

Вестник Ивановского государственного университета.

Серия: Гуманитарные науки. 2023. Вып. 4. С. 163—173.

Ivanovo State University Bulletin. Series: Humanities. 2023. Iss. 4. P. 163—173.

Научная статья

УДК 165.12

DOI: 10.46726/И.2023.4.19

«ИХ ОТУЧИЛИ ДУМАТЬ»: РЕПРЕЗЕНТАЦИИ СОЗНАНИЯ И ДЕГУМАНИЗАЦИЯ ВРАГА В ЯЗЫКЕ ПРОПАГАНДЫ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ

Олег Вячеславович Рябов

Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена,
г. Санкт-Петербург, Россия, riabov1@inbox.ru

Аннотация. Статья посвящена проблеме специфики языка описания сознания в военной пропаганде. Среди приемов создания пропагандой образов врага важнейшую роль играет дегуманизация. Поскольку наличие сознания является необходимым признаком человека, то практики дегуманизации включают в себя репрезентации сознания «чужих» и его отличий от сознания «своих». Новизна определяется тем, что впервые репрезентации сознания исследуются как ресурс конструирования образа врага. В основу методологии анализа положена концепция Ника Хэслема, согласно которой дегуманизация аутгруппы как полное или частичное отрицание человечности осуществляется в двух формах: анималистской, при помощи сравнения людей с животными, и механицистской, за счет их уподобления неодушевленным механизмам. Особое место дискуссии о подлинной человечности занимали в «борьбе за сердца и умы» периода Холодной войны, и в статье анализируются репрезентации различных компонентов сознания «своих» и «чужих» (когнитивного, эмоционального, волевого) на материале советского и американского кинематографа. Автор показывает, что для расчеловечивания «чужих» кинематограф использовал такие характеристики их сознания, как неумение мыслить критически и творчески, узость кругозора, низкий уровень образованности, нехватка теплоты в человеческих отношениях, неспособность к эмпатии и к самоконтролю, отсутствие собственной воли.

Ключевые слова: сознание, дегуманизация, образ врага, пропаганда, Холодная война, кинематограф

Благодарности: исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00305, <https://rscf.ru/project/22-18-00305/>

Для цитирования: Рябов О.В. «Их отучили думать»: репрезентации сознания и дегуманизация врага в языке пропаганды Холодной войны // Вестник Ивановского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2023. Вып. 4. С. 163—173.

Введение

«Это американцы в Южном Вьетнаме. Их отучили думать и научили убивать», — так диктор комментирует один из кадров советского документального фильма «Фабрика манекенов» (реж. А. Габрилович, 1966). Фильм рассказывает о том, как массовая культура США воспитывает американцев в духе идеологии милитаризма, в результате чего многие из них утрачивают свою человечность: «Это уже не люди, а манекены, любимый девиз

© Рябов О.В., 2023

которых — «Все человеческое мне чуждо»». Фильм может служить примером того, как пропаганда объединяет антропологический и геополитический дискурсы, привлекая для этого репрезентации когнитивных способностей врага.

Дегуманизация врага — полное или частичное отрицание его человечности — является одним из важнейших приемов пропаганды [Keen; Delori, Ware; Kronfeldner и др.]. Перед военной пропагандой всегда стоит задача легитимировать убийство человеческих существ, что предполагает изображение представителей аутгруппы таким образом, чтобы оправдать негативные чувства к ним или даже их уничтожение. «Чужие» должны максимально отличаться от «своих», воплощающих норму человечности; символическая граница между ними должна быть границей между человеческим и нечеловеческим. Поскольку сознание является одним из главных атрибутов человека, то резонно предположить, что дегуманизация требует противопоставления сознания «своих» и сознания «чужих», стигматизацию сознания «чужих» как девиантного, не вполне человеческого.

Образ врага в мировой науке изучается активно; в числе прочего исследуется, как в практиках дегуманизации используются самые разнообразные дискурсы: расовый, гендерный, религиозный, пространственный, эстетический и др. [Rieber, Kelly; Harle; Zimbardo; Oppenheimer; Морозова; Fettweis; Козырев; Riabov, Riabova]. Однако такой ресурс дегуманизации, как репрезентации сознания, насколько нам известно, еще не исследовался; это позволяет нам оценивать настоящую статью как оригинальную.

