

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**«ВОЕННАЯ ЖУРНАЛИСТИКА
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ»**

**Материалы Международной научно-практической конференции
(г. Луганск, 12 апреля 2023 года)**

Санкт-Петербург
Медиапапир
2023

УДК 070.48 : 355.01 (08)

ББК 68.45

В63

Рецензенты:

О. С. Перетятая — директор Института филологии и социальных коммуникаций Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный педагогический университет», кандидат филологических наук

М. И. Одинцова — доцент кафедры русского языка и культуры речи Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля», кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент

О. Б. Серостанова — доцент кафедры рекламы и PR-технологий Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганская академия культуры и искусств имени Михаила Матусовского», кандидат философских наук.

Военная журналистика в современном мире: Материалы Международной научно-практической конференции (г. Луганск, 12 апреля 2023 года) / под ред. Ж. В. Марфиной, А. В. Дроздовой [и др.]. — СПб.: Медиапайр, 2023. — 232 с.

В сборнике представлены материалы докладов и научные статьи участников Международной научно-практической конференции «Военная журналистика в современном мире», проведенной в Луганском государственном педагогическом университете совместно с Санкт-Петербургским государственным университетом. Проблематика научных поисков охватывает спектр вопросов, посвященных языковым и философским аспектам освещения военных событий, рассмотрению войны как коммуникативного феномена, изучению технологий конструирования образов участников военно-политических конфликтов.

Адресуется исследователям современного журналистского процесса, информационных войн и технологий новых медиа, работникам СМИ и всем, кто интересуется спецификой развития информационно-коммуникативного пространства.

Рекомендовано к печати Научной комиссией Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный педагогический университет» (протокол № 3 от 10.10.2023 г.)

Подписано в печать 09.11.2023. Формат 60×84/16. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 13,49. Тираж 100. Заказ 193.

Выпущено ООО «Медиапайр»

с готового оригинал-макета, предоставленного заказчиком
194021, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 28, литера А,
помещ. 3-н, ком. 184, 185, 188, 192, 193, 194. Тел.: (812) 987-75-26
mediapapir@gmail.com www.mediapapir.com www.mediapapir.ru

ISBN 978-5-00110-385-1

© Коллектив авторов, 2023

© Медиапайр, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Марфина Ж.В.</i> Приветственное слово.....	6
-----------------------------------------------	---

ПЛЕНАРНЫЕ ДОКЛАДЫ

<i>Мельник Г.С., Мисонжников Б.Я.</i> Ложь в медийном контексте как инспириатор военного терроризма.....	7
<i>Малькевич А.А.</i> Медиаобраз участников СВО: вопросы формирования и продвижения.....	10
<i>Плебанек О.В.</i> Полемология vs Peace studies. От апофатического подхода к постнеклассической версии науки о человеческом благополучии..	14
<i>Решетников М.М.</i> Социально-психологические сценарии современной информационной войны.....	18

ФИЛОСОФИЯ ВОЙНЫ: ИДЕОЛОГЕМЫ, СМЫСЛЫ

<i>Аббасова С.Т.</i> Перспективы исследования роли региональных СМИ в аспекте теории мирной журналистики.....	33
<i>Дейнека О.С.</i> Образ решения о специальной военной операции в сознании россиян.....	38
<i>Дроздова А.В.</i> «Как калейдоскоп мелькают кадры»: сетевой дневник военкора Юлии Андриенко.....	42
<i>Куюнцева Е.А.</i> Эволюция русофобии в украинских медиакритических материалах как информационная поддержка военного конфликта между Украиной и Россией.....	46
<i>Мартыненко Е.В.</i> Моральные основы мира: содержание, особенности..	51
<i>Михина Е.М.</i> Моральные ценности как товар и знак в период социальной напряженности.....	56
<i>Никонов С.Б.</i> Упрощение контента как фальсификация событий.....	59
<i>Самсонова А.А.</i> Патриотизм – новый панк: комическое как инструмент продвижения идеологии.....	65

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗОВ УЧАСТНИКОВ ВОЙНЫ

<i>Глуценко О.А.</i> Конструирование образа воина в текстах военного дискурса (на материале текстов новых медиа о специальной военной операции России на Украине).....	68
<i>Горгона А.О.</i> Отражение проблем ветеранов боевых действий в блогах и сетевых сообществах.....	71
<i>Заидуллина М.В.</i> «Фрунзенская набережная»: конструирование образа военного руководства в российских телеграм-каналах.....	74
<i>Коновалова М.А.</i> Ценностный аспект конструирования образа России...	78

<i>Корнаухов Н.А.</i> Освещение военной политики на российских телеканалах (на примере Сирийской военной кампании).....	81
<i>Лобовикова Е.А.</i> Конструирование образов героев в социальной рекламе.....	84
<i>Новоселова О.В.</i> Конструирование образа врага в предвыборных менасивах американских политических деятелей.....	89
<i>Познин В.Ф.</i> Трагический образ войны в хронике советских кинооператоров 1940-х.....	92
<i>Прокофьева Н.А., Щеглова Е.А.</i> Номинации участников вооружённых конфликтов в журналистском тексте: историко-стилистический аспект.....	96
<i>Протопопова О.В., Кавардакова Е.Л.</i> Портретизация героев Великой Отечественной войны: ретроспективный взгляд.....	99
<i>Теплякова А.Б.</i> Конструирование образа России в контексте оппозиции войны и мира (на материале англоязычных статей).....	103
<i>Цветова Н.С.</i> «Ради жизни на земле...».....	107
<i>Шваб О.А.</i> Образ России и Запада в российских интернет-СМИ.....	110

ТЕХНОЛОГИИ ОСВЕЩЕНИЯ ВООРУЖЕННЫХ КОНФЛИКТОВ

<i>Амиров В.М.</i> Телеграм-каналы и медиатизация боевых действий: особенности репрезентации.....	113
<i>Колчин Д.С.</i> Система работы журналистов издания Ura.ru по проблематике специальной военной операции.....	116
<i>Коньков В.И.</i> Неофициальный информационный поток в медийной среде.....	119
<i>Корнеева В.А.</i> Профессионально-этические стандарты работы современного корреспондента.....	123
<i>Малышев А.А.</i> Стилистика представления на страницах петровских «Ведомостей» действий российской армии в ходе Северной войны.....	125
<i>Свенцицкая Л.П.</i> Профессиональная подготовка военных корреспондентов на факультетах журналистики: обучение технологиям освещения вооруженных конфликтов.....	128
<i>Струговец В.М.</i> Технология освещения вооруженных конфликтов на примере СВО.....	131
<i>Суркина А.О.</i> Отображение войны в современных фото жанрах.....	135
<i>Шашкова Е.В.</i> Батальный репортаж: жанрово-тематическая специфика (на примере телепроектов Аркадия Мамонтова).....	139
<i>Якименко Л.Н.</i> Экстремальная журналистика: медиаосвещение военных событий в Донбассе (2014).....	143

ВОЙНА КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН

<i>Беликова А.П., Каторгина Д.Ю.</i> Тема войны в женской публицистике.....	147
<i>Ваулин К.Д.</i> Информационная война. Информационная гигиена в условиях СВО.....	150
<i>Дегтярева О.В.</i> Дискурсивные способы конструирования идентичности в Украине.....	153
<i>Дускаева Л.Р., Иванова Л.Ю.</i> Научное возражение как аргумент в информационной войне.....	159
<i>Евсеев А.Ю.</i> СВО: дискурс национальной идентичности в чеченских медиа.....	163
<i>Каминская Т.Л., Давыдов А.Н.</i> Медиадискурс военного противостояния: опыт СВО.....	167
<i>Морозова О.Н., Романов А.А., Романова Л.А.</i> Фреймовое конструирование смыслов в системе публичных коммуникаций...	171
<i>Романова Л.А., Малышева Е.В., Морозова О.Н., Романов А.А.</i> Политическое ТВ-интервью в противостоянии постправдивым информационным посланиям.....	183
<i>Тулупов В.В.</i> Фейки в эпоху постправды и информационных войн.....	195

ЯЗЫК ВОЙНЫ

<i>Байбатырова Н.М.</i> Оппозиционные конструкты «свой» – «чужой» в языке военной журналистики.....	199
<i>Барезев В.А.</i> Особенности сленга в журналистском дискурсе (на примере текстов военкоров «Комсомольской правды»).....	203
<i>Бондарь В.В.</i> Зооморфизмы в дискурсе оппозиционных российских и белорусских telegram-каналов в период проведения специальной военной операции.....	207
<i>Гамина Т.С.</i> Язык как инструмент влияния на речевую культуру медийного потребителя.....	211
<i>Зайцева И.П.</i> Поэтичность публицистики и публицистичность поэзии Михаила Матусовского.....	220
<i>Пархитко Н.П.</i> К вопросу об искажении образа героя Великой Отечественной войны в современном отечественном кинематографе.....	223
СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ	227



ПРИВЕТСТВЕННОЕ СЛОВО

Уважаемые участники и гости
Международной научно-практической
конференции
«Военная журналистика в современном мире»!

«Горячих точек» на нашей планете с каждым годом становится все больше: в военно-политических конфликтах современности участвуют как отдельные страны, так и союзы государств, субъекты различных блоков и альянсов. Участники столкновений отличаются социально-политическими статусами, многообразными целями и способами включенности в идеологические и вооруженные события. Несомненно, нарастающая конфликтность международных отношений и диалога внутри гражданского населения требуют объединения усилий ученых из разных сфер нашей жизни – политологии и социологии, психологии и истории, лингвистики и культурологи, юриспруденции. Преломляясь сквозь принципы медиатизации, выводы этих наук обогащают, прежде всего, содержание информационных стратегий, используемых при освещении боевых действий и особенностей ведения гибридных войн.

Журналистика военного противоборства как часть отечественной журналистики и при этом ее уникальный автономный сегмент в виду своей многогранности и стремительной трансформации – мало изученная профессиональная практика. Уверена, настоящая конференция позволит разрешить острые вопросы ее формирования, концептуальных основ, общественных функций и роли в жизни современного общества.

Желаю всем участникам конференции бодрости духа, плодотворных диалогов, открытий и достойных результатов научного творчества.

С уважением,
ректор Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения
высшего образования
«Луганский государственный педагогический университет» Ж.В. Марфина

Мисонжников Борис Яковлевич
Санкт-Петербургский государственный университет
b.misonzhnikov@spbu.ru

Мельник Галина Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный университет
melnik.gs@gmail.com

ЛОЖЬ В МЕДИЙНОМ КОНТЕКСТЕ КАК ИНСПИРАТОР ВОЕННОГО ТЕРРОРИЗМА

Статья посвящена исследованию понятия «ложь» в медийном контексте. Показано, как ложь, распространяемая влиятельными политическими лидерами в публичной сфере, превращается в инспиратора катастрофических событий, приводит к военному терроризму и неисчислимым жертвам.

Ключевые слова: ложь, военный терроризм, медиа, политические лидеры.

Понятие неправды имеет множество семантических и оценочных оттенков: это и лукавство как почти безобидная неискренность, некая уловка, не причиняющая серьезного вреда, это и вранье, более грубая и разговорная форма понятия, подразумевающая, однако, и детские фантазии, обман просто как шалость, за которую наказывать не будут. Это и ложь – искажение истины, по выражению А.С. Чахоян, сложное переплетение «интенциональных (преднамеренных) аспектов когнитивной и нравственной сферы личности» (Чахоян 2015: 74). Понятие лжи, хотя она и бывает «во благо», имеет отрицательную коннотацию, которая может достигать высочайшего накала в тех случаях, когда ложь инспирирует катастрофические события, приводит к неисчислимым жертвам и страданиям невинных людей. Она становится как бы самостоятельным звеном между субъектом, ее продуцирующим, и самим преступным деянием. Ее роль – инспирация злонамеренного события, причем в нарративной цепи инспираторами являются и субъект лжи, и она сама.

Ложь реализуется всегда как семиотический феномен, в конкретных текстах, у которых есть авторы. По совету Конрада Аденауэра, «никогда не лги, потому что ты ведь никогда не сможешь сохранить в памяти то, что сказал». Но самого канцлера уличил во лжи Манфред Петрич, политический деятель, журналист и легендарный блогер из Швейцарии, выступающий под псевдонимом Freeman-Fortsetzung. Конечно, Аденауэр, будучи канцлером ФРГ, в свое время сделал много полезного для немцев. Но он, лживо ссылаясь на «русскую угрозу», выступил за абсолютное подчинение страны американской

политико-правовой и экономической доктрине, приложил много сил для становления бундесвера в системе НАТО, что обусловило существование ФРГ в крайне зависимом от США положении, ее полную несамостоятельность. Это негативно сказывается в течение многих десятилетий и может иметь поистине губительные последствия в будущем. Аденауэр инспирировал «разделение Германии и ее оккупацию (со стороны США. – Б. М., Г. М.), которая продолжается и сегодня» (Freeman-Fortsetzung 2019). Так политика, изначально построенная на лжи, привела правительство ФРГ к участию в военно-террористической аванюре украинского режима.

Нельзя отрицать того, что субъекты инспирации – а это часто влиятельные политические лидеры – обладают не только высоким уровнем профессионализма, но и «эффективно привлекают к себе внимание средств массовой информации и завладевают эмоциями публики... Они, безусловно, обладают зарядом обаяния... Лидер-инспириатор чаще всего прирожденный актер» (Касамара, Урнов, Шаблинский 2008). Но распространяемая ими ложь часто оказывается инспириатором военного терроризма. Представители западного истеблишмента лгут и позже сами же признаются в этой лжи, о чем свидетельствуют, в частности, признания Меркель и Олланда о фиктивности их обещаний выполнять Минские соглашения. Следствием стали масштабные военные действия с большими жертвами, включая мирное население.

Ложь, распространяемая через мощную медийную систему Запада, становится сильнейшим инспириатором терроризма, осуществляемого украинским режимом. Так, она буквально пронизывает современные массмедиа Германии. М. Новрот, корреспондент сетевого издания WiWo Online, которое входит в крупную медиагруппу Handelsblatt, высказался совершенно определенно: «В Германии дело дошло до того, что представители некоторых групп говорят о „лживой прессе“...» (Nowroth).

Ложь, фейковые новости, включенные в государственную пропаганду западных стран и распространяемые от создателей к потребителям через сложную экосистему веб-сайтов, ботов и социальных сетей, направлены на дезинформацию аудитории. Каждый пользователь, согласно эффекту «эхо-камеры», искажающей картину действительности (Ершов 2018: 248), подвергается многократному воздействию одной и той же новости о военных действиях из нескольких источников. СМИ в этой системе представляют собой не просто передаточное звено, но стимулятор действий, в том числе протестных, военных и даже террористических. Это, в частности, со всей очевидностью проявилось в случае с подрывом газопроводов «Северный поток».

Ложь используется для борьбы с чуждой идеологией и в дискредитации персон, компаний, стран, и при этом идеологические заказы нередко оказываются хорошо оплаченными. Бесчисленное количество фейков публикуется в украинских телеграмм-каналах (*Труха.Украина, Всевидящее ОКО.Украина, Pravda Gerashchenko*), а также на новых информационных платформах, например, FREEDOM: DOC. Распространяются ложные сведения о массовых изнасилованиях женщин, детей и стариков; пытках и убийствах

мирных жителей; насилии над животными; использовании крематориев и фильтрационных лагерей; постановочных сюжетах и об обстрелах Донбасса. Масштаб охвата аудитории впечатляет. Так, абсурдную видеoinформацию, сгенерированную большим воображением украинских пропагандистов, о том, что российским солдатам раздают виагру для того, чтобы они насильствовали украинцев, увидели 22 миллиона человек. Цель – дискредитация российских Вооруженных сил, расчеловечивание и деморализация российского общества, демонизация России и ее действующего президента, стимуляция русофобских настроений и продолжения военных действий.

Литература

Ершов, Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникативных практик // Вестник Томск. гос. ун-та. Филология. 2018. № 52. С.245 – 256.

Касамара, В. А., Урнов, М. Ю., Шаблинский, И. Г. Инспираторы, технологи, объединители // Учебно-методический комплекс по дисциплине «Введение в политологию». М. : Высшая школа экономики, 2008. 33 с. URL: <https://psihdocs.ru/uchebno-metodicheskij-kompleks-po-discipline-vvedenie-v-politolo.html?page=32> (дата обращения: 10.04.2023).

Чахоян, А. С. Понятие лжи: дифференциальная диагностика // Теоретическая и экспериментальная психология. 2015. Т. 8. № 2. С. 74 – 79. (дата обращения: 10.04.2023).

Freeman-Fortsetzung. Für Deutsche ist Russland die grösste Bedrohung // Alles Schall und Rauch. 2019. 7. Jan. URL: <http://alles-schallundrauch.blogspot.com/2019/01/fur-deutsche-ist-russland-die-grosste.html#ixzz7xAj3czfr> (дата обращения: 10.04.2023).

Nowroth, M. Ulrich Wickert: «Medien haben ein falsches Verständnis von Toleranz». «Die russische Propaganda richtet sich gegen deutsche Medien» // WiWo Online. URL: <https://www.wiwo.de/politik/deutschland/ulrich-wickert-die-russische-propaganda-richtet-sich-gegen-deutsche-medien/12890660-2.html> (дата обращения: 10.04.2023).

Misonzhnikov B. Ya.

Melnik G. S.

St Petersburg University

Lies in the media context as an inspirer of military terrorism

The article is devoted to the study of the concept of "lie" in the media context. It is shown how lies spread by influential political leaders in the public sphere turn into an inspirator of catastrophic events, leads to military terrorism and incalculable victims.

Keywords: lies, military terrorism, media, political leaders.

Малькевич Александр Александрович
Херсонский государственный университет
alexander.malkevich@inbox.ru

МЕДИАОБРАЗ УЧАСТНИКОВ СВО: ВОПРОСЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОДВИЖЕНИЯ

Рассматриваются вопросы формирования и продвижения медиаобраза участников СВО в качестве актуальных идеологических и политических задач российской патриотической журналистики. В этом контексте анализируются журналистские практики и причины популярности военкоров, экспертов и других медиакоммуникаторов, освещающих СВО. Излагается авторская версия их классификации. Выявляются причины популярности новых звезд российского профессионального медиапространства. Обсуждаются вопросы продвижения медиаобразов участников СВО.

Ключевые слова: медиаобраз, СВО, медиакоммуникатор, журналистика, продвижение.

В российском медийном пространстве объем материалов, освещающих СВО довольно значителен и разнообразен по тематике, формату, жанрам, авторам и т.д. Однако, дело не в количестве соответствующей информации, а в ее контенте и дизайне, в качественных характеристиках – четкости, убедительности, выразительности, соответствии стоящим задачам, степени воздействия на аудиторию и т.п.

Среди наиболее актуальных идеологических задач российской патриотической журналистики – задача формирования героического образа участника специальной военной операции (СВО), человека, который, рискуя своей жизнью, мужественно защищает интересы своей родины, своего народа, ответственно выполняет свой гражданский долг и являет собой пример для подражания, образец современного патриота и героя. Надо отметить, что запрос на подлинного и героя наших дней – это вопрос не конъюнктурной политической повестки, а традиционная духовная потребность русского народа, корнящаяся в глубинах его тысячелетней истории, в истории российского государства, наполненной массовым героизмом мужчин и женщин, людей разных народностей, возрастов, социального положения.

Наряду с запросом общественного сознания на героика и патриотизм, аналогичный запрос существует и у государства, учитывая значение данных феноменов для его жизнестойкости и военной мощи. Сказанное объясняет злободневность и политическую важность обсуждения вопросов о том, кто, как и с каким эффектом реализует рассматриваемую повестку в информационном освещении СВО.

После начала спецоперации вновь актуализировались вопросы о полноте информирования общества как со стороны официальных источников, так и со стороны негосударственных СМИ, о доверии аудитории к поступающей от них

информации, о качестве (контент, лексика, стиль, дизайн и др.) массмедийных материалов, наконец, о социальной позиции и статусе авторов медиатекстов.

Дефицит достоверной информации, скудость и казенный характер сводок официальных ведомств, новые ограничения в законодательстве о массовой информации, политические и административные факторы, влияющие на работу СМИ и журналистов привели к тому, что ожидания широкой аудитории на полноценное в ее понимании освещение хода СВО со стороны массмедиа не оправдались. На этом фоне приобрела широкую известность и укрепила свой авторитет группа военкоров, экспертов и других медиакоммуникаторов, материалы которых о ходе СВО понравились аудитории. Можно предположить, что основными причинами их успеха являются следующие:

- нахождение названной группы коммуникаторов в зоне боевых действий или вблизи нее;
- использование инсайдерской и эксклюзивной информации; достоверность, четкость и хорошее литературное качество материалов;
- использование наиболее популярных коммуникационных каналов (Telegram-канал, YouTube);
- высокий профессионализм и патриотическая позиция акторов.

Можно отметить и некоторые другие факторы, повлиявшие на популярность и признание ряда представителей названной группы: прежний профессиональный опыт; официальный статус; ведомственная поддержка; личностные качества; корпоративная солидарности, профессиональное взаимодействие по распространению информации.

Представляет интерес вопрос о классификации и типологизации громко заявивших о себе новых звезд российского профессионального медиапространства. Заметим, что на этот счет за отдельными исключениями еще нет исследований (Быков, 2022), да и эмпирического материала для обоснованного отбора критериев классификации и выделения типологических признаков явно недостаточно. Поэтому ограничимся лишь классификацией медиакоммуникаторов, распространяющих свою информацию посредством Telegram-канал, работающих в зоне СВО или регулярно туда выезжающих.

Классификация по критерию «социальный статус коммуникатора» позволила выделить следующие три группы:

1. Официальные военкоры – штатные сотрудники официально зарегистрированного СМИ, которые обладают легальным правовым статусом журналиста и освещают СВО, имея соответствующую аккредитацию (напр., легендарные военкоры Е. Поддубный, А. Сладков, А. Коц, а также Н. Графчикова, И. Куксенкова и др.). По жанру в их материалах доминирует информационный репортаж, в меньшей мере аналитический.

2. Военные эксперты – в основном журналисты и блогеры, пишущие на военно-политические темы (напр., С. Пегов, Ю. Подоляка, Д. Безсонов, А. Марочко, М. Наумова, А. Долгарева). Актуальную информацию о военных действиях ряд из них получает благодаря развитой системе своих источников, другие – в результате собственных периодических выездов в зону СВО). Материалы военных экспертов представлены скорее аналитическим нежели

информационным репортажем; регулярно используется инсайдерская информация.

3. Коллективные авторы-коммуникаторы – это аналитики, военкоры, IT-специалисты, объединенные в команды, имеющие псевдонимы (напр., Рыбарь, Архангел спецназа, Свидетели Байрактара). Администраторы таких каналов в основном не раскрывают своих настоящих имен. В жанровом отношении контент коллективных коммуникаторов сбалансирован, разнообразен.

Идеологические позиции, акценты и выводы военкоров и других коммуникаторов нередко отличаются от официальных, в своих постах они нередко вступают в полемику с государственными источниками и представителями Минобороны, нередко критикуют их действия, демонстрируют личное восприятие описываемых событий. При этом они активно занимаются информационным просвещением своей аудитории, обучая ее распознавать фейки и критически воспринимать информацию.

Анализ практики формирования и продвижения медиаобразов участников СВО позволяет констатировать стихийный, нескоординированный и несистемный характер данной деятельности как на федеральном, так и на региональном уровнях. Вместе с тем многие конкретные проекты и акции, реализованные в 2022 г., заслуживают (при определенной корректировке) поддержки и тиражирования, как например:

- социальная реклама (билборды с изображением героев СВО);
- процедуры торжественного публичного награждения и чествования отличившихся участников СВО;
- проекты в СМИ наподобие спецпроекта «Комсомольской правды» о подвигах российских военных на Украине Герои «Операции Z» (<https://www.kp.ru/putevoditel/spetsproekty/geroi-z/>);
- выставочные мероприятия по примеру выставки «Маленькие герои», в Центре молодежных инициатив Белгорода (<https://val-zvezda31.ru/news/kultura/2023-02-23/vystavka-malenkie-geroi-otkrylas-ko-dnyu-zaschitnika-otechestva-v-tsmi-oblastnogo-tsentra-317482>);
- индивидуальные промоушн-проекты по примеру проекта «Герои-Z», который запустил у себя на сайте политический обозреватель А. Асафов (<https://asafov.ru/avtor/geroi-z/>), представивший около 500 карточек с именами наших героев и описанием их подвигов;
- специальные стримы для военных, их семей и волонтеров наподобие того, который запустил ОНФ (<https://rutube.ru/video/ddaa1e05fc387c16fc050437c2f9a99a/>);
- выпуск литературных произведений (как пример, стихотворный сборник «Фронтовой блокнот» (https://t.me/alexandr_malkevich), документальных и художественных фильмов о мужестве и самоотверженности патриотов России).

Литература

Быков, И. А., Курушкин, С. В. Военкоры как профессиональное сообщество журналистов: проблемы типологизации // Журналистика XXI века:

возвращаясь к профессиональной идеологии: матер. междунар. научно-практической конференции, 18–19 ноября 2022 г. / отв. ред. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Медиапайр, 2022. – 214 с.

