УДК 32:159.9 DOI: 10.12737/16971

ДЕГУМАНИЗАЦИЯ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ДРУГОГО/ЧУЖОГО В ПОЛИТИКЕ

Морозова Е.В.[1]

Автор рассматривает толерантную и интолерантную модели формирования образа Другого, без которого невозможна политическая идентификация. В рамках интолерантной модели образ Другого трансформируется в образ Чужого, а затем, возможно, и во Врага. Одной из наиболее распространенных технологий формирования образа Чужого в политике является дегуманизация - комплекс идей и действий, позволяющих представить политических оппонентов как акторов, лишенных человеческих начал, и, следовательно, оправдывать практически любые действия в отношении них. Роль технологии дегуманизации в системе властного взаимодействия определяется целями её использования. Автор предлагает типологию технологий дегуманизации, выделяя, наряду с анималистическими и механистическими технологиями, эксплуатацию образов монстров, марионеток и др. Используя в качестве эмпирического источника коллекцию агитационных материалов электоральной президентской компании 1996 года, автор исследует причины и последствия применения технологий дегуманизации в сфере политической конкуренции.

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ проект № 15-03-00402 «Чужой/Другой в меняющемся мире: от онтологии к гносеологической типологизации».

Ключевые слова: политические технологии, дегуманизация, образ Другого/ Чужого, политическая идентичность.

DEHUMANIZATION AS A TECHNOLOGY OF FORMATION OF THE IMAGE OF THE OTHER/STRANGER IN POLITICS

MOROZOVA E.V. — Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Professor of the Department of Public Policy and Public Administration, Kuban State University (Russian Federation, Krasnodar), e-mail: morozova_e@inbox.ru

The author examines tolerant and intolerant models of forming the image of the Other, without which political identification is impossible. Within the intolerant model the image of the Other is transformed into the image of the Other and then, perhaps, the Enemy. One of the most common techniques of forming the image of the Stranger in politics is dehumanization, a set of ideas and actions, allowing to introduce political opponents as actors, deprived of human principles, and, consequently, to justify almost any action against them. The role of technology of dehumanization is determined by the objectives of its usage. The author proposes the typology of dehumanization technologies, highlighting, along with animalistic and mechanistic technology, exploitation of images of monsters, puppets and others. Using the collection of political advertizing as an empirical source in presidential campaign in Russia in 1996, the author examines the causes and consequences of the use of dehumanizing technology in political competition.

The work is done with the financial support of RHF, project No. 15-03-00402 «Other/Stranger in the changing world: from ontology to a gnoseological typology».

Keywords: political technologies, dehumanization, image of the Other / Stranger, political identity.

Морозова Елена Васильевна — доктор философских наук, профессор, профессор кафедры государственной политики и государственного управления, Кубанский государственный университет (Российская Федерация, г. Краснодар), e-mail: morozova_e@inbox.ru

В политических процессах важную роль сегодня играет образ Другого. Образ Другого О.В. Попова определяет как установку в сознании индивида, связанную с самоопределением в социальном и политическом пространстве на основе выделения отдельных личностей, групп или институтов, задающих границы идентичностей и обладающих значимыми для него характеристиками[1]. Идентификация, в том числе идентификация политическая, невозможна вне сравнения, М.М. Бахтин утверждал, что без Другого субъект не может иметь знания ни о себе, ни о мире, поскольку значение создается в дискурсе, где встречаются сознания[2].

Образ Другого может реализоваться в двух моделях. Первая из них, модель политической толерантности, представлена формулой «я-другой-иной». Вторая, интолерантная модель, может быть описана формулой «я-другой-чужой-враг». Переход от первой, равновесной, модели ко второй обусловлен целым комплексом факторов. Но, как правило, спусковым крючком становится изменение в системе репрезентаций человека, вызываемое относительной депривацией, в основе которой лежит расхождение между ожиданиями и реальными возможностями их осуществления[3]. В периоды социально-политических кризисов, сопровождающихся аномией, наблюдается приобретение собственной идентичности за счет постулирования отрицательного «Другого».

Основой социальной солидарности может стать негативная идентичность, которая помогает адаптироваться к кризису через его рутинизацию и отчасти поддержание «комплекса жертвы». Проявления такой негативной идентичности можно найти практически в любом государстве постсоветского пространства. Действия против Чужого, а тем более Врага, оправдываются тем, что их бытие и экзистенциальная сущность отличны от «нашего».

