

КОММУНИКАТИВНЫЕ АГРЕССИИ XXI ВЕКА

I. Медийные деструкции в «славянском треугольнике»: генезис и условия проявлений

Коммуникативная агрессия и политический дискурс в современной России: мнение студенческой молодежи

Коммуникативные агрессии в ценностно-политическом дискурсе российских сетевых сообществ

Постправда и словесная агрессия в СМИ: инструментарий формирования картин мира «Польский вопрос» в российских медиа: коммуникативная память и коммуникативная агрессия

Медиацена в Сербии: нарастание агрессивности СМИ

Агрессия в качественных сербских СМИ как речевой феномен

Артикуляция коммуникативных агрессий в профессионально ориентированной среде

II. Коммуникативные агрессии как феномен современных медиа

Идеологизация языка агрессии в российских СМИ: политологический ракурс

Коммуникативные агрессии в контексте гражданского общества: дискурс солидаризации

Олимпийская тема в сетевых сообществах России: динамика агрессивного противостояния

Коммуникации агрессивного феминизма и антифеминизма (на материалах французской прессы)

Авторы:

И. А. Быков

И. А. Гладченко

Э. Декич

А. Н. Жаворонкова

Р. Г. Иванян

В. Кляйч

С. В. Курушкин

А. Н. Марченко

М. Неделькович

В. Новяк

П. Павелчик

В. А. Сидоров

Н. С. Цветова

ПЕТЕРБУРГСКАЯ
ШКОЛА ЖУРНАЛИСТИКИ
И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Петербургская школа журналистики и МК

Коллектив авторов

**Коммуникативные
агрессии XXI века**

«Алетейя»

Коллектив авторов

Коммуникативные агрессии XXI века / Коллектив авторов —
«Алетейя», — (Петербургская школа журналистики и МК)

ISBN 978-5-907189-84-3

В коллективном труде рассматривается интенсификация коммуникативных агрессий; раскрывается смысл нового медийного феномена, тесно связанного с глобализацией информационной сферы на основе расширения социальной значимости интернета. Внимание авторов сосредоточено на взаимозависимости медийной аудитории и средств коммуникаций в контексте роста агрессивности в медийной среде. В какой степени аудитория массмедиа включена в практики коммуникативных агрессий? Насколько расширяет их культивация в СМИ ложных сообщений? Как происходит подмена ценностей в агрессивных медиадискурсах? Поискам ответов на эти и другие вопросы посвящены главы, написанные по результатам исследования, проведенного в рамках Международного научного проекта коллективами ученых России (СПбГУ), Польши (Университет им. Адама Мицкевича в Познани), Сербии (Белградский университет). Книга адресована исследователям журналистики и массовых коммуникаций, а также широкому кругу специалистов социально-гуманитарного профиля.

ISBN 978-5-907189-84-3

© Коллектив авторов

© Алетейя

Содержание

Введение	5
Summary	11
I. Медийные деструкции в «славянском треугольнике»: генезис и условия проявлений	12
Глава 1.1.	12
1. Введение	12
2. Концепции агрессивного поведения в обществе и в Интернете	13
3. Конструктивистский подход в политической науке и политической коммуникативистике	15
4. Коммуникативная агрессия глазами студенческой молодежи	16
5. Коммуникативная агрессия как ресурс политического влияния: больше плюсов, чем минусов?	21
6. Выводы	23
Summary	24
Список источников:	24
Список литературы:	25
Глава 1.2.	27
Summary	33
Список источников:	34
Список литературы:	34
Глава 1.3.	35
1. Введение	35
2. Исследования студенческой аудитории	36
3. Постправда как ложь	36
4. Агрессия в языке политики	40
5. Агрессия в новой медийной среде	41
Конец ознакомительного фрагмента.	44

Коммуникативные агрессии XXI века

Введение

В надеждах и ожиданиях лучшей жизни встретило человечество XXI век, который футурологи в дружном согласии назвали веком возвышения гуманитарной сферы. И даже называя его веком биологии, все равно подчеркивали его неизменную обращенность к человеку. Однако праздничные ожидания сменяются трезвыми буднями, и сегодня все больше тех, кто спрашивает, действительно ли новый век обратился к гуманистическим основам бытия, не случилась ли подмена заявленных ценностей.

На рубеже веков многих воодушевила перспектива всеохватного и безграничного распространения массовых коммуникаций, возможностей сетевой организации социума, информационного и вместе с ним социального прогресса. Тогда еще могло казаться, что информационные войны XX века как реликт «холодной войны» уходят в прошлое, а демократические преобразования в мире снимают остроту идеологических сражений.

Не так уж много времени потребовалось для того, чтобы убедиться в наивности благих надежд миллениума. Информационные войны были и остаются органичной частью политического пейзажа, разве что приобрели новое качество – массовые коммуникации и в самом деле оправдали некоторые возложенные на них надежды. Но прогрессировала только их технологическая составляющая, отнюдь не гуманитарная. Более того, прежние информационные войны в связи с техническими новациями встали на новую ступень своего социального функционирования.

В XX веке массовый информационный процесс в основном всегда односторонний – от коммуникатора, обладавшего мощными передатчиками сообщений, к реципиенту, владевшему исключительно приемниками его сообщений. Именно так и происходило «воздействие “послания” на человека, на определенную социальную группу. Такое воздействие должно побудить людей к принятию решений и к действиям. Но воздействие на человека, на целевую группу связано с преодолением определенных барьеров, к которым относятся внутренний мир личности и общественное мнение, складывающееся в окружающей среде... Внутренний мир личности – это ценности, которых придерживается человек, это его потребности и интересы. Через них должно пройти послание (месседж), прежде чем побудить к действию»¹.

Сегодня технологии массовых коммуникаций изменились настолько, что изменили даже ее участников: реципиент вошел в Интернет, через который овладел первичными навыками информационного реагирования на сообщение коммуникатора и нередко сам пытается им стать. Поэтому былой коммуникатор уже не может оставаться на прежних позициях, он меняет свои методы и формы воздействия на внутренний мир личности и в целом на общественное мнение. Системные социальные подвижки привели отнюдь не к укреплению взаимопонимания людей в обновленном медийном пространстве, а открыли дорогу экстремистским, агрессивным выражениям эмоций и мнений. Открылся простор для коммуникативных агрессий, в которые оказались вовлеченными все – коммуникаторы и медийные аудитории, ученые и политики, обыватели и пассионарии; коммуникативные агрессии реализуются внутри страны и за ее пределами, в журналистских текстах и настроениях сетевых сообществ, в произведениях

¹ Макаревич Э. Ф. Последний бастион. Глобальная культура коммуникаций. – М.: Дрофа, 2011. С. 6.

искусства и общественном мнении... В коммуникативных агрессиях нашего времени реализуются давно известные формы «обработки людей людьми»².

Сегодня исследования медиа поставили под пристальное внимание эффекты массовой коммуникации, которые выражаются в стимулировании агрессивных потенций ее аудитории. Однако вне пределов внимания ученых осталась связь функционирования агрессивного дискурса и включения в него всех страт общества на основе новейших медийных технологий. Современный этап развития политических и медийных систем показывает, что изучение коммуникативных агрессий – актуальная научная проблема, требующая свежих решений и методик, а также уточнения предмета изучения. В известной мере это обусловлено «появлением феномена сетевых сообществ, значительно отличающихся по своим характеристикам от классической массы людей, [поэтому] ряд устоявшихся теорий и моделей в сфере политического управления и политических коммуникаций требует своего пересмотра и адаптации применительно к интернет-пространству»³.

Коммуникативные агрессии – это нанесение оппоненту идейно-политического и культурно-нравственного ущерба по медийным каналам. Агрессии в медийной среде в форме ценностного конфликта вокруг символа веры ведут к политической и культурной поляризации общества и подпитывают предрассудки социума по отношению к «инаковости» – иному образу мысли, иной культуре, иному поведению. Культурную поляризацию социума часть исследователей трактует как метатенденцию медийной практики современности. Под знаком этой метатенденции прошла большая часть XX века. Но и в наступившем столетии актуальны «очаги возможной поляризации: растет экономическое неравенство, религиозный и рыночный фундаментализм»⁴. Поэтому коммуникативные агрессии проявляются как направляемые/спонтанные реакции социума на актуальные ценностные раздражители в сферах политики, культуры, религии, экономики; в связи с чем осуществляются по всем каналам передачи информации. Как отмечает публицист, «в начале третьего тысячелетия человечество столкнулось с войной совершенно нового типа. С войной, где не имеют значения ни верования, ни национальность, ни государственная принадлежность, ни идеология, ни культура, с войной, где нет другой цели, кроме тотального уничтожения, с войной, где противник неисчислим, поскольку им может стать каждый, кто сядет за клавиатуру компьютера. Выиграть эту войну невозможно. Ибо победа в ней неотделима от поражения»⁵.

В новых условиях известные нам из истории религиозно-политических общностей и этносов мощнейшие агрессивные умонастроения, возникавшие якобы без видимых причин и так же неожиданно угасавшие, приобрели второе дыхание: в динамично растущей массе вовлекаемых/вовлеченных сетевым миром в акты коммуникативных агрессий, как правило, высока готовность к переносу агрессии из символического пространства в физическое. Потому что побудительные поводы агрессивного поведения забываются быстро, и поначалу рационально артикулируемые подлинные/или кажущиеся подлинными его причины потом никто не отличает от последующего фанатичного отстаивания «символа веры», иррационального в своей основе. Поэтому агрессивный дискурс, быть может, даже начатый сознательно, на некоторых рациональных основаниях, способен выйти из-под какого бы то ни было контроля и развиваться по собственным законам. Его поддерживает «глобальная культура массовых коммуникаций. Эта культура определяется деятельностью транснациональных центров (полюсов)

² Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология. Т. 1. Критика новейшей немецкой философии в лице ее представителей Фейербаха, Г. Бауэра и Штирнера и немецкого социализма в лице различных его пророков // К. Маркс, Ф. Энгельс. Собр. соч. Изд. 2. – М.: Госполитиздат, 1955. С. 35, прим.

³ Володенков С. В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2015. С. 245.

⁴ Дзялошинский И. М. Экология медиасреды: этические аспекты. – М.: Изд-во АПК и ППРО, 2016. С. 402.

⁵ Столяров А. М. Освобожденный Эдем. – М.: АСТ: АСТ МОСКВА: ХРАНИТЕЛЬ; СПб.: Terra Fantastica, 2008. С. 216.

разработки смыслов, символов, стандартов, которые задают некую матрицу,... задающую последующее воспроизведение смыслов, символов, стандартов»⁶.

ИмPLICITно формируемые целевые установки коммуникативных агрессий определяют приоритетность Интернета как среды их проведения – есть возможность массовости действий и мгновенной реакции толпы (не без влияния лидеров мнений) на изменение ситуации, а подобное трудно достижимо при использовании традиционных СМИ. Пользователи Интернета уверены, что в сетевой среде нет фильтров на путях распространения информации; здесь культивируется иллюзия свободы в обмене суждениями. При этом никого не смущает, что в сетевом мире информация непроверенная, выражение мнений – некорректное, что под прикрытием вымышленных имен одни и те же участники информационных обменов, мигрируя от одного информационного ресурса к другому и третьему, создают видимость протестов со стороны широкой общественности. В результате, «говоря о протестной сетевой активности, важно рассмотреть и такой эффект, как радикализация политических настроений сетевых пользователей. <...> значительное число ресурсов и сетевых сообществ давления представляет и агрегирует радикальные и экстремистские взгляды, которые затем успешно артикулируются в публичном политическом пространстве»⁷.

Коммуникативные агрессии наследуют содержание, формы и методы идейно-политической борьбы между социальными системами XX века. Идеологическая борьба была неотъемлемой составляющей «холодной войны», в которой использовались все доступные на тот период средства и каналы коммуникации – радиовещание и симпозиумы ученых, спортивные олимпиады и симфонические концерты, кинофестивали и выставки шедевров из лучших музеев мира. Цель придавала смысл коммуникативным акциям – продемонстрировать превосходство своей политической системы, тем самым низводя к нулю идеологию оппонента. «Политическая пропаганда – это использование средств связи и информации в интересах власти. ... Цель заключается в экономии материальных затрат на мировое господство»⁸, – так в середине прошлого века жестко сформулировал Г. Лассуэлл. Анализируя феномен пропаганды советские ученые во главу угла ставили отражаемые в сфере международных отношений классовые противоречия, а западные специалисты в основном придерживались концепции продвижения идей демократии и прав человека. В новом веке изменения коснулись всех известных практик идеологической борьбы, информационных войн, что не отменяет их сущности: коммуникативные агрессии являются особым отражением противоречивых социальных процессов современности.

Перемены в области информационного противостояния происходят вкупе с обострением политических противоречий в мире, духовные процессы приобретают радикальный характер. Индикатором радикализации духовной сферы стали политические апелляции к «большинству» или «меньшинству» социума. Категории большинства и меньшинства вписаны в простейшие представления о демократии, отчего в определенной части обществ крепнет убеждение в том, что обращение к большинству социума и отклик на него якобы обладают авторитетом легитимности. Ложный посыл позволяет радикальным элементам считать нормой агрессивный диктат своей трактовки духовных ценностей, наступая на оппонентов в медийном и физическом пространстве. В медийных акциях агрессивное «большинство» широко использует ценностные архетипы национальной культуры, потому что ценности не надо доказывать, их достаточно декларировать. Но они обладают силой, приводящей в столкновение социальные сообщества, цивилизации и страны, реализуя коммуникативные агрессии, так как механизм их действия охватывает социум от верхов до низов. Спусковым устройством в них становятся ценностные раздражители, расположенные в сферах политики, культуры, религии. Все субъекты

⁶ Макаревич Э. Ф. – Указ. соч. С. 94.

⁷ Володенков С. В. Указ. соч. – С. 119.

⁸ Lasswell H. Propaganda in War and Crisis. – N. Y., 1951. P. 22.

медиафферы прикасаются к одному и тому же ценностному суждению, но реагируют на него индивидуально, в диапазоне от безоговорочной поддержки до полного неприятия. «Инаковость» восприятия – раздражающий социальное взаимодействие фактор, которым включается механизм коммуникативных агрессий. «По мере нарастания насилия поставленные на карту первоначальные проблемы обычно подвергаются переоценке исключительно в терминах “мы” против “них”, группа спланивается все сильнее и убеждения крепнут. ... Возникает “динамика ненависти”, в которой взаимные опасения, недоверие и ненависть подпитывают друг друга»⁹.

Коммуникативные агрессии – проявление социальных противоречий в медийной среде¹⁰ – носят дискретный характер, интенсивно обновляют медийную систему символического распознавания «свой – чужой». В медиаффере растет консолидированная и мотивированная меняющимся информационным контекстом сначала отчужденность, а затем и агрессивность активизированных групп общества по отношению к проявлениям «инаковости». Контексты коммуникативных агрессий – политика, культура, спорт, городской быт, межличностные отношения – пронизываются медийными проявлениями обличений, находящихся свое выражение в символах-раздражителях ненависти, насилия, оскорблений, угроз в адрес носителей «инаковости» – языков, художественных вкусов, политических взглядов.

Коммуникативные агрессии характерны:

- неуправляемой динамикой негативных реакций массовой аудитории на медиасобытия;
- тотальной активизацией межличностных коммуникаций сетевой среды;
- агрессивной коннотацией ценностных символов-раздражителей;
- потенциальной возможностью переноса агрессии из медийной среды в физическое пространство социума.

Концепция коммуникативных агрессий апробирована в статьях¹¹ и дискуссиях на международных конференциях в Познани, Санкт-Петербурге, Хельсинки, Белграде¹².

В предложенной читателю коллективной монографии представлены результаты исследований в рамках международного Проекта «Коммуникативные агрессии XXI века», инициированного учеными университетов-партнеров из России и Польши – Санкт-Петербургского государственного университета (СПбГУ) и Университета им. Адама Мицкевича (УАМ). К уже начатому Проекту присоединились коллеги-политологи из Белградского университета (Сербия).

Эмпирической базой исследований явились, прежде всего, итоги анкетирования студентов этих университетов, выбравших профессии журналистов и политологов. Анализ их пред-

⁹ Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. С. 432–433.

¹⁰ Назарчук А. В. Идея коммуникации и новые философские понятия XX века // Вопросы философии. 2011. № 5. С. 157.

¹¹ Sidorow Wiktor. Прологомены к ценностному анализу коммуникативных агрессий XXI века // Rocznik Prasoznawczy. Rok X/2016. S. 41–54; Sidorov Viktor, Ivanyan Rusanna, Kurushkin Sergey and Nigmatullina Kamilla. Communicative Aggression in the Russian Media Sphere: Background and Manifestations // Indian Journal of Science and Technology, Vol 9(36), DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i36/102032, September 2016; Сидоров В. Коммуникативные агрессии современности: предтечи и состояние // Век информации. Медиа в современном мире. Петербургские чтения: Материалы 56-го международного форума (13–14 апреля 2017 года) / отв. ред. В. В. Васильева. 2017. № 2 : в 2 т. Том 1. – СПб.: Высш. шк. журналистики и массовых коммуникаций, 2017. С. 165–167; Сидоров В. А. Коммуникативные агрессии XXI века: определение и анализ предпосылок // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. № 2.