Плебанек Ольга Васильевна
Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕврАзЭС
plebanek@mail.ru

ПОЛЕМОЛОГИЯ VS PEACE STUDIES ОТ АПОФАТИЧЕСКОГО ПОДХОДА К ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОЙ ВЕРСИИ НАУКИ О ЧЕЛОВЕЧЕСКОМ БЛАГОПОЛУЧИИ

Конституирование социальных наук было обусловлено кризисным состоянием индустриальной цивилизации, но формирование социальных наук в русле европоцентризма, механицизма и физикализма не привели к решению проблемы. Острота проблемы безопасности в связи с возникновением оружия массового поражения привела к возникновению теоретической науки, предметом которой стала война как социальный феномен, ключевой идеей которой стала концепция войны как патологии и концепция полемологии как науки о предотвращении войны, которая не учитывала того, что война лишь одна из форм уничтожения человеческих жизней. В целом, полемология сыграла позитивную роль накопления эмпирической базы, но не решала основную проблему – достижения нормы, то есть благополучного, устойчиво развивающегося состояния социума. Поэтому чуть позже полемологии стала формироваться паксология (peace studies) – наука о мире. Однако, проблема достижения благополучия – мира – также решалась первоначально в русле апофатического подхода в силу того, что ни одно общество пока не существовало без различных форм насилия, и поэтому оказалось невозможно его исследование как нормы (вне патологии). Апофатический подход не раз оказывался полезным в истории философских исследований и науки, но его возможности ограничены начальным этапом познавательной деятельности. Построение концепции науки об обществе без войны и без насилия необходимо начинать с разработки парадигмы, в основе которой лежат принципы: прелиминарности, POSSIBILITY, телеологизма и нозематизма. Эти принципы находятся в противоречии с классической моделью науки, не входят как базовые в неклассическую модель науки, но совместимы с постнеклассической парадигмой научного знания.

Ключевые слова: полемология, паксология, примордиализм, апофатический подход, постнеклассическая парадигма науки.

1. Основной проблемой всякой познавательной деятельности человека, по большому счету, была проблема выживания человека, и возникновение философии как познавательной деятельности в рациональной теоретической форме было обусловлено желанием благополучной жизни, что и стало одним из так называемых вечных вопросов философии. Конституирование науки было обусловлено этой же интенцией, но сложность социального бытия не позволяли поместить проблему социального идеала и средств его достижения в предметное поле классической науки. Расцвет индустриальной технологии, ставший результатом развития естествознания,

сопровождался нарастанием конфликтогенности социальной системы, что повлекло за собой необходимость решения социальных проблем рациональными средствами. Возникновение социального знания стало вершиной здания науки. Однако, научные дисциплины, возникшие в период расцвета классической парадигмы науки, унаследовали и ее парадигмальные основания, поэтому в основе социальных дисциплин, конституировавшихся в XIX в. лежали европоцентризм, механицизм и физикализм, что ограничивало их гносеологический и праксеологический потенциал.

2. Нерешенность социальных проблем средствами социальных наук первой волны (экономика, социология, политология) вызвали конституирование все более специализированных дисциплин, основной задачей которых стало разработка способов предотвращения социальных конфликтов и летальных форм взаимодействия людей. В XX в. возникли конфликтология, призванная ликвидировать конфликты или снизить уровень конфликтности в обществе, и полемология, которая, в отличие от военных дисциплин, исследовала не способы достижения победы в военном конфликте, а природу и сущность войны и способы ее предотвращения, так как наука о власти не смогла решить этой проблемы.

3. Полемология, институционализировавшаяся в середине XX в., по сути, представляла собой апофатическое исследование благополучного бытия – мира без летальных угроз. Однако, уже основатели полемологии – Г. Бутуль, Л. Ричардсон, Т. Ленц – понимали, что проблема безопасной жизни выходит за пределы исследований причин и сущности войны: именно Ленц закладывает основы новой научной дисциплины в книге «На пути к науке о мире» (1955). Дальнейшее развитие науки о войне много дало для понимания деструктивных процессов: в русле полемологии были разработаны математические методы исследования конфликтов, позволяющие рационализировать и верифицировать исследования этой сложной области, была разработана модель гонки вооружений (которая позволяла прогнозировать поведение акторов), было введено понятие «серой зоны» (которое не есть война, но которое не является мирным существованием, и которое приводит к непрямым жертвам) и т. д. Однако, полемология представляла собой науку о патологии – войне, без теоретического основания нормы – знания о благополучном социальном бытии. Вследствие невозможности исследования предполагаемой нормы – человечество еще не существовало в безопасном мире – в полемологии был реализован апофатический подход, который был разработанный для объектов, не находящимися в поле чувственно воспринимаемой реальности. Ни разработка Кантом программы предотвращения войн в знаменитом трактате «К вечному миру» и воплощение их в международных институтах, ни исследование механизмов войны не принесли желаемого – после Второй мировой войны началась Холодная война, грозившая перерасти в Апокалиптическую.

4. Такой наукой должна была стать наука о мире: в российской научной традиции – паксология, во французской языковой среде возникло слово иренология, но более распространено – реасе research, а в англо-

американской традиции – peace studies. Peace studies конституируются следом за полемологией в середине XX в. Наибольший вклад на начальном этапе внесли представители американской социологии, знаменитая Мичиганская группа, названная так по месту их работы – Мичиганский университет. На начальном этапе исследования мира тоже носили апофатический характер, так как в основе разработок новой дисциплины лежала так называемая негативная концепция мира – мир понимался как отсутствие войны. Однако, апофатический метод продуктивен только на начальных этапах исследования. Он обязательно должен быть дополнен адекватным методологическим инструментарием.

5. В паксологических исследованиях принято считать, что концептуализация понятия мира имела три стадии: негативная концепция – мир как альтернатива войне, позитивная концепция мира – мир как развитие и интеркультурная концепция мира – мир как предупреждение конфликтов различной природы. В настоящее время обосновано выделить четвертую стадию, которую на наш взгляд можно назвать аддитивной концепцией мира – мир как совокупное условие реализации человеческих качеств и способностей, которое позволяет противостоять рискам и угрозам и снижать вероятность жертв и гибели людей.

6. Поиски условий безопасного существования социума начинались в парадигме классической науки, которая формировалась для объектов номологической природы, что неадекватно феноменам социального бытия. Неклассическая парадигма науки позволила создать методологическую базу исследований социальных феноменов, но и она имела гносеологические ограничения – еще не состоялась теория сложных саморазвивающихся систем и организационных закономерностей. Четвертая стадия паксологических исследований может достигнуть необходимого теоретического уровня, если в основе ее будут положены принципы, лежащие в русле постнеклассической парадигмы науки. В соответствии со специфичностью объекта исследования – футурологической целью, новая наука о мире должна строиться на следующих принципах: прелиминарности, POSSIBILISMA, телеологизма и ноэматизма. Эти принципы чужды классической модели науки, но элементы такого подхода уже существуют в современных НБИКС-исследованиях, где объекты конструируются в соответствии с желаемыми свойствами, исходя из принципиальной возможности объекта, но при этом их прототипы не существуют в реальности.

Plebanek Olga Vasilyevna

University at the EurAsEC Interparliamentary Assembly

plebanek@mail.ru

Polemology vs Peace studies. From the apophatic approach to the post-non-classical version of the science of human well-being

The constitution of the social sciences was due to the crisis state of industrial civilization, but the formation of social sciences in line with Eurocentrism, mechanicism and physicalism did not lead to a solution to the problem. The severity

of the security problem in connection with the emergence of weapons of mass destruction led to the emergence of a theoretical science, the subject of which was war as a social phenomenon, the key idea of which was the concept of war as a pathology and the concept of polemology as a science of war prevention, which did not take into account that war is only one of the forms of destruction of human lives. In general, polemology played a positive role in accumulating an empirical base, but did not solve the main problem of achieving the norm, that is, a prosperous, steadily developing state of society. Therefore, a little later polemology began to form paxology (peace studies) – the science of peace. However, the problem of achieving well-being – peace - was also solved initially in line with the apophatic approach due to the fact that no society has yet existed without various forms of violence, and therefore it turned out to be impossible to study it as a norm (outside of pathology). The apophatic approach has proved useful more than once in the history of philosophical research and science, but its possibilities are limited by the initial stage of cognitive activity. The construction of the concept of the science of a society without war and without violence must begin with the development of a paradigm based on the principles of: preliminary, possibilism, teleologism and noematism. These principles are in contradiction with the classical model of science, are not included as basic in the non-classical model of science, but are compatible with the post-non-classical paradigm of scientific knowledge.

Keywords: polemology, paxology, primordialism, apophatic approach, post-nonclassical paradigm of science.

Решетников Михаил Михайлович
Восточно-Европейский институт психоанализа
veip@yandex.ru

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ СЦЕНАРИИ СОВРЕМЕННОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЫ

В статье рассматривается проблема ведения информационной войны в отношении России через призму межгосударственных отношений России и США. Обсуждается специфика современной политики и стратегического планирования США, в том числе история и планы борьбы США за геополитическое доминирование, включая вопросы расширения НАТО, план нейтрализации и расчленения России. Рассматривается общее и отличия современной информационной войны от периода «холодной войны», специфика целей, задач и методов информационной и «холодной» войн. Особое внимание уделяется такому фактору как «цифровая эпоха», характеризующаяся расширением возможностей доступа к информации, появлением возможности проникать в информационные системы противника, оставаясь неузнанным, и возможностью достигать победы над противником, не прибегая к иным средствам поражения, кроме информации. Анализируется ход информационной войны, варианты подготовки населения в случае ее перехода на следующий этап, а также перспективы выбора той или иной стратегии Россией.

Ключевые слова: информационная война, политика, геополитика, стратегическое планирование, «холодная война», цифровая эпоха, воздействие на массовое сознание, политическое и электоральное поведение, кибератака.

Введение

Ни для кого не является секретом и уже давно провозглашено на самом высоком уровне, что в отношении России ведется реальная информационная (а точнее – все-таки гибридная) война. Но за пределами узкого круга психологов и политологов, далеко не все понимают, что скрывается под этой фразой. В кратком сообщении планируется рассмотреть несколько, по моим представлениям – наиболее существенных вопросов предистории современной ситуации, а также ее развитие в настоящее время. В создании и нагнетании этой ситуации задействованы десятки стран НАТО (на 4 апреля 2023 – уже 31 страна), но учитывая отсутствие у этих стран самостоятельной внешней политики, мы будем рассматривать современные мировые проблемы преимущественно через призму межгосударственных отношений России и США. Относительно вектора и развития этих отношений существует множество прогнозов, апеллирующих как к оптимистическим, так и к пессимистическим сценариям [4; 7; 8], но хочется надеяться, что наиболее пессимистический окажется ошибочным.

В этой публикации считаю необходимым не только обобщить, но и обострить некоторые идеи информационной политики, которые явно не

домысливаются и недоговариваются. Одновременно с этим, даже при минимальной вероятности предлагаемого прогноза, анализируемые тенденции требуют качественно иных подходов к проблеме защиты наших национальных интересов, национальной безопасности и обороноспособности страны [1].

Специфика современной политики и стратегического планирования США

При множестве гипотез и объяснений современного кризиса международных отношений, как представляется, большинство из них тяготеют к анализу лежащих на поверхности ситуаций и фактов, и не предоставляют адекватной информации для принятия прагматических решений. Не претендуя на истину в конечной инстанции, попытаемся дать несколько иную интерпретацию происходящего и начнем с выделения главной проблемы современного мира, а именно: борьбы США за геополитическое доминирование.

Вначале обратимся к нескольким стратегическим разработкам, выполненным по заказу министерства обороны США в 1991 – 1997 годах, в которых определялись основные этапы и стратегические цели американской политики на ближайшие десятилетия. Несмотря на различие наименований этих аналитических и программных документов, в целом, они представляют единый план, предусматривающий последовательное расширение НАТО и нейтрализацию, а в перспективе изоляцию и расчленение России¹.

Особую роль в планах расширения НАТО сыграл широко разрекламированный в конце XX века тезис о геополитическом плюрализме. При этом отмечалось, что политика геополитического плюрализма служит двум целям: с одной стороны, она будет противодействовать ре-интеграции стран СНГ; а с другой – она откроет геополитическое пространство бывшего Советского Союза для американской экспансии (через политику «открытых дверей»). Кроме того, она позволит подавлять любые попытки возникновения какого-либо нового организационного блока, который мог бы угрожать гегемонии США. Как известно, эта идея принадлежит одному из главных идеологов антисоветизма (и затем – анти-русизма) З. Бжежинскому (впервые она была сформулирована в 1994). Позднее эта идея была дополнена тезисом о необходимости разрушения формировавшихся веками экономических и культурных связей России со странами СНГ (в американской терминологии – «руссоцентризма») в сочетании с последовательным расширением американского влияния на прибалтийские государства и Украину. В

¹ В частности, имеются в виду разработки: «Руководство по оборонному планированию Пентагона» (1991), «Расширение НАТО. Русский фактор» (1996), «Великая стратегия: скрытый выбор для Соединенных Штатов и мира» (1996), «Будущие войны и американское мировое господство в XXI веке» (1997). Публикуемые данные приводятся по обзору шведского политолога Н. фон Крейтора (1946 – 2003), который был опубликован на русском под названием «Эндшпиль американского жизненного пространства» в книге «Геополитика – безопасность – терроризм» (Бишкек, 2006).

дальнейшем, как прямо отмечалось в анализируемых документах, это позволит политически изолировать Россию и довести до логического завершения главную цель США – контроль над Евразией.

Достаточно логично (еще в конце XX века, когда мы впали в иллюзорное братание с объединенным Западом) авторами этого плана обосновывалось, что как только Россия признает инкорпорацию Вышеградских стран (Чехословакии – позднее Чехии и Словакии, Польши и Венгрии²) в НАТО, то это, тем самым, облегчит для Соединенных Штатов предъявление прав на Болгарию, Румынию, Балтийские страны и Украину. Следует подчеркнуть, что эти планы расширения НАТО разрабатывались и отражались в стратегических планах США в 1991 – 1997 годах, и в полном соответствии с этими планами Венгрия и Польша вступили в НАТО в 1999, а Болгария, Латвия, Литва, Румыния, Словакия, Словения и Эстония – в 2000³.

Анализируя возможную реакцию российского руководства, авторы этих стратегических разработок и прогнозов отмечали, что первое отступление России создаст условия для последующих отступлений, а как только новые Прибалтийские государства и Украина будут взяты под контроль США, наступит очередь для оставшихся стран СНГ⁴. В анализируемых документах также указывалось, что согласно этой логике и в соответствии с концепцией З.Бжезинского, в конечном итоге и сама Россия должна быть расчленена.

Характерно, что политика американского Лебенсраума⁵ в этих стратегических планах связывалась со сдерживанием не только России, а всех стран, включая крупнейших союзников США – Германии и Японии. Авторами этих разработок обосновывалось, что для Соединенных Штатов жизненно

² Вышеградская четверка – это неофициальное название объединения четырех центрально-европейских стран: Чешской Республики, Венгерской Республики, Республики Польша и Словацкой Республики, созданное 15 февраля 1991 года в венгерском городе Вышеград после встречи президентов и премьер-министра трёх постсоциалистических стран – Леха Валенсы (Польша), Вацлава Гавела (Чехословакия) и Йозефа Антала (Венгрия).

³ В СМИ неоднократно упоминался некий договор о не-расширении НАТО на Восток, якобы заключенный в устной форме в процессе переговоров между СССР и США по объединению Германии (1990). Российские дипломаты утверждают, что такая договоренность была, а представители НАТО отрицают это, отмечая, что такое решение могло приниматься только в письменной форме реального договора. Экс-президент СССР М. Горбачев на вопрос о том, была ли такая договоренность, в одних интервью подтверждал, что была, а в других – опровергал это. Но независимо от того, какое из предположений является верным, нужно признать, что устная договоренность по такому кардинальному вопросу – это, мягко говоря, грубейший дипломатический просчет, тем более, что в обмен на объединение крупнейшей европейской страны можно было потребовать гораздо более существенных гарантий, с которыми Запад в тот период, безусловно, согласился бы.

⁴ Напомним, что анализ американских стратегических планов и программ был выполнен Н. фон Крейтором задолго до их практической реализации; более того, Н. фон Крейтор умер за несколько лет до анализируемых событий (в 2003).

⁵ Жизненное пространство на Востоке (нем. - Lebensraum im Osten) – термин национал-социалистической пропаганды, отражавший планы заселения восточных территорий германскими народами.

необходимо предотвратить любую «нелояльную» к ним гегемонию над стратегически важными регионами в мире. К таким регионам анализируемые разработки относят любые регионы, которые характеризуются развитой экономикой, техническими, природными и человеческими ресурсами, ибо (консолидовавшись) они могут попытаться оспорить мировое господство Америки. Более того, даже Европейский Союз рассматривался в этих разработках как «не то объединение сил», которое Соединенные Штаты должны поощрять, так как усиление и расширение объединенной Европы не входит в их интересы. То есть, интересам США никак не соответствовало не только наметившееся в период деятельности канцлера Германии Г. Шредера (1998 – 2005) сближение Западной Европы с Россией, но и сама единая Европа им не очень-то нужна. При этом в качестве предполагаемой реакции западноевропейских лидеров на возможную гегемонию США, указывалось, что они согласятся с этим в обмен на гарантии безопасности и минимизацию их расходов на оборону. Вряд ли США имеют какое-то отношение к решению о Брекзите (2016), но выход Великобритании из Европейского Союза вполне соответствовал их представлениям о будущем Европы. Последовавшее в 2022 году лишение Западной Европы поставок российского газа с закономерным бегством капиталов и тяжелой промышленности из Германии в США было, безусловно, прогнозируемым результатом. Фактически, к 2023 году до этого экономически мощный Европейский Союз утратил свои перспективы развития и мировой статус.

В заключительных разделах анализируемых документов стратегического планирования США отмечалось, что дальнейшее развитие американской мировой гегемонии не только приемлемо, но желательно и необходимо, а государство, достигшее такого статуса, становится настолько веселым, что может делать в мире все, что ему заблагорассудится, и в любое удобное для такого государства время. Последующие события в Югославии (разрушительные бомбардировки независимой страны без каких либо санкций ООН и согласия НАТО в 1999), в Ираке (2003), Грузии (2003), Ливии (2011) и на Украине (2014) со всей очевидностью демонстрируют, что этот «тезис» американских специалистов по стратегическому планированию и уверенность в безнаказанности были полностью восприняты руководством США. Этот сценарий с 2017 года были многократно апробирован, в том числе, когда 23.11.2017 официальный представитель США заявил, что они намерены оставаться в Сирии и после разгрома (запрещенной в России) ИГИЛ. Отсутствие мандата ООН и то, что руководство Сирии об этом не просит, никакого значения для США не имеют.

В перспективных разработках американских политологов также предусматривалось противодействие европейскому монетарному союзу, и создание под эгидой США новой атлантической империи, включающей всю Евразию, ряд республик Советского Союза, и прежде всего Украины, а затем Белоруссии. «Китайский вопрос» также упоминается в этих документах, но как отложенный на будущее, но подготовка к решению этого отложенного вопроса с 2022 года идет нарастающими темпами. Претензии на мировое господство в

некоторых из анализируемых разработок стратегов США выражались совершенно открыто: «После демонтажа Советского Союза наступит тысячелетие американской империи» – полная калька с планов Гитлера о тысячелетнем Рейхе!

Не вполне прилично цитировать собственные работы, но напомним, что в одной из моих публикаций задолго до избрания новых президентов США Дональда Трампа и Джо Байдена констатировалось, что можно как угодно относиться к США, можно сколько угодно говорить о недостаточно эффективных президентах Клинтоне, двух Бушах или Обаме, но нельзя не признать, что до последнего времени обозначенные выше стратегические задачи успешно реализовались [5]. Можно заведомо предполагать, что – кто бы ни был избран новым президентом США после Дж.Байдена, и каковы бы не были его предвыборные обещания и программы, внешнеполитическая стратегия и «мандат на власть» останутся прежними.

«Некоторые затруднения» в реализации стратегических планов США начались с момента избрания Президента РФ В.В. Путина, в частности – необходимо упомянуть стратегические инициативы, обозначенные в его мюнхенской речи (10.02.2007). Они хорошо известны, и не буду останавливаться на этом вопросе подробно, но отмечу, что именно в этот период (в некотором роде – с момента прозрения России) началась последовательная эскалация информационной войны в отношении РФ.

Общее и отличия информационной войны от периода «холодной войны»

Как известно, началом периода «холодной войны» считается 5 марта 1946 года, когда Уинстон Черчилль (отказавшись от уже разработанного плана начала немедленной войны против СССР и уже в ранге отставного премьер-министра) произнес свою фултонскую речь и призвал последовательно бороться с советской идеологией и отстаивать ценности свободы и демократии. Но более четко эти идеи были сформулированы в мемуарах Черчилля, где автором обосновывалось, что Советская Россия стала смертельной угрозой для западного мира, поэтому нужно отказаться от недавних союзнических отношений и создать новый фронт (коалицию западных стран) против неё, и этот фронт должен постоянно продвигаться как можно дальше на Восток. В середине 1990-х некоторые политики полагали, что «холодная война» закончилась с распадом СССР и самоликвидацией Варшавского договора, но с учетом ее основных идей, обозначенных Черчиллем (и якобы «оборонительных» задач НАТО), а также материала, изложенного в первом разделе, это заключение, безусловно, было одной из иллюзий. «Холодная война» никогда не прекращалась, она продолжается, как минимум, уже более 75 лет; ее цели и задачи остались прежними, но ее методы качественно изменились.

Следует отметить, что «холодная война» между советской Россией и объединенным Западом, в общем-то, не была войной с международно-правовой точки зрения (не было ни одного признака, по которому ее можно было бы

характеризовать как войну). Ее главными составляющими были пропаганда и идеологическая борьба между двумя моделями общественно-государственного устройства, а также гонка обычных и ядерных вооружений. Войны тоже случались, и даже с финансированием и военно-техническим обеспечением со стороны СССР и США, но они велись на территориях третьих стран. Эта тенденция пока еще сохраняется, но уже не в завуалированной форме, как ранее, а в предельно открытом конфликте России и НАТО на территории Украины.

При этом главным фактором периодически нарастающей международной напряженности в предшествующие десятилетия считались именно различия политических моделей, которые лежали в основе соревнования двух систем с последующим переходом к их противостоянию. Но в 1991 это различие моделей исчезло! Советская Россия, казалось бы, полностью «капитулировала», и присоединилась к «свободному» (думаю, прежде всего – от политической морали) западному миру. И тогда нужно сделать вывод, что вовсе не это различие было и остается главным фактором, как «холодной войны» (против Советской России), так и пришедшей ей на смену – информационной войны (против Российской Федерации). А что? Позволю себе, не вдаваясь в подробный экскурс в историю, констатировать: главным фактором на протяжении всех последних столетий была и остается Россия, сама по себе, независимо от той или иной модели ее государственного устройства. Она слишком другая, слишком велика, слишком независима и слишком богата природными ресурсами (30% общемировых запасов), дефицит которых последовательно нарастает во всем мире. А Запад, по-прежнему, хотел бы иметь или, во всяком случае, получать эти ресурсы, исходя из привычной для него колониальной модели международных отношений.

Цифровая эпоха

В большинстве случаев под информационной (иногда ее называют цифровой) эпохой понимается развитие и активное внедрение во все сферы управления и экономики компьютерных систем. Но при этом упускается куда более значимый социально-психологический аспект проблемы. В первую очередь это неограниченное расширение возможностей доступа к получению, производству и распространению любой информации любыми заинтересованными лицами или структурами – то, чего никогда не было (не было возможно) в предшествующие эпохи. Именно эти факторы определяют понятие постиндустриального общества – гораздо более открытого (мир стал прозрачным), мобильного и нестабильного. Тезис, который приписывают семейству Ротшильдов о том, что «тот, кто владеет информацией, тот владеет миром», утратила смысл, так как, фактически, больше не существует недоступной информации, которой (любой!) при определенных условиях может овладеть каждый или даже все. Не только личная жизнь, но и совершенно секретные материалы о шпионских скандалах, коррупции в высших эшелонах власти, военных преступлениях и «подковерной»

дипломатии великих и всех других держав, как было убедительно доказано Д. Ассанжем (в 2006), больше не являются безусловной тайной.

Во-вторых, появилась возможность, оставаясь незамеченным или даже незамеченным, проникать не только в самые различные базы данных противника, но и в его системы управления экономикой, энергетикой, наземным, морским и воздушным сообщением, а также в системы управления войсками и военно-техническими объектами, включая системы наведения и пуска ракет с ядерным оружием. Именно этот фактор определяет возможность ведения информационных войн.

Но даже не это главное. В отличие от «холодной войны» ориентированной на идеологическую обработку населения и пропаганду, призванную доказывать преимущества того или иного строя, **информационная война, которая совершенно справедливо определяется как разновидность боевых действий, позволяет достигать полной победы над противником, не прибегая к иным видам вооружений.**

Концепция современной информационной войны появилась не так давно, и она продолжает разрабатываться и совершенствоваться. Но уже точно известно – что составляет главный арсенал информационной войны и преследуемые ею цели. Главными видами оружия в данном случае становятся разработки высококвалифицированных специалистов в области цифровых технологий, специальные методы, программы и мощные устройства, позволяющие дистанционно и скрытно воздействовать на военные и гражданские системы информации, взламывать системы управления экономикой, энергетикой и вооруженными силами противника. В качестве дополнительных целей выделяются такие как дестабилизация и деморализация общества, провокация конфликта поколений, и таким образом снижение его боеготовности и боеспособности вплоть до полного лишения возможностей для сопротивления и нанесения ответного удара, как обычным, так и информационным оружием.