Общая логика использования образа Чужого в политике основывается на таких технологиях, как мифологизация и стереотипизация, дискредитация, унификация, приписывание антиценностей. Особую роль в этом процессе играют клеймение (навешивание ярлыков или использование кличек) или анонимизация (Чужой не имеет собственного имени). Но, пожалуй, одной из самых распространённых технологий является дегуманизация.

Процесс дегуманизации в её вербальном выражении стал предметом филологических исследований[4]. Под дегуманизацией понимается комплекс идей и действий, позволяющих представить политических оппонентов как акторов, лишенных человеческих начал, и, следовательно, оправдывать практически любые действия в отношении них.

События XX века (две мировых войны, многочисленные случаи массового геноцида по этническим, расовым и политическим мотивам, этнополитические конфликты и др.) стали мощным стимулом в развитии исследования механизмов дегуманизации представителями социальных и гуманитарных наук, прежде всего, психологами, историками и культурологами[5].

---

[1] Политическая идентичность и политика идентичности. В 2 т. Т. 1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий / отв. ред. И. С. Семененко. – М.: РОССПЭН, 2011. – 208 с. – С.190.

[2] Ачкасов В.А. Политика идентичности мультиэтничных государств в контексте решения проблемы безопасности. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2012. – 236 с. – С.25.

[3] Политическая идентичность и политика идентичности. В 2 т. Т.2: Идентичность и социально-политические изменения в XXI веке / отв. ред. И. С. Семененко. – М.: РОССПЭН, 2012. – 471 с. – С. 104.

[4] Горшунов Ю.В., Горшунова Е.Ю. Этнические стереотипы и ярлыки как средство дегуманизации // Вестник Башкирского университета. – 2014. – Т. 19, №3. – С. 915–919; Глотова Е.Ю. Метафоризация геноцида XX века – концептуальные образы «дегуманизации» и «очищения» // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. Общественные науки. – 2009. – № 3. – С. 13–16.

[5] Романова А. П., Якушенков С. Н., Хлыщева Е. В., Топчиев М. С. Чужой и культурная безопасность. – М.: РОССПЭН, 2013. – 215 с.; Романова А.П., Холова Л.А.Чужой как монстр: образ России в западном дискурсе // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2015. – № 4. – С. 242–247; Haslam N. Dehumanization: An Integrative Review // Personality and Social Psychology Review. – 2006. – № 10 (3). – P. 252–264. doi:

В чём особенности политологического подхода к изучению технологии дегуманизации? Прежде всего, в обосновании её роли в системе властного взаимодействия, типологизации приёмов дегуманизации в политическом процессе и выявлении политических контекстов, в которых происходит использование этой технологии. Рамки одной статьи не позволяют дать развёрнутые ответы на все поставленные вопросы, поэтому в материале лишь обозначены направления дальнейших исследований, в то время как основное внимание уделено использованию дегуманизации как электоральной технологии.

Роль технологии дегуманизации в системе властного взаимодействия напрямую определена целями её использования. Опираясь на идеи В. Харле[1], мы выделяем такие цели как политическая идентификация; легитимация существующего политического порядка; политическая мобилизация; дискредитация политического конкурента; снятие ответственности за политические неудачи; психологическая компенсация; ценностная ориентация и политическая социализация.

Приемы дегуманизации могут быть типологизированы по различным основаниям. Выделение в качестве критерия канала восприятия приводит к выявлению вербальных, визуальных, аудиальных и кинестетических технологий дегуманизации. Специалисты в области политических технологий выделяют стандартные и уникальные приёмы[2]: применительно к технологии дегуманизации к первым можно отнести широкое использование зооморфных метафор, ко вторым относятся технологии, которые разрабатываются и применяются в расчете на определенную целевую аудиторию, в конкретных политических обстоятельствах. В психологических исследованиях дегуманизации обычно выделяют два её вида: анималистическая и механистическая[3]. Анализ эмпирического материала, имеющегося в личном архиве автора и представленного в работах исследователей данной проблемы позволяет констатировать, что помимо двух указанных, в сфере политического использования образа Другого/Чужого могут быть выделены и другие разновидности дегуманизации. В общем виде типология может быть представлена следующим образом:

