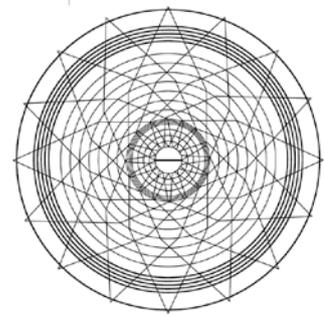


[Научная жизнь]

Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)



РАЗРУШИТЬ РЕПУТАЦИЮ. КАК?

(ОТЧЕТ О КОНФЕРЕНЦИИ: ВАШИНГТОН, 3-5 МАРТА 2017)

Давыдов С.

Кандидат философских наук, доцент,
Факультет коммуникаций, медиа и дизайна НИУ ВШЭ
(Москва)
sdavydov@hse.ru

Самойленко С.

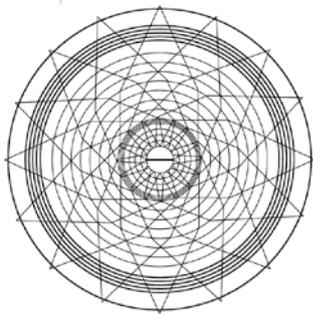
Исследователь и консультант
George Mason University (Вашингтон, США)
ssamoyle@gmu.edu

Аннотация:

В марте 2017 г. в Университете Джорджа Мейсона (г. Вашингтон, США) состоялась международная конференция «Разрушение репутации в теории и на практике», организованная Лабораторией репутационной политики по исследованию технологий разрушения репутации. Настоящий обзор посвящен основным темам конференции, наиболее интересным докладам и прозвучавшим в них выводам.

Ключевые слова: разрушение репутации, Дональд Трамп, электоральные кампании, новые медиа, антикризисный менеджмент

Разрушение репутации – концепт теории коммуникации, определяемый как целенаправленный процесс негативного воздействия на репутацию и доверие по отношению к определенному субъекту, а также результат этого процесса. В одноименной книге, опубликованной в 1950 году, Джером Дэвис отмечает, что разрушение репутации основывается на вполне очевидной политической мотивации и таких свойствах общественного мнения, как «страх, невежество, зависть, подозрительность, злоба, ревность, разочарования, жадность, агрессия, экономическое соперничество, эмоциональная нестабильность и неполноценность» (цит. по (Shiraev: 1)). Соответствующая коммуникационная практика предполагает наличие жертвы (того, на кого совершается нападение) и нападающего (атакующего); оба актора могут быть как индивидуальными, так и коллективными. Исследователи выделяют такие технологии разрушения репутации как анонимная ложь, неверное цитирование, умолчание, акты



[Научная жизнь]

Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)

вандализма, демонизация, обвинение в психическом заболевании, а также в сексуальных девиациях (Shiraev: 10-16).

Одно из наиболее авторитетных изданий последних лет по рассматриваемой тематике – вышедший 3 года назад сборник «Разрушение репутации сквозь века» (Character Assassination 2014) – базируется на анализе исторических кейсов. Герои книги под редакцией историка из Университета Амстердама **Мартина Икса** и российского политолога **Эрика Ширяева**, работающего в вашингтонском Университете Джорджа Мейсона, – Цицерон, пророк Мухаммед, императоры Древнего Рима и президенты США. Это не удивительно, ведь говорить о «целенаправленном разрушении репутации» значительно проще, пользуясь историческими примерами, чем современным материалом. Даже высказывая предположение о том, что некий политический деятель, представитель бизнеса или специалист по связям с общественностью занимается разрушением чьей-либо репутации, ученый рискует оказаться за пределами научного дискурса, став участником коммуникационных игр совершенно другого рода.

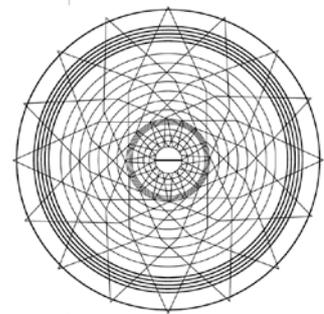
Организаторы Международной научной конференции «Разрушение репутации в теории и на практике» из **Лаборатории репутационной политики по исследованию технологий разрушения репутации Университета Джорджа Мейсона** (г. Вашингтон, США, 3-5 марта 2017 г.) не пошли по легкому пути, пригласив на мероприятие широкий круг исследователей, многие из которых не входят в число адептов соответствующей теории, а также практиков связей с общественностью. Заявленный состав участников наряду с очевидным акцентом на современные политические процессы обещали острые и плодотворные дискуссии – и эти ожидания оправдались в полной мере.