Основные методы ведения информационной войны

Здесь кое-что нужно повторить. В случаях информационной войны особое значение приобретает воздействие на массовое сознание путем научно обоснованных и многократно апробированных в разных странах (в том числе на Украине) манипулятивных техник, дезинформации и фейковых вбросов, с апелляцией к подаваемым в извращенном виде фактов истории, а фактически речь идет о систематической многолетней «перепрошивке» социальных установок и перепрограммировании поведения огромных масс людей. Изучение этих процессов и разработка эффективных методов противодействия требует глубокого понимания Нематериальной теории психики (6, 12-13), изложение которой не входит в задачи этой публикации.

Упомянутые выше задачи характерны для современной ситуации, которую следовало бы рассматривать только как подготовительный период к полномасштабной информационной войне или как создание политического обеспечения ведения реальных боевых действий в информационном

пространстве. В отличие от этого современные кибератаки на информационные базы данных банков, корпораций, военных штабов и секретных служб следует оценивать, как испытания и тестирование электронных систем нападения и уничтожения противника [3].

Реальные кибератаки будут рассчитаны вовсе не на взлом серверов секретных документов спецслужб или счетов банковских карт отдельных вкладчиков. Они будут вестись в отношении технических объектов противника, которые путем целенаправленного вмешательства в их программное обеспечение могут легко трансформироваться в мощные разрушительные и поражающие системы, расположенные в глубоком тылу противостоящей стороны, без необходимости доставки туда ядерных или иных система поражения.

В качестве таких объектов, безусловно, будут рассматриваться (думаю, уже рассматриваются) атомные электростанции, плотины, ГЭС, химические заводы, навигационное оборудование воздушного и морского сообщения, системы управления ракетными войсками и воздушно-комическими силами. При этом кампания, которая ведется Западом, когда во всех кибератаках огульно обвиняется Россия, заранее готовит западного обывателя к принятию объяснения, что, атакуя технические объекты в российском глубоком тылу, Запад был вынужден лишь упреждающе реагировать на нападение агрессора.

Существует ли и где проходит линия фронта?

В предшествующем разделе уже было обозначено, что началу реальной информационной войны предшествует подготовительный период. Повторим, и не нуждается в особом обосновании, что линия фронта информационной войны проходит в сфере высоких технологий, а в подготовительный период передний край обеспечивают ведущие телеканалы, информационные агентства, действующие в сетях Интернет, и все другие СМИ, осуществляющие массированное воздействие на сознание и психику, психологические установки и мотивации населения. При этом, судя по кампании развернутой в западных СМИ относительно России, в данном конкретном случае речь идет уже не о потенциальном, а о реальном противнике – это уже вообще не скрывается и откровенно звучит в официальных заявлениях лидеров объединенного Запада. В целом, подготовительный период не совсем точное наименование, точнее было бы определить его как первый этап. И если его реализация окажется удачной, то есть – приведет к моральной демобилизации и психологической капитуляции противника, необходимость второго этапа, чреватого нежелательным разрушением мощных технических и энергетических объектов, радиоактивным или химическим заражением территории противника, эпидемиями и т.д. – просто отпадает.

Но массированная психологическая обработка ведется не только в отношении противника. При подготовке к реальной информационной войне массированному воздействию в равной степени подвергается собственное население, которое должно воспринимать агрессию своей страны как ответную,

и поэтому якобы имеющую объективные основания и заведомо не подлежащую осуждению.

Что мы имеем в этой сфере? По сути, нашим единственным каналом информационного воздействия на противостоящую сторону (в данном случае – США) был телеканал «RT America». А по данным департамента информации и печати МИД РФ, в России до появления закона об иноагентах активно работали более 900 иностранных СМИ, причем все они были зарегистрированы как российские юридические лица. Выражаясь военным языком, превосходство в силе, как минимум, в 900 раз. А что касается регистрации этих СМИ в качестве российских юридических лиц, то – апеллируя снова к военной терминологии, это можно было бы описать следующим образом. Во время реальной войны на нашей территории действует более 900 хорошо вооруженных частей или дивизий противника, которые переодеты в форму российской армии и имеют возможность беспрепятственно наносить удары в нашем глубококом тылу. Более того, им нельзя оказывать сопротивление – они ведь как бы наши, российские. На период принятия российского закона об иностранных агентах (21.11.2017) из упомянутых 900 в России было зарегистрировано менее 10% (88 агентств). В отличие от этого в США официально зарегистрировано около 400 иностранных агентов. Но эти агентства действуют под строгим контролем соответствующих служб, не допускающих никакой критики или даже сколько-нибудь объективной информации о политике и внутренних проблемах США. Обо всех других странах – пожалуйста, но о своей стране, о ее внутренних и внешних проблемах граждан США имеют право информировать только американские СМИ. Абсолютно здравомыслящее требование. Почему бы не перенять этот опыт?

Солдаты и генералы, «засланные казачки» и предатели

К офицерам и генералам информационных войн следовало бы отнести в первую очередь специалистов в сфере высоких технологий, и лидеры в этой области науки и практики хорошо известны. В отличие от ядерного оружия и освоения его производства в кратчайшие сроки (здесь уместно вспомнить и о супругах Розенберг), быстрое достижение паритета в области информационных технологий является чрезвычайно сомнительным. Нужно признать, что в цифровую эпоху Россия стала намного уязвимее, чем во все предшествующие годы «холодной войны» и ядерного противостояния. И Запад это явно осознает, иначе трудно объяснить его все более явное пренебрежение международными нормами и правом. Это относится не только к принимаемым без санкций Советом безопасности ООН и даже без согласования с союзниками по НАТО решениям о бомбардировке тех или иных стран и территорий. Всем хорошо известны случаи преднамеренного унижения и пренебрежения международными правовыми актами о дипломатической неприкосновенности, которые не допускались даже фашистами.

Офицеры и генералы информационных войн обычно глубоко эшелонированы и засекречены. А рядовые информационной войны хорошо известны и у всех на виду, правда – преимущественно в своей стране. Их

оружие, их пули и снаряды – информация, формы, методы, убедительность и эмоциональность ее подачи. Еще раз вернемся к тезису о «своей стране». Ежедневно те, кто смотрит федеральные каналы отечественного ТВ, могут наблюдать, как минимум, десяток ток-шоу, где талантливые ведущие и не менее талантливые и, как правило, всенародно известные и именитые приглашенные, а также те или иные зарубежные гости эмоционально обсуждают мировую политику. Представители нашей стороны стараются вскрыть двуличие и двойные стандарты Запада, его пренебрежение исторической правдой, всеми правовыми нормами и международными договорами, но при этом – несмотря на признание очевидности информационной войны – еще недавно стыдливо обозначали наших противников как «наших партнеров». Кроме того, исходя из оглуленной идеи свободы слова российские телезрители наблюдали десяток кочующих из одной студии в другую зарубежных гостей из США, Польши, Прибалтийских государств и Украины с таким же эмоциональным накалом обвинявших Россию во всех смертных грехах и обосновывавших один и тот же тезис: русские, агрессивны, неуправляемы, не прогнозируемы, всем стоят поперек горла и мешают всему миру жить спокойно. Увы, на некоторых каналах – это все еще продолжается.

Мы почему-то гордимся этой доведенной до абсурда свободой слова, постоянно подчеркивая, что такого нет ни в одной другой стране. Почти уверен, что так оно и есть. Что происходит на самом деле? Снова обратимся к военной терминологии. Идет война, а то, что она информационная – делает ситуацию еще более серьезной. В то же время одна из воюющих сторон, как раз та, на которую и совершенно информационные нападения коалиции западных держав, приглашает к себе на федеральные каналы (аналогов пусковых установок обычной войны) хорошо обученных военспецов противника. У этих рядовых переднего противника края полно патронов (относительно убедительно подаваемой информации), а поскольку они не захватили оружия, без которого патроны и снаряды бесполезны, мы предоставляем им свое (свои информационные каналы), чтобы они могли эффективно стрелять по общественному сознанию населения нашей страны.

Кроме этого предельно уважительного и заботливого отношения к «стреляющему» по нашему населению противнику, мы еще больше гордимся другим обстоятельством. А именно тем, что в эти же студии (в период войны!) еще недавно, а периодически и сейчас приглашаются представители пятой колоны и обычные предатели, которым позволено вести антироссийскую пропаганду, обращаясь ко всей нации и вслед за известным историческим персонажем агитируя ее стать на позиции «поражения собственной страны». Какой-то театр абсурда. И даже когда США совершают очередной никак не попадающий под определение «дружественный» выпад в отношении не допускающего ничего подобного российского телеканала «RT America», и даже на фоне закона об иностранных агентах в информационной политике некоторых федеральных телеканалов ничего не меняется. Мы все также расточаем огромные интеллектуальные, финансовые, информационные и

эмоциональные ресурсы в интересах Запада, который с удовольствием и, безусловно, осознанно поддерживает предельно оглуленный тезис о плюрализме мнений, который все еще гордо царит в информационном пространстве нашей воюющей страны [2].

Если даже эти программы смотрят тысяч сто русскоязычных по тем или иным причинам оказавшиеся на Западе, эффект такого пропагандистской кампании относительно западной аудитории около-нулевой. В итоге информационный обстрел, который должен был бы быть направлен на противника, оказывается вариантом «дружественного огня». «Засланные казачки» и предатели в очередной раз пытаются убедить отечественного телезрителя в том, что нас нигде в мире не любят, не понимают, не сочувствуют, не уважают, и главное: нас пытаются убедить, что все это совершенно заслужено. Доходит до того, что некоторые активисты Инета предлагают нам смиренно просить у всего остального мира прощения, включая украинских фашистов и бандеровцев. Просто какое-то кощунство и глумление над собственной страной и ее историей.

Кроме этого, наблюдательный телезритель волей-неволей делает вывод, что даже многолетняя кампания по переубеждению десятка настроенных антиросийски гостей наших информационных программ оказывается сизифовым трудом, несмотря на то, что к решению этой задачи привлекаются наши ведущие интеллектуалы и полемисты. Что же тогда думать о миллионах населения тех стран, которых они якобы представляют в России в качестве неких послов «доброй воли»? Никакие это не послы, а реальные враги, которые ненавидят и глумятся над нашей страной, нашей историей и нашим народом.

Если война все-таки идет

Независимо от того, что информационная война не объявлена в соответствии с международными правилами, никто не отрицает, что она идет, и пока идет по нарастающей. Но если так, то логично предположить о необходимости какой-то мобилизации для защиты Отечества. Кто должен быть мобилизован в первую очередь? Вероятно, специалисты по высоким и информационным технологиям, объединенные в войска специального назначения. В российских СМИ многократно констатировалось, что такие подразделения имеются у нашего противника, но почему-то категорически отрицается, что они созданы у нас. Неужели действительно так? Возникает вопрос: мы хотим показать всему миру свое бесстрашие или надеемся, что противник устыдится своего вероломства и попросит прощения за допущенные ошибки? Как эту ситуацию можно было бы интерпретировать психологически? Со стороны она воспринимается следующим образом: «Вот, смотрите, на нас нападают, вооружившись самыми современными видами поражающих средств, а мы – даже не пытаемся обороняться, поэтому те, кто на нас нападает – это плохие парни, а мы – хорошие ребята». Но при таком подходе легко прогнозируема победа именно плохих парней, а победителей, как известно – не судят. Мир вступил в эпоху выживания стран и народов, а в ситуациях выживания, как убедительно было показано в исследованиях поведения людей

в условиях экологических и техногенных катастроф, моральные и нравственные нормы регуляции приостанавливаются, во всяком случае – до преодоления ситуации выживания.

Не менее значимым было бы привлечение к разработке мер информационной защиты и перехода от обороны к наступлению специалистов, которые имеют опыт работы с лицами, страдающими паранойей, специалистов, постоянно контактирующих с агрессивными и не вполне адекватными пациентами – психиатров, психологов и психотерапевтов, которые давно активно используются в разработке политических кампаний в западных странах. Не знаю точных данных на современный период, но в 1996 году, когда по приглашению фонда президента Джимми Картера мне довелось участвовать в урегулировании межнационального конфликта в Эстонии, только при администрации президента США состояло не менее десятка советников – психиатров и психоаналитиков. А количество аналогичных специалистов, привлекаемых к разработкам Пентагона, в десятки раз больше.

И последнее – в период информационной войны все журналисты и телеведущие должны чувствовать, точнее – осознанно признать себя рядовыми и офицерами сражающейся армии. А рядовым и офицерам не положено обсуждать, а уж тем более – осуждать решения верховного командования. Они обязаны их разъяснить!

Парадоксальная ситуация

Война идет, а параллельно между противниками идут дипломатические переговоры по самым разным вопросам научного, культурного и экономического взаимодействия. И это еще одна специфика информационной войны. По некоторым вопросам достигается не только некое парциальное перемирие между противоборствующими сторонами, но даже планируются и проводятся их совместные боевые операции против той или иной третьей стороны, как например, было в Сирии. Казалось бы, здесь есть позитивный момент, так как эти примеры демонстрируют, что противостоящие стороны могут приходить к каким-то адекватным политическим решениям и соглашениям. Но это не совсем так – такие решения принимаются и осуществляются только в том случае, если это выгодно наиболее мощной стороне противостояния.

Международные законы и нормы современной дипломатии создавались с явной апелляцией к рыцарской эпохе, но эти времена давно ушли в прошлое. В современном мире появились не только «более равные граждане», но и «более равные страны», и даже, казалось бы, беспристрастные международные организации, хотя и не провозглашают это открыто, в своих решениях молчаливо демонстрируют, что прав тот, кто сильнее. Давайте отбросим ложную стыдливость и зададимся вопросом: а что, разве когда-либо было иначе? Разве мы, с нашей точки зрения, были не правы, когда, убедительно доказав в 1945, что советская армия самая сильная в мире, несмотря на сопротивление политических элит и народов, временно обратили в коммунистическую веру половину центрально-европейских стран? Разве

случайно в большинстве Латиноамериканских стран действуют конституции почти слово в слово переписанные из конституции США? Разве случайно большинство бывших колоний Великобритании, Франции и Испании, почти утратив национальные языки, говорят на английском, французском или испанском? Таких примеров, и даже более трагичных можно было бы найти во всех периодах мировой истории. Поэтому нужно учитывать этот исторический опыт и сделать очень важный вывод: чтобы отстаивать свою правоту и свое право на существование в качестве независимого государства и субъекта мировой политики Россия должна быть сильной. А поскольку экономический потенциал стран НАТО в целом пока еще выше, единственным вариантом остается укрепление единства народа и воссоздание непобедимой армии. Именно это и было выделено Президентом РФ в качестве главной задачи еще 22 ноября 2017. Приведем дословно: «Все крупные частные и государственные предприятия России должны быть готовы к оперативному переходу на военные рельсы и увеличению объемов производства военной продукции». Все ли выполнено?

Кстати, а не пора ли разорвать все договоры по снабжению нефтью, газом и электроэнергией всех недружественных стран?

Западные правительства обеспокоены и призывают Россию соблюдать международное право

На первый взгляд эти призывы выглядят как бы даже адекватными. Но представим себе некую фантастическую ситуацию. Правительство Канады свергнуто в ходе профинансированного Россией переворота, совершенного теми или иными экстремистами. Российский МИД и посол России в Канаде обсудили по телефону состав нового правительства Канады, и, хотя этот разговор «протёк» в Интернет, все обсужденные назначения состоялись. Новое правительство в качестве одного из первых декретов отменяет закон о признании английского языка вторым государственным (а на нем говорит 67% канадцев – из той же этнической группы, что и американцы). Естественные протесты англоязычных граждан, потребовавших автономии, жестоко подавляются вооруженными экстремистами – их пытаются, убивают, обстреливают их дома и школы из крупнокалиберного оружия, сжигают живьем более 40 человек, запертых в одном из культурных центров. Вслед за этим правительство Канады разрывает экономические отношения с США и подписывает соглашение о торговом союзе с БРИК. Затем Россия по договоренности с новой «демократической» Канадой, отгороженной забором Мексикой и Кубой окружает США военными базами и системами противоракетной обороны, способными перехватывать американские ракеты сразу после пуска, а также осуществляет перевооружение армий этих стран и начинает проводить регулярные совместные военные учения у границ США. При этом мы настойчиво просим США не вмешиваться во внутренние дела Канады.

У кого-нибудь есть иллюзии о том, как бы поступили США в подобной ситуации? А мы тоже – сверхдержава, и не настолько глупы, чтобы не понимать – к чему все идет.

Заключение

Некоторые соотечественники считают, что стоит нам только согласиться с требованиями Запада и занять одно из мест в фарватере политики США, и все санкции будут отменены, а старые и новые члены НАТО раскроют нам свои объятия. Это заблуждение. Проведенный анализ позволяет со всей очевидностью предполагать, что Западу нужна не слабая Россия, а полное отсутствие России, хотя бы в мировом геополитическом пространстве, а лучше – ее полное отсутствие – и как страны, и как народа. Поэтому с играми в информационную войну, шутками и иронией по поводу этой опасности пора кончать, и признать ее как объективную реальность. Более того, думаю, что в связи с реальностью угрозы нашей национальной безопасности можно было бы ввести в действие некоторые статьи Закона РФ «О военном положении» (2002), включая цензуру – в первую очередь в отношении «засланных казачков» и предателей, хотя он был подготовлен до актуализации проблемы информационной войны и отчасти уже устарел.

Некоторые политики тешат себя надеждой о возврате к тем отношениям, которые в 1991-2000 казались нам партнерскими. Думаю, это еще одно заблуждение. Партнерские отношения длились до тех пор, пока они были выгодны США. В настоящее время Вашингтон всей своей внутренней и внешней политикой демонстрирует стремление поставить Россию в позицию вассала, покорно исполняющего волю своего суверена. Никакой речи о равноправном партнерстве уже давно нет. Информационная война идет, а американская сторона искусно демонстрирует имитацию желания переговорного процесса с Россией по ключевым для нашей страны и для всего остального мира проблемам (без каких-либо результатов). А параллельно вводятся все новые и новые санкции, рассчитанные на экономическое удушение российской экономики и как следствие – на дестабилизацию ситуации в стране, рост антипрезидентских и антиправительственных настроений и выступлений. При таком развитии событий бесполезно взывать к международному праву или к совести. Остановить амбициозный проект Соединенных Штатов по реализации мирового господства может только их инстинкт самосохранения, и его нужно решительно стимулировать. Нам следует воссоздать не только мощную армию с самым современным вооружением, но и предельно жестко обозначить свою готовность его применить.

Литература

1. Информационно-психологическая и когнитивная безопасность: коллективная монография / под ред. И.Ф. Кефели и Р.М. Юсупова. – СПб. : Петрополис, 2017. 300 с.
2. Круглова, Н. В. Становление толерантности как социальной нормы. СПб. : Инфо-Да, 2011. 224 с.

3. Платонов, Ю. П. Технологии власти. Т.2. – СПб. : Речь, 2010. 576 с.
4. Решетников, М. М. Психология войны. От локальной до ядерной. Прогнозирование состояния, поведения и деятельности людей. – СПб. : Восточно-Европейский Институт Психоанализа, 2011. 496 с.
5. Решетников, М. М. Что привлекает молодежь в террористические организации и группы? // Информационные войны. 2016. №3(39). С. 28-36.
6. Решетников, М. М. Критический постматериализм в психологии и психиатрии // Неврологический вестник, 2011. – Т. XLIII, Вып. 2. – С. 66 – 69.
7. Фрейд, З. Почему война? // В кн. Психоанализ. Религия. Культура. – М. : Ренессанс, 1992. 296 с.
8. Фромм, Э. Анатомия человеческой деструктивности. – М. : АСТ, 2006. 624 с.
9. Юрьев, А. И. Введение в политическую психологию. – Л. : ЛГУ, 1992. 272 с.
10. Решетников, М. М. Психология реформ. Изд. 4-е. – М. : Юрайт, 2020. 287 с.
11. Психология и психопатология терроризма. Изд. 3-е. – М.: Юрайт, 2020. 287 с. – М. : Юрайт, 2020. 257 с.
12. Reshetnikov, M. M. What is the Psyche? What are we Curing? Journ. Anthropology. Vol. 6, # 3 (2017). – P. 11 – 15.
13. Reshetnikov, M. M. Non-material Nature of the Psyche // Psychological Review. Issue 6(2), Vol. 125. American Psychological Association, 2018. -Pp. 1035 – 1047.

Reshetnikov Mikhail Mikhailovich

Eastern European Institute of Psychoanalysis

Socio-psychological scenarios modern information warfare

The article considers the problem of conducting information war in relation to Russia through the prism of inter-state relations between Russia and the USA. The specificity of modern USA policy and strategic planning , in particular the history and plans of the USA struggle for geopolitical dominance, including issues of NATO enlargement, the plan to neutralize and dismember Russia are discussed. The article considers general and differences of modern information war from the period of «cold war», specificity of goals, tasks and methods of information and «cold» wars. Special attention is paid to such factor as «digital epoch» characterized by the expansion of opportunities for access to information, the possibility to penetrate the information systems of the enemy remaining unrecognized, and the ability to achieve victory over the enemy, without resorting to destruction means other than information. The course of information war, preparation variants of the population in case of its transition to the next stage, as well as prospects of choosing one or another strategy by Russia are analyzed.

Key words: information war, policy, geopolitics, strategic planning, «cold» war, digital epoch, impact on mass consciousness, political and electoral behavior, cyber attack.

ФИЛОСОФИЯ ВОЙНЫ: ИДЕОЛОГЕМЫ, СМЫСЛЫ

Аббасова Сабина Тахировна
Луганский государственный педагогический университет
abbasovasabina01@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РОЛИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СМИ В АСПЕКТЕ ТЕОРИИ МИРНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Принимая во внимание власть, которой наделены современные средства массовой информации в связи с глобалистскими тенденциями распространения информационно-коммуникационных технологий, в статье предпринимается попытка анализа потенциальных возможностей массмедиа в урегулировании вооружённых конфликтов. В работе рассматриваются основные тезисы теории мирной журналистики И. Галтунга как альтернативы традиционному освещению конфликтов и перспективы их применения в практике региональных СМИ Луганской Народной Республики в аспекте преодоления вооружённого конфликта на Донбассе. Столкнувшись с конфликтом, СМИ либо становятся на сторону конфликтующих сторон и способствуют эскалации, либо остаются нейтральными и независимыми и способствуют мирному разрешению конфликта. Концепция журналистики мира выступает моральным императивом для медийщиков, освещающих конфликты, и предоставляет методы и способы урегулирования военно-политических конфликтов посредством журналистских публикаций. Описываются журналистские принципы, реализуемые в аспектах практик мирной и военной журналистики. Акцентируется внимание на ключевой роли, которую играют региональные СМИ ЛНР в разрешении вооружённого конфликта на Донбассе, определяемой их способностью интерпретировать военную ситуацию в регионе через призму приближённости к местной аудитории. По результатам сравнительного анализа материалов о вооружённом конфликте на Донбассе электронных СМИ Украины и ЛНР выдвигается предположение о следовании обеими медиасистемами цели достижения информационного преимущества перед противником в рамках информационной войны. Подчёркивается значимость стратегии СМИ, ориентированных на деэскалацию вооружённого конфликта, основанной на принципах объективности, связанной с анализом мотивов, причин и сути освещаемой конфронтации и освоению журналистскими кадрами основ конфликтологии.

Ключевые слова: региональные СМИ, урегулирование, вооружённый конфликт, мирная журналистика

Глобальные инновационные достижения в информационно-цифровой среде последних лет во многом определили возрастающую роль СМИ в социальных и политических процессах. Однако наиболее выразительно их влияние на аудиторию проявляется в условиях резкого обострения военно-

политической обстановки, перерастающей в вооружённые столкновения. Так, опыт использования государствами каналов массовой информации в ходе войн и вооружённых конфликтов последнего десятилетия позволяет говорить нам об особом значении информационных средств как решающего фактора, не только во многом определяющего победу или поражение одной из конфликтующих сторон, но и способного предотвратить конфронтацию. Это можно объяснить способностью массмедиа формировать общественное мнение и направлять политические силы на поддержку гуманитарных кризисов.

На протяжении длительного периода пристальное внимание журналистов, а также исследователей, политиков и широкой общественности привлекает военно-политический конфликт, который развернулся на Донбассе в 2014 году вследствие государственного переворота в Киеве и объявления новой украинской политической элитой антитеррористической операции против мирного населения на Востоке Украины и продолжается до сегодняшнего дня, перейдя в перманентное состояние. Как показывает развитие событий на Донбассе, для урегулирования вооружённого конфликта существует необходимость прибегнуть к применению корпуса несиловых методов деэскалации социально-политического напряжения, в частности основанных на практических медиастратегиях, ориентированных на миротворчество.

При этом ключевую роль в разрешении вооружённого конфликта на Донбассе играет именно региональная пресса, в частности СМИ Луганской Народной Республики, которые интерпретируют военную ситуацию в регионе через призму приближенности к местной аудитории, учитывают её ментальность, культурный и историко-этнический опыт – факторы, определяющие эффективность восприятия информационного сообщения реципиентом. Однако считаем, что роль луганских массмедиа в деэскалации вооружённого конфликта исследователями недооценивается, так как проблемы современного информационного противоборства на материале региональных СМИ Луганщины не стали предметом системного исследования. В то же время отмечаем актуальность исследований военно-политической коммуникации, которая подчёркивает диалектную роль региональной журналистики в формировании и отражении социального пространства.