1. Представление Другого/Чужого в образе зверя, рептилии, насекомого (анималистическая дегуманизация). Во время пропагандистской кампании, направленной на дегуманизацию евреев и подготовку немецкой нации к их изгнанию и массовому уничтожению во время Второй мировой войны, нацисты изображали евреев в виде крыс[4]. Геноцид австралийских коренных жителей (1824–1908 гг.): аборигенов не считали за людей, а властные и «цивилизованные» колонизаторы употребляли для их описания или обозначения такие обороты, как ‘wild animals’ – дикие животные, ‘vermin’ – паразит, ‘scarcely human’ – нелюди.[5] Ссылаясь на известного американского психолога и специалиста по разрешению конфликтов Арлина Одергона и его книгу «Отель «Война», Ю.В. Горшунов и

10.1207/s15327957pspr1003_4. PMID: 16859440; Montenbruck A. Western Anthropology: Democracy and Dehumanization. 2nd ed. – Berlin: Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin, 2010.– 81 p. – P. 60-66, 74–75; Bandura A. Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. // Journal of Moral Education. – 2002. – № 31(2). – P. 101–119. doi:10.1080/0305724022014322; Moshman D. Us and them: Identity and genocide // Identity: An International Journal of Theory and Research. – 2007. – № 7(2). – P. 115–135; David Livingstone Smith. Less Than Human: Why We Demean, Enslave, and Exterminate Others. – London: St. Martin's Press, 2011. – 336 p.

[1] Ачкасов В.А. Политика идентичности мультиэтничных государств в контексте решения проблемы безопасности. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2012. – 236 с. С.25.

[2] Зиновьев А.П., Морозов С.А., Морозова Е.В. Политический менеджмент. – М.; Краснодар, 2003. – 185 с.

[3] David Livingstone Smith. Dehumanization, Genocide, and the Psychology of Indifference. Understanding the psychology of dehumanization // Psychology Today. – 2011. – Dec. 2. – URL: https://www.psychologytoday.com/blog/philosophy-dispatches/201112/dehumanization-genocide-and-the-psychology-indifference-0 (дата обращения: 11.10.2015).

[4] Глотова Е.Ю. Метафоризация геноцида XX века – концептуальные образы «дегуманизации» и «очищения» // Вестник Северо-Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. Общественные науки. – 2009. – №3. – С. 13–16.

[5] Там же.

Е.Ю. Горшунова пишут: « Коренных жителей Америки – индейцев – столетиями дегуманизировали для того, чтобы оправдать их истребление и продолжать его. Первый президент США Джордж Вашингтон говорил, что индейцы – «волки и звери, не заслуживающие от белых ничего, кроме как быть полностью уничтоженными». Эндрю Джексон, избранный президентом в 1828 году, призывал американские войска вытаскивать из «берлог» и убивать индианок и их детенышей»[1]. Ф. Зимбардо приводит в своей книге кейс[2] так называемых «фотографий трофеев», когда убийцы фотографируются на фоне убитых жертв.

2. Замещение человека образом машины или отдельного её компонента (механистическая дегуманизация). Классический пример – это «теория приводных ремней», сформулированная В.И. Лениным в работе «Детская болезнь «левизны» в коммунизме». Человек предстает винтиком огромной государственной машины. Иногда этот вид дегуманизации сочетается с наклеиванием ярлыков. К участнику одной из региональных избирательных компаний, возглавлявшему в своё время трест «Сантехмонтаж», намертво приклеилось прозвище «унитаз».

3. Создание образа Другого/Чужого как существа, отвергнутого Богом или врага Бога. Анализ плакатов этого направления, размещенных Ф. Зимбардо на своём сайте[3] показывает, что, независимо от страны и религии (а представлены плакаты США, Китая, Камбоджи, Германии) Чужой/Враг оскверняет религиозные символы, а защитники этих символов нередко принимают страдания. Одним из самых выразительных является плакат времен второй мировой войны, изображающий немецкого рабочего, распятого на свастике.