¹² Междунар. научная конференция «Culture and russian society», Университет Хельсинки, Александрийский институт, 21–23 октября 2015 г.; Междунар. научная конференция «Europa XXI wieku» 1–5 февраля 2017 г.: Университет им. Адама Мицкевича (Познань, Польша); Междунар. научная конференция «Europa XXI wieku» 1–2 февр. 2018 г.: Университет им. Адама Мицкевича (Познань, Польша); Между-нар. научный Форум «Медиа в современном мире. 56-е Петербургские чтения» 13–14 апр. 2018 г.: СПбГУ, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; V междунар. науч.-практ. конференция «Стратегические коммуникации в бизнесе и политике» STRATCOM–2017 22–23 ноября 2017 г.: СПбГУ, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Междунар. научный Форум «Медиа в современном мире. 57-е Петербургские чтения» 19–20 апр. 2018 г.: СПбГУ, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Междунар. научная конференция «Communicative aggression of the XXI century» 12 окт. 2017 г.: Белградский университет, факультет политических наук (Сербия).

ставлений об агрессивности медиа позволяет по-новому оценить конфликт в межкультурной информационной среде социумов, в частности, в контексте отношений России и Польши, Сербии и ЕС. Актуализация изучаемой проблематики определяется особенностями коммуникативных агрессий, в настоящее время интенсифицируемых в медийной среде отдельных стран и в целом мирового сообщества: так, отмечаются проявления медийной агрессивности во всех странах социума, прежде всего, за счет активизации их присутствия в сетевой среде, к тому же агрессивные интенции медиа способны вступать в резонанс с настроениями аудитории. Отчего либо резко усиливаются проявления агрессивности в обществе, либо нарастает в нем критическое отношение к медиа. Среди задач исследования можно выделить анализ агрессивных интенций СМИ и отношения польского студенчества к России и российского – к Польше, а также факторов, способствующих росту представлений о СМИ в качестве источника коммуникативных агрессий. Разработка понятия коммуникативных агрессий, причин понимания студентами пропаганды в СМИ как источника агрессии, анализ медийного стереотипа «русофобия» как возбуждающего агрессивность аудитории определяют научную значимость исследования. Практическая значимость Проекта заключается в том, что установлены: 1) разноименные тенденции в СМИ и их студенческой аудитории – в отличие от негативизма политических публикаций в СМИ польские и российские студенты по отношению соответственно к России и Польше настроены более доброжелательно или, чаще, нейтрально; 2) опасность чрезмерного употребления журналистами и политиками концептов с резко негативной коннотацией, ввиду их свойства вызывать агрессивные реакции в социуме при обострении политических конфликтов.

В современных условиях преобразования информационной реальности меняются подходы аудитории СМИ к восприятию медийных текстов, соответственно должны меняться методы политической пропаганды. Так, должно быть дозировано применение символов и стереотипов с негативной коннотацией, в противном случае реально наращивание деструкции политической полемики до опасного уровня полномасштабных коммуникативных агрессий.

Результаты исследований позволили установить сопричастность без исключения всех медийных процессов, происходящих по обширному полю массовых коммуникаций социума, к разворачиванию коммуникативных агрессий. И поэтому мы присоединяемся к выводу политолога: «Образы, создаваемые прессой, телевидением, радио, Интернетом (в новостях, репортажах, статьях, интервью, очерках, многочисленных ток-шоу, “круглых столах”, дискуссионных клубах, документальных фильмах, интерактивных передачах, на презентациях), образуют контент массовых коммуникаций на центральном, региональном и местном уровнях. Эти образы поддерживаются художественными образами с “фабрик массовой культуры”, чей “продукт” – литература, фильмы, музыка, представления, спектакли, шоу и т. п.»¹³.

В понимании участников научного Проекта, повседневно работающих с учащейся молодежью, опрошенные нами студенты являются репрезентативной социальной средой, по настроениям которой допустимо делать обобщения о социальной опасности и формах агрессивной практики медиа. Результаты анкетирования тем более интересны, если учесть, что опрошенные под влиянием уже сделанного ими выбора своей будущей профессиональной деятельности особенно внимательны к политике и медиа. С этой точки зрения, многие суждения студентов можно, естественно, с известной долей допущения, считать квалифицированным мнением, что, конечно, не исключает выражения будущими журналистами и политологами суждений, типичных для молодежи и медийной аудитории в целом.

Следует подчеркнуть одобряемую всеми участниками Проекта цель (сверхзадачу) принятого исследования. Мы не ставили конечной целью удовлетворение интереса о теневой стороне медийной жизни социума. Наш интерес вызван иными побуждениями. В нашем пони-

¹³ Макаревич Э. Ф. Указ. соч. – С. 76.

мании изучение негативных проявлений в жизнедеятельности массовых коммуникаций позволит оздоровить медийную практику в целом, что, в свою очередь, способно оказать позитивное воздействие на политические, этнокультурные практики, сегодня особенно важные, когда медиа приобрели иное, еще не изученное, значение для социума, в то время как акторы политики нередко продолжают видеть в них субъектов информационных отношений XX века и взаимодействовать с ними по лекалам прошлого.

Особенности проведенных нами исследований заключаются в следующем:

1. мы не столько стремились к описанию агрессивного состояния СМИ наших стран, например, в обостряющихся взаимоотношениях Польши и России, сколько в ответах студентов определяли формы коммуникативных агрессий, находили источники медийных деструкций;

2. определение проявлений медийных деструкций вышло за пределы контекста взаимоотношений Сербии и Евросоюза, России и Польши, нами также анализировались перманентно возникающие и неодинаковые в своем напряжении конфликтные ситуации в обществе и медиа, изучение которых позволило установить фазы коммуникативных агрессий – от зарождения до затухания;

3. изучение разнообразных проявлений коммуникативных агрессий позволяет обратить внимание на амбивалентность возбуждающих их причин. Можно сказать, что к наращиванию агрессивной риторики прибегают все, вне зависимости от политической позиции, отчего в восприятии аудитории агрессивны все – «свои» и «чужие», «светлые» и «темные», но в конечном счете ярлык агрессивности навешивается всецело на СМИ.

Это не значит, что авторы предлагают коммуникативные агрессии воспринимать индифферентно, считая их некой нормой медийной жизни. Такой подход мы не приемлем, считаем, что высшей ценностью гуманистически ориентированных коммуникационных процессов является человек, его правдивое, неискаженное восприятие картины мира и свободное выражение им своего мнения, чему всегда препятствуют медийные деструкции. Именно поэтому их изучение всегда актуально для XXI века, объявленного столетием приоритета знаний о Человеке.

Структуру монографии образуют два раздела. Первый образовали главы, в которых анализируются деструктивные явления в медиа и их восприятие студенческой аудиторией так называемого «славянского треугольника» – Польши, России, Сербии. Главной задачей этого раздела стало установление генезиса и условий проявлений коммуникативных агрессий. Понятно, что содержание глав много шире обозначенных задач, но это только обогащает замысел Проекта.

Во втором разделе коммуникативные агрессии рассматриваются как феномен XXI века, триггерами которого становятся «внезапно» возникающие политические ситуации. География объектов изучения в главах этого раздела выходит за пределы «славянского треугольника», однако признаки коммуникативных агрессий неизменны. Эмпирический материал, изученный в главах второго раздела, и сделанные в нем выводы расширяют наше знание о природе коммуникативных агрессий – выявлены фазы функционирования, предшествующие непосредственной активизации деструкций в массовых коммуникациях. В результате формируется целостное представление о коммуникативных агрессиях как новом качестве уже известных информационных войн.

Summary

Communicative aggressions are attacks on the opponent done through media channels causing ideological, political, cultural and moral damage. Aggressions in the media environment in the form of the value-based conflict around “a symbol of belief” lead to political and cultural polarization of society and feed society with prejudices in relation to “otherness” – other way of thinking, other culture, other behavior.

In this collective monograph one can find the outcomes of the research implemented within the international project “Communicative Aggressions of the 21st Century” initiated by scientists of the partner universities from Russia and Poland, St. Petersburg State University (St. Petersburg State University) and the University of Adam Mickiewicz (UAM). Colleagues from the Belgrad university (Serbia) headed by professor V. V. Kljaic joined the project as well.

Empirical base of research, first of all, are results of survey of students of these universities, future journalists and experts in politics. The analysis of their understanding of media aggression allows to re-evaluate the conflict in the cross-cultural information perspective, in particular, in the context of the relations of Russia and Poland.

Importance of the research topic is defined by the features of the communicative aggressions which got intensified in the media environment of the certain countries and in general in the international community. Media aggression is present in all strata of society, first of all, due to activization of their presence in the network environment. Besides that aggressive intensions of media can resonate with mood of audience. Because of that agressivity in society gets intensified, or critical relation to media raises up.

Therefore the main objectives of the research initiated by researches from Poznan and St. Petersburg were: to analyze aggressive intensions of media and the attitude of the Polish students towards Russia and Russian ones – to Poland; to identify the factors strengthening the perception of media as a source of communicative aggressions. Scientific value of a research is defined through development of a concept of communicative aggressions, understanding the reasons why students look at media propaganda as aggression source, the analysis of a media stereotype “russophobia” which stirs up aggression of audience. The practical value is measured by the outcomes: 1) heteronymic trends in media and their student’s audience – the Polish and Russian students tuned towards Russia and Poland more considerate or, more often, neutrally, in contrary to negativism of political publications in media; 2) there is danger of the excessive use by journalists and politicians of concepts with drastically negative connotations because of their ability to lead to aggressive reactions in society and escalation of political conflicts.

Научные руководители Проекта профессор Виктор Сидоров (СПбГУ), профессор Войцех Новяк (UAM), профессор Веселин Кляйч (Белградский университет)

I. Медийные деструкции в «славянском треугольнике»: генезис и условия проявлений

Глава 1.1.

Коммуникативная агрессия и политический дискурс в современной России: мнение студенческой молодежи

И. А. Быков, И. А. Гладченко, СПбГУ

1. Введение

Традиция исследований коммуникативной агрессии в политическом дискурсе имеет достаточно глубокие традиции как в России, так и за рубежом. Первоначально изучение влияния агрессивных высказываний на поведение происходило в рамках теории политической пропаганды в период до Первой мировой войны. В частности, основатель связей с общественностью – Э. Бернейз указывал, что в качестве политического лидера «публике не интересен человек-автомат. Ей интересен лидер, борец, диктатор»¹⁴, то есть человек с активной и даже агрессивной гражданской позицией. Также ранние исследования политической пропаганды и идеологического противоборства четко выявили конфликтную сущность политической жизни, когда любая политическая борьба строится на противопоставлении «наших» и «не наших»¹⁵. Природа политической жизни неизбежно включает в себя взаимную агрессию между политическими акторами, даже если конкуренция между акторами осуществляется в рамках «цивилизованной дискуссии».

После Второй мировой войны многочисленные исследования психологии человеческой агрессии, однако, привели к формированию общего убеждения о контрпродуктивности агрессивного поведения в межличностном и групповом общении¹⁶. Детальные исследования эффектов демонстрации агрессивного поведения и насилия в средствах массовой информации в большинстве случаев также указали на деструктивные последствия для массового сознания¹⁷. Чрезмерное использование агрессивной риторики в политическом дискурсе обычно свидетельствует о наличии серьезных социально-политических дисфункций в обществе. Именно это обстоятельство подчеркивает В. А. Сидоров, когда указывает на то, что понятие коммуникативной агрессии подразумевает проявление качественно новых социальных противоречий в медиапространстве и апелляцию к актуальным ценностным раздражителям¹⁸. Чрезмерно агрессивная риторика обычно порождает ответную эмоциональную реакцию с последующей эскалацией конфликта. Политический конфликт в таких условиях может перейти из состояния идейно-символического противостояния в состояние физического или даже вооруженного противоборства. Возможен и другой вариант развития конфликта, а именно возникновение ситуации «спирали молчания», когда неагрессивное меньшинство (или даже большинство)

¹⁴ Бернейс Э. Пропаганда. – М.: Hippo Publishing, 2010. С. 95.

¹⁵ Шмитт К. Понятие политического // Вопросы социологии. 1992. № 1. С. 35–67.

¹⁶ Берковиц Л. Агрессия: причины, следствия и контроль. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. 512 с.

¹⁷ Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб: Питер. 2001. 352 с.

¹⁸ Сидоров В. А. Медиавирусы как средство коммуникативных агрессий // Гуманитарный вектор. 2016. Том 11. № 5. С. 122–129.

предпочитает просто не высказывать своего мнения¹⁹. В данной главе монографии предполагается обсуждение проблемы распространения коммуникативной агрессии в политическом дискурсе современной России, а также анализ сопутствующих эффектов и последствий для стабильности политического режима.

2. Концепции агрессивного поведения в обществе и в Интернете

Исследователи определяют как агрессию любое поведение, нацеленное на причинение вреда другому человеку. В то же время актор должен быть уверен в том, что его поведение достигнет цели и причинит вред²⁰. Вред, причинённый случайно, не расценивается в данном случае как агрессивный акт, поскольку не является целенаправленным, так же, как и акты агрессии, являющиеся последствиями действий, нацеленных на помощь. В этом случае индивид, на которого направлено агрессивное воздействие, не мотивирован избегать такого воздействия²¹.

Существует несколько ключевых теорий, привлекающих наибольшее внимание исследователей. Согласно когнитивной неоассоциативной теории Коллинза и Лофтуса, агрессивное поведение и негативные мысли и ассоциации в человеческой памяти связаны²². Таким образом, если человек получил негативный или неприятный опыт, то в дальнейшем подобные ситуации будут вызывать все похожие воспоминания, как физиологические, так и психические²³. Следовательно, индивид запоминает некоторые знаки, представленные в ситуации, впоследствии эти знаки влияют на реакцию индивида в других ситуациях.

Важно отметить, что для ослабления возникающего физиологического возбуждения требуется время²⁴. Таким образом, если промежуток времени между двумя событиями, вызвавшими у индивида сильную эмоциональную реакцию, непродолжителен, то эффект, вызванный первой ситуацией, повлияет на реакцию на второе событие. В том случае, если вторая ситуация также несет негативный и агрессивный посыл, негативная эмоциональная реакция будет усилена. На этом основании построена теория переноса возбуждения Зиллмана, которая предполагает, что индивид может находиться в состоянии агрессии в течение определенного периода времени, но только при условии, что это эмоциональное состояние будет сознательно поддерживаться. Вместе с тем, согласно данному утверждению, человек остается в состоянии реагировать негативно, даже если физическое возбуждение уже закончилось.

Концепция теории социального обучения предполагает, что люди, как правило, учатся реагировать на агрессивные атаки так же, как и на другие формы социального поведения²⁵. Модели поведения могут быть почерпнуты из наблюдений за реакциями других людей или из собственного опыта. В свою очередь, Гесман (1986, 1998) усовершенствовал теорию и предложил подход, предполагающий существование агрессивных сценариев²⁶. Согласно этому положению, дети, наблюдающие насилие по каналам массовой коммуникации, перенимают агрессивные сценарии поведения. Если ребенок выучит сценарий один раз, он может воспроизвести его позже или использовать в качестве руководства по поведению в обществе.

¹⁹ Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. М.: Прогресс-Академия, 1996. 352 с.

²⁰ Baron R. A., Richardson D. R. Human Aggression. New York: Plenum 1994. 2nd ed.

²¹ Bushman B. J., Anderson C. A. Is it time to pull the plug on the hostile versus instrumental aggression dichotomy? Psychological Review 2001. 108, 273–79.

²² Collins A. M., Loftus E. F. A spreading activation theory of semantic processing. Psychological Review 1975. 82, 407–28.

²³ Berkowitz L. Pain and aggression: some findings and implications. Motiv. Emot 1993. 17, 277–93.

²⁴ Zillmann D. Arousal and aggression. See Geen & Donnerstein 1983, 75–102.

²⁵ Bandura A. Psychological mechanisms of aggression. See Geen & Donnerstein 1983, 11–40.

²⁶ Huesmann L. R. The role of social information processing and cognitive schema in the acquisition and maintenance of habitual aggressive behavior. See Geen & Donnerstein 1998, 73–109.

В соответствии с теорией социального взаимодействия, выдвинутой учеными Тедешки и Фелсоном²⁷, агрессивное поведение определяется как поведение, когда актер совершает насильственные действия по отношению к кому-либо с целью заставить его изменить свое поведение. Такие действия могут быть использованы для достижения целей социальной идентификации, приобретения чего-то ценного, восстановления справедливости за предполагаемый ущерб. Таким образом, актер мотивирован на получение собственной выгоды.

Агрессия различными способами проникла в средства массовой коммуникации и активно ими транслируется. Помимо телевидения, радио, печатной прессы, фильмов, видеоигр и музыки, отдельно Интернет содержит огромное количество информации, которую можно считать насильственной и агрессивной²⁸. Если обратиться к непосредственному контексту медийных текстов, коммуникативная агрессия визуализируется и появляется практически на каждом дисплее²⁹. Если опираться на данное утверждение, существует очень мало возможностей избежать потребления информации, содержащей агрессию.