Образ врага — постоянный элемент человеческой истории, но особенно богатый материал для его изучения дает эпоха Холодной войны. Специфика практик дегуманизации, применяемых в ходе этой конфронтации, определялась тем, что с появлением атомного оружия врагом, против которого допускалось ведение боевых действий, становилось все гражданское население противника, а не только армия. Жители СССР и США должны были свыкнуться с мыслью о том, что они потенциально являются либо соучастниками массовых убийств, либо мишенью смертоносной атаки противоположной стороны [Rieber, Kelly: 5]. Еще в написанной в разгар Холодной войны работе «Теория партизана» (1962) немецкий политолог К. Шмитт отмечал, что «супраконвенциональное оружие предполагает супраконвенционального человека». Те, кто применяет это оружие против других людей, вынуждены и морально их уничтожать, «должны объявить противную сторону в целом преступной и нечеловеческой, тотальной малоценностью. Иначе они сами являются преступниками и чудовищами, нелюдьми» [Шмитт].

Таким образом, цель статьи — исследовать, как военная пропаганда изображает специфику сознания врага в контексте практик дегуманизации. Предметом анализа является не содержание сознания «своих» и «чужих» (скажем, «пролетарское сознание», «буржуазное сознание»), а именно особенности его функционирования, для чего мы рассмотрим репрезентации его когнитивного, эмоционального и волевого компонентов.

Проблема исследуется в статье на материале советского и американского кинематографа Холодной войны. В силу специфики Холодной войны (прежде всего, того значения, которое в конфронтации двух блоков имело манипулирование эмоциями, символами, образами, идеями) фильмы СССР и США дают особенно содержательный материал для анализа способов конструирования образа врага. Вначале будут уточнены методологические основания

изучения дегуманизации. Далее мы рассмотрим исторический контекст проблемы, охарактеризовав особенности практик дегуманизации в пропаганде СССР и США. Наконец, предметом анализа станет противопоставление сознания «своих» и сознания «чужих» в кинематографе.

Методология: две формы дегуманизации врага

Наиболее полезной для методологии настоящего исследования нам представляется разработанная Н. Хэслемом дуальная концепция дегуманизации. Согласно этой концепции, следует различать два набора характеристик, атрибутируемых человеку: уникально человеческие, которые отличают его от животных, и сущностно человеческие, отличающие его от машины [Haslam: 255—257]. Первые включают в себя цивилизованность, мораль, воспитанность и способность к абстрактному мышлению, вторые — эмоциональность, теплоту в межличностных отношениях, индивидуальность, эмпатию, способность испытывать боль, субъектность, креативность. Отрицание этих характеристик у представителей аутгруппы используется в двух формах дегуманизации: соответственно, анималистской (animalistic) и механицистской (mechanistic). Наделение образа «чужих» такими чертами, как нецивилизованность, аморальность, нехватка интеллектуальных способностей и образования, грубость, неспособность к самоконтролю свойственно анималистской форме [Там же: 255]. Кроме того, способом анималистской дегуманизации является инфрагуманизация: «чужим» приписываются только первичные эмоции, то есть те, которые свойственны и животным (в том числе радость, огорчение, страх, вожделение, гнев), а «своим» — также и вторичные (включая любовь, надежду, сожаление, ностальгию) [Leuens et al]. Атрибутирование в рамках анималистской дегуманизации отмеченных качеств представителям аутгрупп способствует формированию определенного отношения к ним: общение с ними не предполагает равного диалога, поэтому разрешается ими манипулировать; происходит их объективация, поэтому допустимо относиться к ним не как к цели, а только как к средству; ими необходимо управлять, поскольку они неспособны к самоконтролю [Haslam: 254, 260]. Механицистская форма дегуманизации включает в себя лишение представителей аутгруппы таких характеристик, как воля, субъектность, индивидуальность, эмоциональность, теплота в межличностных отношениях, сострадание, гибкость мышления, способность испытывать боль [Там же: 256]. Уподобление «чужих» машине предполагает моральное исключение; отношение к ним как к неодушевленной вещи; отсутствие способности сопереживать им, в том числе в случае их уничтожения [Там же: 254, 260].