Участие массмедиа в деэскалации и преодолении вооружённых конфликтов как миротворческой проблемы, сопровождающейся значительными потерями среди гражданского населения и острыми гуманитарными кризисами, побудил представителей научных кругов исследовать специфику освещения этих событий прессой и сформулировать академический подход к мирной журналистике. Авторы большинства научных работ сходятся во мнении, что массмедиа могут использоваться в двух качествах: с одной стороны, они являются каналом донесения информации до определённой целевой аудитории, с другой – непосредственным участником противостояния, актором регулирования течения вооружённого конфликта.

По мнению О. П. Герасимович, конфликты неизбежны, но они управляемы (Герасимович 2014: 20). При этом собственно управление

конфликтом заключается в совершении действий, направленных на его ослабление или усиление. Так, в научных трудах чаще всего описывается два основных типа функционирования СМИ в структуре конфликтной ситуации: столкнувшись с конфликтом, журналисты либо становятся на сторону конфликтующих сторон и способствуют эскалации, либо остаются нейтральными и независимыми, но ориентированными на содействие мирному разрешению конфронтации.

В этом аспекте важно рассмотрение нормативной модели мирной журналистики норвежского социолога и современного классика теории конфликта И. Галтунга, что описывает методы и способы урегулирования военно-политических противостояний посредством журналистских публикаций. Автор теории убеждён: журналистика выступает полноправной третьей стороной конфликта, глубоко анализирует мотивы и причины его возникновения, цели его участников, что позволяет сформулировать или расширить круг возможных решений противоборства. Теория построена на дихотомии между подходом «журналистики мира» и доминирующей медийной практикой «журналистики войны». Каждый из этих двух подходов определяется на основе четырёх дихотомических переменных, которые могут способствовать либо эскалации, либо деэскалации освещаемого журналистами конфликта, среди них: ориентация на насилие, пропаганду, элиту и победу. Данная классификация И. Галтунга подчёркивает важность языка новостей и журналистской практики.

Мирная журналистика выступает моральным императивом и представляет собой целенаправленную стратегию, которая переориентирует журналистику на сознательное и активное участие в продвижении мира, нацелена на изучение причин развития конфликта с целью создания возможностей рассмотреть и оценить ненасильственные способы реагирования и медийного сопровождения. Так, концепция мирной журналистики *предлагает ряд аргументов в пользу необходимости перехода от демонстрации войны в ее проявлениях к демонстрации мира как ее альтернативы* (Атанесян, Челпанова, Аракелян 2019). Это определяется в основных журналистских принципах: в нацеленности СМИ на выработку мирных решений для преодоления конфликта; отказе от негативных и положительных маркеров, нейтральности авторской позиции; незаангажированном освещении событий; плюрализме мнений; уходе от лингвистической стратегии использования экспрессивно окрашенной и излишне эмоциональной лексики (Galtung 1998: 24 – 29). Галтунг развил этот подход как ориентированный на мир, правду, людей и решения. В отношении журналистики мира интересна медицинская метафора, сформулированная учёным: материалы о конфликтах должны создаваться аналогично публикациям о медицине, построенным по образцу, согласно которого описываются не только этапы или сам факт борьбы пациента с неким недугом, но также причины болезни, различные методы лечения и профилактические меры. Таким образом, СМИ могут осуществлять

превентивные меры по предотвращению конфликтов, в том числе и вооружённых.

Антагонистом пропагандистскому и интерпретирующему по своей природе подходу мирной журналистики выступает концепция журналистики войны/насилия (военной журналистики), которая проявляется в фокусировке внимания реципиента сугубо на конфронтационных темах и сюжетах, воспроизводящих образ врага, нагнетающих ненависть и формирующих у читателя/зрителя конфликтные модели поведения. Такие репортажи характеризуются дегуманизирующим языком военного триумфа, ориентацией на действия, выборочным освещением событий, демонизацией противоборствующих сил конфликта и другими тенденциями, несущими призыв к насилию как единственно возможному и необходимому средству достижения цели на конфликтной арене. И. Галтунг называет эту модель игрой с нулевой суммой, где победитель получает всё или ничего, как то привыкли репрезентировать в спортивной журналистике. Закономерным последствием следования этой журналистской практики, воспроизводящей пропаганду и продвигающей войну, является эскалация конфликтов.

Сравнительный анализ публикации о вооружённом конфликте на Донбассе электронных республиканских и украинских массмедиа, позволяет нам сделать предположение о том, что обе медиасистемы лишь частично выполняют свою миссию по беспристрастному освещению вооружённого конфликта, оставляя за собой цель достижения преимущества перед противником в рамках информационной войны. Это объясняется тем, что СМИ, выступая особым общественным институтом во время вооружённого конфликта, как правило, становятся на сторону государства, в рамках которого осуществляют профессиональную деятельность. Медийно-милитарный нарратив конфликта в этом случае часто находится под влиянием правительства и военных институтов власти, которые, используя СМИ в качестве средства политического противоборства для достижения задач информационной и военной безопасности страны, формируют информационную повестку дня.

Мы солидарны с отечественным учёным М. А. Мельниковым, утверждающим, что в целях достижения деэскалации политических конфликтов СМИ необходимо освоить определённую стратегию, в частности связанной с использованием *принципа объективности информирования, реализованном при постоянном общественном контроле деятельности массмедиа; диагностировании статуса, позиций субъектов конфликта в осуществлении информационного противоборства оппонентов; корреляцией системы подготовки журналистских кадров и обучения их основам конфликтологии* (Мельников 1992: 146).

Литература

Атанесян, А. В., Челпанова, Д. Д., Аракелян, Л. Т. «Журналистика мира» как подход к освещению вооружённых конфликтов в СМИ: проблемы теории и

практики // Южно-российский журнал социальных наук. 2019. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhurnalistika-mira-kak-podhod-k-osvescheniyu-vooruzhennyh-konfliktov-v-smi-problemy-teorii-i-praktiki> (дата обращения: 18.03.2023).

Герасимович, О. П. Конфликтология журналистики / О. П. Герасимович. – Минск : БГУ, 2014. – 116 с.

Мельников, М. А. Средства массовой информации как фактор урегулирования социально-политических конфликтов: дис.... к. полит. н. – М., 1992. С. 146.

Galtung, J. Peace journalism: What, why, who, how, when, where // What are journalists for? UK: Taplow Court. 1998. September 3–6. P. 19–33.

S. Abbasova

Lugansk State Pedagogical University

Research prospects roles of regional media in the aspect of the theory of peaceful journalism

Taking into account the power granted to modern mass media in connection with the globalist trends in the diffusion of information and communication technologies, the article attempts to analyze the potential of the mass media in resolving armed conflicts. The paper deals with the main theses of the theory of peace journalism by J. Galtung as an alternative to traditional coverage of conflicts and a prospect for their application in the practice of the regional media of the Lugansk People's Republic in the aspect of overcoming the armed conflict in Donbass. When faced with a conflict, the media either take the side of the conflicting parties and escalate, or remain neutral and independent and contribute to a peaceful resolution of the conflict. The concept of peace journalism stands as a moral imperative for media covering conflicts and determines methods and ways to resolve military-political conflicts through journalistic publications. The article describes the journalistic principles which are implemented in the aspects of the practices of peaceful and military journalism. The author focuses on the key role played by the regional media of the LPR in resolving the armed conflict in Donbass, that is determined by their ability to interpret the military situation in the region through the lens of proximity to the local audience. According to the results of a comparative analysis of journalistic materials by the electronic media of Ukraine and the LPR on the armed conflict in Donbass, the author suggests that both media systems follow the goal of achieving an information advantage over the enemy within the framework of the information war. The paper also highlights the importance of the media strategy which is focused on the de-escalation of the armed conflict, based on the principles of objectivity, related to the analysis of the motives, causes and essence of the covered confrontation and the training of journalists in conflict science.

Keywords: regional mass media, settlement, armed conflict, peace journalism

Дейнека Ольга Сергеевна
Санкт-Петербургский государственный университет
osdeyneka@yandex.ru

ОБРАЗ РЕШЕНИЯ О СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ В СОЗНАНИИ РОССИЯН

Философия войны предполагает наличие морально-политического капитала населения государства, находящегося в состоянии войны, понимания и признания его политики, доверия лицам, принимающим военно-политические решения. Целью данного эмпирического исследования явилось изучение образа политического решения о специальной военной операции (СВО) у россиян (на гетерогенной выборке из 646 чел. в июле 2022 г.). Использовались психолого-политические опросные (Опросник гражданина, политического оптимизма) и полу-проективные методы (модифицированный семантический дифференциал, тест представлений о главных целях решения об СВО). Результаты исследования показали в целом позитивный образ военно-политического решения об СВО. Доминируют волевые (решительное, ответственное, самостоятельное) и ценностные (справедливое, моральное) компоненты образа. Главные цели принятия решения об СВО россияне видят в защите границ и территории своей страны и помощи гражданам ДНР и ЛНР, а также в том, чтобы остановить распространение неонацизма и неофашизма, т.е. связывают с национальной безопасностью. Положительная оценка решения об СВО тесно связана с идентификацией со страной и гражданской гордостью, отрицательная модальность образа решения об СВО коррелирует со страхом его последствий для себя или своего материального благополучия, а также с оппозиционными политическими установками. Более высокую степень поддержки решения об СВО выразили люди старшего возраста, более религиозные респонденты и граждане с более высоким уровнем дохода.

Ключевые слова: образ специальной военной операции, отражение целей СВО, граждане России.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФ, проект № 22-28-01935.

Введение. Конфронтация с коллективным Западом перешла в фазу активной гибридной войны, включающей «вооружённые конфликты (пока что непрямые) различной степени интенсивности, за исключением всеобщей ядерной войны; экономическую, финансовую и технологическую блокаду; информационную войну; кибератаки; терроризм; подрывную деятельность и так далее» (Тренин, 2022, с.28). НАТО планирует для дезорганизации государственного и военного управления использование новой и уже реализуемой стратегии «гибкой сетцентрической войны» (информационно-технологических операций), которая предполагает возможность захвата страны без применения ядерного оружия, а только обычными вооружёнными силами в сочетании с широким использованием возможностей гибридной войны и

технологий «цветной революции» (Гладышевский и др., 2022, с.70). В информационном поле прорабатывается версия использования тактического ядерного оружия. В этих условиях особенно важно отношение граждан к СВО. Согласно смыслам философии войны, способность и готовность государства при необходимости вести войну в огромной степени зависит от морального состояния населения, от убеждения народа в том, что война ведется ради жизненно важных интересов его страны, ради высших нравственных идеалов (Бельков, 2019).

В задачу нашего исследования входило изучение образа решения о специальной военной операции (СВО) в массовом сознании россиян, с учетом понимания и принятия политики государства.

Метод. Исследование было выполнено с помощью платформы «Анкетолог» в период с 17-го по 21-е июля 2022 г., т.е. до частичной мобилизации. В нем приняли участие 646 чел. в возрасте от 19 до 70 лет, из них 62,4 % мужчин и 37,6 % женщин. Методический инструментарий включал: 1) тест представлений о главных целях политического решения о специальной военной операции; 2) экспресс опросник политического оптимизма; 3) модифицированный семантический дифференциал (МСД) для получения образа политического решения об СВО; 4) Опросник гражданина (см., напр.: Дейнека, 2015).

Результаты. Исследование показало, что главные цели принятия решения об СВО россияне видели в защите границ и территории своей страны и помощи гражданам ДНР и ЛНР, а также в том, чтобы остановить распространение неонацизма и неофашизма, добиться признания Крыма, ЛНР и ДНР, укрепить суверенитет России. Обозначенные цели вошли в первую пятерку целей. Отвергнуты респондентами были такие цели как оккупация Украины и вариант «без объективных причин». Данные экспресс опросника политического оптимизма (7-ми балльная шкала ответов) показали, что у россиян доминирует убеждение в успешном завершении специальной военной операции ($M = 5,55$; $SD = 2,03$), также представлена надежда на то, что цена (материальные и людские потери) специальной военной операции будет оправдана ($M = 4,52$; $SD = 2,27$), хотя и в меньшей степени.

Образ политического решения об СВО, полученный с помощью тонкого психологического метода «семантический дифференциал» оказался в целом позитивным (в отрицательной зоне семантического поля оказались только 2 из 20-ти дескрипторов, а именно: «опасное» и «убыточное»). Наиболее высоко испытываемые оценили волевые и рациональные характеристики политического решения. Что касается гуманитарных оценок решения, то они также оказались в положительной зоне семантического пространства, но менее выражены, то есть решение об СВО отражается в массовом сознании как моральное и справедливое (и в значительно меньшей степени, как гуманное), но с большим разбросом мнений. Положительными, но не выраженными оказались показатели по дескрипторам оценки статуса внешнеполитического решения, а именно: правовое, демократическое, прогрессивное, заслуживающее доверия и перспективное.

Анализ демографических факторов оценки решения об СВО показал, что степень поддержки решения о СВО в большей степени выразили люди старшего возраста, более религиозные респонденты и граждане с более высоким уровнем дохода.

Результаты корреляционного анализа данных Опросника гражданина и МСД показали, что респонденты, которые гордятся своей страной, считают решение об СВО заслуживающим доверия, справедливым, моральным и ответственным. Более того, среди них больше тех, кто рассматривает его как продуманное, контролирующее (ситуацию), созидательное, стимулирующее и прогрессивное, а также тех, кто склонен оценивать решение как правовое и демократическое. Готовность эмигрировать из страны, напротив, показала отрицательные корреляции (при $\rho < 0,001$) с оценками по всем тем дескрипторам, которые связаны с гражданской гордостью положительно, и прямо коррелировала с оценкой решения как враждебного ($r = -0,47$, при $\rho < 0,001$). Кроме того, желание уехать при первой возможности выразили те, кто считает решение об СВО опасным, а также убыточным. Таким образом, готовность «протестовать против страны ногами» выразили как те, у кого это связано с социальными представлениями и убеждениями, так и те, кто испугался последствий СВО для себя или своего материального благополучия.

Несмотря на ослабление доверия государству на фоне пандемии и инфодемии (распространения и влияния ложной, фейковой, токсичной информации), решение об СВО в значительной степени консолидировало и мобилизовало общество. Работа СМИ и военных корреспондентов должна осуществляться с учетом постоянно предпринимаемых западом попыток расшатать доверие российскому государству, его институтам и информационной политике.

Литература

Бельков, О. А. Философия войны: слова и смыслы // Власть. 2019. №2, с. 119 – 127.

Гладышевский, В. Л., Горгола, Е. В., Цырендоржиев, С. Р. К какой войне против России готовятся ее противники? // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2022. Т. 18, № 1. С. 66 – 91.

Дейнека, О. С. Опыт эмпирических исследований политического и экономического сознания // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2015. Сер. 16. № 3. С. 13–26.

Тренин, Д. В. «Переиздание» Российской Федерации // Россия в глобальной политике. 2022. Т. 20. №. 2. С. 27 – 33.

О. Deyneka

St Petersburg State University

The image of the decision on a special military operation in the minds of Russians

The philosophy of war presupposes the presence of the moral and political capital of the population of a state in a state of war, understanding and recognition of

its policy, and trust in those who make military and political decisions. The purpose of this empirical study was to study the image of a political decision on a special military operation (SMO) among Russians (on a heterogeneous sample of 646 people in July 2022). We used psychological and political questionnaires (Questionnaire of a citizen, political optimism) and semi-projective methods (a modified semantic differential, a test of ideas about the main goals of the decision on SMO). The results of the study showed a generally positive image of the military-political decision on the SMO. Volitional (decisive, responsible, independent) and value (fair, moral) components of the image dominate. The Russians see the main goals of making a decision on SMO in protecting the borders and territory of their country and helping the citizens of the DPR and LPR, as well as in stopping the spread of neo-Nazism and neo-fascism, i.e. associated with national security. A positive assessment of the decision on SMO is closely related to identification with the country and civic pride; the negative modality of the image of the decision on SMO is correlated with the fear of its consequences for oneself or one's material well-being, as well as with oppositional political attitudes. A higher degree of support for the decision on SMO was expressed by older people, more religious respondents and citizens with higher income levels.

Keywords: image of a special military operation, reflection of the goals of the SMO, citizens of Russia

The study was financially supported by the Russian Science Foundation, project no. 22-28-01935.

Дроздова Алена Васильевна
 Луганский государственный педагогический университет
 dilena_23@list.ru

«КАК КАЛЕЙДОСКОП МЕЛЬКАЮТ КАДРЫ...»: СЕТЕВОЙ ДНЕВНИК ВОЕНКОРА ЮЛИИ АНДРИЕНКО

Исследование посвящено определению коммуникативных тактик женского дискурса, с помощью которых формируется повседневный образ военно-политического конфликта в Донбассе. Для анализа выбраны медиатексты сетевого дневника одного из наиболее популярных донецких корреспондентов – Юлии Андриенко.

Ключевые слова: женский дискурс в медиа, коммуникативные тактики.

Спрашивают: есть ли место женщинам на войне?

Там есть место всем, кроме трусов.

Владлен Татарский

Женский вопрос в науке не боится забвения. Традиционные подходы к исследованию роли женщины в современном мире – патриархальный, экономический, демографический и эгалитарный (Караченкова 2004) обогащаются новыми сферами научного и отчасти альтернативного знания. Синтез философско-антропологических, археологических, религиозных, психологических и других рефлексий сообщает о намерении «опоясать» фрагментарное состояние дел в женском вопросе и придать ему целостный характер в науке.

Например, смело и нетривиально к проблеме подходит Дмитрий Чураков, который, рассматривая дискуссионные вопросы матриархата и матриархальных революций, заключает, что самой важной отличительной чертой современного человека является не столько разумность, сколько творческий подход к окружающему миру, присущий, как правило, женщине. На этом основании исследователь предлагает новое определение современного человека – Homo creatrix (человек творческий) (Чураков 2020).

Г. С. Лапшина в фокусе четырех личных историй женщин-журналисток второй половины XIX века выделяет самобытные пути модернизации действительности, предопределенные творчеством, подвижничеством и «внутренним храмом» участниц русского печатного дела (Лапшина 2018).

На комплексность рассмотрения универсалий женской речи в свое время обратила внимание Е. А. Земская, отметив:

– опора на базовой код («genderlect»), употребляемый мужчинами и женщинами, дает весьма абстрактную картину. Большого проникновения достигнет изучение речи с учетом отношений между говорящими, контекста и других социокультурных особенностей;

– между мужской и женской речью в русском языке нет резких, непроходимых границ, родовые тенденции употребления языка обретают форму в зависимости от их использования в конкретных ситуациях общения;

– подобные исследования могут пролить свет на особенности мужской и женской психологии, современного устройства общества, очевидно, могут быть полезны для педагогики (Земская 2004: 428 – 492).

Словом, в современном запросе на углубленное и разностороннее исследование проблематики женского видится не столько продолжение развития идей феминистического движения, сколько поиск модели одного из «лучших из всех возможных миров» в условиях, когда человечество переживает очередной геополитический кризис. Оттолкнемся от определения П. А. Андреевой, согласно которому культура «женского мира» представляет собой «образ, отражающий социокультурную реальность, представляющий совокупность взаимосвязанных позиций самореализации как в традиционных женских сферах, воплощенных в роли жены и матери, так и профессиональных, согласно предъявляемым общесоциальным, статусным, ситуативным нормам, заложенным в обществе и принятым женщинами в процессе совершенствования (Андреева 2009).

Стратегиями женского дискурса конструируется повседневный образ военно-политического конфликта в Донбассе. Екатерина Василенко (псевдоним – Катя Катина), Марьяна Наумова, Ирина Куксенкова, Оксана Чигрина, Олеся Потапова, Татьяна Петрушкова – женщины-военкоры, ведущие сегодня летопись военных сражений. В медиапространстве Донбасса выделяется голос Юлии Андриенко – блогера, донецкого корреспондента МИА «Россия сегодня» и телеграм-канала «Донбасс решает». В сети «ВКонтакте» журналистка имеет максимальное для ресурса количество подписчиков и ведет сетевой дневник, где ежедневные сообщения представлены в формате «удивительное донецкое». Например: *У меня сегодня тут должна была состояться встреча. Чем-то это кафе привлекло внимание. Наверное, мешками, которые были внутри самого кафе, а не снаружи, как у большинства донецких зданий. Буквально за пять минут туда прилетело. И знаете, что удивляет? Отсутствие удивления у дончан. Его нет. Есть фатализм и нечеловеческая усталость. А в том кафе я все же побываю когда-нибудь. Ср. подобные начала сетевых постов: самое невероятное; я не знаю, как это бывает; весна в Донбассе полна парадоксов; впервые вижу такое чудо (<https://vk.com/id75239438> от 07.04.2023).*

Яркими приметами идиостиля Юлии Андриенко, по нашим наблюдениям, являются идеологичность, автобиографичность и нравственная оценка происходящего. Освещение военной жизни Донбасса пропускается автором сквозь личное, семейное, профессиональное и бытийное. Результаты обстрелов городов Донецкой Народной Республики, гуманитарные катастрофы, ситуацию на передовой корреспондент репрезентует, преимущественно, совокупностью фактических данных, обрамленных публицистической рефлексией: *Я знала, что так будет. Да и неизвестно, что лучше: остаться без ног на старости лет или умереть. Мужчина просто вышел покормить собак. Пусть этот его благородный поступок зачтётся там на Небе.*

77-летний дончанин, подорвавшийся на украинской противотанковой mine AT2, умер в больнице.

Об этом сообщил мэр Донецка Кулемзин (<https://vk.com/id75239438> от 28.03.2023).

*Рефлексии, как правило, полны свидетельств горькой правды, однако автор практически всегда выражает надежду на мирное будущее, торжество здравого смысла, победу: *А вот так донецкий Парк кованых фигур выглядел еще вчера. Не устаю фотографировать свой город, чтобы хоть так его сохранить. Украина каждый день своими хищными зубами вырывает из него кусок за куском и то, где ты вчера еще бродил счастливый, завтра может исчезнуть из реальности. Сегодня в парк прилетело. Но я не стану выставлять те фото. Притворюсь, что остановила хоть так вчерашний день, солнечный и прекрасный. В нем еще живы те, кто сегодня уже погиб* (<https://vk.com/id75239438> от 28.04. 2023). Ср.: *Так будем выживать эту прекрасную жизнь, не загадывая, что там завтра* (<https://vk.com/id75239438> от 24.04.2023).*

Спектр использованных средств социальной оценочности при этом широк: это и открытая оценка (*сытый гаишник, пытавшийся нам устроить сегодня гоп-стоп; неповоротливые сотрудницы во всевозможных наших службах; чиновники с их вечным бюрократизмом-кретинизмом* от 20.04.2023), и метафоризация (*бюрократический цербер миздрова* от 29.04.2023), и пейоративная лексика (*твари вы продажные* от 29.04.2023).

Коммуникативные тактики сетевого письма Юлии Андриенко подчинены наращиванию ценностных смыслов как составляющих поступка людей, оказавшихся в зоне Специальной военной операции. Идеологема «донбассоцентризм» (ср. авторское: *Вы можете сколько угодно обвинять меня в «донбассоцентризме»* от 28.03.2023); *Но это уже говорит во мне мой донбассоцентризм от 09.02.2023*) конструируется с опорой на общечеловеческие ценности – понимание, помощь нуждающимся, веру в созидательные действия соотечественников. Автор дневника «реставрирует» историческое сознание аудитории посредством актуализации деталей повседневной жизни «донецких блокадников»: *уцелевших книг разрушенных библиотек; окон со стеклами; котенка, которого спас разведчик; свадьбы и беременной женщины как примет жизни в Донецке; истории одного грустного дома; розы, которую подарили в разбитом Мариуполе; стайки молодежи возле донецкого храма; оранжевых жилетов как брони коммунальщиков; искореженной утробы крытого рынка; душа из ковшика и многих других символических признаков мира, который переустраивается. Урбанистические зарисовки донецкого края чередуются с военными сводками, просьбами волонтеров, экспертными интервью.*

Думается, что подобный соборный «рисунок донбасской повседневности» – примета не только таланта, но и женского почерка, когда ничего нельзя оставить в стороне: ни личного, ни семейного, ни профессионального, ни гражданского. Возможно, только исходя из сплетения

калейдоскопа жизненных пространств, культура женского мира способна в полной мере к воспроизведению.

Литература

Андреева, П. А. Культура «Женского мира»: семантико-семиотический анализ : автореф. дис. ... к. филос.н. / П. А. Андреева. – Тамбов, 2009. 18 с.

Земская, Е. А. Язык как деятельность: Морфема. Слово. Речь. / Е. А. Земская. – М., 2004. 688 с.

Карченкова, Т. А. Женский вопрос в российской публицистике второй половины XIX века : автореф. дис... к. ист.н. / Т. А. Карченкова. Омск. 2004. 22 с.

Лапшина, Г. С. Женское лицо русской журналистики / Г. С. Лапшина. – М. 2018. 282 с.

Чураков, Д. Матриархат и рождение. Homo creatrix: новые поиски, дискуссии, открытия / Д. Чураков. – М. 2020. 314 с.

A.V. Drozdova

Lugansk State Pedagogical University

«Shots flash like a kaleidoscope...»:

the online diary of military commander Yulia Andrienko

The study is devoted to the definition of communicative tactics of women's discourse, with the help of which the everyday image of the military-political conflict in the Donbass is formed. The media texts of the online diary of one of the most popular Donetsk correspondents –Yulia Andrienko, were selected for analysis.