В эпоху цифровых коммуникаций возник целый ряд новых форм коммуникативной агрессии. В качестве наиболее распространенных видов коммуникативной агрессии хотелось бы отметить кибербуллинг, троллинг и флейминг.

Большинство ученых сходятся во мнении, что кибербуллинг может быть определен как преднамеренное и повторяющееся использование коммуникационных технологий индивидом или группой, для угроз или причинения вреда другим³⁰. Существует несколько принципиальных аспектов определения: 1) использование электронных коммуникационных технологий (электронная почта, текстовые сообщения, смартфоны, мессенджеры); 2) использование данных технологий должно быть предназначено для нанесения вреда или угроз кому-либо; 3) агрессивное поведение должно быть преднамеренным и осознанным; 4) действия должны носить повторяющийся характер; 5) кибербуллингу может подвергаться как единичный актер, так и группа. Недавние исследования показывают, что явление кибербуллинга довольно распространено среди молодежи³¹.

Концепция флейминга подразумевает, что наиболее важным моментом для акторов такого типа поведения является вовлечение в процесс. Например, чем чаще человек присоединяется к дискуссии о политике, тем больше у него шансов быть вовлеченным в политической флейминг. В своем исследовании Ивлэнд и Хивли³² обнаружили, что существует корреляция между вовлеченностью в политическую коммуникацию и общей частотой политических дискуссий. Как предполагает Хмиеловски, логика этого исследования может быть применена и к онлайн-коммуникации³³. То есть, чем больше времени человек проводит в Интернете, тем больше вероятность того, что он будет вовлечен в более широкий спектр коммуникаций³⁴, и тем больше у актора будет возможностей для вовлечения во флейминг.

²⁷ Tedeschi J. T., Felson R. B. *Violence, Aggression, & Coercive Actions*. Washington, DC: Am. Psychol. Assoc 1994.

²⁸ Mengü, M., Mengü S. *Violence and Social Media*. Athens Journal of Mass Media and Communications 2015, 1 (3), pp. 211–227.

²⁹ Yanıkkaya, B. Gündelik hayatın suretinde: öteki korkusu, görsel şiddet ve medya [The representation of daily life: the fear of the others, visual violence and the media]. In B. Çoban (Ed.), *Medya, Milliyetçilik, Şiddet* [Media, Nationalism, Violence]. İstanbul: Su 2009.

³⁰ Roberto, A. J., & Eden, J. Cyberbullying: Aggressive communication in the digital age. In T. A. Avtgis, & A. S. Rancer (Eds.), *Arguments, aggression, and conflict: New directions in theory and research* (pp. 198–216). New York, NY: Routledge 2010.

³¹ Aboujaoude, E., Savage, M. W., Starcevic, V. & Salame. W. O. *Cyberbullying: Review of an old problem gone viral*. Journal of Adolescent Health 2015. 57, 10–18.

³² Eveland, W. P., & Hively, M. H. Political discussion frequency, network size, and “heterogeneity” of discussion as predictors of political knowledge and participation. Journal of Communication. 59(2), 205–224.

³³ Hmielowski, Jay D., Hutchens Myiah J. & Cicchirillo, Vincent J. Living in an age of online incivility: examining the conditional indirect effects of online discussion on political flaming. Information, Communication & Society 2009, 17 (10), pp. 1196–1211.

³⁴ Lindsay, M., & Krysik, J. Online harassment among college students. Information, Communication & Society 2012. 15(5), 703–719.

Еще один феномен коммуникативно-агрессивного поведения – троллинг. Предлагаемое определение «тролля» может быть следующим: это человек, который провоцирует негативные и агрессивные дискуссии в Интернете, публикуя подстрекательские комментарии³⁵. Теоретическая база относительно этого Интернет-феномена сложилась только в конце 2000-х годов³⁶. Было предложено понимать троллей как сообщество, использующее коммунитарный подход³⁷. Однако в ряде исследований троллинг трактуется как злонамеренное и жестокое поведение (от англ. – «abuse»)³⁸, направленное на сознательное причинение вреда и моральных страданий оппоненту³⁹.

3. Конструктивистский подход в политической науке и политической коммуникативистике

Исследование коммуникативной агрессии в политическом дискурсе, разумеется, возможно с использованием различных методов и теоретических подходов. В данной главе делается попытка применения конструктивистского подхода в политической науке, который зародился «в рамках теории международных отношений, как альтернатива взаимно исключаящих друг друга школ реализма и идеализма»⁴⁰. С одной стороны, конструктивизм обращает пристальное внимание на политическое сознание, которое определяет поведение политических акторов, а с другой, учитывает имеющиеся у них материальные ресурсы. Согласно конструктивистам, политика реализуется в виде политических практик, то есть устойчивых форм воспроизводства политического дискурса и распределения материальных ресурсов⁴¹.

Такой подход позволяет выйти за рамки исследований политического дискурса с использованием классических позитивистских методов и методик. Как отмечает Г. Л. Тульчинский, реализация позитивистской методологической программы применительно к политологии выявила несколько обширных проблем с объяснением и прогнозированием политического процесса⁴². Одна из них связана с фактическим устранением из политических исследований намерений и воли политических акторов. В политической жизни происходит столкновение не только материальных ресурсов, но и идеологических и мировоззренческих систем, а также стратегий и тактик, выбираемых политическими акторами⁴³. Как пишет Л. В. Сморгун, в современной сравнительной политологии «особую роль начинают играть когнитивные составляющие политического процесса, идеи, которыми люди руководствуются в политике»⁴⁴.

³⁵ Collins Dictionary (No Date) Troll | Definition, Meaning & More | Collins Dictionary. Available at: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/troll>, accessed March 2, 2018.

³⁶ Phillips, W. This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture. Cambridge, MA: MIT Press, Information Society Series 2015.

³⁷ Coleman, G. Phreaks, Hackers, and Trolls: The Politics of Transgression and Spectacle. The Social Media Reader 2012. 5, 99–119.

³⁸ Dahlberg, L. The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere. Information, Communication & Society 2001. 4(4), 615–633.

³⁹ Datat, B. Belling the Trolls: Free Expression, Online Abuse and Gender. Open Democracy. August 30, 2016.

⁴⁰ Политические партии России в действии: методология, инструментарий проекта и описание данных. Коллективная монография / под ред. Д. С. Мартыанова и М. В. Невзорова. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2014.

⁴¹ Wendt A. Constructing International Politics // International Security. 1995. Vol. 20. No. 1. P. 71–81.

⁴² Тульчинский Г. Л. Объяснение в политической науке: конструктивизм vs позитивизм // Публичная политика. 2017. № 1. С. 76–98.

⁴³ Соловей В. Д. Информационная война и медиаманипулирование: что, почему, кто // Российская школа связей с общественностью: ежегодный альманах. 2015. Вып. 6. С. 108–127.

⁴⁴ Сморгун Л. В. Сравнительная политология в поисках новых методологических ориентаций: значат ли что-либо идеи для объяснения политики? // Полис. 2009. № 1. С. 118–129.

Конструктивизм как исследовательская парадигма имеет собственные трудноразрешимые проблемы⁴⁵. В частности, особенно нелегкой задачей можно считать интерпретацию целей и желаний политических акторов с учетом того, что они могут эволюционировать с течением времени. Динамика общественных настроений, а также мнений элитных групп, которые способны через публичный дискурс влиять на общественное мнение, крайне сложно уловить и тем более представить в виде объективного знания. Проблема намного сложнее, чем это может показаться на первый взгляд, поскольку полное понимание должно включать в себя не только сформулированные идеи, но и бессознательные установки, делающие попытки фиксации политических идей похожими на конспирологические теории. Тем не менее, в последнее время большое количество исследователей обращается к данной парадигме, чтобы анализировать политические процессы в современной России⁴⁶.

4. Коммуникативная агрессия глазами студенческой молодежи

Повышение уровня агрессии по отношению к политическим оппонентам как внутри страны, так и к зарубежным партнерам, стало заметной тенденцией в политическом дискурсе современной России. Вероятней всего, развитие коммуникативной агрессии было связано с политическим кризисом зимы 2011–2012 гг., и впервые было предъявлено массовому сознанию в виде политических кампаний в связи с делом Pussy Riot и законом Димы Яковлева⁴⁷. К большому сожалению, эмпирических исследований в области анализа причин и механизмов культивирования коммуникативной агрессии в России не так уж и много. В недавней работе Л. В. Балахонской и И. А. Быкова с использованием метода контент-анализа блогов интернет-сайта «Эхо Москвы» обнаружено, что вербальная агрессия выступает в качестве доминирующей коммуникативной стратегии всех авторов вне зависимости от политических взглядов и принадлежности к политическим группам⁴⁸. Многомерный феномен коммуникативной агрессии несомненно требует применения комплексных методик и подходов.

Особенно восприимчивыми к проявлениям коммуникативной агрессии следует считать студентов и молодежь. Среди них в первую очередь проявляются новейшие тенденции медиакommunikаций. В данной главе предлагается изучение мнения студентов факультета политологии и Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ с помощью опроса, проведенного в декабре 2017 г.⁴⁹ Количество респондентов составило 400 человек. Соответственно, количество респондентов-политологов и респондентов-журналистов составило по 200 человек ровно, из которых большую долю составили студенты бакалавриата: среди журналистов – 88,50%, среди политологов – 79%. Также большую часть опрошиваемых составили респонденты женского пола – 70,50%. На наш взгляд, такое гендерное распределение связано со спецификой гуманитарных специальностей, что говорит о репрезентативности

⁴⁵ Farrell T. Constructivist Security Studies: Portrait of a Research Program // *International Studies Review*. 2002. Т. 4. № 1. С. 49–72.

⁴⁶ Мартынов М. Ю., Габержори А. И. Роль конструктивистской трактовки формирования гражданской идентичности и патриотизма в современной символической политике // *Журнал политических исследований*. 2018. Т. 2. № 2; Малинова О. Ю. Конструирование смыслов: Исследование символической политики в современной России. М.: ИНИОН РАН, 2013; Русский медведь / Под ред. О. Рябова и А. де Лазари. – М.: Новое литературное обозрение, 2012.

⁴⁷ Сидоров В. А., Нигматуллина К. Р. Ценностная поляризация медиасферы России: тенденции и признаки // *Zeitschrift für Slavische Philologie*. 2016. Т. 72. № 2. С. 413–447.

⁴⁸ Балахонская Л. В., Быков И. А. Речевая агрессия в политических блогах радиостанции «Эхо Москвы» // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература*. 2018. Т. 15. Вып. 3. С. 492–506. <https://doi.org/10.21638/spbu09.2018.313>

⁴⁹ Авторы и исполнители проекта «Польша глазами молодой России: медийные оценки в интерпретации студенчества»: д-р филос. н. проф. В. Сидоров (рук.), д-р полит. н. доц. И. Быков, менеджер научного отдела А. Марченко, канд. полит. н. С. Курушкин, аспирант И. Гладченко. См.: Быков И. А., Гладченко И. А. Коммуникативная агрессия в России: анализ мнения будущих политологов и журналистов // *Среднерусский вестник общественных наук*. 2018. Т. 13. № 1. С. 94–100.

выборки. Основной целью исследования стало изучение мнения студентов о наличии коммуникативной агрессии в России, вообще, и по отношению к Польше, в частности.

Оценивая общую коммуникативную агрессивность большинство респондентов отметили, что обычно «в российских СМИ присутствует язык ненависти и агрессивность занимаемой автором позиции». С этим согласились 55,25% студентов, не согласилось – 15,75%, остальные затруднились с ответом (см. Рис. 1). Различия между политологами и журналистами в этом вопросе оказались минимальными: разница составила всего 4,5%.

В общем результате анкетирования предполагалось выявить точку зрения будущих специалистов направлений подготовки «Политология» и «Журналистика» на проблему применения стратегии коммуникативной агрессии в дискурсе СМИ, эффекты, вызываемые данной стратегией в области политики. Одно из направлений исследования составили вопросы относительно агрессии, выражаемой в СМИ в контексте российско-польских отношений. Выбор респондентов обусловлен не только доступностью аудитории. Во-первых, данный сегмент представляет ту часть общества, которая наиболее чувствительна к любым социально-политическим изменениям и наиболее активно реагирует на предлагаемые вызовы социума. Во-вторых, в общей сложности именно студенты могут продемонстрировать свежий взгляд на поставленные проблемы за счет специфики своего возраста (как правило в диапазоне от 16 до 25 лет). В-третьих, профессиональные навыки, формируемые у обучающихся данных направлений, подразумевают активное применение ими в будущем различных коммуникативных стратегий, в том числе агрессивных.

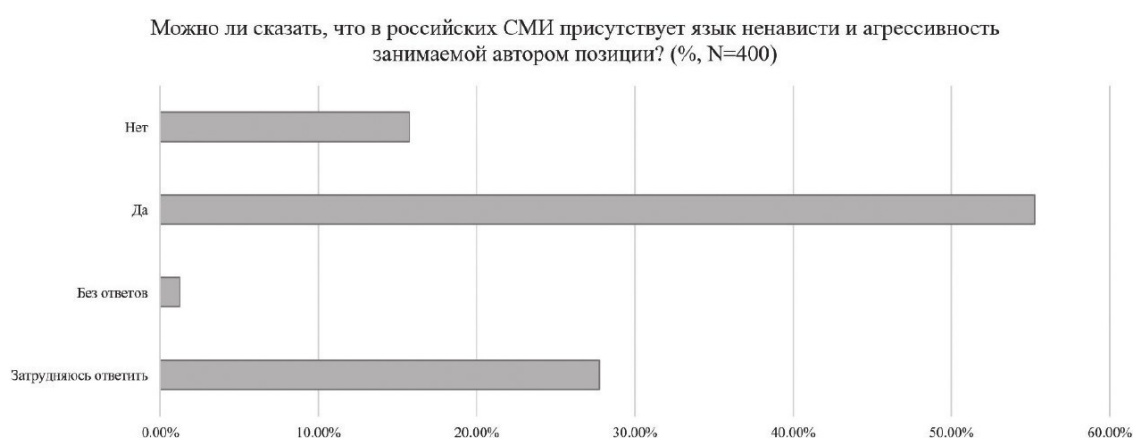


Рис. 1

Анкета включала в себя вопросы по нескольким направлениям исследования. Условно можно было бы поделить опросник на две части, первая из которых имеет отношение к дискурсу русскоязычных СМИ и сегмента Интернета. Вопросы, представленные в этой части, были составлены с целью определения степени вовлеченности респондентов в публичные коммуникации и политический дискурс: «Пожалуйста, сообщите, откуда черпаете актуальную политическую информацию (возможны несколько ответов)», «Принимаете ли Вы участие в Интернет-дискуссиях на политические темы (возможны несколько ответов)», «В Интернете, как известно, формируется свой стиль общения, часто излишне резкий и категоричный. По Вашему мнению, существует ли влияние языка обсуждения в Интернете на стиль массового общения вне сетевой среды», «В какой мере характер и возможности общения в Интернете влияют на содержание и стиль текущих избирательных кампаний», «Можно ли сказать, что в российских СМИ присутствует язык ненависти и агрессивность занимаемой автором позиции», «Где более всего заметна агрессивность высказывания (выбрать один вариант)», «В какой мере обсуждения в СМИ адекватны реальным политическим событиям и свободны от

суждений представителей власти», «Ведут ли обсуждения в СМИ и сетевом пространстве к формированию более радикальных мнений, чем к тому побуждает политическая действительность». Часть вопросов первой части позволила сделать выводы, релевантные второй части, посвященной дискурсу, формируемому вокруг российско-польских отношений.

В результате ответов на вопрос об актуальных источниках информации получился рейтинг из четырёх позиций. Разница между ответами студентов обоих факультетов незначительна (см. Рис. 2). Рейтинг студентов направления «Журналистика» следующий: Интернет (90,50%), печатная пресса (69%), радио и телевидение (57,50%), межличностная коммуникация (48,50%). Студенты направления «Политология» показали иной порядок, впрочем, не радикально отличающийся от рейтинга своих коллег: Интернет (96,50%), межличностная коммуникация (56%), печатная пресса (51%), радио и телевидение (48%).

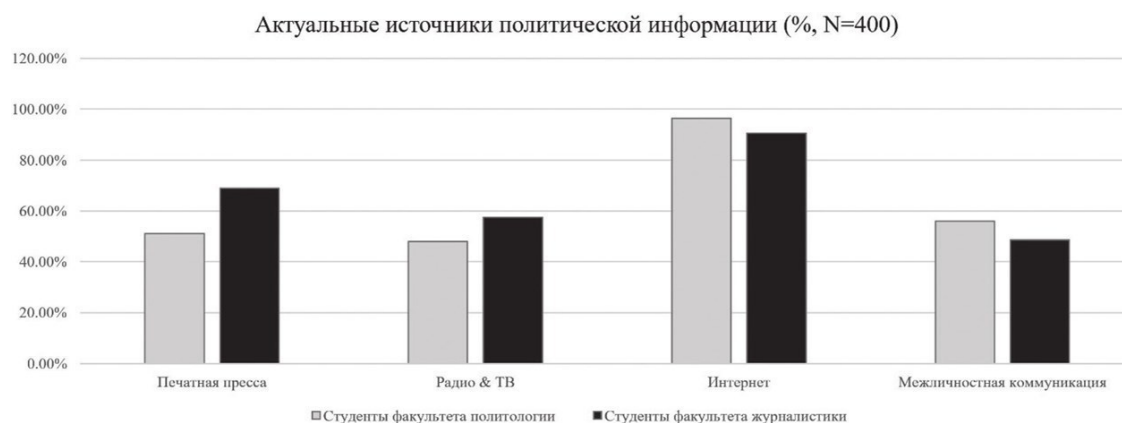


Рис. 2

Респонденты также показали небольшую заинтересованность в участии в Интернет-дискуссиях (см. Рис. 3).