4. Дегуманизация с использованием политической аллюзии, прямое или косвенное указание на исторического или литературного персонажа, к которому в массовом сознании существует заведомое неприятие. Из дискуссии на сессии Верховного Совета РФ 18 марта 1992 года: «Говорят: «Не мешайте правительству. Наконец-то у нас правительство действия». Да, правительство действует. Но Герострат тоже действовал: он сжёг храм»[4].

5. «Монстризация» образа Другого/ Чужого. Изображение Чужого как монстра в определённой степени является продолжением анималистической технологии, лишь с той разницей, что монстр – персонаж, в реальности не существующий. Среди популярных среди современной молодежи демотиваторов автор обнаружил пять, изображающих противостояние различных политических сил и сопровождающихся надписью «Чужие против хищников».

6. Использование образа куклы (игрушки, марионетки) для дегуманизации Другого/Чужого. В коллекции автора есть «вуду-комплект избирателя», привезенный студентами-политологами из США. В комплект входит матерчатая кукла, изображающая Хиллари Клинтон, комплект гламурных булавок и инструкция, как действовать, чтобы бывшая первая леди не стала президентом страны. Ритуальное сжигание чучела (куклы) реально существующего человека - по сути разновидность этой же технологии дегуманизации.

7. Представление политического Другого/Чужого как ребёнка – несмышлёныша. Строго говоря, данный приём не является в чистом виде дегуманизацией, но поскольку от политических лидеров ждут твердости, уверенности, высокой ответственности и других «взрослых» качеств, то уподобление своих оппонентов маленьким детям существенно сокращает их человеческий и социальный капитал. Вспомним «Молоко на губах не обсохло!» – эту фразу рано или поздно слышит практически каждый молодой человек, решивший войти в мир большой политики. К российским реформаторам-

[1] Горшунов Ю.В., Горшунова Е.Ю. Этнические стереотипы и ярлыки как средство дегуманизации // Вестник Башкирского университета. – 2014. – Т. 19, №3. – С. 915–919.

[2] Zimbardo P. The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil. – N.Y.: Random House Publishing Group, 2008. – 562 p.

[3] См: http://www.lucifereffect.com/dehumanization.htm

[4] Культура парламентской речи / под ред. С.И. Виноградова и др. – М.: Наука, 1994. – 361 с. – С.76.

монетаристам 1990-х годов приклеился ярлык «мальчики в розовых штанишках», нанесший весомый ущерб их имиджу.

Электоральный процесс даёт солидную базу для эмпирического анализа проблемы уже в силу того, что в конкурентной политической борьбе кандидату важно не только показать, каков он, но и подчеркнуть, чем он отличается от других претендентов. А это невозможно без оппозиции «свой-иной/другой/чужой». Жёсткость политического противостояния (оппонент – иной или чужой?) определяется как набором базовых ценностей в программах кандидатов, так и прогнозом распределения голосов избирателей, потенциальной угрозой проигрыша. Интерес представляет использование технологий дегуманизации в компании по выборам Президента РФ 1996 года.

К старту компании былая харизма Б.Н. Ельцина почти исчезла, рейтинг популярности действующего президента в начале 1996 года, согласно различным опросам общественного мнения, не превышал 6 процентов. «Мировой опыт, насколько мне известно, не знал подобных примеров, – пишет Р. Борецкий. – Кандидат с рейтингом 2–3% на старте приходит всего через несколько месяцев к финишу триумфатором. И это в стране обнищавших масс, практически упразднённых социальных благ и гарантий, мизерных пенсий – на одном полюсе и сказочного обогащения, разнузданного воровства и коррупции, криминала и преступной войны в Чечне – на другом. А побеждает – олицетворение такого государства и его первый гражданин. Нонсенс. Иррационализм. Такого не бывает потому, что не может быть...»[1]. Основной соперник Ельцина, Г.А. Зюганов, не обладал личной харизмой, но ассоциировался с советской эпохой, её достижениями и победами, которые, как пишет В. Авченко, «на фоне разрушительных реформ 1990 гг. стали выглядеть особенно контрастно»[2].