Отметим, что среди участников конференции было немало российских ученых, большинство из которых в настоящее время работают за рубежом. Отчасти этим объясняется тот факт, что примеры из российской практики разрушения репутации по частоте упоминаний на конференции оказались на втором месте после американских. Впрочем, не следует сбрасывать со счетов, что отечественные реалии дают достаточно материала для подобного рода исследований.

Почетная роль основного докладчика была предоставлена практику – основателю консалтинговой компании Dezenhall Resources **Эрику Дезенхоллу**. Свое выступление известный американский специалист в области кризисных коммуникаций посвятил реалиям управления информационными конфликтами, радикально изменившимся в последние годы. По мнению докладчика,

[Научная жизнь]

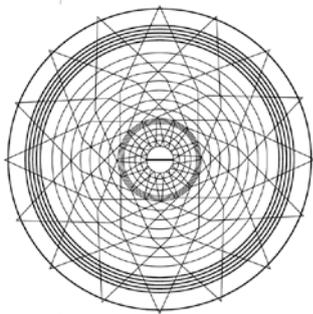
Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)



повышение объемов, динамики распространения и общей негативной тональности информации способствуют формированию «провальных воронок» (fiasco vortex) распространения деструктивных новостей, бороться с которыми чрезвычайно сложно. Использование социальных медиа в качестве инструментов антикризисных коммуникаций может оказаться не только малоэффективным, но и контрпродуктивным, поскольку преимуществом будет владеть тот, чьи новости будут содержать больше негатива; впрочем, анализ публикаций будет полезен при поиске «противоядия». Действенный ответ на репутационную атаку основан на здравом смысле, учитывает возможные последствия, охват и динамику коммуникационного процесса.

Выступление Дезенхолла изобиловало примерами как успешных, так и отраженных кампаний по разрушению репутации. В частности, «провальная воронка», закрутившаяся после сообщения директора ФБР Джеймса Коми 28 октября 2016 г. о начале расследования, связанного с перепиской Хиллари Клинтон, стала одной из причин поражения последней на президентских выборах. Вместе с тем, в 2014 г. старейшему американскому передвижному цирку Ringling Bros. and Barnum & Bailey Circus удалось отсудить у гражданских активистов 16 млн. долларов, доказав беспочвенность обвинений в жестоком обращении с животными. Поп-звезда Майкл Джексон, обвиненный в 2003 г. в растлении малолетнего, в результате эффективной коммуникационной поддержки стал восприниматься в общественном мнении не как преступник, а как жертва атаки со стороны вымогателей.

Для участия в панельной дискуссии по теме «Разрушение репутации и медиасфера» были приглашены вашингтонские индустриальные эксперты. В центре обсуждения оказались президентская кампания Дональда Трампа, а также взаимоотношения последнего со СМИ. Участники единодушно осудили политику фаворитизма, при которой одни издания приглашаются на брифинги в Белый дом, тогда как другие организаторы целенаправленно игнорируют. О личном негативном опыте такого рода рассказал **Дэниел Липпман** из журнала Politico. **Боб Кьюсак** (The Hill) отметил, что недобросовестная работа некоторых СМИ с фактами дала Трампу возможность выдвинуть обвинения медиа в целом. По мнению **Хьюго Гердона** (Washington Examiner), высказывания Трампа не могут быть классифицированы как деятельность по разрушению репутации из-за отсутствия четко выраженных интенций и злого умысла. Не является примером разрушения репутации и случай Моники Левински – последняя стала жертвой информационных конфликтов более высокого уровня. Дискуссанты пришли к единому мнению, что в результате президентских выборов 2016 г. американские СМИ оказались перед необходимостью принять определенные ограничения и пересмотреть некоторые практики.