Исторический контекст: дегуманизация «врага номер один» в пропаганде Холодной войны

Одним из центральных в «борьбе за сердца и умы» периода Холодной войны был вопрос, какая именно социально-экономическая система — коммунизм или капитализм — лучше соответствует сущности человека, а какая ведет к расчеловечиванию.

В советской культуре тема гуманизма стала особенно востребованной во время Великой Отечественной войны: нацистская идеология обвинялась в отрицании самой ценности принадлежности к человеческому роду. Любопытную оценку противоположности советского и нацистского мировоззрения дал И. Сталин вскоре после окончания войны: по его словам, первая задача советской культуры — «уничтожить в человеке зверя, вытравить в человеке зверя, который

в нем есть, вытравить или, по крайней мере, уменьшить звериное в человеке. Фашисты как раз культивировали зверя в человеке, а мы ставим задачу уничтожить зверя в человеке» [Сталин]. Подобное видение политики СССР как борьбы за развитие в человеке человеческого начала в значительной степени сохранилось в период Холодной войны: символическая нацификация «врага номер один» предполагала в том числе репрезентации американского империализма как наследника идеологии гитлеризма в понимании человека.

США также позиционировали себя как защитников подлинной человечности, обвиняя своего противника в том, что он уничтожает такие ее важнейшие черты, как уважение к человеческой личности, ее индивидуальность и свободу.

К дегуманизации «врага номер один» активно прибегали и советская, и американская пропаганда; прежде всего это справедливо в отношении анималистской формы. Советская пропаганда очень часто, особенно в 1940—1950-х гг., использовала эпитет «звериный» для характеристики американского образа жизни. «Джунгли» — еще одна метафора, привлекаемая в практиках дегуманизации капиталистического мира; распространенным был образ американского города как «каменных джунглей» — и из-за «звериных» отношений между его обитателями, и из-за антигуманного характера архитектуры (прежде всего, небоскребов, которые выступали важным маркером американскости в советской культуре [Riabov, Riabova]). Особое место в анималистской дегуманизации США занимал образ волка. Возможно, в основе его востребованности в советском бестиарии Холодной войны лежало положение пропаганды о том, что американское общество основано на принципе «человек человеку волк»; вероятно, свою роль сыграло и то, что в волчьем обличье часто изображали гитлеровцев. Так или иначе, этот образ активно привлекался для экспликации пороков американского образа жизни [«Враг номер один»].

Помимо анималистской формы дегуманизации, использовалась и механицистская. Среди способов последней отметим, прежде всего, уподобление американского общества машине — бездушной, безжалостной, бесчеловечной.

Американский антропологический дискурс критиковал коммунистического врага с трех позиций: религиозной, политической и цивилизационной. Утверждалось, во-первых, что атеистическая и материалистическая идеология коммунизма отрицает связь между человеком и Всевышним, игнорирует духовное измерение человеческого бытия, уничтожает достоинство человека как образа и подобия Божьего и тем самым низводит его до уровня животных. Во-вторых, постулировалось, что коммунизм противоречит природе человека, рассматривая его не как отдельную личность, но лишь как часть коллектива, как винтик бездушной социальной машины. В-третьих, ориентализм в репрезентациях коммунистического Востока способствовал изображению русских как варварских, звероподобных существ.

В США использование анималистской формы дегуманизации включало в себя прямое уподобление советского человека животным, среди которых следует назвать, в первую очередь, муравьев, спрута и медведя, символизирующих соответственно тоталитарный коллективизм, мировой коммунистический заговор и российский империализм и деспотизм. Помимо прямой, использовались и косвенная форма анималистской дегуманизации, предполагающая приписывание врагу характеристик, означающих недостаточную окультуренность и, тем самым, недостаточную человечность. Среди качеств, атрибутируемых представителям коммунистического мира, можно выделить те, которые акцентируют внимание на отсталости СССР как на недостатке цивилизованности:

ужасные бытовые условия и грязь; необразованность населения; дурные манеры. Кроме того, это черты, призванные подчеркнуть отсутствие уважения к человеческой личности: деспотизм властей, подавление индивида коллективом, игнорирование права на частную жизнь.