Положительный образ Ельцина создавался «голосованием сердцем», а задача демонизировать образ Зюганова решалась с помощью технологий дегуманизации. В пропагандистских материалах систематически использовались аллюзии, вызывающие негативные эмоции: гражданская война и репрессии. Перед вторым туром выборов ко всему этому добавили ещё и стратегию «Коммунизм – война и голод», что прямо перекликалось с биологическим чувством самосохранения и потребности в пищи[3]. Антирекламная серия, главным «действующим лицом» которой был лидер КПРФ, например, сурово насупленный, «многообещающий» полупрофиль Г. А. Зюганова с подписью «Купи еды в последний раз!» или плакат, верхняя часть которого решена в красном цвете – традиционный символ компартии красные гвоздики и начальная часть фразы: «Компартия не сменила названия», нижняя часть – черная, стебли нежных гвоздичек превращаются в прутья колючей проволоки, окончательный фрагмент фразы: «Она не сменит и методы».

Но «чемпионом» по использованию технологий дегуманизации политического оппонента стала газета «Не дай Бог!». Это была бесплатная еженедельная антикоммунистическая газета, выходившая перед выборами президента России 1996 года тиражом 10 млн. экземпляров. В первых номерах газеты, которые появились в апреле, не содержалось никаких сведений о редакции и тираже. 16 мая 1996 года Центральная избирательная комиссия выпустила постановление, где говорилось, что издание газеты без выходных данных нарушает избирательное законодательство4. В мае на страницах издания появилось пояснение: «Финансирование газеты организовано группой состоятельных российских граждан, которым совершенно небезразлично, что произойдет с этой страной после 16 июня». Газета была цветной и отличалась высококачественным полиграфическим исполнением. Распространялась

[1] Цит. По: Авченко В. Эффективность политических манипуляций на практических примерах (Россия 1990-х). – Владивосток, 2002. – URL: http://psyfactor.org/polman3.htm (дата обращения: 10.10.2015).

[2] Там же.

[3] Там же.

[4] Не дай Бог! // Википедия – свободная энциклопедия. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/В3! (дата обращения: 10.10.2015).

преимущественно в регионах и разносилась по почтовым ящикам жилых домов.

Директор фонда «Общественное мнение» Александр Ослон, работавший в штабе Ельцина (в составе Аналитической группы, которой руководили А. Б. Чубайс и В. В. Илюшин), называл газету «единственным по-настоящему действенным антикоммунистическим проектом» в ходе предвыборной кампании. По результатам второго тура президентских выборов Б.Н. Ельцин получил большинство голосов (53,8 процента). Но технологии дегуманизации, как заметил один из экспертов, – это скачки на тигре (в том смысле, что нельзя быть уверенным, что приедешь к финишу в роли жокея, а не закуски тигра). В ходе президентской компании 1996 года был создан опасный прецедент массированного применения технологий дегуманизации. Многие из тех, кто проектировал ту компанию, стали мишенью дегуманизации более позднего времени.

Представляя политических оппонентов как акторов, лишенных человеческих начал, можно оправдывать практически любые действия в отношении них. Известный социальный психолог Ф. Зимбардо исследовал, как дегуманизация ведёт к отключению механизмов внутреннего контроля и создаёт иллюзию коллективной безответственности[1]. «Перефразируя старую пословицу, когда слово бьет, то и палка не нужна. Все начинается с создания стереотипных представлений о «другом», с дегуманизированного образа «другого», как никчемного или как всесильного, демонического, абстрактного монстра, несущего тотальную угрозу нашим самым дорогим ценностям и убеждениям. В атмосфере всеобщего страха, когда вражеская угроза кажется неизбежной, разумные люди начинают вести себя абсурдно, независимые люди подчиняются бессмысленным приказам, мирные люди превращаются в воинов»[2]. Ф. Зимбардо исследует геноцид в Руанде. Систематическое уничтожение тутси их соседями, хуту, началось весной 1994 г. В течение нескольких месяцев геноцид охватил всю страну. Батальоны смерти, вооруженные мотыгами и дубинками, усыпанными гвоздями, убивали тысячи невинных мужчин, женщин и детей. В отчете Организации Объединенных Наций сказано, что за три месяца было убито от 800 000 до 1 млн руандийцев. Эта резня стала самой жестокой за всю историю Африки. Было уничтожено три четверти населения тутси.