[Научная жизнь]

Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)

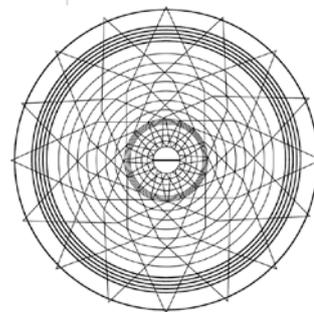
Первую научную секцию «*Разрушение репутации как междисциплинарное направление исследований*» открыл уже упоминавшийся нами Мартин Икс, остановившийся на критериях атрибуции разрушения репутации и его отличий от формирования образа врага. Также он выделил два исторических этапа в развитии технологий разрушения репутации. Начиная с Древнего Рима, репутационные атаки были основаны на риторических приемах и были ориентированы на узкую, ограниченную аудиторию. После изобретения технологий книгопечатания соответствующие практики перешли на новый уровень: например, Мартин Лютер, а позднее лидеры нидерландской революции вели коммуникационные кампании против Католической церкви. **Дженнифер Кохейн** из университета Балтимора обратила внимание на перспективность риторического анализа при изучении кейсов разрушения репутации, взяв в качестве примера атаку журналиста Джозефа Мюрроу на сенатора Джозефа МакКарти в телепередаче 1954 г. «Смотрите это сейчас» (See It Now) на канале NBC. По мнению **Сергея Самойленко** (Университет Джорджа Мейсона), разрушение репутации следует рассматривать через призму внутренней логики медийной индустрии, а представитель этого же учебного заведения Эрик Ширяев предложил основываться на принципах политической психологии.

Обсуждение коммуникационных компаний за и против Трампа продолжилось на секции «*Разрушение репутации и президентские выборы 2016 г. в США*», на этот раз в рамках академического дискурса. Всего было представлено 9 докладов, из которых выделим коллективную работу научных сотрудников **Центра политической коммуникации и гражданского лидерства Мэрилендского Университета** (University of Maryland Center for Political Communication and Civic Leadership), представивших электоральную кампанию 2016 г. как «референдум репутаций» (см.: A Report on Presidential... 2016). Штаб каждого из кандидатов стремился донести до избирателей тезис, что конкурирующая персона не способна управлять государством. По мнению исследователей, такая коммуникационная практика взаимной дискредитации создала существенные трудности для победителя президентской гонки, вынужденного работать с расколотым электоратом.

Технологии разрушения репутации востребованы в различных типах обществ. Для авторитарных и тоталитарных режимов характерно их использование для формирования общественных настроений против инакомыслящих и пропаганды определенных идей. В демократическом обществе разрушение репутации популярно среди различных акторов в рамках борьбы как с внутренними, так и с внешними оппонентами. Различиям в бытовании соответствующих практик была посвящена панель «*Разрушение репутации как институциональный механизм*».

[Научная жизнь]

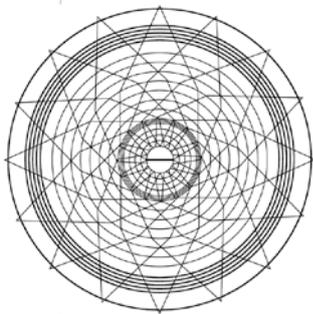
Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)



Государственной пропаганде во время сталинских репрессий 1936-1938 гг. посвятил свое выступление **Дэвид Бранденбергер** из Университета Ричмонда, высказавший точку зрения, что работа советской пропагандистской машины отличалась непоследовательностью, а сила ее влияния часто переоценивается. **Морин Миньелли** (Городской университет Нью-Йорка) представила результаты анализа документов Белого дома в период первого срока правления Ричарда Никсона, свидетельствующие о том, каким образом Администрация 37-го президента США реагировала на многочисленные репутационные атаки. **Мартина Клицперова** из Академии наук Чешской республики рассмотрела особенности разрушения репутации участников показательных судебных процессов. Независимый исследователь **Михаил Немцев** продемонстрировал приемы, которые использовались в российских масс-медиа для дискредитации участников группы Pussy Riot после их знаменитого выступления в Храме Христа Спасителя.