Keywords: women's discourse in the media, communicative tactics.

Куянцева Елена Александровна
Луганский государственный педагогический университет
elenakul@list.ru

ЭВОЛЮЦИЯ РУСОФОБИИ В УКРАИНСКИХ МЕДИАКРИТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛАХ КАК ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ВОЕННОГО КОНФЛИКТА МЕЖДУ УКРАИНОЙ И РОССИЕЙ

В статье рассмотрена роль медиакритики в усилении русофобии в медиапространстве Украины. Прослежена эволюция антироссийских выпадов в медиакритических украинских публикациях за период 2014 – 2022 гг.

Ключевые слова: информационная война, медиакритика, русофобия.

Украинская медиакритика играет особую роль в информационной войне, уже несколько лет активно идущей между Украиной и Россией.

Российский ученый, проф. А. П. Короченский в монографии «“Пятая власть”? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка» указывает на особенности и потенциал медиакритики: «Особая область журналистики – медиакритика – имеет некоторые точки соприкосновения с литературной и художественной критикой, другими видами критико-познавательной деятельности <...> Медиакритике <...> свойственен интерес к процессу создания медийных произведений...» (Короченский 2002: 18). Свойства и возможности медиакритики имеют огромное влияние на интерпретацию информации, поданную в современных медиа: авторы журналистских текстов переосмысливают реальность в своих публикациях, медиакритика работает с этой интерпретацией, расставляя уже в созданной медиареальности акценты. Медиакритика способна анализировать информацию и интерпретировать ее научно. Критик научно-методологически подготовлен, «способен к концептуальному рациональному осмыслению рассматриваемых явлений и процессов» (Короченский 2002: 34). Подтверждение научности медиакритики – это ее «опора на исследования содержания СМИ и медийной деятельности, выполнение с применением социологических, контент-аналитических, статистических и иных научных методик» (Короченский 2002: 35).

Один из наиболее известных и важных ресурсов, регулярно поставляющий медиакритический материал в украинское информационное пространство, это «Детектор Медиа» (в прошлом «Телекритика»). Шеф-редактор Наталья Лигачева при активной поддержке и финансировании своего проекта Западом давно считается своего рода «вочдогом» украинской журналистики, авторитетным экспертом в медиасфере. Материалы, публикуемые ресурсом «Детектор Медиа», в прошлом указывали на проблемы, существующие в украинской журналистике. Критика зачастую была справедлива, что вызывало доверие со стороны читателей. В целом проблемы, рассматриваемые в украинской медиасистеме, подавались в том ключе, что все

можно и нужно изменить к лучшему, ориентируясь на европейские стандарты, освобождаясь от советского наследия.

Своеобразным лейтмотивом медиакритических материалов рассматриваемого проекта все годы их существования была русофобия. Особенно ярко она проявилась после госпереворота в Киеве 2014-го года. Например, в 2014 – 2015 году авторы медиакритических публикаций писали о вездесущности «кремлевской пропаганды», указывали на ее всесильность, хорошо отлаженный механизм, с которым приходится бороться Украине. Через несколько лет один из постоянных авторов материалов «Детектор Медиа» Отар Довженко в своем обзоре «дезинформационных нарративов» российской журналистики попытался указать на определенную эволюцию, произошедшую в украинском обществе, обращая внимание на то, что «пророссийская пропаганда в Украине не является вездесущей: в общенациональном медиапространстве она локализована буквально в десятку телеканалов и онлайн-изданий» (Довженко 2020) и по сути имеет поддержку только у старшего поколения, воспитанного при «тоталитарном» СССР. О. Довженко обозначает основные «прокремлевские нарративы» в СМИ: «Украина – недодержава», «Украина – нацистское государство», «Внешнее управление». По его мнению, эти «страшилки» использовались в предвыборный период для мобилизации своих избирателей.

Неустанно подчеркивая фрагментарность и местечковость пророссийских настроений, О. Довженко тем не менее полагал, что «Кремль и его союзники в украинской политике выстроили эффективную, хорошо скоординированную и централизованную систему распространения пророссийских дезинформационных нарративов. Автор «бил тревогу, что кремлевская пропаганда продуцирует качественный и разнообразный по форме контент, который, кроме традиционных медиаканалов, распространяется в социальных сетях и заимствуются другими медиа далеко за рамками зоны непосредственного влияния пророссийских политических сил (Довженко 2020).

На наш взгляд, такая «нелогичность» на самом деле весьма последовательна: «кремлевская пропаганда» – это своего рода постоянный «антигерой» украинской медиакритики, зло, с которым борются медиаэксперты. Образы ужасной России и ее «дикого», «темного» народа, верящего в «путинскую» пропаганду, далеко оставившую позади себя даже геббельсовскую, активно вырисовываются именно в подобных медиакритических публикациях. В целом же при помощи подобных статей создается некий мейнстрим украинской журналистики: украинское общество на пути к европейским ценностям и все дальше от России. Но «проблема пророссийской пропаганды в украинском медиапространстве остается насущной и нерешенной (перевод наш – Е.К.)» (Довженко 2015: 35).

В процессе усиления русофобии в украинском медиапространстве все меньше внимания обращалось на соблюдение журналистских стандартов и этики, если речь идет о русском, меж тем, как в публикациях более раннего периода медиакритики настойчиво напоминали именно о демократических свободах в этой сфере как одним из достоинств украинской журналистики,

взявшей курс на «европейские высокие стандарты». Несколько лет назад представитель ОБСЕ в сфере свободы медиа Дуня Миятович попыталась было говорить о проблеме украинских СМИ, но вскоре согласилась, что «свободу СМИ можно ограничить, когда они посягают на основоположные права человека (перевод наш. – Е.К.)» (Довженко 2015: 35).

Украинские исследователи писали об обозначившейся проблеме явно вырисовывающегося национализма в СМИ: «возникает целиком оправданная и понятная потребность, с одной стороны, ограничить вражескую информацию, с другой стороны – усилить в медиапространстве линию патриотизма (перевод наш – Е.К.)» (Чабаненко 2014: 34). Все еще балансируя между усиливающимся национализмом и «демократическими свободами слова, медиакритики пишут о том, что «работникам масс-медиа, чтобы остаться достойными своей профессии, важно не смешивать патриотизм и агрессивный национализм, любовь к родине и ненависть к чужой стране (или части своей), грамотную журналистику и желание изменить мир в соответствии со своими вкусами, творчество и разрушения (перевод наш. – Е.К.)» (Чабаненко:2014: 34).

Еще в 2014 году мы могли увидеть попытки медиакритиков внимать голосу разума: например, их беспокоил градус ненависти к донбассцам («донбасятам»), раздуваемый в медийных просторах: «к сожалению, не все осознают, что подобными материалами наши медиа подыгрывают путинским, регулярно подкидывая новые поводы для накручивания антиукраинской истерии (перевод наш – Е.К.)» (Чабаненко 2014: 36). Украинские медиакритики указывали также и на то, что «агрессия, злоба, желание оболгать – это признаки внутренней неуверенности в своей правоте, и в этом «существенная слабость нашего информационного противника», а противопоставить ему можно было бы моральную силу, опирающуюся на твердое решение идти выбранным путем» (Чабаненко 2014: 36). И для этого «верного пути» автор предлагает в общем-то не новую идею для Украины – формирование нации. Но с формированием нации оказались большие проблемы, поскольку проще просто ненавидеть все русское, сопровождая эту ненависть выдавливанием русскоязычного контента из СМИ, отрицая общую историю, культуру, веру.

Постепенно агрессия в адрес России в медиакритических материалах стала настолько очевидной, что в 2020-м году мы можем прочесть такие обесценивающие важные вехи общей истории строки, как, например, из публикации Я. Зубченко «Конвульсии Великой Отечественной войны» (Зубченко 2022): «Пророссийские СМИ из последних сил пытаются удержать миф о «Великой Отечественной войне». «После развала СССР принадлежность к одному «народу-победителю» помогает ментально удерживать бывшие колонии». Миф про «великую победу» настолько сакрализован, что все его критики демонизируются в глазах населения автоматически, без дополнительных усилий со стороны Кремля (перевод наш. – Е.К.)» (Зубченко 2022). На протяжении всего обзора празднования 9 Мая на украинских каналах, критик противопоставляет две реальности – мифическую ВОВ, где победил СССР, и вторую мировую, где победили Великобритания, США, Франция, а СССР погубил множество людей, едва не стал причиной ядерной войны и

участвовал в многочисленных военных конфликтах (Афганистан, Чехия). Информационные атаки на знаковые события в истории России, в особенности на победу во второй мировой, со стороны Запада стали обычной практикой в украинских медиа.

После начала СВО градус русофобии повысился еще сильнее, украинские медиакритики не только разжигают ненависть к России и ее народу, но и пресекают любые попытки «неправильного» толкования событий: например, одергивают авторов, которые пытаются сказать, что характер войны – гражданский. что вобщие донбассцы – это ополченцы. Подвергается критике даже вялотекущая борьба с российским контентом, если градус ненависти не очевиден или недостаточен (яркий пример – это публикация «Как я была зрительницей телеканала «Дом» Евгении Кузнецовой на сайте «Детектор Медиа» (Кузнецова 2021).

Подобными публикациями в короткие сроки на страницах украинских СМИ сформировался крайне негативный образ России как главного врага Украины. Уровень русофобии в медиакритических материалах последних лет ужасает. К сожалению, не смотря на то, что обычные люди мало читают такие материалы, основные потребители контента «Детектор Медиа» – это журналисты-практики и теоретики, а они являются активными распространителями идей, подаваемых в украинской медиакритике.

Сейчас мы видим печальные последствия такой работы «проевропейских» СМИ Украины.

Литература

Довженко, О. Саурон и Саруман пророссийской пропаганды. Итоги мониторинга дезинформационных нарративов во время местных выборов 2020 / О. Довженко // Детектор Медиа. – URL: https://detector.media/propahanda_vplyvy/article/182872/2020-11-27-sauron-i-saruman-prorosiykskoi-propagandy-pidsumky-monitoryngu-dezinformatsiynykh-naratyviv-pid-chas-mistsevykh-vyboriv-2020/ (дата обращения: 10.04.2023).

Довженко, О. Что война делает с медиа. Что медиа делают с нами / О. Довженко // МедиаКритика. – 2015. – № 22. – С. 34 – 36.

Зубченко, Я. Конвульсии Великой Отечественной войны / Я. Зубченко // Детектор Медиа. – URL: <https://detector.media/kritika/article/177098/2020-05-13-konvulsii-velykoj-vitchyznyanoi-viyny/> (дата обращения: 10.04.2023).

Короченский, А. П. «Пятая власть»? Феномен медиакритики в контексте информационного рынка / А. П. Короченский. – Ростов-на-Дону, 2002. С. 61 – 62.

Кузнецова, Е. Как я была зрительницей телеканала «Дом» / Е. Кузнецова // Детектор Медиа. – URL: <https://detector.media/kritika/article/188769/2021-06-03-yak-ya-bula-glyadachkoju-telekanalu-dom/> (дата обращения: 10.04.2023)

Чабаненко, М. Журналистика и пропаганда: в поисках правильных решений / М. Чабаненко // МедиаКритика – 2014. – №21. – С. 34 – 36.

E.A.Kuyantseva

Lugansk State Pedagogical University

The evolution of russophobia in ukrainian media critical materials as information support for a military conflict between Ukraine and Russia

The article examines the role of media criticism in strengthening russophobia in the media space of Ukraine. The evolution of anti-Russian attacks in media critical Ukrainian publications for the period 2014-2022 is traced.

Key words: information war, media criticism, russophobia.

Мартыненко Елена Викторовна
Российский университет дружбы народов
martynenko-ev@rudn.ru

МОРАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ МИРА: СОДЕРЖАНИЕ, ОСОБЕННОСТИ

Моральные основы современного мира определяются приоритетом в общественном развитии общечеловеческих интересов и ценностей, когда формула развития «за счет других» исторически уходит в прошлое.

Морально-этические основы мира правомерно рассматривать в двух аспектах. Первый из них включает нормы и принципы, регулирующие отношения между народами (международная мораль). Второй аспект касается отдельных людей, их межличностных отношений по решению вопросов войны и мира (этика борца за мир).

Сущностной характеристикой международной морали как сферы проявления исторически развивающегося нравственного сознания человечества является постоянная ориентация на мирные формы общения между народами на основе гуманистических представлений. В этом заключена сила нравственности, формирующая мировое общественное мнение и опирающаяся на него.

К международной морали относятся позитивные нормы и принципы, воплощающие достижения нравственной культуры человечества в процессе межнационального общения. В XXI веке на волю государств оказывают воздействие воля народов, их моральное сознание, стремление к миру и справедливости, избежание войны.

Международная мораль свою сущность обнаруживает в ряде принципов. К ним относятся: 1) принцип мира и осуждение; 2) уважение суверенитета и территориальной целостности других государств; 3) равенство в отношениях между суверенными государствами; 4) укрепление добрососедства, дружбы и сотрудничества; 5) уважение национальной культуры народов. Их признание выступает необходимым условием взаимопонимания и сотрудничества правительств и народов. В этой связи особую актуальность имеет содержание, которое в них вкладывают участники конкретной международной ситуации. В этом заключена сущность подхода к трактовке содержания международной морали.

Ключевые слова: нормы морали, нравственность, международные отношения, этика

Действенность моральных требований зависит от того, в какой степени они признаются и опираются на систему общенародных ценностей. Такая система получила наиболее концентрированное выражение в документах ООН. Моральную ценность имеют высшие общечеловеческие ценности, сформулированные в Уставе ООН. Согласно Уставу, к высшему благу народов относятся мирное сотрудничество, справедливость, международный порядок, избавление

народов от войны.

Мораль проявляет себя как фактор организации международного общения. Между тем моральное регулирование не подкрепляется государственными санкциями, а опирается на внеинституционные требования, зафиксированные в нравственном сознании и опирающиеся на силу общественного мнения.

Внешнеполитический характер взаимосвязи морали и политики в наше время находит свое проявление в современных международных отношениях, затрагивая проблемы соотношения политики и войны. В современном мире около 30 государств обладают или близки к тайне ядерного оружия. Угроза ядерной войны выдвигает морально-этический компонент общественной жизни в эпицентр системы международной политики.

Игнорировать воздействие морали на политику не является целесообразным. Вот почему нельзя соглашаться с категорическими рассуждениями по данной проблеме. «Политика безжалостна и цинична по своей генетической сущности и функциональной предназначенности, она не может исходить из абстрактных понятий добра и зла. Поэтому в политике невозможно руководствоваться общепринятыми нравственными стандартами, она неподвластна универсальным моральным принципам» (Денисов: 1998).

Разработка эффективных рамок для решения проблемы ядерного оружия должна начинаться с признания того, что его применение не может служить какой-либо реальной или конструктивной военно-политической цели. Уничтожающий ответный удар, гибель миллионов гражданских лиц, повсеместная радиация и возможность наступления «ядерной зимы» свели бы на нет любую возможную выгоду. Уместно в этой связи вспомнить слова И. Канта из трактата «К вечному миру»: «Истребительная война, которой могут быть уничтожены обе стороны... привела бы к вечному миру на гигантское кладбище человечества. Следовательно, подобная война, и стало быть применение средств, ведущих к ней, должны быть, безусловно, воспрещены» (Кант: 1960).

Роль морали в развитии политических отношений между государствами в XXI веке имеет тенденцию к возрастанию. Сохранение человечества предполагает сотрудничество между государствами. Концепция планетарного сотрудничества между государствами предполагает сближение морального и политического сознания. Нормы международной морали выступают в наше время активным фактором духовной жизни мирового сообщества. Они синтезировали накопленный столетиями позитивный нравственный опыт. «Ныне важной характеристикой международной морали является постоянная нацеленность на мирные формы общения между народами на основе гуманистических представлений о добре и зле, справедливости и несправедливости» (Капто 1997: 12-116). Именно в этом заключается реальная сила морали, формирующая общественное мнение в различных государствах мира.

Изменяющиеся реальности современности ведут к формированию нового морального облика мира. Наиболее рельефно это проявляется в отношении

глобальных проблем человечества.

В настоящее же время такие проблемы, как демографическая, угроза экологические катастрофы, заразные болезни, голод и другие не только доминируют в мировом общественном мнении, но и приобретают характер специфических моральных постулатов, определяющих поведение народных масс (Капто 1997: 12-116).

Этика борца за мир представляет собой достаточно многогранное явление. Она состоит из системы норм и принципов, требований и предписаний, обычаев и традиций, нравственного опыта человечества, приобретенного в процессе борьбы за мир, против войны, обеспечения безопасности и сотрудничества между народами и государствами.

С точки зрения содержания моральные ценности, мотивы и интересы сторонников мира в той или иной степени интегрируются в этике мира. Между тем определяющее место в ней должно принадлежать тем нравственным принципам и нормам, которые опираются на подлинно научное, а не мифотворческое понимание детерминантов, породивших опасность опустошительных войн, способов и средств их предотвращения, а также достижения прочного и нерушимого мира. Это связано с научным осознанием сущности и особенностей современного мира.

Таким образом, этика борца за мир составляет предметную область нового направления нравственных исследований. Исходя из ее проблематики, представляется возможным выделение в ней ряда ключевых компонентов.

Компонент первый. Общечеловеческий характер борьбы за мир в современную эпоху выступает в качестве основы образования «этики мира». Моральная оценка войны и мира в различные исторические периоды была не только неоднозначной, но зачастую противоположной той, которая давалась предшествующей эпохой. Изменения во взаимоотношениях государств отвергают идею «мира с позиции силы», не приемлют военный путь решения спорных международных вопросов, основываются на стремлениях новой морали во взаимоотношениях между народами и государствами. Она опирается на доверие и уважение суверенитета государств, честность и порядочность в политике, ответственность за безопасность и перспективы мира между народами.

Компонент второй. Гуманизм как важный принцип этики борца за мир. Гуманизм – это принцип мировоззрения, в основе которого лежит убеждение в ценности человеческой личности, ее свободы, безграничных возможностей человека; требование защиты его достоинства.

Компонент третий. Культура мира личности как важное слагаемое ее духовности. Прежде всего необходимо заметить, что в культуре мира личности можно вычленить две группы норм: во-первых, нормы-запреты, а во-вторых, нормы, побуждающие к активности.

Компонент четвертый – моральная ответственность борца за мир. Важным фактором, объединяющим мысли и действия сторонников мира, является их общая ответственность за будущее народов.

Ответственность предстает в виде соответствия моральной деятельности

личности ее долгу. Она включает такие вопросы, как возможности человека выполнять предписываемые ему требования, степень их понимания; мера личного вклада в общее дело; характер и степень ответственности индивида за действия, которые привели к нежелаемым результатам. Моральная ответственность борца за мир выражается в высокой гражданственности личности, осознавшей свои общественные и личные интересы, в понимании моральной ценности мира и аморальности войны; в осознании тяжелых последствий для судеб цивилизации от возможной катастрофы и личной причастности к благородному делу ее предотвращения.

Литература

Денисов, В. Философия ядерной стратегии (О роли политики ядерного устрашения в современную эпоху) / В. Денисов // Ядерная безопасность: социогуманитарные структуры. – М. : ИФ РАН. 1998. С. 45.

Кант, И. Сочинения / И. Кант. – М., 1960. Т.6. С. 261.

Капто, А. С. Профессиональная этика / А. С. Капто. – М. : ИСПИ РАН, 1997. 4.1. С. 12-116.

Martynenko Elena Viktorovna

Peoples' Friendship University of Russia

The moral foundations of the world: content, features

The moral foundations of the modern world are determined by the priority in the social development of universal interests and values, when the formula of development "at the expense of others" historically goes into the past.

It is legitimate to consider the moral and ethical foundations of the world in two aspects. The first of them includes norms and principles governing relations between peoples (international morality). The second aspect concerns individuals, their interpersonal relations to resolve issues of war and peace (ethics of a peace fighter).

The essential characteristic of international morality as a sphere of manifestation of the historically developing moral consciousness of mankind is the constant orientation towards peaceful forms of communication between peoples based on humanistic ideas. This is the power of morality, which forms world public opinion and relies on it.

International morality includes positive norms and principles that embody the achievements of the moral culture of humanity in the process of interethnic communication. In the XXI century, the will of States is influenced by the will of peoples, their moral consciousness, the desire for peace and justice, and the avoidance of war.

International morality reveals its essence in a number of principles. These include: 1) the principle of peace and condemnation; 2) respect for the sovereignty and territorial integrity of other States; 3) equality in relations between sovereign States; 4) strengthening of good neighborliness, friendship and cooperation; 5) respect for the national culture of peoples. Their recognition is a necessary condition for mutual understanding and cooperation between Governments and peoples. In this

regard, the content that participants in a particular international situation put into them is of particular relevance. This is the essence of the approach to the interpretation of the content of international morality.

Keywords: moral norms, morality, international relations, ethics

Михина Екатерина Михайловна
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
mikhina.kt@yandex.ru

МОРАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ КАК ТОВАР И ЗНАК В ПЕРИОД СОЦИАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ

Идеологемы выступают как основные элементы борьбы за формирование и переформирование смыслов, а моральные ценности превращаются в товар: поддержка Украины обменивается на статус в социуме, безопасность и ярлык *good person*.

Ключевые слова: постмодернизм, идеологема, семиотика, знак, общество потребления.

Проблема опосредованного восприятия реальности впервые была сформулирована в середине XX века Г. М. Маклюэном в «Галактике Гутенберга», где автором была выдвинута идея технологического детерминизма и возросшей роли технических средств в процессе коммуникации. Он рассматривал средства коммуникации с точки зрения того, как меняется восприятие в глазах смотрящего на события через призму СМИ индивида, и как меняется его мир.

Проблему медиатизированной реальности затрагивали У. Липпман в книге «Общественное мнение», В. Беньямин в работе «Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости», Э. Нозль-Нойман в теории «спирали молчания», Г. Гербнер в рамках теории культивации. Липпман одним из первых отметил, что сообщения СМК не отражают события, а только передают факт события.

Эти идеи получили развитие в философии постмодернизма. Один из его ведущих представителей – Жан Бодрийяр – рассматривает общество потребления как общество, утратившее свои естественные потребности и использующее вещи не для выживания, а для демонстрации смысла и статуса. Объекты потребления не имеют реальной ценности, но люди ими оперируют как знаками, которые причисляют их к какой-либо категории или определяют статус, который вписывает потребителя в определенные иерархические рамки общества.

При этом постмодернисты отошли от трактовки знака с точки зрения лингвистики: в традиционном семиотическом понимании знак всегда соотносится с денотатом, однако в постмодернизме он может иметь множество значений и культурных интерпретаций. Переводя эти идеи в плоскость СМК, Бодрийяр констатирует, что медиареальность заменяет подлинную реальность и не имеет с ней ничего общего, т.к. является результатом отбора, монтажа, съемки и подачи, ее конструирующими.

Ж. Бодрийяр был одним из первых, кто перенес эту концепцию на военный дискурс, написав в 1991 г. несколько эссе, которые позднее были объединены в книгу «Войны в заливе не было». Он отмечает, что война в

Персидском заливе стала первой «войной в прямом эфире» – войной, опосредованной аудиовизуальными средствами МК. Без СМК ее бы не существовало как события – она была создана с их помощью.

Философ писал: «Массам вручают послания, но их интересует лишь знаковость. Массы – это те, кто ослеплен игрой символов и поработен стереотипами, это те, кто воспримет все, что угодно, лишь бы это оказалось зрелищным». Одним из таких ярких примеров можно назвать трагедию в Буче. Западные СМИ публиковали шокирующие материалы на первых полосах, называли город «символом войны», «символом преступлений российской армии» и рядом других манипулятивных ярлыков, окрашенных коннотативно и идеологически. Этим он подчеркивал, что мир вступил в эпоху новых войн, которые, как и войну в Заливе, миллионы зрителей должны воспринимать как яркую картинку, виртуальный сценарий, в котором события теряют свою идентичность. Философ называл эту войну симулякром и считал, что она показала новый уровень военного применения теории симуляции.

Особенность идеологем заключается в том, что они позволяют рассмотреть не только языковые, но и концептуальные особенности медиатекста, отдельных его единиц и визуальных образов. Они выступают как основные элементы борьбы за формирование и переформирование смыслов.

Рассмотрим это на примере некоторых идеологем. Словосочетание «*support Ukraine*» и украинский флаг в настоящее время являются одними из наиболее лоббируемых, став брэндом в медиа пространстве. Как, например, в сфере PR известные медиа-личности превращаются в бренды – в идею личности с собственной коммерческой и символической стоимостью.

Идеологема «*support Ukraine*» предельно проста для запоминания и воспроизведения в различных формах, и на первый взгляд она имеет положительную коннотацию. Она объединяет вокруг себя ассоциативное поле с позитивно маркированными смыслами. Наиболее близкие языковые единицы: *assistance, help*, менее близкие: *advice, helping hand, aid, attention, kindness*, и более отдаленные: *charity, philanthropy, sponsorship*. Но при этом, фактическая коннотация языковой единицы в контексте текущих событий обуславливается прагматикой военно-политического дискурса. Аналогичным психологическим эффектом обладают родственные формы доминирующей идеологемы «*stop war*», «*help Ukraine*» и «*I stand with Ukraine*». Жители западных стран получают информацию преимущественно из СМИ и, мысля себя цивилизованными людьми в демократическом обществе, поддерживают то, что в медиа маркируется как «хорошее» и «правильное». Таким образом, моральная ценность в сегодняшнем политическом контексте, по «логике символического обмена» Бодрийера, превращается в товар-знак: публичная поддержка обменивается на статус в социуме, безопасность и ярлык *good person*.