Активно применялась и механицистская форма дегуманизации. Массовая культура США была весьма изобретательна в создании сюжетов, в которых «враг номер один» изображался как машина. Так, в кинематографе можно выделить три сюжета, в зависимости от того, как в них представлен источник дегуманизации: роботоподобное существование индивидов в тоталитарном обществе (например, «Шелковые чулки» (реж. Р. Мамулян, 1957)); превращение коммунистами американцев в зомби при помощи советской науки (например, «Маньчжурский кандидат» (реж. Дж. Франкенхаймер, 1962)); похищение тел американцев инопланетным разумом как аллегория захвата США коммунизмом (например, «Вторжение похитителей тел» (реж. Д. Сигел, 1956)).

Кинообразы врага и репрезентации сознания

Кинематограф был одним из основных театров «культурной Холодной войны». В кинематографическую Холодную войну были вовлечены ведущие режиссеры, актеры, сценаристы по обе стороны «железного занавеса»; были сняты сотни фильмов, так или иначе затрагивающих тему советско-американской конфронтации*. Образы «врага номер один», производимые в советских и американских фильмах, носили во многом зеркальный характер. Среди же наиболее значимых различий необходимо отметить следующее: если образы врага, создаваемые в кинематографе США, строились на национальном принципе, важнейшим компонентом советского антиамериканизма была идея «двух Америк»: «реакционной» и «прогрессивной». Сама сущность советской идеологии с ее приоритетом классового над национальным требовала, чтобы, помимо «плохих американцев», в фильмах были представлены и «хорошие», то есть коммунисты, рабочий класс, борцы за мир, темнокожие американцы, «простой народ». Это отражалось и в практиках дегуманизации; их объектом в советском кино становились только «плохие американцы».

Рассмотрим, как фильмы Холодной войны достигают цели дегуманизации врага при помощи репрезентаций когнитивного, эмоционального и волевого компонентов сознания.

Когнитивный компонент

Дегуманизация аут-группы, во-первых, связана с отрицанием у ее представителей наличия знаний и образованности; расчеловечивание всегда предполагает «раскультуривание». Если в кино США невежество врага было представлено в русле ориенталистских тропов, подчеркивающих дикость и варварство Советской России как «полуазиатской империи», то советские фильмы акцентировали убожество массовой культуры США как результат сознательной политики правящих кругов, направленной на отвлечение трудящихся от борьбы за свои интересы. В связи с этим показывался примитивизм американской «культуры жевательной резинки», как ее охарактеризовал журнал «Огонек» [Трубникова: 41], ее стремление к максимальному упрощению. Стереотипное представление о «янки» как необразованных и к тому же

* О кинематографической Холодной войне см.: [Strada, Troper; Shaw, Youngblood; Федоров; «Враг номер один»] и др.

полностью лишенных пиетета перед культурой эксплуатируется, например, во «Встрече на Эльбе» (реж. Г. Александров, 1949). Заметим, что тема невежества врага позволяла демонстрировать культурное превосходство «своих» над «чужими» как свидетельство превосходства собственного образа жизни в целом, что имело первостепенное значение для пропаганды Холодной войны.

Во-вторых, свидетельством ущербы когнитивных возможностей врага является его неспособность к критическому мышлению. Именно поэтому население вражеской страны становится легкой добычей пропаганды, которую ведут ее правящие круги, именно этим обусловлена его враждебность.

Помимо прочего, в художественных произведениях данная черта в образе врага помогала добиваться комического эффекта. Так, в советском фильме «Русский вопрос» (реж. М. Роом, 1947) высмеивается невежество американских обывателей, слепо верящих мифам антисоветской пропаганды; «Почему у русских общие жены?» — такой вопрос нью-йоркский парикмахер задает Гарри Смигу, протагонисту картины, и продолжает: «Все понимаю. Но как можно жить в стране, где нельзя иметь собственные велосипед или жену — этого я понять не могу».

Кино США также создавало образы представителей вражеской страны, которые слепо верят пропаганде (например, в таких кинокомедиях, как «Шелковые чулки», «Один, два, три» (реж. Б. Уайлдер, 1961)). Им были противопоставлены образы жителей «свободного мира», американцев, которые, конечно же, нередко высказывали критические замечания в адрес пропагандистских машин обеих сверхдержав.