Докладчики секции «Маркирование и нейминг в международной и локальной политике» не могли обойти вопросы, связанные с опасностью ложных и вырванных из контекста исторических аналогий; напрашивающийся пример такого рода – популярные в современных медиа аналогии между ведущими мировыми политиками современности и лидерами фашизма. **Марлен Ларуэль** из Университета Джорджа Вашингтона обратила внимание на использование риторических приемов *Reductio ad Fascism* и *Reductio ad Hitlerum* в политических кампаниях по демонизации В.В. Путина. Основная проблема заключается в том, что смешиваются разные идеологии (фашизм, коммунизм, и авторитаризм), и таким образом происходит манипулирование массовым сознанием за счет подмены понятий. Представляющий Уппсальский университет и Шведскую военную академию **Грег Саймонс** подчеркнул, что маркирование политических лидеров различных стран является популярной стратегией современных международных коммуникаций. В качестве примера были разобраны репутационные атаки на Владимира Путина и Дональда Трампа, которых часто сравнивают с Адольфом Гитлером. **Марта Лукасович** (Университет Фурмана) и **Эмина Херович** (Мэрилендский университет) рассмотрели кейс разрушения репутации праворадикальной словацкой партии Ludova Strana Nase Slovensko (LSNS), показав, что слишком активное использование рассматриваемых коммуникационных технологий может оказаться контрпродуктивным.

Приемы разрушения репутации могут быть элементами информационных войн и пропагандистских кампаний, направленных против государств. Анализу подобных практик была посвящена секция «Проблемы информационных войн, пропаганды и фрейминга». Два доклада, посвященных медийной репрезентации исламского терроризма, сделали представители Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». **Сергей**



[Научная жизнь]

Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)

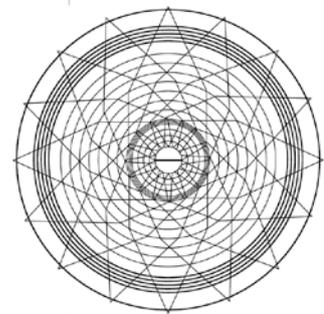
Давыдов, основываясь на результатах коллективного исследования «Образ ИГИЛ в зарубежных СМИ и произведениях массовой культуры» (Образ ИГИЛ... 2016), реализованного по заказу Международного дискуссионного клуба «Валдай», подчеркнул, что образ Исламского государства в международных медиа есть сложный, противоречивый информационный конструкт, сформированный на пересечении традиционных и новейших фреймов. Выступление **Ольги Логуновой** было посвящено сравнительному анализу освящения в российских и американских масс-медиа трех исламских террористических атак. По мнению **Эмили Блаут** (Американский университет), использование морально устаревших пропагандистских технологий значительно ограничило возможности США в рамках военных конфликтов в Сирии, Ираке и Афганистане. **Василий Гатов** из Университета Южной Калифорнии призвал рассматривать международные кампании по разрушению репутации на уровне государств в контексте политической ситуации и идеологии, пропагандируемой властью, в качестве примера рассмотрев персонифицированные атаки на Владимира Путина, который персонифицирует в медиапространстве современную Россию. Высказанную Гатовым мысль о том, что российская власть использует «идеологию отрицания» (ideology of negation), поддержала **Елизавета Егорова** (консалтинговая компания Political Profiler) на материале кампаний по разрушению репутации НАТО в российских СМИ. Независимый исследователь **Ирина Цукерман** обратила внимание на малоизученные аспекты сотрудничества советской/российской и иранской спецслужб, которые использовали сходные методы дискредитации инакомыслящих за рубежом.

Секцию «Проблемы общественного мнения и социального суждения» открыла презентация **Фара Латиф** из Университета Джорджа Мейсона. Основываясь на предложенной Дженнифер Данн (Dunn 2004) типологии жертв (осажденная, героическая, стигматизированная и идеальная), автор приходит к выводу, что тип информационного конструирования женщин как жертв репутационных атак обуславливает наличие или отсутствие поддержки со стороны общественности. **Лииланни Малин** (Университет Говарда) продемонстрировала стереотипы восприятия различных гендерных ролей на примере популярных публикаций американских учителей в социальных медиа.

Завершающая серия докладов была объединена темой «Реакция на разрушение репутации». Анализируя деятельность, направленную на разрушение репутации, в контексте корпоративных коммуникаций, **Йенс Сейферт-Брокманн** из Венского университета показал, как личные качества руководителей предприятий влияют на эффективность направленных против них репутационных атак. Еще один представитель Университета Джорджа Мейсона, **Джон Кук** представил результаты анализа репутационных атак на

[Научная жизнь]

Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)



научное сообщество в контексте изменений климата, а также возможных способов их отражения.