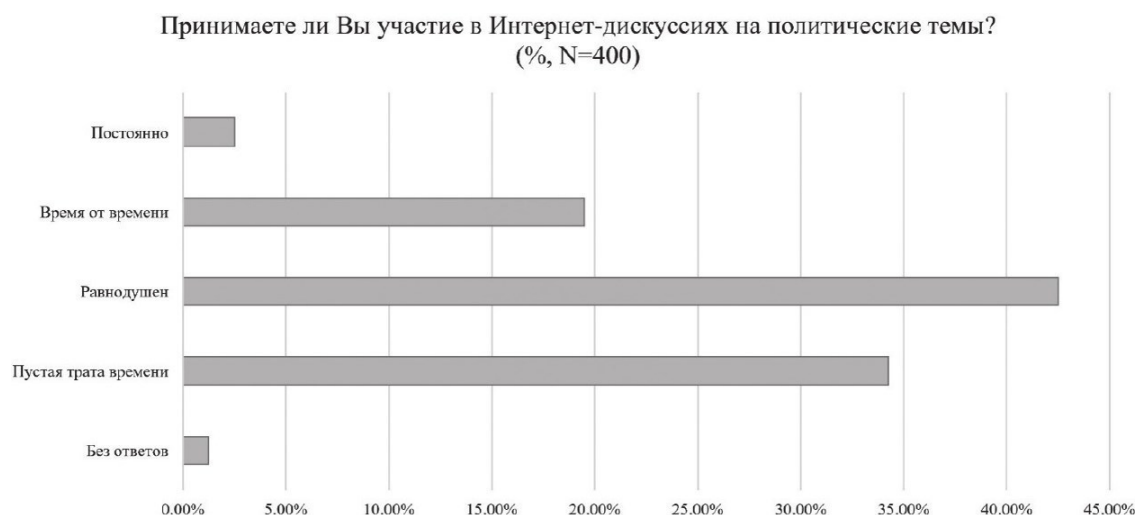


Рис. 3

Интересно, что наиболее высокий уровень агрессии участники опроса отметили в Интернете, а наименьшей – в печатной прессе (см. Рис. 4).

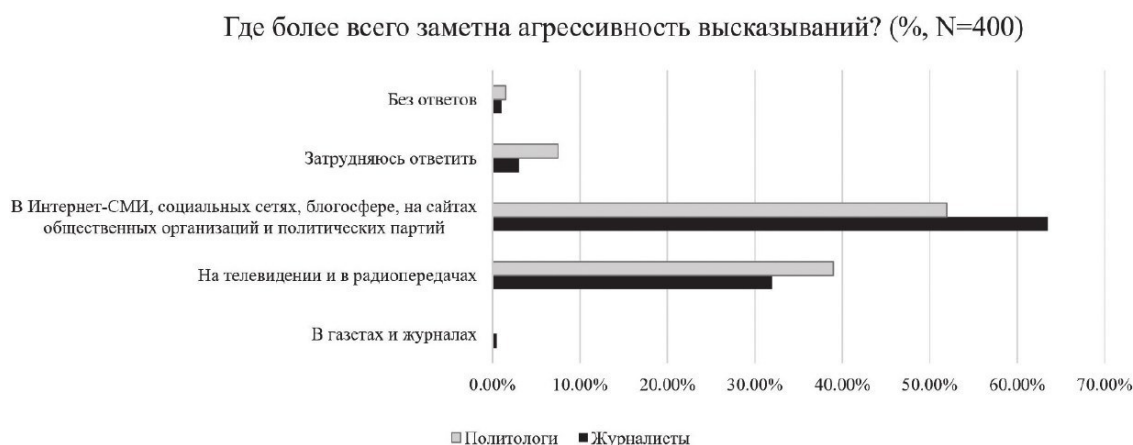


Рис. 4

Наибольшее количество респондентов считает (66,50% студентов-журналистов и 65,50% студентов-политологов), что «мнения становятся более радикальными, прежде всего, в аудитории с низким уровнем образования» (см. Рис. 5).

Вопрос, открывающий вторую часть, требовал от респондентов фоновых знаний, являясь единственным открытым вопросом без вариантов ответа, в отличие от остальных: «Как, по Вашему мнению, действующие российские политики относятся к Польше», «Определите тональность высказываемых в российских СМИ мнений о Польше», «Насколько выраженное в медиа отношение к Польше влияет на Вашу собственную оценку», «Как Вы считаете, насколько выраженное в медиа суждение о Польше влияет на позицию аудитории российских СМИ».

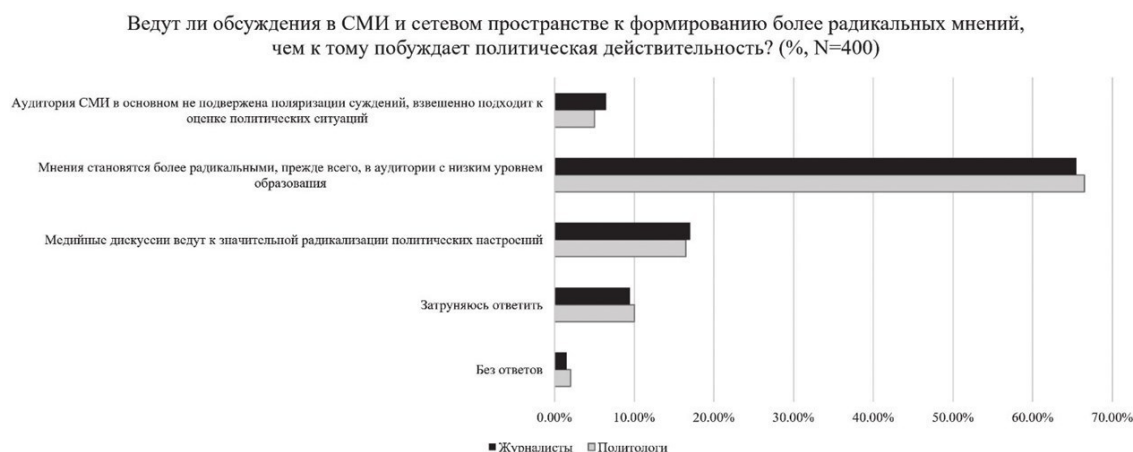


Рис. 5

Наибольшее количество респондентов оценивают тональность высказываний СМИ о Польше как «нейтральную» – 28,50%, либо «критическую» – 27,25% (см. Рис. 6).

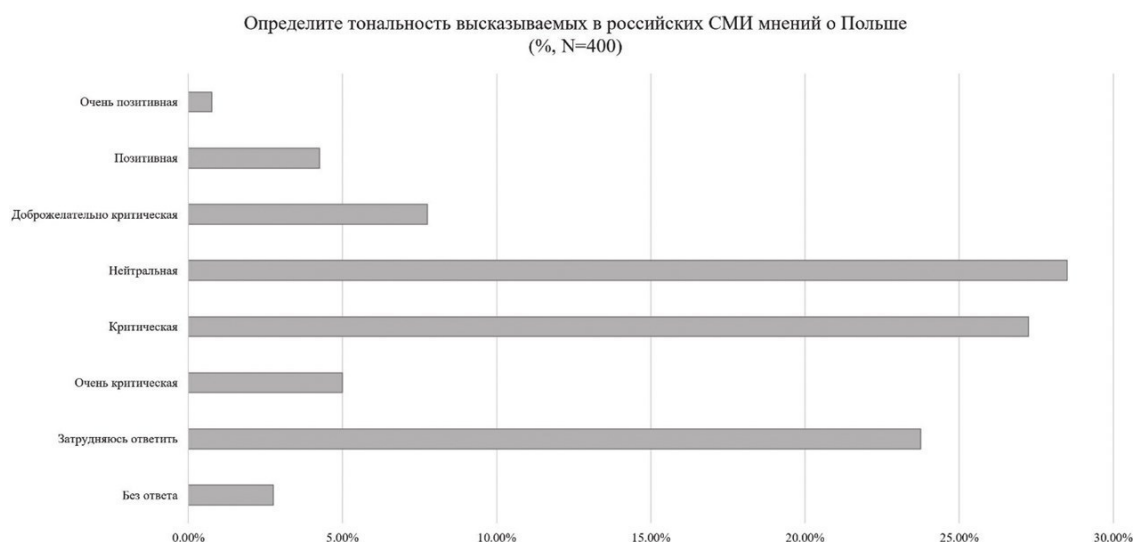


Рис. 6

При этом 35,25% опрошенных считают, что действующие российские политики относятся к Польше «скорее негативно», и лишь 5,25% полагают, что отношение «негативно» (см. Рис. 7).

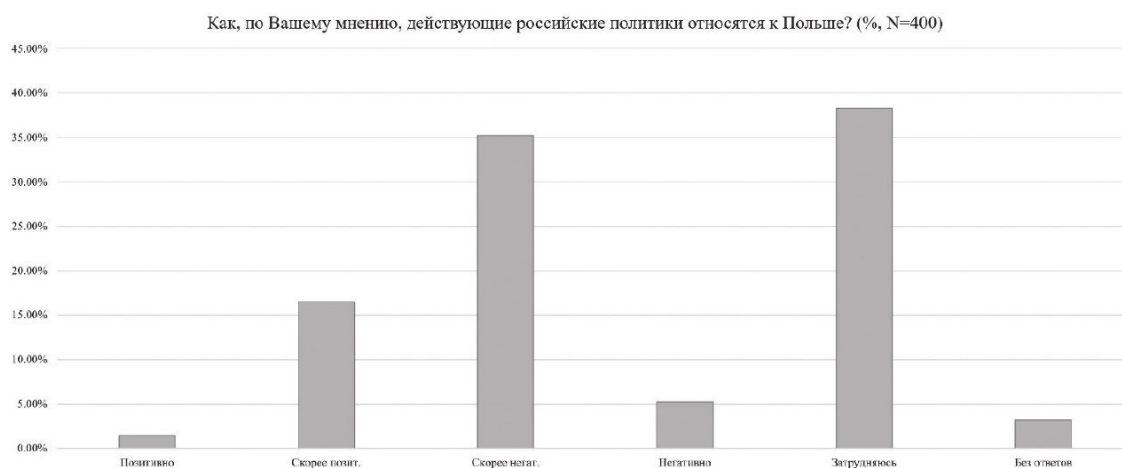


Рис. 7

Среди студентов 46,50% отмечает, что позиция, выражаемая в медиа, не влияет на их собственную оценку (см. Рис. 8), полагая при этом, что в основном «аудитория доверчива к высказанным мнениям в СМИ».

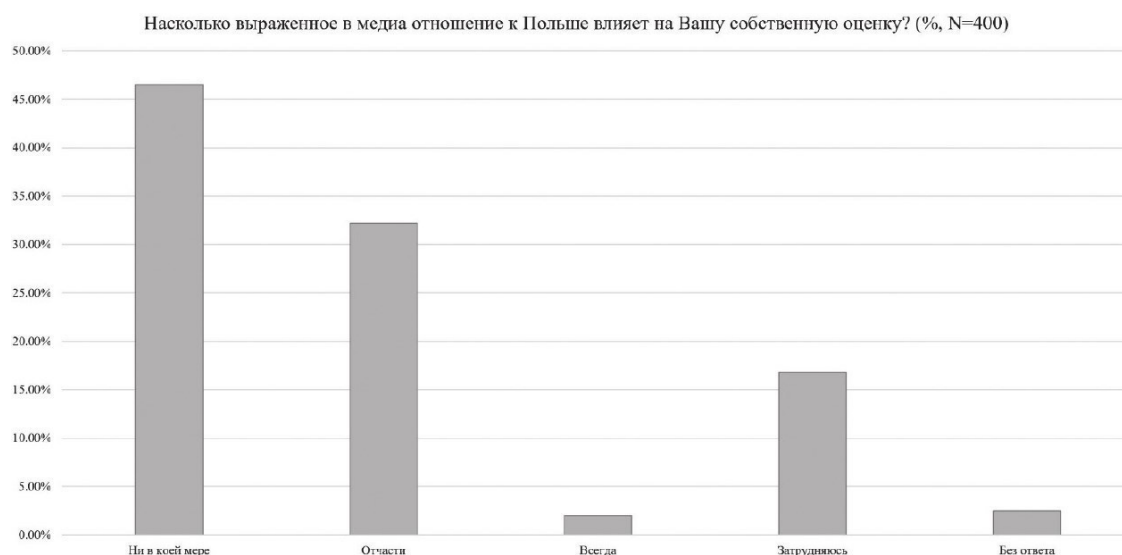


Рис. 8

5. Коммуникативная агрессия как ресурс политического влияния: больше плюсов, чем минусов?

Исследователи политического дискурса в современной России обращают внимание на впечатляющие достижения политических ток-шоу и новостной журналистики на государственных телеканалах, особенно после событий в Крыму и Донбассе в 2014 году⁵⁰. Современные программы по политической тематике обладают достаточно высокими рейтингами и продуманным форматом, который в простой, доступной и эмоциональной форме преподносит аудитории трактовку политических событий. О. Ю. Малинова также указывает, что при всей кажущейся простоте новой идеологии «духовных скреп» этот дискурс обладает несколькими важными достоинствами, объединяя сторонников политического режима на основе глубоко укоренившихся стереотипов, в частности, патриотизма и антизападничества⁵¹. Мы бы добавили к общей характеристике нового национального дискурса его крайне агрессивный характер. В виду ситуативного и размытого характера такой политический дискурс очень удобен и позволяет гибко реагировать на изменения конъюнктуры. Важным результатом стал наименьший процент граждан России, готовых присоединиться к политическим протестам за весь период наблюдений. По данным Левада-Центра, в 2018 году «86% россиян заявили о нежелании участвовать в любых протестных акциях»⁵².

Коммуникативная агрессия в политическом дискурсе выражается не только в специфическом подборе тем для обсуждения, используемой лексике, участников дискуссии, роли ведущих, но и в особых случаях – применении физического насилия. В начале 2018 г. во время программы «Место встречи» ведущий Андрей Норкин набросился на украинского политолога Дмитрия Суворова из-за слов об убитых в Донбассе детях. Ранее состоялась потасовка между ведущим программы «Время покажет» Артемом Шейниным и американским журналистом Майклом Бомом. Драка между политическими обозревателями Николаем Сванидзе и Макси-

⁵⁰ Долгова Ю. И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 г. – весной 2015 г. // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 162–177.

⁵¹ Малинова О. Ю. «Духовные скрепы» как государственная идеология. Возможности и ограничения // Россия в глобальной политике. 2014. Т. 12. № 5. С. 113–122.

⁵² Почти 90 % россиян заявили о нежелании участвовать в любых протестах // Левада-Центр. 16.04.2018 URL: <https://www.levada.ru/2018/04/16/pochti-90-rossiyan-zayavili-o-nezheleanii-uchastvovat-v-lyubyh-protestah/>

мом Шевченко произошла из-за разных взглядов на роль Сталина в истории Великой Отечественной войны⁵³. Некоторые данные свидетельствуют, что интерес к событиям на Украине или в Сирии постепенно затухает, рейтинги начинают падать и продюсерам программ приходится идти на повышение градуса агрессии⁵⁴. В этом сомневается политолог Сергей Марков, который считает, что сам формат политических шоу создает почву для «нагнетания страстей», то есть драки являются не инсценировкой, а логическим развитием дискуссии, когда оппоненты в пылу дискуссии хотят показать, что готовы «ответить головой»: «Как человек, находившийся в непосредственной близости рядом с несколькими драками и даже разнимавший дерущихся, могу сказать, что все эти драки не были заранее организованы и подготовлены, они все были неожиданными и возникали как часть эмоционального противостояния... У тех, кто схватился в рукопашной, нет задачи нанести действительно какой-то значительный физический ущерб, но есть цель продемонстрировать, что он готов пойти на крайние меры, чтобы отстоять свою правду»⁵⁵.