Следует отметить еще одну жертву вражеской пропаганды — внутренних «чужих». Образ внутреннего врага, способствуя политической мобилизации, был особенно важен для пропаганды Холодной войны. Киноновелла «Иностранцы» (реж. Э. Змойро, 1961) высмеивает безграничное восхищение всем заграничным, которое свойственно стилигам. Это восхищение сделало их жертвой розыгрыша, устроенного советским журналистом: он выдает себя за богатого американца Фрэнка для того, чтобы подготовить фельетон, разоблачающий нравы стилига. Те безоговорочно соглашались со всеми оценками, которые высказывает «штатник»; они не могут допустить и мысли о том, что США могут в чем-то уступать СССР. «Как мы все-таки отстаем!», — восклицает одна из представительниц «внутренней Америки». Несколько раз в кадр попадает игрушечная обезьянка, которая украшает квартиру главного героя, стилига «Джорджа» Волобуева — как некий символ бездумной подражательности внутренних «чужих».

Наивную веру американских «красных» в «коммунистический рай» разоблачали голливудские фильмы, показывая, что реальность имеет мало общего с пропагандой. Так, в анимационном фильме «Я выбираю свободу» (реж. Дж. Барбера, У. Ханна, 1948) утверждается, что теория коммунизма, которая требует от американцев отказа от свободы, в реальности оборачивается для рабочих запретом профсоюзов, забастовок и других форм борьбы за свои права; теперь никто не защищен от произвола государственной машины.

В-третьих, мышлению врага, уподобляемого машине, свойственны ригидность и запрограммированность; способность мыслить творчески у него отсутствует. В этом плане показательна сцена из фильма «Вторжение похитителей тел», когда главные герои убегают от преследующих их инопланетян, принявших человеческий облик. Создатели фильма акцентируют внимание на том, насколько нелепо ведут себя роботоподобные преследователи, как они

мешают друг другу. На их лицах написано такое недоумение, что зритель не должен сомневаться, что беглецам удастся уйти.

Эмоциональный компонент

Репрезентации оценочной функции сознания представителей вражеского мира также свидетельствуют о том, что людьми в полной мере они не являются. Наделение их роботоподобными чертами, во-первых, означает отрицание способности испытывать эмоции; они не проявляют не только любви и сострадания, но также гнева, ненависти, ярости, страха.

Во-вторых, эмоциональное убожество эксплицируется через специфику межличностных отношений, в которых полностью отсутствует человеческая теплота. Так, в голливудской кинопродукции «красные» взаимодействуют друг с другом эффективно, но дружба не представляет для них ценности. Коммунистических женщин отличает полное отсутствие романтики, которую они расценивают как буржуазную глупость, лишённую практического смысла; это обнаруживает себя и в отношении «красных» к любви. Не нужна коммунистам и семья: в фильмах нет и намека на то, что родители любят своих детей; те же, в свою очередь, доносят на своих пап и мам в органы госбезопасности.

В-третьих, приемом дегуманизации является репрезентация врага как не боящегося смерти, а также полностью лишённого религиозного чувства.

Аналогичным образом эмоциональный компонент сознания «врага номер один» изображен в советском кино — например, в «Фабрике манекенов». Массовая культура, реклама и пропаганда способствуют стандартизации американцев, «оболваниванию» их, превращению из людей в манекены, лишённые человеческих эмоций. Кроме того, все человеческие чувства в них заглушается культом денег; любовь, дружба, товарищество лишены смысла в американском обществе, где главное — доллар.

Специфику эмоциональных способностей врага кинематограф отображает и в особенностях мимики персонажей фильма. Уподобляя отрицательных героев машине, фильмы показывают неподвижное лицо, остекленевший взгляд; излишне говорить, что они не улыбаются. В Голливуде канон такой модели коммунистической мимики был установлен, по всей вероятности, в фильме «Ниночка» (реж. Э. Любич, 1939); исполнительница главной роли Грета Гарбо идеально подходила для нее в том числе и потому, что за ней еще по ролям в немом кино закрепилась слава актрисы, которая никогда не улыбается. В дальнейшем улыбка продолжала играть важную роль в противопоставлении кинематографических «своих» и «чужих». Так, классическим для механистической дегуманизации Холодной войны стал образ советского боксера Ивана Драго из фильма «Рокки 4» (реж. С. Сталлоне, 1985). Безжалостная машина, он лишен эмоций, он не чувствует боли, он почти не разговаривает. Разумеется, в отличие от американцев, он не улыбается (ил. 1).



