

Краско С. Г.

МОДА КАК ИНСТРУМЕНТ «МЯГКОЙ СИЛЫ»

Краско Станислав Геннадьевич, студент 2 курса Белорусского государственного университета, г. Минск, Беларусь, stanislaukrasko@gmail.com

Научный руководитель: канд. филос. наук, доцент Денисюк Н. П.

В условиях формирования новой картины мира обостряется борьба за власть. С учетом происходящих изменений обстановки постоянно совершенствуется и расширяется кейс политических технологий, в том числе посредством использования различных технологий манипулирования общественным сознанием и психологических техник. Например, использование аффективного управления (воздействие на чувства и эмоции) позволяет эффективно противодействовать традиционным формам и методам политической борьбы, построенной на логике. В качестве одного из новых инструментов можно рассматривать моду. Модные бренды – это иконы, символы статуса, которые становятся образом жизни молодежи. Постоянные клиенты или любители бренда чувствуют себя частью сообщества. Одежда, подразумевающая собой какой-либо политический аспект, – это согласованные усилия группы людей, направленные на то, чтобы привлечь внимание к политической проблеме. Они делают это, одеваясь в определенном стиле.

Мода возникает, когда общество в целом соглашается на определенный стиль, эстетические или культурные особенности в течение определенного периода времени. Значительный социальный охват моды и необходимая дата истечения срока действия делают ее весьма полезной в качестве маркера времени. Она используется в фильмах, литературе или социальных исследованиях. Таким образом, мода означает своевременные изменения вкусов в социальном масштабе.

Можно привести примеры влияния событий в мире моды на политику США: дизайнер Прабал Гурунг завершил свой показ мод в 2017 г. во время Недели моды в Нью-Йорке линией моделей в рубашках с различными политическими и активистскими фразами, в том числе «Девочки просто хотят иметь основные права» (по мотивам книги Синди Лаупер. песня «Girls Just Want to Have Fun») и «We Will Not Be Silenced», что повлекло массовые акции в социальных сетях.

В период президентской кампании 2016 г. красные бейсболки Дональда Трампа с надписью «Вернем Америке былое величие» пользовались огромной популярностью среди его сторонников. Этот лозунг и цвет были выбраны не просто так. *Вернем* – слово в изъявительном наклонении, которое побуждает к действию и говорит о совместном создании нового и возвращении чего-то хорошего (к примеру, работы). *Америке* – сильный образ в сознании американского избирателя. Это слово отсылает к их принадлежности и отлично сочетается с националистическим тезисом Трампа («сначала Америка»).

Былое – это слово обозначает, что на данный момент в Америке все скорее плохо, чем хорошо. Хуже, чем было раньше. *Величие* – это слово говорит о доминировании и успехе. Неспроста этот лозунг был размещен на кепке красного цвета. Во-первых, этот цвет ассоциируется с республиканцами. Во-вторых, красный насыщен зарядом энергии, жизненной силой, красный – глава всех цветов, он означает действие и доминирование.

Фирменный брючный костюм Хиллари Клинтон также является символическим политическим заявлением. Это показало, что она была столь же компетентна, как и кандидат-мужчина. Надев брючный костюм, Клинтон также надеялась отвлечь внимание от того, что на ней надето, и сосредоточить их на том, что она говорит. Это отвлекло внимание от ее более традиционно «женских» характеристик, поэтому ее считали равной своим противникам. На протяжении всей своей кампании она в основном носила белое, поскольку белый был одним из официальных цветов женского движения 1910-х гг. Параллельно этому в социальных сетях женщин призывали прийти на избирательные участки в белом в знак солидарности с американскими суфражистками, одним из символов которых стал этот цвет. В качестве хештега был выбран #WearWhiteToVote (#НаденьБелоеДляГолосования).

Мода функционирует как зеркало своего времени, поэтому она по своей сути политическая. Индустрия моды на протяжении XX в. использовалась для выражения патриотических, националистических и пропагандистских тенденций, а также сложных вопросов, связанных с классом, расой, этнической принадлежностью, полом и сексуальностью.

«Мягкие» технологии обладают значительным потенциалом для проведения внутренней и внешней политики. В современных условиях необходимо искать новые неформальные инструменты влияния, например, такие, как индустрия моды. Актуализируется проблема изучения и противодействия манипулированию с использованием «мягких» технологий, в том числе и на территории Республики Беларусь, использования различных психологических и информационных технологий в этих целях.

Лапунова К. С.

ИНФОРМАЦИЯ КАК РЕСУРС ВЛАСТИ: РОЛЬ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ В ПОЛИТИКЕ

*Лапунова Каролина Сергеевна, студентка 1 курса Белорусского
государственного университета, г. Минск, Беларусь, carllup@mail.ru*

Научный руководитель: канд. полит. наук, доцент Михайловский В. С.

В настоящее время средства массовой информации (СМИ) являются одним из главных составляющих политических процессов. Их взаимодействие с политикой и ее субъектами можно наблюдать ежедневно в различных формах и