Французский журналист Жан Хатцфельд взял интервью у десяти ополченцев-хуту, отбывающих наказание за убийства тысяч мирных тутси3. Признания этих людей – фермеров, ревностных христиан и даже одного бывшего учителя – ужасающе бесстрастная и безжалостная хроника немыслимой жестокости. «Мы выполняли приказ. Когда мы строились, то испытывали какой-то подъем. Мы собирались в команды на футбольном поле и шли на охоту, как единомышленники». «Любому, кто не хотел убивать, потому что жалел этих людей, нужно было следить за своими словами, чтобы не выдать своих сомнений, иначе его могли обвинить в предательстве». «Когда мы ловили тутси на болотах, мы не считали их людьми. Я имею в виду, такими же людьми, как мы, с такими же мыслями и чувствами. Охота была жестокая, охотники тоже были жестокими, жертвы были жестоки – жестокость была сильнее разума».

В результате применения технологий дегуманизации в общественном сознании формируется схема оправдания жестокости и насилия: «Как только я не буду видеть в тебе ничего человеческого, я буду нападать и убивать тебя не опасаясь, что наношу вред себе подобному» [4].

Некоторые эксперты полагают, что в современном общества технологии дегуманизации вытеснены

[1] Zimbardo P. The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil. – N.Y.: Random House Publishing Group, 2008. – 562 p.

[2] Там же.

[3] Zimbardo P. The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil. – N.Y.: Random House Publishing Group, 2008. – 562 p.

[4] Charny I.W. How Can We Commit the Unthinkable?: Genocide, The Human Cancer. – Boulder: Westview Press, 1982. – 430 p. – P.188.

в сферу коммуникации и выражаются исключительно в виде вербальной агрессии с использованием анималистических метафор. Но, как доказали учёные, работающие в проблемном поле когнитивной семантики (в частности, Дж. Лакофф), метафора обладает способностью концептуализации и может программировать социальную реальность. Н. Бердяев писал в 1934 году о бестиальной жестокости к человеку, которая обнаруживается на вершинах рафинированной человечности, и выражал сомнение, что классический гуманизм может противостоять этой тенденции. События последнего времени показали, что политические субъекты в разных странах мира не способны противостоять технологиям дегуманизации[1], а временной промежуток от вербальной агрессии до действий, приводящих к человеческим жертвам, стремительно сокращается.

Какая гуманистическая альтернатива должна быть противопоставлена технологиям дегуманизации в эпоху «текучей современности» и всеобщей сетевизации? Поиск ответа на этот вопрос может стать одним из самых серьёзных вызовов современным социальным и гуманитарным наукам.

Библиография / References:

1. Авченко В. Эффективность политических манипуляций на практических примерах (Россия 1990-х). – Владивосток, 2002. – URL: http://psyfactor.org/polman3.htm (дата обращения: 10.10.2015).
2. Ачкасов В.А. Политика идентичности мультиэтничных государств в контексте решения проблемы безопасности. – СПб: Изд-во СПбГУ, 2012. – 236 с.
3. Зиновьев А.П., Морозов С.А., Морозова Е.В. Политический менеджмент. – М.; Краснодар, 2003. – 185 с.
4. Кашин О. Ельцин – Зюганов. Десять лет спустя // Взгляд. – 2006. – 3 июля. – URL: http://vz.ru/columns/2006/7/3/39948.html (дата обращения: 11.10.2015).
5. Культура парламентской речи / под ред. С.И. Виноградова и др. – М.: Наука, 1994. – 361 с.
6. Политическая идентичность и политика идентичности. В 2 т. Т. 1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий / отв. ред. И. С. Семененко. – М.: РОССПЭН, 2011. – 208 с.
7. Политическая идентичность и политика идентичности. В 2 т. Т.2: Идентичность и социально-политические изменения в XXI веке / отв. ред. И. С. Семененко. – М.: РОССПЭН, 2012. – 471 с. С. 104.
8. Романова А. П., Якушенков С. Н., Хлыщева Е. В., Топчиев М. С. Чужой и культурная безопасность. – М.: РОССПЭН, 2013. – 215 с.
9. Романова А.П., Холова Л.А. Чужой как монстр: образ России в западном дискурсе // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – 2015. – № 4. – С. 242–247.
10. Bandura A. Selective moral disengagement in the exercise of moral agency. // Journal of Moral Education. – 2002. – № 31(2). – P. 101–119. doi:10.1080/0305724022014322.
11. Charny I.W. How Can We Commit the Unthinkable?: Genocide, The Human Cancer. – Boulder: Westview Press, 1982. – 430 p.
12. David Livingstone Smith. Dehumanization, Genocide, and the Psychology of Indifference. Understanding the psychology of dehumanization // Psychology Today. – 2011. – Dec. 2. – URL: https://www.psychologytoday.com/blog/philosophy-dispatches/201112/dehumanization-genocide-and-the-psychology-indifference-0 (дата обращения: 11.10.2015).
13. David Livingstone Smith. Less Than Human: Why We Demean, Enslave, and Exterminate Others. – London: St. Martin's Press, 2011. – 336 p.
14. Haslam N. Dehumanization: An Integrative Review // Personality and Social Psychology Review. – 2006. – № 10 (3). – P. 252–264. doi: 10.1207/s15327957pspr1003_4. PMID: 16859440.
15. Montenbruck A. (2010) Western Anthropology: Democracy and Dehumanization. 2nd ed. – Berlin: Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin, 2010.– 81 p.