Для бизнеса использование цветов украинского флага – это возможность избежать репутационных рисков и связанных с ними издержек. Это дифференциация в оппозиции «хороший» – «плохой», но в данном случае обмен происходит не на статус достойного члена общества, а на возможность

дальнейшего осуществления бизнеса и извлечения прибыли. Таким образом поддержка обменивается на аудиторию и клиентов.

Другим распространенным примером можно назвать красную краску, которой обливают посольства, магазины, людей. С точки зрения семиотики «красный» имеет большую семантическую и концептуальную нагрузку, неся в себе комплекс представлений, зависящих от прочтения и контекста. Красный в семиотике цвета, помимо положительного значения для западного менталитета, репрезентирует страх, агрессию и боль. При рассмотрении с точки зрения теории метафорического мышления, в данной связке она имеет однозначную ассоциацию с кровью, олицетворяющей жестокость российской армии.

Среди других распространенных языковых и визуальных идеологем, формирующих образ украинцев как борцов за свободу и демократию в картине мира западного человека можно перечислить вышиванку и элементы украинской национальной одежды, изображение трезуба, лексемы «независимость», «европейская семья», «Revolution of dignity» и другие.

Литература

Бодрийяр, Ж. Символический Обмен и Смерть / Ж. Бодрийяр. – М. : КДУ, Добросвет. 2015. 392 с.

Бодрийяр, Ж. Дух терроризма. Войны в Заливе не было / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. А. Качалова] – М. : РИПОЛ классик. 2016. 224 с.

Е.М. Mikhina

Lomonosov Moscow State University

Moral values as a commodity and a sign during the period of social tension

Ideologems represent the main elements of formation and reformation of meanings; moral values turn into a commodity: support of Ukraine is exchanged for social position, safety and the “good person” label.

Keywords: postmodern philosophy, ideologeme, semiotics, sign, the consumer society

Сергей Борисович Никонов
Санкт-Петербургский государственный университет
NikonovS@mail.ru

ВОЙНА КАК КОММУНИКАТИВНЫЙ ФЕНОМЕН

Статья посвящена проблематике использования термина «война». Российская наука определяет журналистику как сферную. Однако, сфера военной журналистики достаточно сложна для определения. Проблема, поднимаемая в данной статье, заключается в том, что, описывая реалии современного мироустройства, журналисты используют терминологию, прямо противоречащую смысловому содержанию. Использование термина «война» фактически используется как метафора, не отражающая смыслового содержания, который несет этот термин. Автор ставит под сомнение наличие такого коммуникативного феномена как «война». В статье происходит сопоставление терминологии «Информационная война» и «война». Как элемент ноополитики использование такой терминологии допускается, но цель такого использования, по мнению, автора, иная, чем та, которая используется в СМИ.

Ключевые слова: война, коммуникативный феномен, ноополитика, сферная журналистика, военная журналистика

Обращение к теме «война» в средствах массовой информации не ново. К этой теме прибегают, как правило, только с определенными целями. Первая цель – научное обоснование или интерпретация понятия, которое может быть использовано в манипуляционных целях. Вторая цель – оправдать действия субъекта при применении ее в формировании международных отношений. Третья цель – использование термина, как коммуникативного феномена. Четвертая цель – возможность получить дополнительную финансовую прибыль при продаже темы «война» аудитории.

Можно считать, что современное мироустройство сформировалось по итогам окончания Второй мировой войны. В данном случае термин «война» имеет под собой юридическое, политическое, историческое и социальное (общественное) признание. Во всяком случае, субъекты международных отношений использовали общепринятые в тот период нормы международного права, действующие и в настоящий период.

Началом «войны» считалось, и должно считаться, вручение ноты об объявлении войны или официальной декларации. Так, например, поступило правительства Великобритании и Франции. 3 сентября 1939 года они представили совместную декларацию об объявлении войны фашистской Германии (Tucker, S.C., 2016). Декларация 22 июня 1941 года была сделана послом Нацистской Германии в СССР Вернером фон дер Шуленбургом Народному комиссару иностранных дел СССР В. М. Молотову (Ю. Фельштинский, 1991) 8 декабря 1941 года США объявило войну Японии (Nixon, Walter L. 2003). 5 сентября 1944 г. Советский Союз объявил войну Болгарии (Петров С., 1973). 8 августа, в 17:00 часов по московскому времени,

народный комиссар иностранных дел СССР В. М. Молотов принял японского посла Наотакэ Сато, которому от имени Советского правительства сделал заявление о том, что СССР с 9 августа будет считать себя в состоянии войны с Японией (Дубинский А. М., 1980).

Это краткий перечень юридических документов, которые обозначали начало войны между субъектами международных отношений.

Политическое признание, как правило следует по окончании военных действий, и формирует международные политические отношения. Они ни коем образом не связаны с юридическим оформлением соглашений между субъектами международных отношений, так как подписываются и принимаются в конкретный исторический момент, на основании существующей в момент подписания такого документа реальности.

Историческое признание события – это уже интерпретированная информация о событии, участником которой, лицо изучающие историю не являлся. Любое историческое событие не может и не должно трактоваться однозначно. История и историческое обозначение события – это начало формирования определенной цели, направленной на изменение действующего порядка международных отношений, а иногда и внутригосударственных отношений.

Социальное признание – это оформление органами государственного управления юридических документов, как правило, законодательной базы, действующей на территории, над территорией которого имеется суверенитет этого государства.

На основании таких документов идет идентификация лиц, осуществлявших те или иные действия, которые по мнению представителей государства должны быть поощрены. Второй аспект принятия таких документов, это поставить «маркер» на лицах, которых можно и нужно, по мнению государственных представителей, исключить из данного социума, в связи с угрозой распространения информации, противоречащей государственной трактовке исторического события.

Так сложилось исторически, что термин «война» несет под собой отрицательную коннотацию. В международном информационном поле субъект, ведущий те или иные действия, которые могут быть обозначены как «война» должен понимать, что перед началом таких действий необходимо провести «информационные операции», с целью легитимизации последующих действий.

СССР, имея опыт ведения как военных, так и информационных операций, используя научные разработки, успешно использовал их. Выполнение интернационального долга в Афганистане, оказание военной помощи во Вьетнаме, Анголе и других государствах говорит о наличии такого опыта.

Участие вооруженных сил государства в антитеррористической деятельности на границах России и информационное сопровождение такой деятельности – это тоже опыт.

Сегодня, перед учеными, изучающими информационную составляющую конфликтов, преподавателей, готовящих специалистов для работы в области

информационной среды стоит задача определиться в какой парадигме необходимо действовать. Наступательной – а это определяется целями и задачами концепта ноополитики (Никонов С. Б., 2014) или оборонительной, Оборонительная парадигма – это создание юридически обязывающих действий субъекта международных отношений для своих граждан, по не восприятию информации исходящих из источников, которое этот субъект считает «недостойным» восприятия индивидуумом, или ложной.

Приведем пример изменения парадигмы относительно исследуемого термина «война». В Российской Федерации действует на всей ее территории запрет на публичные призывы к развязыванию агрессивной войны. Исходя из юридических комментариев к статье 354 Уголовного кодекса России, объективная сторона характеризуется публичными призывами к развязыванию агрессивной войны, представляющими собой рассуждения, обращения, развитие идей о необходимости агрессии, адресованные неопределенному кругу лиц и носящие неконкретный характер. Призывы могут быть устными или письменными. Публичность предполагает наличие не менее двух лиц. По логике наличия вышеупомянутой статьи уголовного кодекса, использовать термин «война» недопустимо ни в выражениях, ни в мыслях, ни в беседе двух человек. Проблема и опасность выражения и описания событий военного характера заключается в том, что нет юридически обоснованной трактовки понятию «развязывание». Вопрос о трактовке термина «агрессия» рассматривался учеными давно и единого понимания нет.

Российский ученый Бухмин С. В. пишет: «Любой вооруженный конфликт, независимо от природы его происхождения, неразрывно связан в международном праве с понятием агрессии. Различное правовое толкование этого термина без учета специфики современных международных отношений, отсутствие императивной нормы права, раскрывающей суть и специфику данного явления, часто приводят к различного рода коллизиям. Ни международно-правовой договор, ни международно-правовой обычай не дают правоприменителю возможности оперировать этим понятием в отношении сторон, участвующих в вооруженном противостоянии» (Бухмин С. В., 2004).

В связи с событиями, происходящими в Украине некоторые ученые стали изучать контент СМИ Украины и России, полагая, что этот конфликт, имеет некое международное значение. Стали появляться научные статьи, подтверждающие наличие некоего информационного противостояния между «коллективным Западом» и «пропагандистами Кремля». Так О. В. Красовская в статье «Информационная война» как коммуникативный феномен» делает вывод, что «...речевое взаимодействие в рамках геополитического информационного противостояния, которое во многом является дискурсом конструирования идентичности, представляет собой высокоинтенсивную коммуникацию, к участию в которой приобщаются самые разные слои населения, которая стремится к расширению своего пространства, преодолению монологизма, использованию невербального компонента для усиления вербального» (Красовская О. В., 2016). Данный вывод, по нашему мнению, не соответствует логике контента данной статьи, хотя некоторые аспекты ее могут

быть приняты. Речь идет о коммуникативной структуре информационной войны, где автором указывается, что должны быть определены ее участники, пространство, специфика речевого взаимодействия между оппонентами и невербальный компонент. И если эта структура принимается, то требуется разграничение ее от методов, которые применяются при ведении действий, подпадающих под термин «война» и «информационной операцией» в период ведения боевых действий, не являющихся войной. Если в информационной войне невозможно определить воюющие стороны, то и употребление данного термина, с научной точки зрения, недопустимы. О. В. Красовская, по непонятным причинам, делает участниками «информационной войны» Россию и Украину. При этом, ни Российская Федерация, ни Украина не принимала декларации об объявлении войны в установленном международном праве порядке. По логике О. В. Красовской «война есть», но определить какой субъект международных отношений с кем воюет, невозможно. Эта ситуация схожа с ситуацией «войны» происходящей между Сахарской Арабской Демократической республикой и Королевством Марокко.

По нашему мнению, народ России с народом Украины не воюет. Вооруженные силы России, как нам известно, проводят Специальную военную операцию, объявленную Верховным Главнокомандующим России, для достижения определенных целей. Вооруженные силы Украины, выполняя приказ Верховного главнокомандующего Украины, проводят свои действия, достигая своих целей.

С другой стороны, использование термина «война» в средствах массовой информации используется журналистами, а, следовательно, и СМИ не с целью информирования о происходящем, а с целью возможности получить дополнительную финансовую прибыль при продаже темы «война» аудитории.

Российская журналистика это сферная журналистика. На данный момент стала востребованной сфера военной журналистики. Следовательно, для включения этой сферы в журналистский социум, необходимо определить ее роль.

В каждой из сфер, по мнению С. Г. Корконосенко, СМИ играют свои социальные роли:

- информационно-коммуникативную;
- производственно-экономическую;
- регулирующую;
- духовно-идеологическую (Корконосенко С. Г., 2020).

Е. П. Прохоров, выделяет следующие шесть функций, но уже относя их к журналистике:

1. коммуникативную – функцию общения, налаживания контакта, которую автор называет исходной функцией журналистики;
2. непосредственно-организаторскую;
3. идеологическую (социально-ориентирующую);
4. культурно-образовательную;
5. рекламно-справочную;

б. рекреативную (развлечения, снятия напряжения, получение удовольствия) (Прохоров Е. П., 1995).

Сложно подобрать хотя бы одну из перечисленных функций, которую можно отнести к военной журналистике. Для принятия военной журналистики в одну из сфер, необходимо определить ее функции. Возможно, это можно сделать, исследовав данную сферу по модели предложенной Т. Г. Добросклонской, описанной ею в статье «Прикладные аспекты медиалингвистических исследований». «Удобство данной информационной модели состоит в том, что на её основе можно досконально проследить не только механизм превращения события реальной жизни в медийное событие, или новость, но и понять особенности влияния медиасреды на формирование информационной картины мира – как в индивидуальном, так и в общественном сознании» (Добросклонская Т. Г., 2015).

Возможно, ответ на заявленную тему, что война – это коммуникативный феномен не найдет своего подтверждения.

Литература

Hixson, Walter L. (2003), *The American Experience in World War II: The United States and the road to war in Europe*, Taylor & Francis, с. 73, ISBN 978-0-415-94029-0.

Tucker, S.C. *World War II: The Definitive Encyclopedia and Document Collection [5 volumes]: The Definitive Encyclopedia and Document Collection. — ABC-CLIO, 2016. — P. 2009. — ISBN 978-1-85109-969-6.*

Бухмин, С. В. Агрессия: международно-правовые аспекты / С. В. Бухмин // Вестник ТГУ. 2004. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/agressiya-mezhdunarodno-pravovye-aspekty> (дата обращения: 01.03.2023).

Добросклонская, Т. Г. Прикладные аспекты медиалингвистических исследований / Т. Г. Добросклонская // Медиалингвистика. Вып. 4. Профессиональная речевая коммуникация в массмедиа: сб. статей / Под ред. Л. Р. Дускаевой. Отв. ред. Н. С. Цветова. – СПб. : С-Петербург. гос. ун-т, ин-т «Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций». 2015. 272 с. С. 18.

Дубинский, А. М. Советско-китайские отношения в период японо-китайской войны, 1937 – 1945. – М., 1980. С. 246.

Корконосенко, С. Г., Мансурова, В. Д., Пронин, А. А., Сидоров, В. А., Кройчик, Л. Е., Тулупов, В. В. Основы журналистики : Учебник. / 2-е изд., пер. и доп. – М. : ЮРАЙТ, 2018. 332 с.

Красовская, О. В. Информационная война как коммуникативный феномен / О. В. Красовская // Политическая лингвистика. 2016. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-voyna-kak-kommunikativnyy-fenomen> (дата обращения: 02.03.2023).

Никонов, С. Б. Генезис трансформации медиакратии в ноополитку // Власть. 2014. №7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/genezis-transformatsii-mediakratii-v-noopolitku> (дата обращения: 02.03.2023).

Петров, С. БКП в борьбе против монархо-фашизма (1941в – 1944 гг.) / С. Петров, пер. с болг. – М. : Progress, 1973. 303 с.

Прохоров, Е. П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. – М. : Аспект Пресс, 1995. С.68.

Фельштинский, Ю. Оглашению подлежит: СССР – Германия. 1939 –1941: документы и материалы / Ю. Фельштинский. – М. : Московский рабочий, 1991. 366 с.

Sergey Borisovich Nikonov

Saint Petersburg State University

War as a communicative phenomenon

The article is devoted to the problems of using the term "war". Russian science defines journalism as spheral. However, the field of military journalism is quite difficult to define. The problem raised in this article is that, describing the realities of the modern world order, journalists use terminology that directly contradicts the semantic content. The use of the term "war" is actually used as a metaphor that does not reflect the semantic content that this term carries. The author questions the existence of such a communicative phenomenon as "war". The article compares the terminology "Information war" and "war". As an element of noopolitics, the use of such terminology is allowed, but the purpose of such use, in the opinion of the author, is different from that used in the media.

Keywords: War, communicative phenomenon, Noopolitics, spheral journalism, military journalism.

Самсонова Анастасия Александровна
 Санкт-Петербургский государственный университет
 a.a.samsonova@spbu.ru

ПАТРИОТИЗМ – НОВЫЙ ПАНК: КОМИЧЕСКОЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ИДЕОЛОГИИ

Исследуются Telegram-каналы, объединенные концепцией «Патриотизм – новый панк». Выявляется двукомпонентная структура концепции, в которой комическое направлено на трансляцию идеологического содержания, а нонконформизм выполняет аттрактивную функцию.

Ключевые слова: комическое, высмеивание, сетевое общение, Telegram

Процесс смыслообразования современного медиадискурса представляет собой сложноорганизованный феномен. Одно из направлений его изучения – обращение к диалогической структуре сетевого общения (Дускаева, Щеглова 2020). Особенно важным в «переломные» с идеологической точки зрения периоды оказывается изучение комического переосмысления происходящих событий, поскольку «комическое выступает своеобразным мериллом системы ценностей, позволяет прецизировать и регламентировать ее составляющие» (Стоянова 2023).

Платформа Telegram, в 2023 году, безусловно, выступает одной из основных площадок сетевого общения, в том числе основанного на продвижении идеологии – от персональных каналов политических и общественных деятелей до анонимных аналитических сообществ. Возможности оперативной и доступной трансляции собственных взглядов позволяют лидерам общественного мнения не только выражать собственную позицию, но и объединяться в идеологические направления. Так, среди каналов, придерживающихся пророссийских взглядов, выделяется группа «новых панков», определяющих себя как людей, которые *в основном формируют смыслы и делают крутейшую медиюку, которая реально работает и привлекает думающую молодежь* (<https://t.me/comradepelevin/5196>).

«Патриотов – новых панков» можно объединить в сообщество на основании следующих факторов:

– **обшира лингвопрагматическая установка** – уничтожение, высмеивание антироссийской идеологии и ее представителей – *соевых снежинок, которые превратились в заукраинское стадо* (<https://t.me/comradepelevin/5330>);

– **нонконформизм** – использование речевой провокации, обценной лексики. С помощью нонконформизма «панки» противопоставляют себя «турбопатриотам»: *Патологические охранители, которым плевать какую власть охранять, профукали буквально все, от провалившихся «Наших» до унылой стариковской казенщины на телеэкранах, которая, естественно, не работает в 2023 году.* (<https://t.me/comradepelevin/5196>).

«Панки» представлены тремя типами акторов (отметим, что наше деление условно, деятельность групп пересекается; классификация производилась на основании ведущего типа деятельности):

1. Творческие деятели (в первую очередь поэты: Александр Пелевин, Игорь Караулов, Анна Долгарева и др.). Для этого типа характерно продвижение идеологической позиции через собственное творчество. Так, Александр Пелевин (поэт, прозаик, лауреат премии «Нацбест – 2021») публикует в своем канале патриотические стихи сатирической направленности:

*Отменяется Россия вплоть до уровня нуля
Отменяются березки отменяются поля
Отменяются озера отменяются леса
Отменяются болота что за чудо-чудеса*

*Отменяется Чайковский отменяется Толстой
Отменяется Бердяев отменился даже Цой
Отменяется Есенин (впрочем он все сделал сам)
Отменяется похмелье ну и слава небесам. <...>
(<https://t.me/comradepelevin/525>)*

Наряду с сатирической поэзией поэты выступают и в роли лидеров общественного мнения: комментируют новости и высказывания других деятелей медиасреды. Александр Пелевин оказывается лидером продвижения концепции «Патриотизм – новый панк»: *В их [“культурной тусовочки”] глазах мы действительно прокаженные, людоеды, нарушители либерального болотного спокойствия. «Маргиналы, фашисты, шпана». То есть, буквально, новые панки. Быть патриотом – значит направить на себя бешеную ненависть тусовочного истеблишмента, поставив себя под удар, выглядеть прокаженным в отражении интеллигентных очков. Буду честен: это приятно. Чувствуешь себя как-то моложе.* (Патриотизм – новый панк // Ваши новости <https://vnnews.ru/patriotizm-novyy-pank/>)

2. Блогеры (Империя очень зла, Дорогая Хурма, Александр Конь и др.). Тип медиадеевателей, в комической и провокативной манере реагирующих на новости и публикующих собственные аналитические комментарии. Лариса Ржондовская, телеграм-канал «Дорогая Хурма», каждое утро публикует комический комментарий, высмеивающий новостную повестку, и сопровождает его ироническим приветствием:

*Даже трудно сразу сказать, что для Байдена хуже. Трамп или трап.
Доброе утро, агрессоры!* (https://t.me/expensive_hurma/8406).

3. Псевдо-СМИ. Феномен медиаплощадок, публикующих сатирические новости, знаком российской аудитории по «ИА Панорама». В сообществе «панков-патриотов» этот тип актора представлен в первую очередь телеграм-каналом «а вот мой яндекс кошелек».

«Сама не справляется». Лукашенко предложил передать Америку под внешнее управление из-за череды экологических катастроф. (<https://t.me/lastoppo/1460>).

Несмотря на использование абсурда и гротеска, а также на признаки фейковой информации (например, отсутствие указания источника), публикации этого канала иногда используются в других медиа в качестве реальных новостей. Аббревиатура названия канала трансформировалась в нарицательное имя: фраза «не авмяк» синонимична утверждению «несмотря на абсурдность информации, новость реальна».

Деятельность «новых панков» выходит за пределы публикаций в телеграм-каналах: это проведение офлайн-встреч, пранки (создание фейковых персонажей для выступлений в СМИ-иноагентах для дискредитации их профессионализма). Автор телеграм-канала «Империя очень зла» объявила о подготовке Форума свободных народов Европы в Минске – сатирическая калька на деятельность иностранных организаций в настоящий момент актуализируется как реальный Форум.

Таким образом, как противодействие антироссийской пропаганде в медиапространстве зародилось и активно развивается сообщество молодых патриотов. Концепция «Патриотизм – это новый панк» состоит из двух компонентов: комического, где сатира и ирония используются для продвижения идеологического патриотического содержания, и провокативного, где форма изложения материала провокативна и потому позволяет участникам причислить себя к панк-движению.

Литература

Дускаева, Л. Р., Щеглова, Е. А. Восприятие комического текста-пранка в диалоге сетевого общения: постановка проблемы / Л. Р. Дускаева, Е. А. Щеглова // Медиалингвистика. 2020. № 7 (2). С. 238 – 249. URL: <https://medialing.ru/vospriyatie-komicheskogo-teksta-pranka-v-dialoge-setevogo-obshcheniya-postanovka-problemy/> (дата обращения: 28.03.2023).

Стоянова, Е. В. Комический эффект при включении лингвокультурных феноменов в форумных комментариях к медиатекстам / Е. В. Стоянова // Медиалингвистика. 2022. №9 (3). С. 254 – 272. URL: <https://medialing.ru/komicheskij-ehffekt-lingvokulturnyh-fenomenov-v-forumnyh-kommentariyah-k-mediatekstam/> (дата обращения: 28.03.2023).

A. Samsonova

Saint Petersburg State University

Patriotism is the new punk: the comic as a tool for promoting ideology

Telegram channels united by the concept “Patriotism is the new punk” are being investigated. A two-component structure of the concept is revealed, in which the comic is aimed at broadcasting ideological content, and nonconformism performs an attractive function.

Keywords: comic, ridicule, network communication, Telegram.

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗОВ УЧАСТНИКОВ ВОЙНЫ

Глущенко Олеся Анатольевна

Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС

oag.kam@mail.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ВОИНА В ТЕКСТАХ ВОЕННОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ НОВЫХ МЕДИА О СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ РОССИИ НА УКРАИНЕ)

Структурно-семантический и функционально-прагматический анализ наименований воинов в текстах новых медиа раскрывает специфику оценочности в аспекте проблемы отражения идеологии в языке.

Ключевые слова: военный дискурс, милитарная лексика, оценочность, прагмема, семантика.

Исследование выполнено в рамках НИОКТР Северо-Западного института управления РАНХиГС № 122112800092-6.

Военный дискурс популяризируется в переломные эпохи, когда происходит передел границ и сфер влияния, утверждение правды и права государства при помощи оружия. Активное расширение военного дискурса мы видим сейчас, во время проведения Россией специальной военной операции по демилитаризации и денацификации Украины (далее – СВО) с 24 февраля 2022 г. Рост милитарной лексики отражает концептуализацию самых важных для человека явлений, которые связаны с мировоззрением, ценностями, формированием новых смыслов, планированием действий и т.д. Систематизация результатов динамических процессов в лексике военного дискурса позволяет моделировать мир смыслов и мотивировочных признаков, стоящих за употреблением слова в контексте.

Материал для исследования (свыше 170 слов в 1,5 тыс. контекстах) собран в текстах русскоязычного сетевого сектора новых медиа, отражающих тематику СВО: официальный сайт Минобороны РФ и его канал в ВКонтакте и Telegram, блоги и каналы социально-политической тематики с количеством подписчиков свыше 500 тыс. в Telegram – «Рыбарь», «Спецоперация Z» и др., блоги военных корреспондентов Е. Поддубного и др. в Telegram, авторские каналы Д. Безсонова в Telegram и ВКонтакте, авторский канал В.Р. Соловьева в Telegram и др. Объектом исследования стали однословные наименования воина в СВО. Нас интересовали системные отношения и специфика реализации оценочности у номинативной милитарной лексики. Цель – выявить

семантические признаки, определяющие направление оценки при лингвистическом моделировании образа воина в текстах об СВО.

В структурно-семантическом отношении противопоставлены слова с родовой (это гиперонимы *воин, военный, военнослужащий, боец, солдат*) и видовой семантикой, в кругу последних можно разделить 6 групп по понятийно-денотативному принципу: 1) наименования по военному званию (*лейтенант, сержант* и др.); 2) наименования по военной специальности, профессии (*артиллерист, летчик* и др.); 3) наименования по особенностям привлечения к военной деятельности (*доброволец, призывник* и др.); 4) наименования по принадлежности к воинской части или иному вооруженному формированию (*тербатовец, вагнеровец, айдаровец* и др.); 5) наименования по характерному действию (*захватчик, защитник* и др.); 6) наименования по национально-политическому принципу (*бандеровец, украицист, хохлофашист, раиист* и др.).