Ил. 1. Кадр из фильма «Рокки 4»
(реж. С. Сталлоне, 1985)

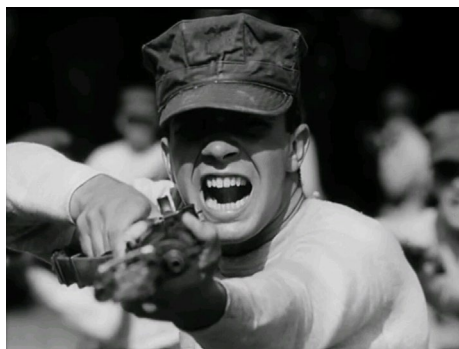
Улыбка — механическая, неискренняя, искусственная, не имеющая ничего общего с человеческими чувствами — занимает важное место и в советских кинорепрезентациях «врага номер один». Именно такую фальшивую улыбку носит во «Встрече на Эльбе» героиня Фаины Раневской, миссис Макдермот (ил. 2). О функции улыбки как символического пограничника, разделяющего два лагеря Холодной войны, можно судить и по сцене из «Русского сувенира» (реж. Г. Александров, 1960), когда в ответ на недоумевающий вопрос американского миллионера Скотта, почему русские не всегда улыбаются, его соотечественник Гомер в ответ говорит, что это только в Америке улыбка не имеет отношения к настроению.



Ил. 2. Кадр из фильма «Встреча на Эльбе» (реж. Г. Александров, 1949)

Расчеловечить врага была призвана и звероподобная мимика киногероев, отражающая животные эмоции — этот прием использовался в кинопродукции обеих стран. В Голливуде одним из ярких примеров стал фильм «Зверь из долины Юкка» (реж. К. Фрэнсис, 1961), в котором представитель коммунистического мира, ученый, превращается в зверя в буквальном смысле.

Советский кинематограф иллюстрирует тезис об утрате человечности, например, при помощи изображения мимики представителей «американской военщины» в фильмах, которые рассказывают о преступлениях США во Вьетнаме, также призванных раскрыть «звериный оскал империализма» (ил. 3).



Ил. 3. Кадр из фильма «Фабрика манекенов» (реж. А. Габрилович, 1966)

В «Иностранцах» стилисты так зажигательно исполняют танец «рок-энд-брик», который, как заверяет их придумавший его «американец Фрэнк», является самым модным в США, что теряют человеческий облик, и это также находит выражение в мимике (кстати, эта сцена может служить иллюстрацией тезиса советской пропаганды о том, что экспорт массовой культуры США, культивирующей низменные, звериные инстинкты, грозит расчеловечиванием всей человеческой цивилизации).

Волевой компонент

Дегуманизация представителей аутгруппы осуществляется, во-первых, при помощи приписывания им неспособности к самоконтролю. И советский, и американский кинематографы многократно эксплицировали это через показ сцен, собственных «чужим»: пьянства, бытового насилия, изнасилований (например, в таких кинолентах, как «Вторжение, США» (реж. А. Грин, 1952) (ил. 4)).

Во-вторых, характерной чертой представителей вражеского мира выступают отсутствие собственной воли и беспрекословное подчинение приказам

руководителей. Это относится к образам не только военных (например, муштра новобранцев выразительно показана в «Фабрике манекенов»), но и представителей самых различных социальных групп.

Заключение

Мы рассмотрели, как при помощи репрезентаций функционирования сознания, включая его когнитивный, эмоциональный и волевой компоненты, происходит дегуманизация «врага номер один» в период Холодной войны. Среди тех характеристик сознания «чужих», которые способствовали расчеловечиванию их кинообразов, были отмечены неумение мыслить критически и творчески, узость кругозора, низкий уровень образованности, отсутствие теплоты в человеческих отношениях, неспособность к эмпатии и к самоконтролю, отсутствие собственной воли и субъектности.