Преимущества использования коммуникативной агрессии в политическом дискурсе заключаются в возможности мобилизации политических сторонников и запугивании политических оппонентов. Агрессия в символическом пространстве особенно эффективна на фоне военно-политических акций на международной арене. В этом смысле наиболее продуктивно коммуникативная агрессия использовалась после событий 2014 г. в Крыму и Восточной Украине, дав новый импульс рейтингам одобрения деятельности Президента России и всех остальных институтов власти⁵⁶. По мнению Ильи Калинина, причины этой «успешной мобилизации» были связаны не только с мощью пропагандистской машины, административным ресурсом и инфраструктурными каналами, которыми располагала власть. На эту провластную мобилизацию работали также и изначальные дискурсивные стратегии и структурирующие их диспозитивы культурных различий, задействованные оппозицией⁵⁷. Коммуникативная агрессия присутствует в дискурсе оппозиции и направлена в адрес «простых людей», которые поддерживают политику Президента и лозунги «политической стабильности» и борьбы с «Гейропой». Такая самопрезентация была с удовольствием подхвачена провластной агитационной машиной и подана широкой общественностью как движение «зажравшихся» жителей мегаполисов. Кульминацией этого символического конфликта стало агрессивное заявление начальника сборочного цеха «Уралвагонзавода» Игоря Холманских во время ежегодного телемоста с Владимиром Путиным о том, что он с мужиками готов оказать помощь в устранении протестующих с улиц столичных городов⁵⁸.

Успехи использования коммуникативной агрессии в политическом дискурсе не должны заслонять побочные эффекты. В частности, «излишне» патриотичная риторика приводит к неожиданным дипломатическим инцидентам. Приведем в качестве примера скандал, случившийся во время официального визита Президента Чехии Милоша Земана (которого называют пророссийским политиком) в ноябре 2017 г. в Москву. Накануне визита на сайте телеканала «Звезда» вышла статья о Пражской весне, которая защищала ввод войск СССР в Чехию в 1968 году. Милош Земан выразил негодование по этому поводу, указав на то, что Россия прино-

⁵³ Гринберг С. Почему на российском ТВ показывают все больше драк. Секреты ток-шоу // Ура.Ру. 25.02.2018. URL: <https://ura.news/articles/1036274032>

⁵⁴ Обезжиренный эфир. Госканалы теряют рейтинг на новостях из Украины (мобильная версия) // The Insider. 21.07.2015. URL: <https://theins.ru/bez-kategorii/11248>

⁵⁵ Марков С. Тайны политического ток-шоу эпохи гибридной войны: взгляд изнутри // Московский комсомолец. 26.05.2017. URL: <http://www.mk.ru/social/2017/05/26/tauny-politicheskogo-tokshou-epokhi-gibridnoy-voyny-vzglyad-iznutri.html>

⁵⁶ Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации / под ред. В. А. Ачкасовой, Г. С. Мельник. М.: ФЛИНТА, НАУКА, 2016.

⁵⁷ Калинин И. О том, как некультурное государство обыграло культурную оппозицию на ее же поле, или Почему «две России» меньше, чем «единая Россия» // Неприкосновенный запас. 2017. № 6. С. 275.

⁵⁸ Там же.

сила официальные извинения за свои действия в 1968 году, и что телеканал «Звезда» является государственным. Статья была в срочном порядке удалена, а премьер-министр России Дмитрий Медведев был вынужден оправдываться перед гостем⁵⁹.

Непредвиденные последствия коммуникативной агрессии в политическом дискурсе могут проявляться не только в отношении с зарубежными партнерами, но и внутри страны. В частности, речь идет о локальных всплесках физической агрессии по отношению к политическим оппонентам, представителям власти или социальным группам. Также нельзя не учитывать потребности экономического развития и технологического «прорыва», которые сложно осуществлять в условиях последовательного ввода санкций в отношении России после событий 2014 года в Крыму и Восточной части Украины. Очевидна ситуация определенной «усталости» от коммуникативной агрессии. Складывается запрос на некоторую «нормализацию» политической повестки, что ставит задачу поиска новой «позитивной» политической повестки. С высокой степенью вероятности можно утверждать, что дальнейшее усиление коммуникативной агрессии в политическом дискурсе России может привести к потере управляемости обществом.

6. Выводы

Важный результат использования коммуникативной агрессии в политическом дискурсе современной России заключается в формировании большинства, состоящего из сторонников В. Путина, который на выборах 2018 г. получил 76,69% голосов избирателей. Важная деталь этих выборов заключается не в том, что эта цифра несколько меньше пресловутых 86%, а в том, что этот результат оказался сильно выше прогнозируемых социологическими службами. В частности, опросы ВЦИОМ за неделю до выборов показывали, что за Путина в ближайшее воскресенье были готовы проголосовать всего 69%⁶⁰. В данном случае мы имеем дело со статистически значимыми расхождениями между опросом и реальным голосованием, что говорит, скорее всего, об известных лимитирующих факторах изучения общественного мнения в России. Конструктивизм в таких условиях становится реальной исследовательской альтернативой классическим методам исследования социально-политической реальности.

Недостатки применения практик коммуникативных агрессий в политическом дискурсе современной России, заключающиеся в усилении оттока человеческого капитала, международных санкциях и полуизоляции России на международной арене, а также всплесках социальной напряженности в локальных точках на огромных просторах страны, в принципе могут расцениваться как «терпимые». Исчерпание мобилизационного потенциала коммуникативной агрессии, то есть «выгорание» их мобилизационного эффекта, можно компенсировать за счет демонстрации «достижений» в области спорта или отдельных отраслей народного хозяйства. Умелое чередование тем и стилей политического дискурса позволяет в обозримой перспективе регулировать тонус общественного мнения в России. Коммуникативная агрессия при этом выступает в качестве эффективного метода эмоционального раздражения, привлекающего внимание аудитории к разворачивающимся в медиапространстве событиям. Наш прогноз сводится к тому, что использование коммуникативной агрессии в политическом дискурсе современной России продолжится.

⁵⁹ «Звезда» написала, что чехи должны быть благодарны за ввод войск в 1968-м. Медведеву пришлось объясняться перед президентом Чехии, статью удалили // Медуза. 22.11.2017. <https://meduza.io/feature/2017/11/22/zvezda-napisala-chto-chehi-dolznyi-byt-blagodarny-sssr-za-vvod-voysk-v-1968-m-medvedevu-prishlos-ob-ysnyatsya-pered-prezidentom-chehi-statyu-udalili>

⁶⁰ Выборы президента России–2018: за семь дней до голосования // ВЦИОМ. 12.03.2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=8988>

Summary

The chapter is devoted to the analysis of communicative aggression and political discourse in contemporary Russia. The tradition of studying communicative aggression in political discourse has deep tradition both in Russia and abroad. Detailed studies of the aggressive behavior's and violence's effects in the media in most cases pointed to the destructive consequences for the mass consciousness. Excessive use of aggressive rhetoric in political discourse usually indicates the presence of serious socio-political dysfunctions in society. In this chapter is supposed to discuss the problem of communicative aggression in the political discourse of modern Russia, as well as to analyze of the emerging effects and consequences for the stability of the political regime. The chapter also presents a study conducted at the faculty of political science and journalism of St. Petersburg State University in the autumn semester of 2017. Its conclusions serve as the basis for further discussions on the topic of communicative aggression in Russia. Analysis of the views of students makes it possible to assess the prospects for the development of communicative aggression, since it is among the students that the newest trends in media communications are manifested in the first place. This chapter proposes the study of the opinions of students of the Faculty of Political Science and the Graduate School of Journalism and Mass Communications Institute of St. Petersburg State University using questionnaires. The number of respondents was 400 people. Accordingly, the number of political respondents and journalistic respondents was 200 people each, of which a large proportion were undergraduate students: 88.50% among journalists and 79% among political scientists. Also, most of the respondents were female respondents – 70.50%. This gender distribution is associated with the specifics of education in the humanities. This well-known fact confirms the representativeness of the sample. The main goal of the research was to study the opinions of students about the presence of communicative aggression in Russia in general, and in relation to Poland in particular. The study showed that student youth records the presence of hate speech in the domestic media. 55.25% of students agreed with this statement. At the same time, 35.25% of respondents believe that the current Russian politicians treat Poland “rather negatively”, and only 5.25% believe that the attitude is “negative.” Interpretation of the research results suggests that the use of communicative aggression in the political discourse of modern Russia is capable of forming a stable majority consisting of V. Putin's supporters, who received 76.69% of the vote in the 2018 election. The negative consequences of the use of communicative aggression practices in the political discourse of modern Russia consist in increasing the outflow of human capital, international sanctions and semi-isolation of Russia in the international arena, as well as spikes of social tensions in local areas of the vast expanses of the country.

Список источников:

«Звезда» написала, что чехи должны быть благодарны за ввод войск в 1968-м. Медведеву пришлось объясняться перед президентом Чехии, статью удалили // Медуза. 22.11.2017. URL: [https:// meduza.io/feature/2017/11/22/zvezda-napisala-cto-chehi-dolzhny-byt-blagodarny-sssr-za-vvod-voysk-v-1968-m-medvedevu-prishlos-ob-yasnyatsya-pered-prezidentom-chehii-statyu-udalili](https://meduza.io/feature/2017/11/22/zvezda-napisala-cto-chehi-dolzhny-byt-blagodarny-sssr-za-vvod-voysk-v-1968-m-medvedevu-prishlos-ob-yasnyatsya-pered-prezidentom-chehii-statyu-udalili)

Выборы президента России-2018: за семь дней до голосования // ВЦИОМ. 12.03.2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=8988>

Гринберг С. Почему на российском ТВ показывают все больше драк. Секреты ток-шоу // Ура.Ру. 25.02.2018. URL: <https://ura.news/articles/1036274032>

Марков С. Тайны политического ток-шоу эпохи гибридной войны: взгляд изнутри // Московский комсомолец. 26.05.2017. URL: [http:// www.mk.ru/social/2017/05/26/tayny-politicheskogo-tokshou-epokhi-gibridnoy-voyny-vzglyad-iznutri.html](http://www.mk.ru/social/2017/05/26/tayny-politicheskogo-tokshou-epokhi-gibridnoy-voyny-vzglyad-iznutri.html)

Обезжиренный эфир. Госканалы теряют рейтинг на новостях из Украины (мобильная версия) // The Insider. 21.07.2015. URL: [https:// theins.ru/bez-kategorii/11248](https://theins.ru/bez-kategorii/11248)

Почти 90 % россиян заявили о нежелании участвовать в любых протестах // Левада-Центр. 16.04.2018 URL: <https://www.levada.ru/2018/04/16/pochti-90-rossiyan-zayavili-o-nezhelanii-uchastvovat-v-lyubyh-protestah/>

Список литературы:

Берковиц Л. Агрессия: причины, следствия и контроль. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001.

Бернейс Э. Пропаганда. – М.: Hippo Publishing, 2010.

Быков И. А., Гладченко И. А. Коммуникативная агрессия в России: анализ мнения будущих политологов и журналистов // Среднерусский вестник общественных наук. 2018. Т. 13. № 1. С. 94–100.

Бэрн Р., Ричардсон Д. Агрессия. – СПб.: Питер. 2001. 352 с.

Долгова Ю. И. Феномен популярности общественно-политических ток-шоу на российском ТВ осенью 2014 г. – весной 2015 г. // Вестник Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2015. № 6. С. 162–177.

Калинин И. О том, как некультурное государство обыграло культурную оппозицию на ее же поле, или Почему «две России» меньше, чем «единая Россия» // Неприкосновенный запас. 2017. № 6. С. 261–282.

Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации / под ред. В. А. Ачкасовой, Г. С. Мельник. – М.: ФЛИНТА, НАУКА, 2016.

Малинова О. Ю. «Духовные скрепы» как государственная идеология. Возможности и ограничения // Россия в глобальной политике. 2014. Т. 12. № 5. С. 113–122.

Малинова О. Ю. Конструирование смыслов: Исследование символической политики в современной России. – М.: ИНИОН РАН, 2013.

Мартынов М. Ю., Габеркорн А. И. Роль конструктивистской трактовки формирования гражданской идентичности и патриотизма в современной символической политике // Журнал политических исследований. 2018. Т. 2. № 2.

Нозль-Нойман Э. Общественное мнение. Открытие спирали молчания. – М.: Прогресс-Академия, 1996.

Политические партии России в действии: методология, инструментарий проекта и описание данных. Коллективная монография / под ред. Д. С. Мартянова и М. В. Невзорова. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2014.

Русский медведь / под ред. О. Рябова и А. де Лазари. – М.: Новое литературное обозрение, 2012.

Сидоров В. А. Медиавирусы как средство коммуникативных агрессий // Гуманитарный вектор. 2016. Том 11. № 5. С. 122–129.

Сидоров В. А., Нигматуллина К. Р. Ценностная поляризация медиасферы России: тенденции и признаки // Zeitschrift für Slavische Philologie. 2016. Т. 72. № 2. С. 413–447.

Сморгунов Л. В. Сравнительная политология в поисках новых методологических ориентаций: значат ли что-либо идеи для объяснения политики? // Полис. 2009. № 1. С. 118–129.

Соловей В. Д. Информационная война и медиаманипулирование: что, почему, кто // Российская школа связей с общественностью: ежегодный альманах. 2015. Вып. 6. С. 108–127.

Тульчинский Г. Л. Объяснение в политической науке: конструктивизм vs позитивизм // Публичная политика. 2017. № 1. С. 76–98.

Шмитт К. Понятие политического // Вопросы социологии. 1992. № 1. С. 35–67.

Aboujaoude, E., Savage, M. W., Starcevic, V. & Salame. W. O. Cyberbullying: Review of an old problem gone viral. *Journal of Adolescent Health*, 2015.

Bandura A. Psychological mechanisms of aggression. See Geen & Donnerstein 1983.

Baron R. A., Richardson D. R. *Human Aggression*. New York: Plenum. 2nd ed., 1994.

Berkowitz L. Pain and aggression: some findings and implications. *Motiv. Emot*, 1993.

Bushman B. J., Anderson C. A. Is it time to pull the plug on the hostile versus instrumental aggression dichotomy? *Psychological Review*, 2001.

Coleman, G. Phreaks, Hackers, and Trolls: The Politics of Transgression and Spectacle. *The Social Media Reader*, 2012.

Collins A. M., Loftus E. F. 1975. A spreading activation theory of semantic processing. *Psychological Review*, 1975.

Collins Dictionary (No Date) Troll | Definition, Meaning & More | Collins Dictionary. Available at: <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/troll>, accessed March 2, 2018.

Dahlberg, L. *The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere*. Information, Communication & Society, 2001.

Datat , B. Belling the Trolls: Free Expression, Online Abuse and Gender. *Open Democracy*. August 30, 2016.

Eveland, W. P., & Hively, M. H. Political discussion frequency, network size, and “heterogeneity” of discussion as predictors of political knowledge and participation. *Journal of Communication*, 2009.

Farrell T. Constructivist Security Studies: Portrait of a Research Program // *International Studies Review*. 2002. T. 4. № 1. C. 49–72.

Hmielowski, Jay D., Hutchens Myiah J. & Cicchirillo, Vincent J. Living in an age of online incivility: examining the conditional indirect effects of online discussion on political fal ming. *Information, Communication & Society*. 2014, 17 (10).

Huesmann L. R. The role of social information processing and cognitive schema in the acquisition and maintenance of habitual aggressive behavior. See Geen & Donnerstein 1998.

Lindsay, M., & Krysik, J. Online harassment among college students. *Information, Communication & Society*. 2012, 15(5).

Mengü, M., Mengü S. Violence and Social Media. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 2015, 1 (3).

Phillips, W. *This Is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*. Cambridge, MA: MIT Press, Information Society Series, 2015.

Roberto, A. J., & Eden, J. Cyberbullying: Aggressive communication in the digital age. In T. A. Avtgis, & A. S. Rancer (Eds.), *Arguments, aggression, and conflict: New directions in theory and research* (pp. 198–216). New York, NY: Routledge, 2010.

Tedeschi J. T, Felson R. B. *Violence, Aggression, & Coercive Actions*. Washington, DC: Am. Psychol. Assoc, 1994.

Wendt A. Constructing International Politics // *International Security*. 1995. Vol. 20. No. 1. P. 71–81.

Yanıkaya, B. Gündelik hayatın suretinde: öteki korkusu, görsel şiddet ve medya [The representation of daily life: the fear of the others, visual violence and the media]. In B. Çoban (Ed.), *Medya, Milliyetçilik, Şiddet* [Media, Nationalism, Violence]. İstanbul: Su, 2009.

Zillmann D. Arousal and aggression. See Geen & Donnerstein 1983.

Глава 1.2.

Коммуникативные агрессии в ценностно-политическом дискурсе российских сетевых сообществ

С. В. Курушкин, СПбГУ

Заводя разговор о политическом дискурсе современной России и роли СМИ в его поддержке, необходимо принять во внимание ценностный аспект рассмотрения темы. Сложная структура политического дискурса невозможна без идеологического насыщения функционирующих в его рамках коммуникаций, а это, в свою очередь, выводит нас на ценностный уровень, ведь идеология – это «система ценностей, которая легитимирует существующий в данном обществе порядок господства»⁶¹. В то же время невозможно отметить коммуникационно-лингвистический уровень дискурса, на котором «нет иной объективности, кроме той, которая устанавливается в самых глубинах субъективного»⁶². Таким образом, мы выделяем два важных аспекта затрагиваемой проблемы, первый из которых связан с ценностной обусловленностью коммуникаций в политическом дискурсе, а второй – с речевыми практиками, с помощью которых эти коммуникации реализуются. Коммуникативные агрессии, в свою очередь, также реализуются на указанных уровнях: с одной стороны, они, как следует из термина, коммуникативные, то есть реализуются в речевых практиках, с другой – идеологические, следовательно, ценностно насыщенные. Так что сам термин «коммуникативные агрессии» подразумевает наличие двух уровней – «коммуникативного» и «идеологического», соединение которых рождает предмет нашего изучения.