С более подробной информацией о деятельности Лаборатории репутационной политики по исследованию технологий разрушения репутации Университета Джорджа Мейсона, включая материалы конференции «Разрушение репутации в теории и на практике», можно ознакомиться по адресу: <http://communication.gmu.edu/research-and-centers/carp>.

БИБЛИОГРАФИЯ

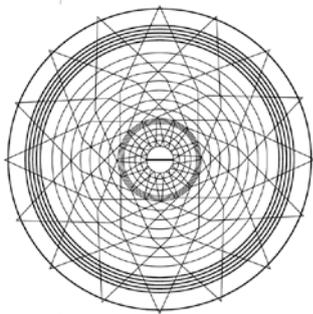
Shirayev E. (2010) Character Assassination: An Interdisciplinary Approach. [Электронный документ] URL: <https://characterattack.files.wordpress.com/2010/10/character-assassination-an-interdisciplinary-approach.pdf>. Дата обращения: 1.08.2017.

Character Assassination throughout the Ages (2014) / Ed. by M. Icks and E. Shirayev. New York: Palgrave Macmillan.

A Report on Presidential Advertising and the 2016 General Election: A Referendum on Character (2016). [Электронный документ] URL: <https://parcumd.files.wordpress.com/2016/11/parc-report-2016-v-21.pdf>. Дата обращения: 1.08.2017.

Образ ИГИЛ в зарубежных СМИ и произведениях массовой культуры (2016). [Электронный документ] URL: <http://valdaiclub.com/files/9982/>. Дата обращения: 1.08.2017.

Dunn J. (2004) The Politics of Empathy: Social Movements and Victim Repertoires. Sociological Focus. Volume 37. Issue 3: Social Movements in The New Century. P. 235-250.



[Научная жизнь]

Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)

HOW TO ASSASSINATE ONE'S CHARACTER? (CONFERENCE REPORT: WASHINGTON, MARCH 3-5, 2017)

Davydov S.

Ph. D., Faculty of communications, media and design
National Research University Higher School of
Economics (Moscow)
sdavydov@hse.ru

Samoylenko S.

Researcher and consultant
George Mason University (Washington DC, USA)
ssamoyle@gmu.edu

Abstract:

In March 2017 the George Mason University (Washington, D.C., USA) hosted the international conference "Character Assassination in Theory and Practice", organized by the Laboratory of Character Assassination and Reputation Policy. The proposed review is devoted to the main topics of the conference, the most interesting reports and conclusions made by the participating researchers and public relations practitioners.

Keywords: character assassination, Donald Trump, electoral campaigns, new media, crisis management

REFERENCE

Shiraev E. (2010) Character Assassination: An Interdisciplinary Approach. [Электронный документ] URL: <https://characterattack.files.wordpress.com/2010/10/character-assassination-an-interdisciplinary-approach.pdf>. Дата обращения: 1.08.2017.

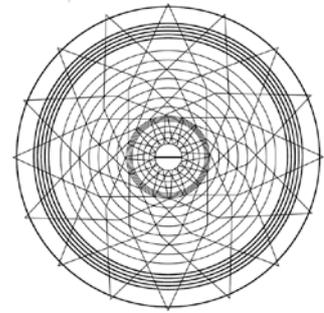
Character Assassination throughout the Ages (2014) / Ed. by M. Icks and E. Shiraev. New York: Palgrave Macmillan.

A Report on Presidential Advertising and the 2016 General Election: A Referendum on Character (2016). [Электронный документ] URL: <https://parcumd.files.wordpress.com/2016/11/parc-report-2016-v-21.pdf>. Дата обращения: 1.08.2017.

Образ ИГИЛ в зарубежных СМИ и произведениях массовой культуры (2016). [Электронный документ] URL: <http://valdaiclub.com/files/9982/>. Дата обращения: 1.08.2017.

[Научная жизнь]

Давыдов С., Самойленко С.
Разрушить репутацию. Как?
(отчет о конференции)



Dunn J. (2004) The Politics of Empathy: Social Movements and Victim Repertoires. *Sociological Focus*. Volume 37. Issue 3: Social Movements in The New Century. P. 235-250.