С функционально-прагматической точки зрения во всем корпусе слов есть противопоставление 2 групп – безоценочные универсальные наименования и слова с коннотативной нагрузкой. Слова первого множества (*ополченец, ВСУшник* и др.) выполняют номинативную функцию, равноценно используются в текстах обеих воюющих сторон как слова идентифицирующие. Коннотативные наращения разного типа возникают у производных от таких слов (*лобик, летак* и др.), поэтому при оценочной смысловой нагрузке часть производных тяготеет к группе оценочной лексики. Слова второй группы и идентифицируют, и передают оценку, причем ее специфика определяется и происхождением слова, и давлением дискурса. Мы разграничили три модели формирования оценочной коннотации у наименований воинов.

С одной стороны, есть слова с устойчивой оценкой человека по морально-этическим основаниям действий: *захватчик – загарбник* (укр.), *защитник – захисник, оборонец* (укр.) и др. Употребление таких слов не ограничивается военным дискурсом. В контекстах они могут замещаться и дополняться метафорическими синонимами и ассоциативно связанными словами: *богатырь, герой, брат* и т.п.

С другой стороны, у слов появляется оценка под влиянием корпуса текстов в СМИ (*вагнеровец, кадыровец, айдаровец, правосек* и др.). Для таких слов именно СМИ формируют модус оценки, создавая корпус оценочно-мотивирующих текстов с героизацией военных или, наоборот, с описанием военных преступлений. Коннотация этих слов противоположная в украинском и русском военном дискурсе. Можно сказать, что вектором оценочного компонента управляют социальные сети и шире – СМИ, которые создают образы героев и врагов в массовом сознании, поэтому такая оценка неустойчивая, зависимая от военно-политической повестки.

Наконец, есть слова, у которых отрицательная оценка сформирована онтологически, вместе с познанием-именованием референта, а для ее изменения требуется переформатировать исторический дискурс, совершить диверсию против исторической памяти народов. Это наименования вражеского солдата по его идейно-политическим взглядам – *бандеровец, националист*,

нацист, фашист, а также их дериваты (*украинацист, хохлофашист, неонацист* и т.п.). Слова именуют не только воинов, но и всех сторонников того, что названо в производящей основе. В значениях таких сильных прагмем сема отрицательной оценки наследуется в деривационном шаге, поэтому не зависит от контекстов употребления слова и субъективного восприятия, в отличие от наименований типа *вагнеровец* или *азовец*. Устойчивость резко отрицательной оценки у россиян обеспечивается генетически сформированным неприятием фашизма и национализма. В медийных текстах в социальных сетях чаще применяются слова *фашист* и *нацист* с их полноценной интертекстуальной исторической нагрузкой. Популярность данных обозначений и преобладание их коннотации вызвана тем, что в сознании русского человека происходит ассоциативное сближение истории XX века и современных событий СВО. Для переструктурирования ядра значения у таких наименований в украинском военном дискурсе миромоделирующие тексты сопровождаются социально значимыми действиями. Например, на фоне героизации нацизма в обществе и поправки памяти освободителей от фашизма применяются технологии смеховой культуры (к примеру, флешмоб с надписями «Циничный Бандера» в 2015 г.), а также создается корпус текстов для закрепления неологизмов типа *рашист* или *орк* (семантический неологизм). В свою очередь, слова *бандеровец, нацист, фашист* и т.п. вступают с новыми словами в эквивалентную оппозицию в пространстве языка, что является отражением концептуальной антиномии героя – антигероя. Как следствие, происходит оценочная перелицовка отрицательных прагмем на положительные в массовом сознании украинцев.

Проанализированный нами фрагмент военной лексики все время пополняется новыми наименованиями, что отражает нарастающую вовлеченность всего общества в референтную ситуацию СВО.

O. Glushchenko

The North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Constructing the image of a warrior in the texts of military discourse (based on the texts of new media about the special military operation of Russia in Ukraine)

The structural-semantic and functional-pragmatic analysis of the names of warriors in the texts of new media reveals the specifics of evaluativeness in the aspect of the problem of reflecting ideology in language.

Keywords: military discourse, military vocabulary, evaluativeness, pragmeme, semantics.

Горгопа Артем Олегович
Уральский федеральный университет
gorgopa01@mail.ru

ОТРАЖЕНИЕ ПРОБЛЕМ ВETERANОВ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ В БЛОГАХ И СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВАХ

В работе анализируется отражение проблем ветеранов боевых действий в блогах и сетевых сообществах. Рассматриваются стратегии реализации их проблематики с помощью современных интернет-ресурсов. Ветеранские блоги описываются как система. На основе анализа ветеранской блогосферы определяется степень влияния блогов ветеранских общественных организаций на решение проблем участников боевых действий.

Ключевые слова: проблемы ветеранов боевых действий, блог, сетевое сообщество.

Проблемы участников войн и локальных конфликтов давно занимают особое место в социальной политике и общественной жизни Российской Федерации. Власти ставят себе приоритетом решение таких проблем, как «помощь в реабилитации и лечении ПТСР, а также в материальном обеспечении и трудоустройстве» (Полевая 2019: 41). Однако данные вопросы не решены в полном объеме «из-за разобщенности работы между государственными структурами и общественными формированиями» (Орлов 2017).

Для защиты интересов ветеранов боевых действий и оказания им помощи, в том числе в получении поддержки со стороны государства, учреждено большое количество ветеранских организаций. Как правило, их деятельность имеет информационную поддержку, которая содержится в блогах. Выбор блогосферы связан с тем, что сетевые сообщества являются доступной формой распространения информации с простой системой управления и возможностью обратной связи с аудиторией, в т. ч. с представителями государственной власти. Последнее также позволяет предположить, что ветеранские сетевые сообщества могут стать эффективным средством налаживания в России единой системы учета ветеранов боевых действий. Она позволила бы объективно оценивать деятельность властей в данной сфере, а также грамотно распределять финансовые и материальные ресурсы для оказания помощи участникам войн и локальных конфликтов (подобные практики уже применяются в США, Великобритании и Франции). Если данная работа с ветеранскими блогами будет проведена, то наша страна получит возможность создания единой базы учета ветеранов боевых действий. Это приведет к улучшению политики государства относительно данной социальной группы.

Военные блоги, относящиеся к ветеранским общественным организациям, являются военно-корпоративными ресурсами, «рассказывающими о буднях современных Вооруженных Сил или

повествующими о деятельности различных общественных организаций, работающих по военной тематике» (Амиров 2020: 53). Они формируют информационную систему, включающую в себя:

- официальные блогговые сообщества ветеранов боевых действий – блоги и сетевые сообщества, которые относятся к общественным организациям и движениям, занимающимся оказанием юридической, психологической и финансовой помощи участникам войн и локальных конфликтов;

- неофициальные блогговые сообщества ветеранов боевых действий – сообщества, связанные с социокультурной и исторической сферой, отражающие творческую деятельность ветеранов боевых действий и предоставляющие научно-популярный контент о различных вооруженных конфликтах;

- личные блоги – онлайн-дневники ветеранов.

Эта система формирует общее представление о положении дел ветеранов боевых действий как социальной группы и позволяет выполнять следующие задачи:

- создание возможности для выражения мнений в рамках типичных проблемных ситуаций (например, через блоги ветераны могут рассказывать о том, как изменилось обслуживание в больницах, делиться своим опытом использования льгот и т. д.);

- предоставление для общественной экспертизы инициатив государства в рамках оказания помощи ветеранам (благодаря техническим возможностям блогов в них можно публиковать нормативные акты или другие материалы, регламентирующие политику относительно участников боевых действий. Те, в свою очередь, смогут высказать свое мнение и обсудить их в комментариях и чатах сообществ);

- оказание моральной поддержки людям (в блогах ветераны могут обмениваться личным опытом относительно того, как они справлялись с ПТСР, получали льготы и т. п., тем самым помогая своим товарищам, оказавшимся в трудной жизненной ситуации);

- инициирование действий по оказанию материальной или иной помощи ветеранам боевых действий (например, в блогах участники боевых действий могут организовать сбор средств на лечение своих товарищей в случае, если государство не оказывает должной поддержки);

- стимулирование других к совершению определенных действий (например, если ветераны опубликуют в блоге материал о том, как они оказали поддержку детскому дому, это может побудить читателей поступить так же, что будет иметь положительный эффект).

Литература

Амиров, В. М. Милитарная блогосфера России: структура и тенденции развития / В. М. Амиров // Екатеринбург: Изд-во УрФУ. 2020. С. 53.

Орлов, С. О. Актуальные проблемы государственного регулирования системы социального обеспечения ветеранов боевых действий в России и за рубежом / С. О. Орлов. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-problemy->

gosudarstvennogo-regulirovaniya-sistemy-sotsialnogo-obespecheniya-veteranov-boevykh-deystviy-v-rossii-i-za-rubezhom/viewer (дата обращения : 10.04.2023).

Полевая, Н. М., Шаповалова, М. А. Социальный статус и проблемы ветеранов боевых действий / Н. М. Полевая, М. А. Шаповалова // Вестник АмГУ. 2019. №84. С. 41.

Gorgopa Artem Olegovich

Ural Federal University

Reflection of the combat veterans' problems in blogs and network communities

Reflection of the combat veterans' problems in blogs and network communities is analyzed in the paper. The strategies of their problematics' realization with the help of modern Internet resources are considered. The veterans' blogs are described as a system. Based on the analysis of the veteran blogosphere the degree of influence of veteran public organizations blogs on solving the problems of participants in military actions is determined.

Key words: the problems of participants in military actions, blog, network community.

Загидуллина Марина Викторовна
Челябинский государственный университет
mvzagidullina@yandex.ru

«ФРУНЗЕНСКАЯ НАБЕРЕЖНАЯ»: КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ВОЕННОГО РУКОВОДСТВА В РОССИЙСКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ

В статье предлагается анализ коллективного образа военного ведомства России, создаваемого в российских военных телеграм-каналах. Определяется ряд устойчивых черт этого коллективного образа: оторванность от военной реальности, отсутствие четкого целеполагания и направленности всех действий на организацию военного быта и решение фронтовых задач, непонимание значимости информационной составляющей и привычка действовать в условиях информационной закрытости и непрозрачности, сосредоточенность на внешних правилах, а не ключевых целях компании, неумение учиться на ошибках и конструктивно воспринимать критику. В то же время с позиций профессионального журнализма черты этого образа остаются частью коллективно-субъективного конструирования, не нуждающегося в верификации или доказательности, что ведет к формированию ярлыка, обладающего видимостью факта.

Ключевые слова: российские телеграм-каналы, военные блогеры, Минобороны России.

В истории российских военных телеграм-каналов (большинство из которых существовали задолго до начала специальной военной операции) наблюдаются два крупных всплеска интереса к их контенту: в феврале-марте и сентябре-октябре 2022 года. Прирост подписчиков, как показывает сайт статистики Телеграм, исчислялся десятками и даже сотнями тысяч: например, на канале @rybar 20 февраля 37 тысяч подписчиков, 20 марта – 262 тысячи; 31 августа – 434 тысячи, а 30 октября более 1 млн подписчиков (см. <https://tgstat.ru/channel/@rybar/stat/subscribers>). Оба этих пика популярности во многом связаны с дефицитом информации о ходе военных действий и очевидной недостаточностью официально «разрешенных» сведений, которыми признаются сообщения Минобороны России. Если в начале СВО наплыв подписчиков был связан с общей растерянностью общества (именно той его части, что не следила за состоянием ситуации на Донбасе), то взлет интереса к военным блогерам в сентябре-октябре был спровоцирован отсутствием четких разъяснений ситуации с отходом российских войск с северной части фронта (названной позднее официальными источниками информации «перегруппировкой») и последовавшей за тем частичной мобилизацией. Статистика этих всплесков интереса говорит одновременно о недостатках информационного освещения СВО со стороны Минобороны России и о повышенном доверии аудитории неофициальным источникам информирования. При этом особое значение приобретает тот факт, что

российские военные телеграм-каналы открыто провозглашают своей миссией восполнение «информационных провалов», допускаемых официальными службами.

В связи с этим к исходу восьмого месяца военных действий военными блогерами вполне четко артикулируется определенное противостояние со стратегическим центром, который воспринимается не только как «слабое звено» в информационной войне, но и в целом как архаичная и не отвечающая требованиям времени неэффективная система управления. Критика Минобороны России в постах военных каналов может рассматриваться как определенный тренд в аналитике происходящего: от намеков и горьких / иронических замечаний в начале кампании до прямых обвинений и даже оскорблений в осенний период. При этом сами эти выступления против «Фрунзенской набережной» (где в Москве расположено здание Национального центра управления обороной) формируют собирательный образ ведомства (последовательно – за редкими исключениями – избегая персонифицированной информации), который оказывается идеологически соотнесен с образом врага, рассматривается как помеха общему войсковому делу и успеху. Эвфемизм «Фрунзенская набережная» разворачивается в коллективный портрет «штабных», единственная цель которых – сохранение своих мест и продвижение по службе, а не служение общему делу и интересам фронта. Основные черты этого образа следующие:

- 1) нежелание тесно соприкасаться с фронтовой действительностью, вникать в проблемы фронта;
- 2) создание устойчивых шаблонов информирования вышестоящих начальников о событиях на фронте в виде «красивых докладов», «презентаций», «слайдов», «лакирующих» действительность;
- 3) нежелание понимать значимость информационного компонента войны и неумение эффективно противостоять изощренным методам противника, в том числе постоянное купирование информации под предлогом невозможности предавать огласке «неуставные» действия;
- 4) излишнее внимание именно «соблюдению устава» в полевых условиях, ставящих солдат в позицию выживания, а не «игры по правилам»;
- 5) неспособность организовать снабжение фронта и прикрытие этой неспособности пустыми словами и заверениями общественности в успешности и полноте своих действий, расходящихся с действительностью;
- 6) неспособность конструктивно воспринимать критику, учитывать ошибки и развиваться / совершенствоваться; в противовес этой неспособности – охота на критиков с целью заставить их замолчать.

В целом формирование образа «Фрунзенской набережной» дополняется в общем хоре телеграм-голосов определенной его отделенностью, с одной стороны, от «адекватных» офицеров и пресс-секретарей среднего звена (которые не в состоянии исправить общую ситуацию и зависят от «верхов»), а с другой – от Верховного Главнокомандующего (который не имеет к собирательному образу «Фрунзенской набережной» никакого отношения и выступает личным гарантом защищенности критиков от расправы).

Критическая волна становится особенно внятной и идеологически маркированной в середине октября 2022 года, когда по телеграм-каналам военной тематики прокатывается слух об «арестных списках» блогеров именно за критику Минобороны России (причем основной причиной выступает «дискредитация» за обвинения в провале снабжения армии и фронта и организации частичной мобилизации; см. обзор реакций на волну критики: <https://rtvi.com/news/kak-patrioticheskie-telegram-kanaly-kritikovali-minoborony-za-molchanie-ob-otstuplenii-v-harkovskoj-oblasti-i-cto-ob-etom-dumaet-kreml/>).

Особый интерес здесь представляет само формирование коллективного образа «Фрунзенской набережной», создаваемого сразу хором разных голосов, но обладающего определенной монолитностью: фактически невозможно обнаружить позитивную оценку, а к зиме 2023 года даже сдержанные ранее блогеры вытягиваются в общий тон иронизирования и саркастических издевок в адрес ведомства, а также обвинений в воровстве, растратах, общей неадекватности, неповоротливости и преступной медлительности, в том числе и в таких важных вопросах, как, например, согласование ударов по противнику, принятие решений о наступательных действиях и др.

С точки зрения профессиональных стандартов журналистики, здесь отсутствует стремление разобраться в проблеме с фактами в руках, выяснить точку зрения второй стороны, разрушить «коллективную монолитность» образа и перейти к аналитике ситуации. Так же, как в романе Льва Толстого «Война и мир», ведомство приравнивается к «самой большой партии» людей, участвующих в управлении армией, которые «ловили рубли, кресты, чины и в этом ловлении следили только за направлением флюгера царской милости, и только что замечали, что флюгер обратился в одну сторону, как все это трутневое население армии начинало дуть в ту же сторону, так что государю тем труднее было повернуть его в другую» (Толстой 1940: 43). Таким образом, можно наблюдать, как «априорные» оценки сливаются в ярлык, отвердевающий, как исторический факт.

Литература:

Толстой, Л. Н. Собрание сочинений: в 90 т. Т. 11. Война и мир. Часть третья / Л. Н. Толстой. – М. : ГИХЛ, 1940. 479 с.

M. Zagidullina

Chelyabinsk State University

"Frunzenskaya naberezhnaya": constructing the image of military authorities in Russian telegram channels

The article proposes an analysis of the collective image of the Russian military department, created in Russian telegram channels. A number of stable features of this collective image are identified: isolation from military reality, the lack of a clear goal-setting and focus of all actions on organizing military life and solving front-line tasks, a lack of understanding of the significance of the information component and the habit of acting in conditions of informational closeness and opacity, focus on external rules, and not the key goals of the company, the inability to learn from

mistakes and constructively perceive criticism. At the same time, from the point of view of professional journalism, the features of this image remain part of a collectively subjective construction that does not need verification or evidence, which leads to the formation of a label that has the appearance of a fact.

Key words: Russian telegram channels, military bloggers, Russian Defense Ministry.

Коновалова Мария Александровна
Северо-Западный Институт Управления Российской Академии Народного
Хозяйства и Государственной Службы
m.konovalova.spb@gmail.com

ЦЕННОСТНЫЙ АСПЕКТ КОНСТРУИРОВАНИЯ ОБРАЗА РОССИИ

Статья посвящена анализу ценностного аспекта конструирования образа России в мировом политическом пространстве. К сожалению, образ России в прежние годы складывался самым неудачным образом, так как его созданием системно занимались специалисты из недружественных стран и внутренние диссиденты. Усилия Российского государства были недостаточны и не имели общего плана того образа, который был бы для нас желателен. Для того, чтобы исправить создавшееся положение, нам необходимо учесть все составляющие этого образа, в частности транслируемую Россией систему ценностей.

Ключевые слова: образ России, система ценностей, общечеловеческие ценности, традиционные ценности, универсальные ценности.

Ценности выполняют в человеческом сообществе цементирующую роль, они позволяют людям с разными жизненными целями и интересами строить свои отношения на основе сотрудничества, а не конфронтации. Ценности реализуются в поведении, которое понятно и предсказуемо в случае совпадения ценностей или таит угрозу в случае несовпадения. Декларация несоответствия систем ценностей, автоматически делает невозможным сотрудничество носителей этих систем. Невозможно продуктивное сотрудничество уголовного и офицера, людоеда и фермера, если только каждый из них строит свое поведение на основе своей системы ценностей, ущербной или полноценной. Когда мы соглашались с навязанной нам извне идеей некоего отличия российских ценностей от западных, мы поддались на политическую провокацию и поставили себя под удар, так как, невольно, признали тем самым ущербность своей системы ценностей.

Необходимо осознать, что само понятие ценностей подразумевает их «общечеловечность» – ценности могут быть только общими, или это вовсе не ценности. Конфликт ценностей, который якобы присущ разным культурам, всегда являлся идеологическим предлогом для развязывания войн и оправданием насилия. Конфликт интересов в политике всегда прикрывается конфликтом ценностей. Чем меньше обсуждаются интересы и способы их согласования, и чем жестче внимание фиксируется на ценностных различиях, тем экспансивнее политика.

Политологи из Калифорнийского университета в Беркли Наазин Барма, Эли Ратнер и Стивен Вебер опубликовали июле 2007 года статью «Мир без Запада» в журнале *The National Interest* (на русском вышла в журнале «Россия в глобальной политике» (№ 4. 2008)), в которой, анализируют возможные последствия американской внешней политики, строящейся на двух

альтернативах для «восходящих наций». «Они могут либо открыто оспаривать международное лидерство США, провоцируя конфликт, либо интегрироваться в существующий либеральный мировой порядок. Одним словом, в будущем глобальную политику ожидают либо системный конфликт, либо окончательная ассимиляция». Для нас важно признание американскими политологами ценностей в качестве инструмента экспансии. Авторы приходят к заключению, что подобная позиция «уже не считается ответственным внешнеполитическим поведением», так как игнорирует две реалии. Первая состоит в том, что «западная либеральная идея» так и не проникла в глубинные слои психологии и политики большей части современного мира.

Вторая и тесно связанная с первой реалья заключается в том, что маленький постыдный секрет глобализации – не такая уж мелочь: не менее половины населения планеты просто не получили сколько-нибудь значительной выгоды за 60 лет стимулируемых Западом экономического роста и технологических перемен. А из тех незападных стран, которые все же выгадали, большинство приписывают свой прогресс не либеральной идеологии, благотворительности Запада или послевоенному мировому устройству под эгидой Америки, а государственному капитализму и сырьевому национализму.

Согласно аксиологии, философскому учению о природе ценностей, их месте в реальности и о структуре ценностного мира, источник ценностей заключается в биопсихологически интерпретированных потребностях человека, а сами ценности могут быть эмпирически фиксированы как специфические факты наблюдаемой реальности (Философский энциклопедический словарь – М. 1983, С. 764). Ценно то, в чем существует потребность. Ни одно человеческое сообщество не сможет существовать и развиваться без таких фундаментальных ценностей как человеческая жизнь, свобода, справедливость, истина и т.д. Изъятие любой из них из политического оборота подрывает жизнеспособность общества. Но, иерархия ценностей зависит от конкретных обстоятельств, выдвигающих на передний план, то одни, то другие потребности.

Понимание такой ценности как свобода различно в США и в России в силу различных исторических обстоятельств, но это одна и та же свобода, и стремятся к ней россияне не меньше американцев. На американском континенте у США нет противников и даже конкурентов. Трудно представить себе, например, вооруженный конфликт между США и Канадой. Для американцев либерализм и гражданские свободы актуальны как защита от единственной угрозы в лице собственного государства. Исторические события показали, однако, что в случае появления угрозы извне, приоритеты США в ценностях резко меняются, соображения государственной безопасности заставляют отказаться от свободы слова и многих гражданских прав. Тенденция к сворачиванию либеральных порядков наблюдается и в условиях внутреннего кризиса. История «либерального Запада» насчитывает всего несколько десятков лет, тогда как история западного тоталитаризма исчисляется сотнями.

Российский исторический опыт свидетельствует о том, что в случае ослабления централизованного государства население России немедленно

подвергается агрессии в различных формах: военной, экономической, террористической, информационной, наркоагрессии. Государственность для россиян не вопрос престижа и национальной гордости, как это, порой, пытаются представить, а форма выживания. В этой связи нужно отметить, что приближение к российским границам блока НАТО и американских военных баз, был самым плохим способом привить россиянам любовь к либеральным ценностям.

Конструируя образ России, следует настаивать на том, что именно Россия стала оплотом и защитницей общечеловеческих ценностей в мире. Упор на понятие «традиционных» ценностей не очень выгоден, так как легко связывается с чем-то «несовременным», «отсталым», с одной стороны, и с каким-то «иным» набором ценностей по сравнению с «цивилизованным» миром. На самом деле, именно «универсальные» ценности, насильственно продвигаемые США и их союзниками, являются «иными» по сравнению с «общечеловеческими», так как являются искусственным конструктом, основанным на ценностях маргинальных меньшинств. В этом кроется причина столь агрессивного и тоталитарного стиля их насаждения во всем мире.

Maria Konovalova

The North-West Institute of management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

The value aspect of constructing the image of Russia

The article is devoted to the analysis of the value aspect of constructing the image of Russia in the world political space. Unfortunately, the image of Russia in previous years was formed in the most unfortunate way, since specialists from unfriendly countries and internal dissidents were systematically involved in its creation. The efforts of the Russian state were insufficient and did not have a general plan for the image that would be desirable for us. In order to correct the current situation, we need to take into account all the components of this image, in particular, the system of values broadcast by Russia.

Keywords: image of Russia, system of values, traditional values, universal values.

Корнаухов Никита Алексеевич
Южно-Уральский государственный университет
Korn.2002.04@yandex.ru

ОСВЕЩЕНИЕ ВОЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА РОССИЙСКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ (НА ПРИМЕРЕ СИРИЙСКОЙ ВОЕННОЙ КАМПАНИИ)

В данном исследовании рассматривается взаимодействие российских СМИ и вооружённых сил РФ, привлечённых к выполнению специальной операции в Сирийской Арабской Республике.

Ключевые слова: специальная операция вооружённых сил, телевизионный образ.

Мы изучили процесс освещения российскими СМИ работы ВС РФ в САР и противостоящих им сепаратистских и террористических формирований. Мы изучили, какой образ формируют СМИ РФ в отношении ВС РФ при выполнении боевых задач в Сирии, а также как освещается противостояние ВС РФ и ВС САР вооружённым силам ИГИЛ (*террористическая организация, запрещённая в РФ* – авт.). Кроме того, проведён анализ журналистских материалов, исследование их структуры с целью выяснить, с помощью каких лексических средств формируется представление у российской аудитории о ходе специальной операции ВС РФ в САР.

Изучая формирование отечественными СМИ образа ВС РФ, необходимо дать определение термину «образ» – в философии это результат отражения объекта в сознании человека. На чувственной ступени познания образами являются ощущения, восприятия и представления, на уровне мышления – понятия, суждения и умозаключения. Образ объективен по своему источнику – отражаемому объекту и субъективен по способу (форме) своего существования. Материальной формой воплощения образа выступают практические действия, язык, различные знаковые модели (Философский энциклопедический словарь. – М. 1983. С. 446).