Переходя к теме коммуникативных агрессий в политическом дискурсе, необходимо помнить, что «дискурсивное формирование общества вызвано отнюдь не свободной игрой в головах людей. Это следствие их социальной практики, которая глубоко укоренена и сориентирована на реальные, материальные социальные структуры»⁶³. Если рассматривать дискурсивные практики как речевые, насыщенные идеологически (именно через дискурс выражаются ментальности и политические идеологии⁶⁴), то коммуникативная агрессия в политическом дискурсе обусловлена идеологически. И причиной тому сама сложившаяся в современной российской медиасфере система двух противоборствующих дискурсов – сакрального и профанного⁶⁵. Не вдаваясь в подробности, выделим лишь основные черты сакрального и профанного дискурсов: сакральный дискурс стремится к однозначности установленных в нем знаков, допускает приоритет веры над знанием, постоянно подтверждает себя как для социума в целом, так и для индивида в частности, тяготеет к консервативным ценностям; профанный дискурс горизонтален в структуре и проявлениях (допускает интерпретации и дискуссии), признает легитимным лишь легальное, тяготеет к либеральным ценностям.

Понимание ценностно-политического дискурса современной России как единства и борьбы внутри него сакрального и профанного восходит к теории постструктурализма, в которой дискурс рассматривается в качестве совокупности артикуляционных практик. Чем крупнее масштабы, тем более явственна гетерогенность этих практик; связи между ними в рамках

⁶¹ Ирхин Ю.В., Зотов В.Д., Зотова Л.В. Политология. – М., 2002. URL: <https://textbooks.studio/uchebnik-teoriya-politiki/politicheskie-ideologii-kak-sistemyi.html>

⁶² Бенвенист Э. Общая лингвистика / пер. с фр. – М., 1974. С. 14.

⁶³ Fairclough N. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. – London, 2003. P. 37.

⁶⁴ Вежбицкая А. Семантика, культура и познание: общечеловеческие понятия в культуроспецифичных контекстах // Thesis. Вып. 3. – М., 1993. С. 196.

⁶⁵ Более подробно см. главу настоящей монографии «Идеологизация языка агрессии в российских СМИ: политологический ракурс».

одного дискурса не ослабевают, но появляются другие дискурсы со своими артикуляционными практиками. Чем ближе дискурсы друг к другу предметно, тем больше вероятность их борьбы между собой за монополию в интерпретации действительности. Необходимость установления монополии начинается там, где дискурсы сближаются друг с другом предметно и начинают бороться за установление согласия в его грамматическом понимании – как средства гегемонизации⁶⁶. Напряженность и потенциально следующая за ней агрессия возникают там, где один и тот же элемент может быть означен по-разному в разных дискурсах. Тем самым вызывается диссонанс между несхожими образами.

Эти положения некоторым образом раскрываются в результатах опроса студентов Института «Высшая школы журналистики и массовых коммуникаций» и факультета политологии СПбГУ, проведенного в декабре 2017 г. Цель анкетирования, как уже сказано в предыдущей главе, – выявить представления учащихся о наличии / степени агрессивности российских СМИ, включая сетевые ресурсы медиа, на примере освещения взаимоотношений России и Польши, определить меру осведомленности молодых людей об истории и культуре Польши. Репрезентативность анкетирования подтверждается, в частности тем, что будущие политологи и журналисты через определенное время могут быть вовлечены в специфические профессиональные сферы. Участие в них подразумевает активное приобщение к политическому дискурсу в составе коммуникативных элит, имеющих доступ к социально значимой информации и каналам ее распространения. Конечно, сегодня вряд ли со всей определенностью допустимо причислять участников опроса к коммуникативным элитам, однако через некоторое время некоторая их часть будет не просто генерировать политические коммуникации, но и определять направления их развития и распространения. Поэтому, делая выводы на основании интерпретации мнений сегодняшних студентов, мы в то же самое время прогнозируем мнения будущих элит, которым предстоит оказывать влияние как на развитие отношений России с другими странами (в том числе и с Польшей), так и на внутренние политические коммуникации: распространение идеологий, ценностное содержание политической информации и, конечно, на агрессивность сообщений. Опрос был вызван потребностью обозначить само присутствие коммуникативных агрессий в российском политическом дискурсе (в частности, с противопоставлением «сакрального» и «профанного»), выделить каналы языка агрессий, медийные эффекты, способствующие распространению агрессий в политических коммуникациях. Так, 57,75% студентов считают, что коммуникативная агрессия проявляется прежде всего в Интернет-СМИ, а 35,5% назвали телевидение и радио в качестве наиболее благоприятной площадки для распространения агрессивной риторики. Получается, что на возможность возникновения коммуникативных агрессий влияет канал передачи информации? Результаты опроса показывают, что подобное исключить нельзя.

Обратим внимание, что почти никто из опрошенных не назвал газеты и журналы как среду, в которой агрессии наиболее заметны (только 0,25% опрошенных посчитали, что коммуникативные агрессии характерны для печатной прессы). Почему же тогда студенты не видят в газетах и журналах катализатор деструктивных коммуникативных практик? Ответ обнаруживается в самой структуре современного медиадискурса, который допускает коммуникативную «шумиху» – иными словами, предоставляет простор и инструментарий для высказывания. Газеты и журналы практически не дают читателям гарантированной обратной связи: можно написать письмо в редакцию, но его публикация остается на усмотрение редакции; более того, читатель не знает, прочитано оно или нет. В первую очередь печатная периодика дает высказываться журналистам, а не их аудитории. Так что дискуссии в ограниченном пространстве и реальном времени в газете невозможны. Поэтому условия распространения коммуникативных агрессий, какими их видят российские студенты, можно представить следующим образом:

⁶⁶ Грамши А. Избр. произв. в 3-х тт. Том третий / пер. с ит. – М., 1959. С. 64.

– канал передачи информации имеет значение, зачастую решающее. При распространении мнений через одни каналы (Интернет-СМИ, радио и телевидение) возникновение коммуникативных агрессий более возможно, чем при распространении мнений через другие каналы (печатная пресса);

– коммуникативная агрессия чаще исходит от аудитории, чем от журналиста. В печатной прессе журналист – коммуникативный монополист, а обратная связь сведена к минимуму по сравнению с радио, телевидением или Интернет-СМИ, где проявления агрессий заметнее. В Интернет-СМИ предоставляется возможность оставить комментарий (как минимум), и даже если такой возможности нет на сайте издания, пользователь может сослаться на взволновавший его текст в социальных сетях;

– среда, благоприятная для коммуникативных агрессий, должна допускать дискуссии в реальном времени (ток-шоу на телевидении, комментарии в Интернет-СМИ) и в ограниченном пространстве. На телевидении / радио участники дискуссии ограничены пространством студии, и даже голос из телефона зрителя / слушателя «встраивается» в это пространство. Спорящие в социальных сетях ограничены пространством конкретного поста / текста на сайте, в комментариях под которым ведется спор.

Стоит оговориться, что полученные в анкетах минимальные значения проявлений агрессивности в печатных изданиях могут быть также следствием недостаточной осведомленности студентов о содержании газет и журналов. Политическая повестка дня все больше формируется с помощью Интернета – по крайней мере, для молодежи; об этом следует говорить с определенной долей уверенности. И, безусловно, на результаты опроса не могли не повлиять принятые среди студентов практики потребления информации. Так что полученные результаты трактуются двояко: это индикатор как условий расширения коммуникативных агрессий, так и практик потребления информации респондентами.

66% студентов считают, что обсуждения значимых для молодежи вопросов в СМИ и сетевом пространстве ведут к формированию радикальных настроений, и побуждают к тому сама политическая действительность. Полученный результат опроса показывает относительную уверенность студенчества в том, что обсуждения в СМИ и возникающие при этом коммуникативные агрессии вклиниваются в восприятие реальности, искажают ее. Две трети опрошенных, во-первых, допускают использование дискуссий как инструмента манипуляции мнениями аудитории, а во-вторых, демонстрируют уверенность в том, что аудитория (особенно ее малообразованная часть), сталкивающаяся с обсуждениями актуальной политической проблематики в СМИ и сетевом пространстве, воспринимает искусственно искаженную картину политической реальности и делает выводы, основываясь на деформированных представлениях. Любопытно, что студенты-журналисты и студенты-политологи проявили редкое для них согласие: и среди журналистов, и среди политологов по отдельности 66% респондентов выбрали ответ: «Мнения становятся более радикальными».

На вопрос «Можно ли сказать, что в российских СМИ присутствуют язык ненависти и агрессивность занимаемой автором позиции?» более половины (55,25%) респондентов ответили положительно. Отрицательный ответ оказался лишь на третьем месте (15,75% респондентов), в то время как более четверти респондентов (27,75%) выбрали вариант «Затрудняюсь ответить», а 1,25% проигнорировали вопрос. Эти цифры говорят о важности предпринимаемой в нашей монографии попытке идентификации коммуникативных агрессий и разработки инструментария для их выявления и анализа. Отвечавшие на вопросы студенты – будущие политологи и журналисты, и у них возникли проблемы с определением языка ненависти и агрессивной позиции автора, чего, конечно, быть не должно. Однако не будем забывать и о том, что большинство респондентов все же уверены в наличии агрессий и языка ненависти в российских СМИ и воспринимают его как данность политического дискурса, в частности

Интернет-СМИ как «вместилище» коммуникативных агрессий. В этих условиях агрессии из девиаций становятся коммуникативной нормой.

Результаты опроса позволяют представить следующую картину, «нарисованную» российским студенчеством:

- Интернет – самая благоприятная среда для организации коммуникативных агрессий;
- коммуникативные агрессии наиболее заметны в Интернет-СМИ;
- обсуждения в СМИ и сетевом пространстве искажают политическую реальность в глазах аудитории и способствует радикализации мнений;
- российские студенты уверены (и это наиболее важно), что категоричные и резкие суждения, высказываемые в Интернете, выходят «оффлайн» и влияют на коммуникативные практики, реализуемые за пределами сетевого пространства.

Возвращаясь к вопросу о каналах передачи информации, вспомним, что Интернет – это место, в котором беспрерывно генерируются коммуникации. В соответствии же с постструктуралистской теорией дискурсы находятся в непрерывной борьбе за право монополии на означивание элементов. И не удивительно, что коммуникативные агрессии возникают там, где, во-первых, сталкиваются два ценностно-опозиционных дискурса (сакральный и профанный), а во-вторых, идет непрерывное утверждение этих дискурсов через постоянное генерирование новых коммуникаций. Значит, речь идет о благоприятной технологической среде возникновения агрессий, которой способствуют идеологические условия современной России (интерпретация политических фактов через сакральные или профанные дискурсивные практики). Поэтому выводы, основанные на интерпретации ответов респондентов, распадаются на две части: «технологическую» (студенты уверены в наибольшем распространении агрессий в Интернете и Интернет-СМИ в частности) и «идеологическую» (студенты уверены в радикализации мнений аудитории медиа в силу воздействия коммуникативных агрессий).

В дополнение к результатам опроса, показывающим отношение студенчества к коммуникативным агрессиям, представим также итоги еще одного исследования, которые подтверждают тезис об агрессивном «противостоянии» сакрального и профанного дискурсов. На этот раз в качестве объекта изучения были избраны отклики / комментарии читателей (посетителей) сайтов СМИ. Цель предпринятого анализа – понять результаты взаимодействия автора журналистского текста и его читателей, не стесненных какими-то рамками и ограничениями, и выявить проявляемые аудиторией признаки агрессивности.

В течение 2018 г. были проанализированы 1098 комментариев (как на сайтах самих изданий, так и в социальной сети «ВКонтакте») к 373 текстам сетевых СМИ («Медуза», «Лента.ру», «Российская газета», РБК, «Лентач»). В результате выяснилось, что наиболее часто (91% случаев) столкновения в ветках комментариев интерпретаций профанного типа с интерпретациями сакрального типа привели к возникновению коммуникативных агрессий между пользователями. Когда же в ветках комментариев присутствовали лишь сакральные интерпретации, то агрессий между пользователями не возникало. Если же в ветках комментариев присутствовали лишь профанные интерпретации, то агрессии между пользователями возникали в 17% случаев. Последнее подтверждает «горизонтальность» профанного дискурса и допустимость в нем интерпретаций.

Табл. 1. Возникновение коммуникативных агрессий (нацеленных на других пользователей, включая журналиста) в ветках комментариев к материалам СМИ

	Всего веток	Агрессия возникла	Агрессия не возникла
Только сакральные интерпретации	44	0 (0%)	44 (100%)
Только профанные интерпретации	78	13 (17%)	65 (83%)
Сакральные и профанные интерпретации	251	228 (91%)	23 (9%)

Другие результаты получим, если оценим агрессию пользователей, связанную с самим журналистским текстом. К такой агрессии отнесем все, что обращено к затрагиваемым в тексте героям / фактам: при этом сакральный дискурс становится агрессивнее по содержанию (68% веток). Но и в комментариях, содержащих лишь профанные интерпретации, агрессии возникают часто (37% веток). В случае смешанных интерпретаций агрессия также присутствует – ее появление зафиксировано в 74% веток. Это может означать, что пользователи охотнее идут на конфликт друг с другом, нежели «высказываются в пустоту» – журналисту, который может не увидеть агрессию, политику, который вряд ли увидит агрессию, или по поводу абстрактной темы. С другой стороны, пользователь может и высказаться по теме, и в том же комментарии задеть других пользователей. Очевидно одно – даже при рассмотрении проявляемых в аудитории СМИ только тех агрессий пользователей, которые нацелены на журналистский текст, а не на других пользователей, уровень агрессивности все равно остается высоким.

Табл. 2. Возникновение коммуникативных агрессий (нацеленных на журналистский текст) в ветках комментариев к материалам российских СМИ

	Всего веток	Агрессия возникла	Агрессия не возникла
Только сакральные интерпретации	44	30 (68%)	14 (32%)
Только профанные интерпретации	78	29 (37%)	49 (63%)
Сакральные и профанные интерпретации	251	185 (74%)	66 (26%)

Стабильно высокий уровень проявлений медийных деструкций в комментариях к материалам российских сетевых СМИ показывает, насколько устоялось агрессивное поведение в Интернете. Поэтому можно ставить вопрос о девиантности коммуникативных агрессий. На первый взгляд, именно так и следует понимать: агрессия есть сама по себе отклонение от социальной нормы. Такой подход применяется в большинстве исследований, и наше не исключение. Да, агрессивное поведение определяется как социальная девиация, и, таким образом, является отклонением от стандарта поведения – нормы. При этом отклонение в поведении начинает подпирать норму речевых практик: такой процесс обусловлен в области идеологии (агрессии в

политическом дискурсе), и возникает там, где допускаются различные трактовки ценностных триггеров, где социально «чужим» становится не только представитель иной общности, но и любой другой индивид, у которого при столкновении с ценностным триггером разворачивается иная цепочка ассоциаций, базирующаяся на иных ценностях.

Если посмотреть на спектр затрагиваемых тем в анализируемых текстах, то можно заметить, что «тематические» агрессии явно делятся на две разновидности.

Первая – агрессии, объект которых обезличен, эмоции говорящих направлены на абстрактные понятия. Например, пользователи апеллируют к ценности свободы слова: «Железный занавес опускается; критика под запретом; какие к черту права гражданские, если любая критика может быть, и, вероятнее всего, будет расценена как призыв к чему-то; с каждым днём мы все меньше чего либо имеем, теперь ежедневно имеют нас»⁶⁷. В таких случаях объект агрессии не связан с конкретной личностью, обычно им становится тот или иной политический институт. При этом ключевым может стать публицистическое понятие, например, «Запад» как собирательный образ внешнего врага, транслирующего иные ценности. И тогда к Западу могут быть отнесены даже страны географического востока (например, Япония) – главным окажется не расположение страны на карте мира, а доминирующие в ней ценности: «У нас просто культуру свою не ценят. На западе ее ценят больше чем в России <...> Вот в Японии выйдет девушка в кимоно, все скажут “Ой как мило”, а у нас, если в платке выйдет?»⁶⁸

Вторая разновидность – агрессии, объект которых олицетворен. В этой ситуации Петр Порошенко становится «отработанным биоматериалом, пропойцей, который не нужен хозяину»⁶⁹, Дональд Трамп – «идиотом»⁷⁰, а Владимиру Путину желают, «чтобы его замочили в сортире»⁷¹. В отличие от первой разновидности, здесь реже апелляции к определенным ценностям (разве что Петр Порошенко в ироничном ключе упоминается как ретранслятор европейских ценностей), а сама агрессия более очевидна, ее выражение непосредственное и неаргументированное. Пожелания смерти, каламбуры (например, заместитель главы Ространснадзора Андрей Шнырев у пользователей превращается в «очередного шныря для Запада»⁷²), простые оскорбления характерны именно для подобных «персональных» агрессий, причем персону – объект агрессивных высказываний – наверняка ни одно из этих речений даже не прочтет. Возможно, в данном случае пользователи решают две задачи: во-первых, превращают агрессию в инструмент коммуникативной релаксации; во-вторых, на самом деле уверены, что их агрессия имеет совсем иной адрес. Поэтому инвективы в сторону политического деятеля обращены ко всем пользователям сразу, чтобы в их среде агрессивное сообщение нашло желаемый коммуникатором отклик и получило свое продолжение в генерируемой таким образом агрессии.