[1] Отметим «вклад» в это политики политкорректности, принявшей совершенно абсурдные формы.

16. Moshman D. Us and them: Identity and genocide // Identity: An International Journal of Theory and Research. – 2007. – № 7(2). – P. 115–135.

17. Zimbardo P. The Lucifer Effect: Understanding How Good People Turn Evil. – N.Y.: Random House Publishing Group, 2008. – 562 p.

1. Avchenko, V. Effektivnost' politicheskikh manipuliatsii na prakticheskikh primerakh (Rossiia 1990-kh) [Efficiency of Political Manipulations on Practical Examples (Russia of 1990th)]. – Vladivostok. – URL: http://psyfactor.org/polman3.htm (data obrashcheniia: 10.10.2015). (In Russ.)

2. Achkasov, V.A. (2012) Politika identichnosti mul'tietnichnykh gosudarstv v kontekste resheniia problemy bezopasnosti [Politicy of Identity in Multiethnic States in the Context of a Solution of the Problem of Security]. – SPb: Izd-vo SPbGU. – 236 p. (In Russ.)

3. Zinov'ev, A.P., Morozov, S.A., Morozova, E.V. (2003) Politicheskii menedzhment [Political Managemen]. – M., Krasnodar. – 185 p. (In Russ.)

4. Kashin, O. (2006) El'tsin – Ziuganov. Desiat' let spustia [Yeltsin – Zyuganov. Ten Years Later] // Vzgliad. – July 3. – URL: http://vz.ru/columns/2006/7/3/39948.html (data obrashcheniia: 11.10.2015). (In Russ.)

5. Kul'tura parlamentskoi rechi [Culture of the Parliamentary Speech] / S.I. Vinogradova, etc. (Ed.) (1994). – M.: Nauka. – 361 p. (In Russ.)

6. Politicheskaia identichnost' i politika identichnosti. V 2 t. T. 1: Identichnost' kak kategoriia politicheskoi nauki: slovar' terminov i poniatii [Political Identity and Policy of Identity. In 2 Vol. Vol. 1: Identity as a Category of Political Science: Dictionary of Terms and Concepts] (2011) / I. S. Semenenko (Ed.). – M.: ROSSPEN. – 208 p. (In Russ.)

7. Politicheskaia identichnost' i politika identichnosti. V 2 t. T.2: Identichnost' i sotsial'no-politicheskie izmeneniia v XXI veke [Political Identity and Policy of Identity. In 2 Vol. Vol .2: Identity and Socio-Political Changes in the XXI century] (2012) / I. S. Semenenko (Ed.) – M.: ROSSPEN, 2012. – 471 p. (In Russ.)

8. Romanova, A. P., Yakushenkov, S. N., Khlyshcheva, E. V., Topchiev, M. S. (2013) Chuzhoi i kul'turnaia bezopasnost' [Stranger and Cultural Safety]. – M.: ROSSPEN. – 215 p. (In Russ.)

9. Romanova, A.P., Kholova, L.A. (2015) Chuzhoi kak monstr: obraz Rossii v zapadnom diskurse [Stranger as a Monster: The Image of Russia in the Western Discourse] // Kaspiiskii region: politika, ekonomika, kul'tura [The Caspian Region: Policy, Economy, Culture]. – № 4. – P. 242 – 247. (In Russ.)