Разумеется, на протяжении почти полувекового периода кинематографической Холодной войны способы изображения советско-американских отношений не оставались неизменными. В кино США наиболее ярким примером регуманизации «чужих», в том числе при помощи репрезентаций сознания, стал фильм «Русские идут! Русские идут!» (реж. Н. Джуисон, 1966). В нем образы советских моряков наделяют такими качествами, как креативность мышления, интерес к искусству, юмор, страх смерти, религиозность; их отличают взаимопомощь, товарищество, забота друг о друге. Они показаны достаточно воспитанными; некоторые из них говорят по-английски (что имело немало важное значение для киноаудитории в Соединенных Штатах). Важнейшую роль в регуманизации сыграло изображение такой эмоции, как любовь между советским моряком и американской девушкой. Аналогичным образом некоторые советские фильмы оттепели создавали более очеловеченный образ «классово чуждых» американцев (например, «Подводная лодка» (реж. Ю. Вышинский, 1961), «Вашингтонская история» (реж. И. Анненский, 1962)).

Еще одна оговорка состоит в том, что следует принимать во внимание амбивалентность репрезентаций Другого, каковыми для *homo sapiens* в данном случае выступают животное или машина. Война нередко требует от ее участников качеств, которые более свойственны зверю или механизму, чем человеку, и военная пропаганда активно создает образы «своих», которые обладают звериной яростью и хладнокровием механизма, животной интуицией и расчетливостью машины. Однако в целом норму в военной пропаганде воплощает человек, и столь значимая для нее функция легитимации насилия и убийства реализуется через расчеловечивание «чужих».

Таким образом, репрезентации сознания являются одним из ресурсов конструирования образов врага. Целью описания сознания, в том числе языком кинематографа, может быть не только поиск философской истины, но и получение преимуществ в геополитическом противостоянии.



Ил. 4. Кадр из фильма «Вторжение, США» (реж. А. Грин, 1952)

Список литературы / References

- «Враг номер один» в символической политике кинематографий СССР и США периода холодной войны / под ред. О.В. Рябова. М.: Аспект Пресс, 2023. 400 с.
(“Enemy Number One” in Symbolic Politics of Soviet and American Cold War Cinema, ed. by O.V. Riabov, Moscow, 2023, 400 p. — In Russ.)
- Козырев Г.И. Образ внешнего врага как фактор легитимации политического режима в современной России // Социологические исследования. 2018. № 1. С. 52—58.
(Kozyrev G.I. The image of the external enemy as a factor of legitimation of political regime in contemporary Russia, *Sociological Studies*, 2018, no. 1, pp. 52—58. — In Russ.)
- Морозова Е.В. Дегуманизация как технология формирования образа другого/чужого в политике // Среднерусский вестник общественных наук. 2015. № 6. С. 121—128.
(Morozova E.V. Dehumanization as a technique of forming the image of Other / “them” in politics, *Central Russian Journal of Social Sciences*, 2015, no. 6, pp. 121—128. — In Russ.)
- Сталин И.В. Беседа с делегацией общества «Финляндия — СССР», 8 октября 1945 // Сталин И.В. Сочинения. М.: ИТРК, 2011. Т. 16 (сентябрь 1945 — декабрь 1948). URL: <https://textarchive.ru/c-1851602-p3.html> (дата обращения 10.05.2023).
(Stalin I.V. Talk to delegation of society “Finland — USSR”, October 8. 1945, *Stalin I.V. Works*, Moscow, 2011, vol. 16 (September 1945 — December 1948). — In Russ.)
- Трубникова А. Культура жевательной резинки // Огонек. 1950. № 5. С. 41.
(Trubnikova A. The culture of chewing-gum, *Ogoniok*, 1950, iss. 5, p. 41. — In Russ.)
- Шмитт К. Теория партизана: Промежуточное замечание по поводу понятия политического. М.: Праксис, 2007. 304 с.
(Shmitt K. Theory of the partisan: An interim note on the concept of political, Moscow, 2007, 304 p. — In Russ.)
- Федоров А.В. Отражения: Запад о России / Россия о Западе. Кинообразы стран и людей. М.: Информация для всех, 2017. 389 с.
(Fedorov A.V. Reflections: The West on Russia / Russia on the West. Cinematic images of countries and peoples, Moscow, 2017, 389 p. — In Russ.)
- Delori M., Ware V. The faces of enmity in international relations. An introduction, *Critical Military Studies*, 2019, vol. 5, no. 4, pp. 299—303.
- Fettweis C.J. Misreading the Enemy, *Survival*, 2015, vol. 57, no. 5, pp. 149—172.
- Harle V. The Enemy with a Thousand Faces: The Tradition of the Other in Western Political Thought and History, Westport: Praeger Publishers, 2000, 232 p.
- Haslam N. Dehumanization: An integrative review, *Personality and social psychology review*, 2006, vol. 10, no. 3, pp. 252—264.
- Keen S. Faces of the Enemy: Reflections of the Hostile Imagination, San Francisco: Harper & Row, 1986, 200 p.
- Kronfeldner M. Mapping dehumanization studies, *The Routledge Handbook of Dehumanization*, ed. by M. Kronfeldner, London: Routledge, 2021, pp. 1—35.
- Leyens J.P. et al. Infra-humanization: The wall of group differences, *Social Issues and Policy Review*, 2007, vol. 1, no. 1, pp. 139—172.
- Oppenheimer L. The Development of Enemy Images: A Theoretical Contribution, *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, 2006, vol. 2, no. 3, pp. 269—292.
- Riabov O., Riabova T. The Images of Urban Space in Constructing the Cold War Enemy: US Skyscrapers in Soviet Animation, *Studies in Russian and Soviet Cinema*, 2021, no. 2, pp. 122—138.
- Rieber R.W., Kelly R.J. Substance and shadow: Images of the enemy, *Psychology of war and peace: The image of the enemy*, ed. by R.W. Rieber, Boston: Springer Publ., 1991, pp. 3—39.