Говоря о пользователях, решающих свои задачи, мы выходим на уровень сетевых сообществ. Пользователь, обращающийся к тексту и оставляющий под ним комментарий, перестает быть только воспринимающим информацию индивидом. Своим медийным актом он указывает на свою вовлеченность в непрерывные Интернет-коммуникации, где постоянно генерируются коммуникативные избыточности – сообщения, не несущие в себе информационной ценности (вряд ли кого-то заинтересует, что Илья Шотский пожелал Владимиру Путину смерти в туалете), но влияющие на эмоциональное восприятие текста. Язык таких сообщений эмотивен, он способствует как эмоциональному самовыражению, так и эмоциональному воздействию на других.

⁶⁷ *Женя Пушкин*. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-23304496_693105

⁶⁸ *Килла В-Гридне*. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_9993836?reply=9994113

⁶⁹ *Андрей Федоров*. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-23304496_668219?reply=668294

⁷⁰ *White Bars*. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_9934855?reply=9936628

⁷¹ *Илья Шотский*. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_10281695?reply=10282718

⁷² *Галина Якимова*. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-23304496_706852?reply=706993

Сложно встретить выражение «загнивающий Запад», если оно не употребляется в ироничном контексте: «Давно пора разнести к чертям весь этот капиталистический и загнивающий запад. К черту Гейропу и к черту Пиндостан! Россия попадет в рай, а они все сдохнут!»⁷³. Профанный дискурс означил его по-своему, и неироничное употребление выражения вряд ли будет поддержано даже теми пользователями, среди которых социальная действительность интерпретируется на основе сакральных ценностей. А вот триггеры «Гейропа» и «Рашка» могут включаться в качестве инструмента для создания иронического текста об агрессии Запада по отношению к России (например: «Скоро арабов из гейропы дождемся и опять будет все на мази»⁷⁴ – комментарий к тексту о сокращении населения России. Или обращение одного пользователя к другому: «Ну ты ненавидишь Россию и тут многие ватаботы вроде тебя калякающие бред, вы все ненавидите Россию, от того она и рашка какашка парашка»⁷⁵).

Ряд причин привел к тому, что коммуникативные агрессии прочно укоренились в политическом дискурсе. Среди них технологические: в Интернете может высказываться любой пользователь на любую тему, причем его высказывания не всегда обращены в пустоту – например, в комментариях под новостью в социальной сети пользователь может найти как единомышленников, так и столкнуться с агрессивными высказываниями в свой адрес.

Идейно противостоящие российские и зарубежные СМИ регулярно делают акцент на несовпадении России с Западом, агрессивно апеллируя к ценностям – либеральным или консервативным. Коммуникативная агрессия используется как терапевтическое средство в политике, открывая «клапаны по снижению давления в общественном мнении». Именно поэтому коммуникативные агрессии в студенческой среде воспринимаются не столько социальной девиацией, сколько неизбежностью политического дискурса. И здесь есть о чем задуматься: ведь подобное отношение к агрессиям в медийной среде утверждается в сознании пополнения коммуникативных элит – политологов и журналистов, которые в своих последующих профессиональных практиках, будут исходить из складывающегося сегодня восприятия агрессивных коммуникаций.

Summary

The chapter analyzes the value-political discourse of the Russian network communities as the unity and the struggle of the sacred and profane discourses functioning within it. The result is the generation of the enabling environment for the emergence and the spread of the communicative aggressions.

The chapter examines the results of the survey of the Russian students on the problems of the communicative aggressions in the Russian-Polish relations and in various channels of the mass communication, as well as some results of the study on the sacred and profane interpretations of the social facts in the network communities. The survey of the students showed that the prospective representatives of the communicative elites (political scientists and journalists) take the presence of the communicative aggressions in the mass communication channels for granted, and the Internet is considered as the environment in which the aggressions are most pronounced. Moreover, students are confident that the categorical and harsh judgments expressed on the Internet may be expressed “offline”. The analysis of the user comments on the Internet confirmed the idea of the aggressive opposition of the sacred and profane discourses in the network communities, as well as the perception of the Internet as the enabling environment for the spread of the aggression. The ongoing struggle

⁷³ Тамерлан Хазбулаев. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_10254049?reply=10257258

⁷⁴ Демьян Генедачук. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-25232578_6224671?reply=6224774

⁷⁵ Никита Рязанцев. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / https://vk.com/wall-67991642_2943274?reply=2943337&thread=2943281

between the sacral and the profane discourses in the Russian media is the result of the aggressive ideological confrontation between the Russian and Western media with a continuous appeal to the political values.

Список источников:

- Андрей Федоров. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-23304496_668219?reply=668294
- Галина Якимова. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-23304496_706852?reply=706993
- Демьян Генедачук. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-25232578_6224671?reply=6224774
- Женя Пушкин. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-23304496_693105
- Илья Шотский. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_10281695?reply=10282718
- Килла В-Гридмене. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_9993836?reply=9994113
- Никита Рязанцев. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / https://vk.com/wall-67991642_2943274?reply=2943337&thread=2943281
- Тамерлан Хазбулаев. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_10254049?reply=10257258
- White Bars. Комментарий на сайте «ВКонтакте» / URL: https://vk.com/wall-29534144_9934855?reply=9936628

Список литературы:

- Бенвенист Э. Общая лингвистика / пер. с фр. – М., 1974.
- Вежбицкая А. Семантика, культура и познание: общечеловеческие понятия в культурно-специфичных контекстах // Thesis. Вып. 3. – М., 1993.
- Грамши А. Избр. произв. в 3-х тт. Том третий / пер. с ит. – М., 1959.
- Ирхин Ю.В., Зотов В.Д., Зотова Л.В.. Политология. – М., 2002 / URL: <https://textbooks.studio/uchebnik-teoriya-politiki/politicheskieideologii-kak-sistemyi.html>
- Курушкин С. В. Ценностно-политический дискурс сетевых сообществ (на материалах интернет-СМИ России). Диссертация на соискание ученой степени кандидата политических наук. – СПб., 2017.
- Fairclough N. Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research. – London, 2003.

Глава 1.3.

Постправда и словесная агрессия в СМИ: инструментарий формирования картин мира

В. Новяк, П. Павелчик, UAM

1. Введение

Представленная глава монографии является частичной презентацией результатов работы исследовательского коллектива, проведенной в Отделе политических наук и журналистики Университета им. Адама Мицкевича (UAM) в Познани (Польша), тесно сотрудничающего с коллегами из Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ (Россия). Вместе мы представляем содружество исследователей коммуникативных агрессий XXI века.

Главу можно поделить надвое, поскольку она включает в себя как изложение наших теоретических представлений, так и сегмент анализа эмпирики общественного сознания, политической практики и функционирования СМИ.

Предмет изучения, в нашем понимании, связан с агрессивной характеристикой медийного контента в случае рассмотрения взаимодействия СМИ с Интернетом. Такой контент интересен, прежде всего, в контексте взаимодействия СМИ с их молодежной аудиторией и пользователями Интернета – поколением общественных медиумов. Именно этому поколению в первую очередь адресуются разного рода сообщения с целью вызова эмоционального напряжения, вызывающего отрицательные эмоции или языковую агрессию.

В эмпирическом разделе авторы условились, что объектом их исследований в форме анкетных опросов станут студенты Отдела политических наук и журналистики. Респондентов поделили на несколько категорий: 1) студенты направления журналистики и связей с общественностью, которым со временем предстоит информировать общество о социально значимых событиях и явлениях, 2) студенты, изучающие международные отношения, вопросы управления государством и национальной безопасности, 3) студенты политологии, предметом интерпретации и рассуждений которых становится информация, идентифицируемая по смысловым полям «Россия – Польша» или «Россия – мир». Исследователи на основе применения техники анкетирования поставили перед собой цель – определить, какие инструменты журналистики формируют общественное мнение в Польше, насколько испытываемые группы студентов переносят агрессии в медиумах как интернациональные действия, определяющие характер сообщений коммуникаторов о России. Исследования были проведены в два этапа – в 2015 и 2016 гг.

Результаты исследований, которые проводились в пограничной зоне социологии, журналистики и политологии, показали взаимосвязь сообщений, содержащих агрессию, с деятельностью собственно средств массовой информации. Все более технологически совершенствуемые методы коммуникации, сочетающие технические возможности со скоростью разработки информационного материала, и факт его быстрого доступа к получателю, приводят к немедленному воздействию. То, что несколько лет назад считалось обывательским слухом, в эпоху Интернет-СМИ становится информацией, формирующей мнения ее получателей. Это чрезвычайно важно в отношении молодого поколения, с его ориентацией на доминирование Интернет-СМИ, в которых информация далеко не часто проходит проверку. Компьютеры и сетевые алгоритмы распространения сообщений определяют, что из сообщений, когда и каким образом достигнет получателя, чтобы немедленно предложить ему новую порцию информации той

же тематики. В своей сущности это и есть основа широких возможностей СМИ в манипуляции общественным сознанием.

Сознание, обусловленное влиянием современных средств массовой информации, может быть полностью сформировано в соответствии с намерением вещателей. Если добавить к этому тот факт, что многие влиятельные медиа-корпорации, работающие в традиционных СМИ (телевидение, газеты, радио), одновременно являются владельцами и вещателями в Интернет-СМИ, то возможности их влияния почти ничем не ограничены.

Студенты, по мнению авторов, являются репрезентативной социальной группой, по результатам анализа которой позволительно судить в целом о характере находящегося под влиянием СМИ общественного сознания, а также утверждать, что ее мир сформирован медийной реальностью.

2. Исследования студенческой аудитории

Фокусное исследование было проведено в 2015 году в группе из 100 студентов WNPiD. Целью исследования – ознакомление с уровнем знаний студентов о новых СМИ, коммуникативных агрессиях и постправде, а также об их состоянии знаний о России. Это был важный пункт анализа, потому что исследование проводилось в год парламентских выборов, когда тема безопасности и отношений с Россией находилась в центре политических дебатов. Формирование обследуемой группы было проведено методом случайной выборки.

Выводы, к которым пришли авторы исследования, затем были использованы при составлении окончательного вопросника для проведения анкетирования в 2016 году. В новом исследовании приняли участие 471 учащийся из всех специальностей. Выводы из проведенных фокус-тестов показали, что сделанная выборка составила репрезентативную группу учащихся по отношению к Интернет-медиа. Контент, который студенты получают через Интернет, столь же релевантный для этой группы, как и полученный через традиционные средства массовой информации.

Специфика области исследования показала, что в обследуемой группе очень высок интерес к политическим и связанным с безопасностью страны темам. Кроме того, в целом группа признает и осознает факт агрессивного освещения в СМИ вопросов политики. Это касается как контента в социальных сетях, так и традиционных СМИ. Установленный факт важен тем, что позволяет исключить интенциональность со стороны исследователей.

Вопросы, содержащиеся в анкете, были сгруппированы в тематические группы и касались: наличия агрессии в социальных сетях и образов России и ее граждан в польских СМИ.

В исследовательской группе доминировали студенты журналистики и социальной коммуникации (159 человек), что еще больше укрепило аргументы и выводы, связанные с их компетентностью в оценке и понимании средств массовой информации.

3. Постправда как ложь

Постправда описывает действительность, в которой факты не имеют значения. Это самая прямая характеристика термина, который с 2016 года стал популярным в описании политического пространства. В публичном дискурсе он появился после первого его употребления американо-сербским драматургом (Stevea Tesicha в 1992 году) в журнале «Nation» (Flood, 2016). Популярность приобрел благодаря книге Ralpha Keyesa (2004) *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. Однако сам R. Keyes, написав о постправде, объяснил, что карьера этого термина началась вместе с появлением телевидения (50-е годы прошлого века), которое ввело новые формы политической коммуникации, а в главном опиралось на инфор-

мирование получателя периферийным путем, клоня его к эвристическому принятию решения, а не рационального анализа высказывания политика.

После 70-х годов прошлого столетия телевидение становится наиболее массовым распространителем постправды. Конечно, за последующие годы типология каналов массовой коммуникации претерпела существенные изменения, что, впрочем, не отразилось на главном в распространении постправды: основой по-прежнему являются только широко распространенные массовые медиумы, преобразующие общественную действительность за счет исполнения ими роли посредника в акте сообщения.

Вместе с тем, видится, что термин «постправда» не является новым. Это дистрибутивная форма описания действительности, на основе которой в последние годы получили свое развитие новые медиумы. Существенным переменам в массовой коммуникации содействует интенсификация самого явления и нарастающая динамика применения политиками постправды как инструмента достижения определенных партикулярных целей.

Для многих постправда воспринимается синонимом лжи. Для чего же тогда особая необходимость учреждения и использования нового термина в описании реальности, которая в своем существе настолько сильно не изменилась? Может быть, политики лишь теперь начали руководствоваться ложью для реализации своих целей? Разве демократическая политика (тем более реализуемая в безальтернативных системах) не была с незапамятных времен заражена демагогией, эмоциональными отзывами о себе, использованием мифологизированных познавательных стереотипов и предубеждений избирателей?

Лукаш Павловски задает в «Культуре Либеральной» вопрос: «Чем отличается постправда от „обыкновенной“ лжи?» По его мнению, «разница на индивидуальном уровне заключается в том, что традиционный врун говорит неправду ради того, чтобы отвести наш взгляд от фактов – например, политик на словах поддерживает повышение налогов для самых богатых, хотя сам голосовал за их понижение, но для современного вруна все это уже не имеет никакого значения. В один день скажет нам, что налоги нужно было поднять, во второй – что снизить, а на третий – что было некогда задуматься и нужно время, чтобы подумать. Для традиционного вруна факты являются отметкой его уровня. Для вруна эпохи постправды они не имеют никакого значения»⁷⁶. В этой констатации следует принять во внимание, что именно развитие современных средств массовой информации привело к тому, что сегодня политика в значительно большей степени опирается на информационный шум, в котором стирается черта между фактом и мнением, правдой и неправдой, информацией и дезинформацией. В этих реалиях даже многократно опровергнутые информации долго могут жить собственной жизнью. Более того, могут создавать очередные новые версии картин существующей действительности, очень отдаленно напоминающие впервые созданные. Возникает сложное представление мира, основанное на информациях, общим свойством которых является их ложность. В этом неверно воспринимаемом мире действующие политики уже не соперничают друг с другом в диагнозе реально существующих проблем, ибо – в соответствии с основами постправды – факты не имеют значения. В этой реальности действительно только то, что способно мобилизовать, притянуть к себе положительные эмоции, направляя при этом оппонентам отрицательные. В этом смысле правда не всегда является настолько сильным генератором эмоций, как намеренно созданная ложь. Мы можем, следовательно, говорить о так называемой общественной лжи, анализу которой много внимания уделил в своих трудах Войцех Худой⁷⁷.

Присмотримся к следствиям общественной лжи в контексте постправды⁷⁸.

⁷⁶ Павловски Л. Правда также у нас (Полемика с Дарюшэмом Росякем) // Культура Либеральная. 2016. № 416 (52). URL: <http://культуралиберална.пл/2016/12/28/пав-ловски-росиак-пост-правда-кацзынски-полемика/> [дата доступа: 11.01.2017].

⁷⁷ Худой В. Философия лжи. Ложь как феномен зла в мире лиц и обществ. – Варшава, 2003. С. 212–218.

⁷⁸ Филипович М. Ложь как угроза современного общества // Интердисциплинарный общественный вуз. 2016. № 1. С. 65–67.

Во-первых, ложь сначала отнимает у человека свободу решения, потом порабощает обманутого. Разрешение принципиальной проблемы, например, свершение политического выбора, происходит в условиях целенаправленной дезинформации, отнимая возможность подняться до рационального принципиального решения. Более того, оружие в борьбе с постправдой тоже не правда, так как правда часто мало убедительна.

Во-вторых, следствие лжи в масштабах социума – атмосфера недоверчивости, ведущая к раздроблению общества или его поляризации. Люди начинают делиться по критерию понимания правды и веры в ложь; живут в других – часто противоположных – действительностях, достоверность которых подтверждают информацией, полученной из СМИ, создающих картины мира, соответствующие ожиданиям реципиента. Отсюда еще одним глубоким следствием постправды может стать появление психолого-политических границ в обществе, ведущее к конфликтам, а через это – к деструкциям в пространстве публичных дебатов.

