании обсуждения. Дебаты, в той форме, в какой они существуют сейчас, выполняют важнейшие функции подмены действия его обсуждением и манипуляции общественным мнением [2].

В то же время, медиатизация политики становится всё более и более очевидной. Особенно в Соединенных Штатах Америки, где даже президент имеет свой новостной канал (Real News), тем самым предоставляя себе неограниченный доступ к аудитории. Огромные средства уходят на создание имиджа политической персоны, рекламные услуги, создание стратегических мифов и выстраивание политической коммуникации с использованием продвинутых манипулятивных техник. Так, капитал идет рука об руку с политикой, поскольку успех политической карьеры во много определяется доступом к финансовым потокам [1]. Следовательно, вектор политической коммуникации меняется в зависимости от расстановки сил элит. На высочайшем уровне этот процесс представлен следующим образом: президент, являясь проводником интересов американской деловой и финансовой элиты, «продает» те установки и идеи, которые выгодны его сторонникам [3]. Или же президент, как показывает история, сам может быть представителем элиты.

Важнейшую роль в процессе принятия решений как институциональными, так и индивидуальными акторами публичной сферы играют эмоции. Исследования показывают, что такие эмоции, как оптимизм, страх или радость оказывают значительное влияние на «стоимость» или значительность товара или идеи, которая, в свою очередь, также может быть превращена в товар.

Демократия, если рассматривать её как стратегический миф, созданный с целью оправдания спорных действий и решений правительства Соединенных Штатов Америки, выступает в роли интегрирующей идеи для американского народа. Опираясь на идею об исключительности американского народа и необходимости распространения демократии (именно по американскому образцу) в мир, правительство нередко спекулирует понятием национальной безопасности, используя его как щит, в борьбе за мировое господство.

Для анализа были выбраны наиболее масштабные и показательные документы стратегического планирования Соединенных Штатов Америки, такие как Стратегия национальной безопасности, Стратегия по борьбе с терроризмом, Национальная стратегия противодействия биологическим угрозам, Национальная стратегия в области разведки, Стратегия кибербезопасности.

Документы стратегического планирования являются элементами декларационной политики государства. Однако, при детальном рассмотрении Стратегии национальной безопасности, опубликованной администрацией президента Трампа в 2017 году, становится очевидно, что этот документ — продукт деятельности специалистов по связям с общественностью, имеющий своей целью не известить мировое сообщество о планах президента и правительства, а продать те установки и цели, которые выгодны элитариям при нынешней расстановке сил. На это указывают некоторые детали текста, начиная от оформления этого «материала», заканчивая намеренно заимствованным у Рузвельта обращением к нации и акцентами президента Трампа на защиту страны, укрепление экономики и предотвращение возможных угроз в стремлении «сделать Америку вновь великой».

Внешнеполитическая стратегия Дональда Трампа, бизнесмена и президента, направлена отнюдь не на содействие миру, а на глобальное лидерство Соединенных Штатов Америки, на защиту государства и борьбу с угрозами, в числе которых и Российская Федерация.

Суммирую всё сказанное выше, можно сделать вывод о том, что возврат Соединенных Штатов Америки к политическому реализму и пересмотр принципов обеспечения американского лидерства вызван честолюбивым желанием президента « позаботиться » о своем народе, его переходом на более высокий уровень ведения бизнеса — управление страной.

### Источники и литература

- 1) Крылья хаоса. Масс-медиа, мировая политика и безопасность государства / Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. — М.: ИКАР, 2018. С. 268-271.
- 2) Habermas, J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a category of Bourgeois Society. Cambridge: Polity, 1989. P. 142-165.
- 3) Webster, F. Theories of The Information Society, Third edition, Taylor & Francis e-Library, 2006. P. 192.
- 4) Kellner D. Zygmunt Bauman's Post-modern Turn. Theory, Culture & Society, 15 (1), 1998. P. 82-85.
- 5) Rotaru I., Nitulescu L., Rudolf C., The post-modern paradigm – a framework of today's media impact in cultural space. Procedia Social and Behavioral Sciences 5, 2010. P. 328–330.