Shaw T., Youngblood D.J. *Cinematic Cold War: The American and Soviet Struggle for Heart and Minds*, Lawrence: Univ. Press of Kansas, 2010, 301 p.

Strada M., Troper H. *Friend or Foe: Russians in American Film and Foreign Policy*, Lanham: Scarecrow Press, 1997, 255 p.

Zimbardo P. *The Lucifer effect: Understanding how good people turn evil*, New York: Random House, 2007, 576 p.

**“THEY WERE WEANED FROM THINKING”:
REPRESENTING CONSCIOUSNESS
AND DEHUMANIZING THE ENEMY
IN THE LANGUAGE OF THE COLD WAR PROPAGANDA**

Oleg V. Riabov

Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg,
Russian Federation, riabov1@inbox.ru

Abstract. The article deals with the problem of the language of consciousness description in war propaganda. Dehumanization is one of the most important methods of creating image of the enemy by propaganda, and since consciousness is an essential feature of human being, the practices of dehumanization include representations of “their” consciousness and its differences from “our” consciousness. The article is original since for the first time representations of consciousness are investigated as a resource for constructing the image of the enemy by war propaganda. The methodology of the analysis is based on Nick Haslam’s concept, according to which the dehumanization of the representatives of the out-group is carried out in two forms: animalistic form by comparing them with animals and mechanistic one by likening them to inanimate mechanisms. Discussions about the genuine humanity occupied a special place in the Cold War “struggle for hearts and minds”, and the article analyzes the representations of various components of the consciousness of “us” and “them” (cognitive, emotional, and volitional) on the materials of Soviet and American cinema. The author points out that such characteristics of the consciousness of “them” as the inability to think critically and creatively, narrow-mindedness, low level of education, lack of warmth in human relations, empathy, self-control and self-will contributed to the dehumanization of their cinematic images.

Keywords: Consciousness, dehumanization, image of the enemy, propaganda, Cold War, cinema

Acknowledgments: This work was supported by the Russian Science Foundation under Grant № 22-18-00305, <https://rscf.ru/en/project/22-18-00305/>

For citation: Riabov O.V. “They were weaned from thinking”: representing consciousness and dehumanizing the enemy in the language of the Cold War propaganda, *Ivanovo State University Bulletin, Series: Humanities*, 2023, iss. 4, pp. 163—173.

Статья поступила в редакцию 20.05.2023; одобрена после рецензирования 01.09.2023; принята к публикации 12.09.2023.

The article was submitted 20.05.2023; approved after reviewing 01.09.2023; accepted for publication 12.09.2023.

Информация об авторе / Information about the author

Рябов Олег Вячеславович — доктор философских наук, профессор, ведущий научный сотрудник, Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, г. Санкт-Петербург, Россия, riabov1@inbox.ru

Riabov Oleg Viacheslavovich — Doctor of Science (Philosophy), Professor, Leading Researcher, Herzen State Pedagogical University of Russia, Saint Petersburg, Russian Federation, riabov1@inbox.ru