Третье следствие – поступательная коммерциализация демократии. Она вытекает из факта подчинения общественной правды правилам рынка на основе максимизации прибыли. Постправда как информационная единица должна направляться эгоистическим пониманием происходящего в обществе, отбрасывая любое другое представление о действительности, если оно препятствует эгоистической реализации дела. Эгоистический запрос на соответствие желаемой картины мира удовлетворению предопределенных потребностей диктует условия ее формирования на базе постправды. Резонно, что правда одна, но постправд, вероятно, может быть много. Мы выбираем ту, что более всего нам выгодна, и это парадоксально вписывается в теорию рационального выбора.

Очередным, четвертым, следствием постправды является нарушение важнейших основ общественной коммуникации. Разрешая постправду и в какой-то мере создавая ее, само общество испытывается ложью и доходит до разрушения коммуникаций, тем самым становясь на путь к собственному распаду. Постправда творит новые общности в пределе распадающейся общности высшего уровня – народа. Следовательно, хотя постправда относится к дезинформации и является инструментом манипуляции, она способна вести к соединению людей на базе фальшивых картин мира. Более того, защита этого видения имеет интегрирующий характер и обретает «синдром осажденной крепости», что нередко перерастает в широкие общественные движения, даже с приданием им форм постоянной организации.

В-пятых, каждый человек имеет право к представлению правды, а через ложь это право ущемляется⁷⁹. Ложь ведет к принуждению другого человека и своеобразному преобладанию над обманутым. В разговорном языке с легкостью произносится фраза «правда такая...», мы склонны набрасывать другим свое видение мира, чувствуя себя хранителем депозита правды и главным управляющим коммуникации. Картина мира, какой мы ее знаем, это эффект контакта со средствами массовой информации. Интернет, это ощущение усугубил. Возможности проверки истинности картины действительности, которую формируют СМИ, для рядового гражданина ограниченные. Когда-то люди знали о мире гораздо меньше, но, то что знали, вытекало из их непосредственного познания и опыта. Это не гарантировало знания правдивого, но затрудняло влияние кого бы то ни было на восприятие правды.

Как еще одно следствие постправды можно назвать коммуникативную агрессию⁸⁰. Эта агрессия – как со стороны источника дезинформации, так и со стороны обманутого – приводит к сильной реакции в момент разоблачения лжи. Агрессивное поведение дезинформатора вызывается боязнью разоблачения лжи и его последствиями. Агрессивное поведение обманутого возникает в момент обнаружения обмана, и может вести к мести и жажде отплаты. В обманутом обостряется чувство собственной ценности. Открытие лжи вызывает у жертвы дез-

⁷⁹ Худой В. Ложь как коррупция правды, человека и общества // Всеобщий Обзор. 1990. № 6. С. 398.

⁸⁰ Худой В. Философия лжи. Ложь как феномен зла в мире лиц и обществ. – С. 55–56.

информации внутреннее противоречие – он желает и боится узнать правду, так как она способна разрушить удобную картину мира, в которой силы зла, уничтожающие человеческие ценности, – это «они», а «мы» эти ценности защищаем, потому что стоим на почве правды. Поэтому при доминировании постправды в описании действительности появляется нежелание обращаться к тем экспертам, которые могут обнаружить «неудобные правды». Таким образом, каждая общность, объединенная на базе постправды, вынуждена иметь своих, «объективных» экспертов.

Стоит также заметить, что видение сформированного постправдой мира может составлять основу самообмана. Это действие, в результате которого человек «приводит себя в состояние убеждения о противоречивости предварительного распознавания действительности или его познания доступными ему объективными средствами»⁸¹. Самообман – действие в пространстве собственных эмоций, выбора и интеллектуального познания. Самообман порождает хаос правды, которая «становится ослабленной, а затем отрицаемой»⁸². Постправда облегчает рационализацию собственных «удобных» взглядов и оценок.

Следовательно, можно признать, что постправда – это новая форма хорошо известной общественной лжи, ответ на заказ многочисленных групп людей, которые ищут прежде всего подтверждение собственным эмоциям в восприятии мира. Современные Интернет-медиумы, которые могли бы служить познанию, расширяют пропасть между знанием фактическим и медийной картиной действительности, которые могли бы стимулировать готовность к поиску решений во многих сферах общественной жизни, особенно в политике, на деле распространяют постправду через новые медиумы, создают общности, опирающиеся на фальшивые представления о мире и фобии.

По всей видимости, новое качество постправды заключается в том, что это ложь, будто бы случайно вводящая в заблуждение, но полностью конструирующая новую действительность. Это уже не ложь, служащая безотлагательным целям, достижение которых возвращает к подлинной действительности. Картина мира, данная в постправде, не минует нас и не дает себя опровергнуть, ибо раз поверив в ложь, мы убегаем от познавательного диссонанса. Мы можем, следовательно, понимать постправду в значении организованной лжи, которая, по мнению Ханны Арендт, специфична для тоталитарных систем⁸³. Теперь она появляется как инструмент политического маркетинга, и это происходит в равной мере как в системах, которые мы признаем системами консолидированной демократии, так и в тех, которые – как нам кажется – всего лишь намереваются пойти этой дорогой. Можно и так рассудить, что растущее пустозвонство в культуре Запада и сопутствующая ей постправда являются не только эффектом усталости бытия, ибо постправда отмечается как в странах, где демократия функционирует 200 лет, так и в странах, возраст демократии в которых не свыше 20 лет. Мы придерживаемся мнения о том, что постправда родственна, прежде всего, новым средствам коммуникации, в последние годы демонстрирующим свою силу творения картин действительности. Практика общественных медиумов показывает, что приспособленная к ним информация начинает жить собственной жизнью, творит / возбуждает долгий ряд комментариев по ее поводу, комментариев к комментариям и т. д. Потом уже трудно найти непосредственный источник – самого первого отправителя, ответственного за содержание сообщения. Такая безответственность, а также призрачная анонимность, порождает у пользователя сети уверенность в том, что можно создавать альтернативные картины мира, даже такие, которые имеют мало общего с действительностью или совсем с ней не связаны.

⁸¹ Худой В. Ложь общественная и его следствия // Ошибка антропологическая / под ред. А. Марынярчук, К. Отупеть. – Люблин, 2003. С. 628–629.

⁸² Худой В. Там же. С. 629.

⁸³ Арендт Х. Правда и политика // Литература в мире. 1985. № 6.

Рассматривая затронутые вопросы через призму эмпирических исследований, отметим, что большинство (58%) опрошенных нами студентов выразило уверенность в заинтересованности политиков в таком использовании Интернета, при котором происходит поляризация политических взглядов общества. Самый высокий уровень убежденности в таком намерении политиков фиксируют студенты политологии (70%), а самый низкий – студенты журналистики (52%).

Если говорить об оценке верности распространяемой информации о России, то 41% опрошенных молодых людей посчитали, что она не объективна, и только 2% оценили ее как достоверную; «скорее объективной» назвали 29% анкетированных. Ниже других объективность этой информации оценили студенты отделений безопасности и международных отношений – по 44% опрошенных назвали ее необъективной. В то же время только 16% студентов политологии сочли сообщения Интернет-СМИ о России недостоверными. При этом исследователи попросили студентов оценить объективность медиумов. Оценки распределились следующим образом: объективность медиумов на уровне 100% отметили 3% всей совокупности опрошенных, главенствовала оценка на уровне 50% объективности – так заявили 45% студентов; наивысшую объективность на уровне 100% указывали 9% студентов политологии и 1% – студенты журналистики.

Влияние медийных сообщений на представление молодежи о России ведет к тому, что решительное большинство (56%) опрошенных негативно оценило их в той части, что касается картин России как государства и его граждан. С таким мнением соглашаются 59% студентов политологии, а также 55% студентов журналистики. Изображение России как отрицательное оценили 31% совокупности опрошенных, о недостаточной информации о ней заявили 41% студентов. Влияние изображения России в медиумах на свою оценку показали 47% совокупности опрошенных (студенты политологии – 36%, 58% – студенты управления государством). В анкетах утверждается, что картина России в польском медийном пространстве имеет влияние на ее восприятие гражданами – 68%. В этом более всего убеждены студенты международных отношений – 74%, менее всего студенты политологии – 68%.

Большинство студентов (73%) считает, что отношение к России, а также характер касающейся ее информации изменились под воздействием власти, в результате контроля публичных медиумов, установленного партией «Право и Справедливость». Чаше других такой факт контроля СМИ отмечают студенты национальной безопасности (86%), студенты журналистики гораздо реже (69%). Негативную оценку изображения России в СМИ подметили 31% опрошенных: высший коэффициент зафиксирован среди студентов политологии и управления государства – 34%, самый низкий – у студентов журналистики (26%).

4. Агрессия в языке политики

Статьи, касающиеся вопросов политики, высказывания политиков, но особенно инспирированные ими Интернет-комментарии, в большинстве заведомо агрессивны. Политик может «атаковать» своего оппонента изысканной метафорой, а затем отмежеваться от нее далеко заходящей ее интерпретаций, чтобы даже в заседании суда нельзя было доказать оскорбительных намерений в употреблении метафоры. «Агрессивные действия, в том числе языковые, являются сознательно примененным средством достижения преобладания над адресатом высказывания и склонения его к действиям, ожидаемым отправителем»⁸⁴. Доходит даже до того, что языковая агрессия, нашедшая свое выражение в определенных словах, которая должна пониматься как помеченное в словарях отрицательное отступление от нормы (языко-

⁸⁴ Саткевич Х. Языковые проявления агрессии в медиумах // Й. Бральчик, К. Мосёлэк-Клосинска. Язык в медиумах массовых рейдов. – Варшава, 2000. С. 33.

вая девиация), начинает восприниматься как свойство желательное, приписываемое энергичному, динамичному, мужественному и предприимчивому человеку, который ее применяет. Персональные выпады нередко сформулированы в приемах, перешагивающих всякие действующие нормы публичного языка, а подчас просто основы хорошего воспитания. Однако озадачивает факт, если политик, будучи политическим оппонентом кого-либо, не изъявляет охоты реванша, потому что став пассивным оппонентом, он будет воспринят не как лицо культурное, мирно настроенное, а скорее как беспомощное и неумелое.

Политики – полагают лингвисты – теперь руководствуются все более агрессивным языком и непрестанно «накручивают спираль присущей языковой агрессии жестокости». Язык политики подчинен медиумам и ограничениям, вытекающим из «массовой культуры». Надо высказываться выразительно, сочно, но при этом прямо, не употребляя сложного языка, аргументация не может быть слишком обширной. Следствием этого становится создание примитивной картины действительности, укрепление стереотипов, что, естественно, не объясняет факты информационных сообщений, тем не менее, является желательным. Средства массовой информации моделируют агрессивный примитивизм своих получателей между прочим, через «притупление ощущения жестокости и ее последствий»⁸⁵. В результате насыщения медиакommunikаций вульгарным языком, адекватным слову агрессии, происходит эмоциональная нейтрализация аудитории, которая, в свою очередь, влечет за собой другие серьезные последствия. Языковеды подчеркивают, что приучение себя к агрессивным формам высказывания (через частый контакт с ними) ведет к тому, что мы сами, сознательно или бессознательно, начинаем употреблять их в ежедневном общении.

В настоящее время СМИ являются самой большой силой в распространении картин сотворенной действительности. Язык, а его употребляют не только информируя нас об окружающем мире, воздействует на эмоциональный характер сообщений в момент их получения реципиентами; влияет на формирование «повестки дня» в общественном мнении, функционируя как эффективный инструмент убеждения или манипуляции.

Переноса теоретические представления об агрессивном поведении в медийной среде в плоскость практики, подчеркнем некоторые результаты нашего исследования: 61% совокупности опрошенных показали, что неоднократно встречались в медиумах с негативными суждениями о России; при этом самый высокий коэффициент показателя у студентов национальной безопасности (71%), а самый низкий – у студентов журналистики (53%). Поставленный перед студентами вопрос был конкретизирован другим – о характере этих высказываний, возможности их отнести к языку ненависти. Большинство, а это 54% совокупности опрошенных, отнесло их именно к этой категории. Выше всего оценили такие суждения как речь ненависти студенты национальной безопасности (64%), ниже всех – студенты журналистики (47%).

5. Агрессия в новой медийной среде

XXI век принес динамичное развитие новых возможностей коммуникаций, основанных на функционировании Интернета. Этот новый медийный потенциал тут же нашел себе применение в способах, которые удаляют его от возникших было идеалистических представлений о положительных эффектах невиданного прежде канала коммуникации, который должен был прийти на помощь талантам с их потребностями в разностороннем и быстром сообщении с миром. Новый медиум со всей силой обнажил сидящую в человеческих существах жажду подглядывания, агрессивно критического комментирования и эксгибиционизма – обнажения себя. Сидящие в индивидах комплексы, расстройства, травмы и общественные недостатки нашли новый выход в их анонимном, публичном изъятии. Исполненные ненависти и агрес-

⁸⁵ Там же. С. 28.

сии комментарии ранее находили себе место на городских стенах или опорах мостов и виадуков, теперь мы видим их в Интернет-форумах, в общественных порталах.

Агрессия, а ее современное общество пытается ограничивать в своих проявлениях, нашла новый канал экспрессии, который в силу своей природы не желает подчиняться никаким ограничениям. Интернет – это медиум не только свободный в возможностях придавать любую форму информационному сообщению, но и в произвольном взаимодействии с социальной реальностью. Индивид способен нести в Интернет, и несет в него, негативизм, ненависть, агрессию.

Проблемы, которые в истории человеческого общества казались возникшими от его начала, могут быть по-современному интерпретированы, а тем самым и переживаются по-новому, в прежде невиданных масштабах. Публичная сфера, как никогда ранее, стала настолько широкой, что понятие «мировой деревни», введенное в научный оборот Маршаллом Маклюэном, нашло новые возможности интерпретации в условиях Интернет-коммуникации. Медийная публичная сфера освободилась от предписанного ей деления на роли отправителей и получателей. Анонимным отправителем информации, а также комментатором интересующих общество событий, может стать каждый. В этой связи особого внимания заслуживает та плоскость общественной жизни, на которой всегда возникает больше всего спорных проблем, – политика. Эмоции, которые будят политики, и их действия переносятся на агрессивные высказывания и комментарии Интернет-пользователей, скрывающихся под дающими анонимность никами. Хейтерство стало теперь формой политической борьбы, нейтрализации поддержки противников и дискредитации их изображений.

В способе функционирования современных медиумов, которые увлекают массового потребителя, очевидно сосредоточение на всем шокирующем, агрессивном, выходящем за пределы общественных и моральных норм. Протежирование такого поведения гарантируют высокий интерес со стороны медийной аудитории. И этот способ действия медиумов указывает дорогу всем, кто желает любой ценой существовать в медийном пространстве.

Обратимся к некоторым связанным с Интернетом примерам медийной практики – к сообщениям, оказавшим огромное влияние на формирование общественного мнения. Нужно заметить, что примеры касаются дел чрезвычайных, пространства современной мировой политики, межгосударственных донесений, хозяйственных дел, а также сообщений, направленных против отдельных лиц, с намерением их дискредитации, создавая из персон объекты всеобщей насмешки с последующей их депортацией в «политическое небытие». Общественное мнение новейшего времени очень быстро реагирует на информации с крайне негативным содержанием. Даже в случаях, когда выявляется, что сказанное не более чем обыкновенная ложь, восстановление утраченного авторитета практически невозможно. За сугубо опасной и крайне безответственной ложью нужно видеть риторику, известную с периода холодной войны, с ее запугиванием общества, когда над миром нависли серьезные угрозы, включая ядерную войну.

По оценке Виктории Бэчек, Дональд Трамп во время избирательной кампании оказался «неисправимым вруном». Исследователь приводит информацию, занимающегося политическим анализом портала Politifact, согласно которой почти $\frac{3}{4}$ проанализированных высказываний Трампа – частичная или полная ложь. Во время только одного из прений кандидат в президенты США многократно солгал, между прочим, насчет скрытия своих налоговых данных, мнимой ответственности предыдущей администрации президента Обамы за восстание ISIS, нью-йоркской преступности, а также глобального потепления, отрицая научные мнения на эту тему и возлагая ответственность на Китай за учреждение ложных теорий⁸⁶. Интерес общества

⁸⁶ Бэчек Виктория. НАСА будет исследовать разбитую машину Туполева, Россия купила Мистраль за доллар, Пьяный поляк воскрес в морге, 10 вещей, которые в 2016 году оказались ложью. URL: www.msn.com/pl-pl/wiadomosci/swiat/nasa-zbadawrak-tupolewa-rosja [дата доступа: 12.01.2017].

к ложной информации рос по мере приближения даты выборов. По Бэчек, *«чем ближе выборы, тем больший интерес в сети вызывали ложные сообщений, который в последние три месяца перед голосованием обогнал интерес к правдивой информации»*. Стороны, подчинившие себя определенной политической цели, изобретали новости с сенсационными заголовками, которые распространяли в массовых масштабах, затем заинтересованные ими читатели сами массово распространяли их в сети. Среди фальшивых информации максимально возможным интересом пользовались статьи о мнимой поддержке Папой Римским кандидата на пост президента США – *«Римский папа Франциск поразил мир*

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.