В статье проведён анализ журналистских материалов российских СМИ, посвящённых специальной операции вооружённых сил Российской Федерации в Сирийской Арабской Республике. На основе изученных материалов российских телеканалов, таких как «НТВ» и «Первый канал», определены характерные особенности освещения деятельности российских военных подразделений в САР.

Значительное эфирное время уделяется освещению деятельности российских войск в Сирийской Арабской Республике, в том числе гуманитарной. В этом аспекте важен информационный выпуск «Первого канала», посвящённый предотвращению Российскими силами гуманитарной катастрофы на севере САР (ГЭС в провинции Хасака) – «На севере Сирии удалось восстановить водоснабжение» (*от 9 августа 2021, 12:15, репортаж Рамазана Керимова*). В данном журналистском материале представлена

положительная роль российских войск в разрешении гуманитарного кризиса в провинции Хасака. Ввиду того, что российские войска сыграли роль переговорщиков, зрительское внимание было привлечено именно к позитивному эффекту присутствия российских вооружённых сил в регионе. В выпуске подчёркивается влияние ВС РФ как силы, склонившей стороны к диалогу: во время демонстрации машинного зала ГЭС закадровый комментарий объясняет аудитории генезис проблемы дефицита воды: *в такой ситуации жители Хасаки оказались по одной причине: водонасосная станция, которая питает все эти деревни, находится на территории, подконтрольной турецкой армии. Стороны пытались договориться... Но безуспешно. Пока в дело не включился российский центр по примирению враждующих сторон.* Таким образом, зрителю становится понятен генезис кризисной ситуации.

В других выпусках также рассматриваются как гуманитарная, так и военная деятельность российских ВС. Большое внимание уделяется взаимодействию российских военных инструкторов и регулярных частей ВС САР, в частности, в сфере обучения сирийских военных. Так, процесс обучения огнёмётчиков освещен журналистом Максимом Березиным. Отечественные СМИ представляют образ российских Вооружённых Сил как профессионалов, имеющих на вооружении технологически более совершенное и эффективное оружие. Также журналист говорит об оснащении российских войск в Сирии специальными бронемашинами и процессе проверки личного состава на заражение ядовитыми веществами.

Вместе с тем российские СМИ отмечают и эффективность гуманитарных акций ВС РФ. Это успешное участие российского контингента войск в городе Скальбия совместно с гражданскими специалистами в восстановлении христианского храма Св. Петра и Павла. Журналист в выпуске рассказывает о благодарных жителях, это подчёркивается комментарием сотрудника российского центра по примирению враждующих сторон Дениса: *...встречают очень тепло, как на родной земле, как братья.*

Можем отметить стремление СМИ РФ к героизации российских подразделений в Сирии, а также к формированию устойчивого позитивного образа российских ВС в САР.

К примеру, НТВ прибегает к избалчивательной риторике, особенно в тяжёлой, гуманитарной ситуации в Ракке (<https://www.ntv.ru/video/1805062/>), где аудитории прямо указывается на причастность международной коалиции под руководством США к генезису и развитию кризиса. При этом, НТВ создаёт положительную картину действия РФ в регионе, создавая необходимый контраст для подчёркивания верности и действенности военной политики РФ в регионе. В частности, НТВ, но также и «Первый канал», особенно тщательно выделяли и подчёркивали гуманитарный, восстановительный эффект присутствия войск РФ – это и завершение строительства храма в городе Скальбия (<https://www.ntv.ru/video/2113022/>), и восстановление водоснабжения Хасаки (https://yandex.ru/turbo/1tv.ru/s/news/2021-08-09/411097_na_severe_sirii).

Кроме того, при освещении Российской военной политики СМИ отмечали и борьбу с ИГИЛ (*террористическая организация, запрещённая в РФ*

– авт.) и ССА, как при освещении восстановления Ракки, так и в материале о легализации бывших боевиков с посредничества центров примирения (<https://www.ntv.ru/video/1975422/>).

Через создание выпусков подобных журналистских продуктов перед аудиторией разворачивается и конструируется положительный образ российской военной политики, особое внимание же уделяется также и осуждению действий западной коалиции, ИГИЛ, как в Ракке.

Через освещение восстановительно-созидательной работы Российских военных сил и гражданских специалистов также положительно освещается пребывание российских войск и их легитимизация.

Таким образом, российские СМИ в освещении деятельности российских ВС в САР конструируют образ российских ВС как миротворцев, посредников и благожелательную силу в условиях боевых действий в республике.

Литература

Философский энциклопедический словарь [Текст] / Гл. ред. Л.Ф. Ильичев и др. – М. : «Советская энциклопедия», 1983. 839 с.

N. Kornaukhov

Southern Ural State University

Coverage of military policy on russian tv (on the example of the syrian military campaign)

This study considers the interaction of the Russian media and the Russian armed forces attracted by in the special operation in the Syrian Arab Republic.

Key words: special operation of the armed forces, television image.

Лобовикова Елена Александровна
Луганский государственный педагогический университет
lobovikova@yandex.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗОВ ГЕРОЕВ В СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ

В статье рассматривается социальная реклама, ее основные функции. Показано, что социальная реклама как компонент культурных процессов опирается на определенные ценности и стереотипы, которые доминируют в социуме, при этом является существенным фактором влияния на динамику ценностных трансформаций. Автор анализирует социальную рекламу с использованием образов героев в условиях проведения специальной военной операции на Донбассе как инструмент патриотического воспитания.

Ключевые слова: реклама, социальная реклама, коммуникация, образ, герой.

В современном мире социальная реклама стала неотъемлемой частью рекламной индустрии. В условиях трансформации социума важно и нужно содействовать сохранению социальных норм и ценностей общества. Именно социальная реклама является одним из лучших средств для достижения этой цели. В условиях проведения специальной военной операции на Донбассе особое значение приобретает воспитание патриота - защитника Отчизны. Обращение социальной рекламы к образу героя войны, центральному архетипу социума – архетипа героя, побеждающего врага, представляется актуальным в современных условиях.

Рассмотрением эволюции социальной рекламы и описанием ее нынешнего состояния занимались такие российские ученые, как А.Д. Дедюхина, Л.Н. Федотова, В.В. Ученова, Н.В. Старых, Г.Г. Николайшвили и др. Сущность, цели, задачи, функции социальной рекламы рассматривали Л.Н. Федотова, О.Ю. Голуб, Е.В. Ромат и др.

Термин «социальная реклама» используется только в России, а во всем мире подобного рода реклама представляется как «некоммерческая» или «общественная». Понятие «социальная реклама» имеет множество различных толкований; в широком смысле под «социальной рекламой» понимается реклама общественных и государственных интересов в целях достижения общепользных и благотворительных целей.

В законодательстве Луганской Народной Республики и Российской Федерации социальная реклама трактуется как «информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства» (Федеральный Закон «О рекламе»).

В научной литературе существует множество других определений социальной рекламы, но все они сводятся к одной сути: социальная реклама –

это информация, направленная на решение каких-либо социальных проблем, являясь одним из эффективных инструментов воздействия на поведение граждан и формирования новых социальных ценностей. Г. Г. Николайшвили определяет социальную рекламу как « вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблема общества и его нравственным ценностям, ориентированный на актуализацию проблем общества» (Николайшвили 2008: 12). Е. В. Ромат рассматривает социальную рекламу как один из типов коммерческой рекламы, целью которой является формирование определенных психологических установок, которые способствуют достижению общественно значимых целей на различных уровнях: от отдельных социальных групп до общества в целом. (Ромат 2013: 137). Е. В. Степанов отмечает: «социальная реклама – это современный способ распространения общественно значимого, важного или полезного знания, осуществляемый методами рекламы в интересах общества» (Степанов 2006:20). Исследователь В. Н. Хапенков считает, что цель социальной рекламы – «изменить отношение общественности к какой-либо социальной проблеме, а в долгосрочной перспективе выработать новые социальные ценности» (Хапенков 2014: 164).

Социальную рекламу можно рассматривать как вид коммуникации, направленный на привлечение внимания общества к актуальным проблемам и используемый для изменения моделей общественного поведения. Именно эти возможности социальной рекламы привлекают внимание органов государственной власти, активно осваивающих новые методы, инструменты и механизмы влияния на поведение человека, и сознание общества в целом.

Рассматривая индоктринацию на внутригрупповом уровне и как механизм группового контроля в отношении отдельных индивидов, рассмотрим функциональный потенциал социальной рекламы в рамках формирования мировоззренческих установок. Социальная реклама способна «подтолкнуть» людей к действию, стать ступенью в решении социальных проблем общества, поменять взгляды человека на образ жизни и поведения. Социальная реклама наглядно отражает модификацию важнейших этических ориентиров в сфере фундаментальных человеческих ценностей, формирует морально-нравственные принципы общества. Социальная реклама становится тем средством коммуникации, с помощью которого государство, компании и некоммерческие организации могут донести до широкой аудитории свою идею. Используя различные методы воздействия на массовое сознание, жанры, присущие социальной рекламе, власть, бизнес-организации и социальные организации в силах оказывать влияние не только на эмоциональное восприятие населения, но и на его поведенческие установки, тем самым показывать модель поведения человека в обществе.

Миссия социальной рекламы – изменение поведенческих моделей в обществе. Социальная реклама не просто призывает к определенным действиям, а рисует некий идеальный образ, в котором эти действия показываются, выступают примером для подражания либо, наоборот, оспариваются.

Выделим базовые функции социальной рекламы: информационная, воспитательная, идеологическая, социализирующая, мотивационно-побудительная и др. При этом одно рекламное сообщение может выполнять одновременно несколько функций, поскольку все они тесно взаимосвязаны друг с другом. Информационная функция заключается в информировании граждан об актуальных социальных проблемах, предлагает пути решения, а также предостерегает от них и предупреждает о необратимых последствиях. Воспитательная функция заключается в создании определенных моделей поведения человека в обществе. Идеологическая функция заключается в продвижении определенных идей, которые составляют основу мировоззрения человека, становления главной идеологии и укрепления доверия населения к государству. Социализирующая функция направлена на формирование ценностей и норм общества и отдельного человека. Мотивационно-побудительная функция способна призывать людей к социально значимым поступкам.

Важной особенностью социальной рекламы является её ориентация на широкие слои населения (отсутствие узкой целевой аудитории), ее составляющими являются общественная проблема (существующее социальное противоречие) и мотивация (влияние на поведенческие установки аудитории).

Социальная реклама патриотической направленности и нравственного воспитания ЛНР, призвана объединить граждан, направлена на информирование населения и поддержание патриотического духа. На макетах изображены герои армии России со слоганами «Рожденные побеждать», «Только Вперед!», «Денацификация : 99,9%», «Вместе против нацизма!», «Мир меняется – правда остается», «Мир сам не наступит. Поможем», «Непобедимый», «Мы – русские! С нами Бог!». В данной социальной рекламе образ героя войны является центральным архетипом социума – архетип героя, побеждающего врага.

С начала проведения специальной военной операции во многих российских городах появились билборды с символикой «Z», а также изображением бабушки с красным флагом; в марте 2023 г. появились социальные плакаты, на которых представлен русский мальчик Федор – герой, защитивший девочек во время обстрела и др.

В 2022-2023 г.г. на территории России была реализована социальная рекламная кампания с целью патриотического воспитания и популяризации подвига героев специальной военной операции на Донбассе (на билбордах и ситилайтах представлены фотографии и указаны фамилии российских военных). В ДНР в социальной рекламе патриотической направленности представлены Герой России Владимир Жога – командир разведывательного батальона «Спарта», герой ДНР, комбат батальона «Сомали» Михаила Толстых (Гиви) и др.

На территории ЛНР, а также освобожденных территориях Донбасса размещены билборды, призывающие стать на защиту Родины, например, «Все на защиту Родины!», «Остановим нацистов вместе, защитим русскую землю!». Отдельного внимания заслуживают билборды с обращением врио Главы ЛНР к

гражданам: «Мы показываем всему мировому сообществу, что мы просто люди, которые защищают свою землю», «Мы за мир и процветание Республики», «Народ Донбасса возвращается на историческую родину!», «Мы сделали правильный выбор, народ Луганщины предан своей земле!», «Мы сражаемся за наш родной край, за каждый город и дом, за каждого жителя Республики».

Кроме того, на освобожденных территориях размещается социальная реклама, направленная против русофобии, которую на протяжении восьми лет прививал киевский режим жителям Донбасса: «Не бойся, говори по-русски!», «Вот в чем разница: русский солдат защищает, украинский прикрывается!», «Возродим Донбасс вместе!», «Мирное будущее в наших руках!» и др.

К патриотической социальной рекламе в нашей Республике, можно отнести социальную рекламу, популяризирующую Русский мир, а также интеграцию ЛНР с РФ. Такие макеты оперируют следующими слоганами: «С Россией на пути к миру!», «Единый Донбасс вместе с Россией!», «Завтрашний день в твоих руках!» (призыв к получению российского паспорта), «Выбор Донбасса – русский язык!», Визуальная часть макетов дополнена патриотическими слоганами: «Мы – патриоты своей Республики», «Мы – граждане ЛНР», «Строим будущее вместе», «Любим свой родной край!», «Вместе, мы непобедимы!», «Дело патриота – защита Родины!», «Донбасс – моя Родина!», «Будущее за нами!», «Республика – наш дом!».

Неотъемлемой частью формирования патриотизма у современной молодежи является воспитание на примерах героев Великой Отечественной Войны. Священный долг современников перед героями Великой Отечественной войны – не забывать о подвигах, которые они совершили, иметь полное представление о трагических и героических страницах Великой Отечественной войны. Государство решает актуальную задачу патриотического воспитания посредством популяризации героев – защитников Донбасса и героев ВОВ, которые дополнены слоганами «Памяти павших будьте достойны!», «Спасибо за победу!».

Таким образом, социальную рекламу можно определить как вид рекламной коммуникации, цель которой – передача обществу социально-значимой информации, направленной на формирование и изменение общественного мнения, социальных норм, моделей поведения. Использование социальной рекламы с использованием образов героев в условиях проведения специальной военной операции на Донбассе является инструментом патриотического воспитания.

Литература

Николайшвили, Г. Г. Социальная реклама : Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов / Г. Г. Николайшвили. – М. : Аспект пресс, 2008. 191 с.

Ромат, Е. В. Реклама: теория и практика / Е. В. Ромат. – СПб. : Питер, 2013. 544 с.

Степанов, Е. В. Социальная реклама в России: генезис, жанры, эволюция / Е. В. Степанов. – М. : Вест-Консалтинг, 2006. 120 с.

Закон Луганской Народной Республики «О рекламе» от 07.04.2017 № 155-III. ст. 3 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://www.nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/4429> (дата обращения : 10.04.2023).

Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 31.07.2020) ст. 3 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://legalacts.ru/doc/federalnyi-zakon-ot-13032006-n-38-fz-o> (дата обращения : 10.04.2023).

Хапенков, В. Н. Основы рекламной деятельности: учебник / В. Н. Хапенков. – М. : Академия, 2014. 272 с.

E.Lobovikova

Lugansk State Pedagogical

Designing images of heroes in social advertising

The article deals with social advertising, its main functions. It is shown that social advertising as a component of cultural processes is based on certain values and stereotypes that dominate in society, while being a significant factor influencing the dynamics of value transformations. The author analyzes social advertising aimed at forming the images of heroes in the context of a special military operation in the Donbas, as a tool for patriotic education.

Keywords: advertising, social advertising, communication, image, hero.

Новоселова Ольга Владимировна
 Филиал Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина
 в Твери
 olvnov@mail.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА ВРАГА В ПРЕДВЫБОРНЫХ МЕНАСИВАХ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ДЕЯТЕЛЕЙ

Политические деятели осознанно конструируют образ врага в предвыборных высказываниях-угрозах для оказания запланированного прагма-эмоционального воздействия на электорат. Конструирование образа врага в практиках-менасивах определяет прагматическую специфику предвыборной дискуссии и вербального поведения кандидата.

Ключевые слова: менасив, предвыборная коммуникация, высказывание-угроза.

Высказывания-угрозы или менасивы являются неотъемлемым компонентом предвыборного дискурса как отечественных, так и зарубежных политических деятелей (Романов, Новоселова 2021; Новоселова 2023). В борьбе за власть конфликтующие силы используют менасивные высказывания с целью воздействия на электорат и побуждения избирателей предпочесть кандидатуру политика на выборах. Особое место в совокупности предвыборных практик-угроз занимают высказывания менасивной направленности, в которых политические деятели задействуют делимитацию позиции «свой» – «чужой», конструируя в сознании массового адресата образ общего врага.

Эмпирический материал в виде публичных выступлений кандидатов на пост Президента США фиксирует, что к категории врага американские политики относят представителей мирового сообщества, в том числе отдельных “стран-агрессоров”, например: *It is time to get tough with the Chinese on currency manipulation and espionage* (Trump, 2015); *We need to stop the aggression of Russia into sovereign nations* (Walker, 2015). Примечательно, что в образе врага регулярно выступает Россия и ее политический лидер, ср.: *There’s no doubt now that Russia has used cyber attacks against all kinds of organizations in our country, and I am deeply concerned about this* (Clinton, 2016); *Putin seized Ukrainian territory, and threatens our NATO allies* (Graham, 2016) и др. Зафиксированные примеры показывают, что, по мнению американских политиков, враг – это агрессор, который виновен в сложившемся негативном положении дел в мире.

Характерно, что в образ врага политические деятели включают и представителей оппозиции, например: *I want to be president to defeat the enemies trying to kill us, not just penalize them or criticize them or contain them, but defeat them* (Graham, 2015); *Remember, the only thing these corrupt politicians will understand is an earthquake at the ballot box. And they're gonna see it* (Trump, 2019). Также образ врага конструируется в предвыборных менасивах, которые содержат указание на негативные последствия для представителей

действующей власти, чиновников или госаппарата, например: *Nationwide, if I am president, we will take the power of choice away from the unions and bureaucrats and give it back to parents* (Bush, 2015); *I will push to take the power and money out of Washington and send it to our states and our schools, where it is more effective, more efficient and more accountable to the people of America* (Walker, 2015); *We need to – we need to cut the bureaucracy, and strengthen our services* (Kasich, 2015).

Складывается впечатление, что согласно менасивам предвыборных выступлений политиков, враг – это тот, кто нарушает законы, поддерживает коррупцию, распространяет фальшивую информацию и является агрессором. При этом, кандидат не только обвиняет врага в совершении действий, которые повлекли за собой негативные последствия для граждан США, но и сам декларирует возможное наступление санкционного воздействия на него, ср.: *We need to change the rules to clean up Washington* (Warren, 2019). Больше того, политик призывает избирателей поддержать его в намерении причинить вред всем тем категориям граждан, которые входят в содержательный объем феномена «враг».

На основании сказанного можно заключить, что конструирование образа врага в практиках-менасивах определяет прагматическую специфику предвыборной дискурсии и вербального поведения кандидата. Становится понятным, что политический деятель осуществляет четкую делимитацию позиции «свой» – «чужой» при реализации менасивного коммуникативного намерения и помещает на один из контрарных полюсов ментального конструкта угрозы свои интересы и интересы электората, в то время как на противоположном полюсе находятся интересы представителей оппозиции и всех тех, кого политик относит к категории врагов. Таким образом, враг противопоставляется избирателям, а также самому политику как автору менасивов, который предлагает эффективные и своевременные реформы. Вполне очевидно, что наличие указанного противопоставления служит причиной запуска механизма идентификации избирателем своего Я в пространстве агональной политической коммуникации, а также процесса причисления избирателем себя к определенной группе лиц и выбора соответствующей манеры поведения.

Итак, в американском предвыборном дискурсе образ врага – это специфический феномен, который включает в себя представителей ряда государств, членов политических партий и различные категории граждан. Политические деятели регулярно конструируют в сознании электората образ врага, что позволяет говорить о прагматической эффективности такой стратегии вербального поведения в условиях агональной коммуникации и необходимости направить исследовательский интерес на ее изучение.

Литература

Новоселова, О. В. Предвыборные менасивы как регулятивы политической дискурсии [Электронный ресурс] / О.В. Новоселова // Мир лингвистики и

коммуникации: электронный научный журнал. 2022. № 3. С. 73 – 85. Режим доступа: www.tverlingua.ru (дата обращения : 10.04.2023).

Новоселова, О. В. Роль менасивного конструкта в предвыборных дебатах [Электронный ресурс] / О.В. Новоселова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2022. №4. С. 16-25. Режим доступа: <http://www.tverlingua.ru> (дата обращения : 10.04.2023).

Романов, А. А., Новоселова, О. В. Менасивные конструкты предвыборной дискурсии: лингвокогнитивный анализ материалов программ президентской кампании 2018 года / А. А. Романов, О. В. Новоселова. – М. : Флинта, 2021. 440 с.

O. Novoselova

Branch of Kosygin Russian State University in Tver

Construction of the image of enemy in the pre-election menasives of American politicians

Politicians consciously construct the image of enemy in pre-election threat-statement to influence the electorate. The construction of the image of enemy in menasive practices determines the pragmatic specificity of pre-election discourse and politicians' verbal behavior.

Key words: menasive, pre-election communication, threat statement.

Познин Виталий Федорович
Российский институт истории искусств (С.-Петербург)
poznin@mail.ru

ТРАГИЧЕСКИЙ ОБРАЗ ВОЙНЫ В ХРОНИКЕ СОВЕТСКИХ КИНООПЕРАТОРОВ 1940-Х

Сегодня в оценке документальных фильмов о Великой отечественной войне со стороны творческих работников и кинокритиков нередко можно слышать мнение о том, что военные операторы для того, чтобы укрепить у населения веру в нашу победу, старалась фиксировать лишь успехи на фронтах, избегая показа смерти, мучений, страшных следов оккупации, оставленных нацистскими извергами. На самом деле фронтовые кинооператоры запечатлели всю правду этой жестокой войны. Километры киноплёнки, зафиксировавшие события 1941-1945 годы, воссоздают достаточно полный образ войны, показывая, не только мужество и героизм советского народа, но и трагизм самой страшной из войн.

Ключевые слова: Великая Отечественная война, фронтовые кинооператоры, военная кинохроника, трагизм войны.

Великая Отечественная война – это не обычное противостояние двух или нескольких государств, как это нередко случалось в истории человечества. Это была битва с мировым злом, выступавшим в зверином лике фашизма, которая навсегда останется в памяти народов, в том числе благодаря тому, что героические и страшные будни этой войны зафиксированы на киноплёнку нашими военными операторами, идущие вместе с нашими войсками. С риском для жизни (погиб каждый четвертый оператор, ранен каждый второй) они снимали на передовой в осажденном Ленинграде и державшем оборону Сталинграде, в партизанских отрядах, на море и в воздухе. За четыре года было снято более трех с половиной миллионов метров плёнки, выпущено более 500 номеров киножурналов и 100 документальных фильмов.

Они снимали примитивными, по нынешним меркам, камерами с пружинным заводом, вручную выставляя фокусное расстояние и на глаз определяя экспозицию. Имея ограниченный запас киноплёнки, они старались выбирать единственный, самый выразительный момент действия. Достаточно посмотреть фильм «Ленинград в борьбе», над которым работали истощенные голодом операторы, чтобы оценить не только уникальность кадров, но и уровень профессионального мастерства тех, кто был с кинокамерой.

Съемки на фронте и на освобожденных территориях требовали не только мастерства, но моральной выносливости оператора.

Особенно тяжело им было в первые месяцы войны, когда шло отступление и враг уничтожал тысячи наших солдат и мирных жителей. Роман Кармен, киногруппа которого в начале войны оказалась на Донбассе, в Лисичанске, вспоминал, какие чувства они испытывали, слушая неутешительные сводки Информбюро, видя нескончаемы толпы беженцев,

слушая их рассказы о зверствах фашистов. Возле Ворошиловграда Кармен стал снимать двигающиеся непрерывным потоком машины, до отказа набитые людьми и скарбом, тысячи людей, идущих пешком, ревущие стада колхозных коров и когда снимал слышал, как беженцы с укором говорили: «Зачем ты это делаешь?!». Потому что считали, что это на руку врагу. Но оператор понимал, что это понадобится, когда война закончится. Заметив фигуру женщины, поднимавшей руки, словно она хотела остановить огромный людской поток, Кармен «снял, как к ней приблизился красноармеец в гимнастерке, мокрой от пота и покрытой засохшей пылью. Через плечо винтовка с блестящим граненым штыком. Он снял винтовку с плеча, с головы – сырую пилотку, опустил на колени. Поцеловал край платья женщины, тяжело встав, поклонился и, втянув голову в плечи, побежал догонять свою роту» [1, с. 276].

И в дальнейшем, превозмогая себя, операторы будут снимать страшные следы преступлений германского фашизма, понимая, что это нужно для истории, для того чтобы видно было какой ценой далась нам победа, и чтобы страшные кадры стали зримым свидетельством преступлений против человечества и человечности.

Конечно, главным в работе кинооператоров был показ героизма, мужества и стойкости наших солдат и тех, кто работал на победу в тылу, но с первых же дней войны на правительственном уровне киногоруппам (операторы должны были работать в паре) был дан приказ снимать также всё, что связано с преступлениями оккупантов, создавать базу документов, разоблачающих и осуждающих фашизм. И они снимали страшные кадры виселиц, обезображенные трупы, рвы с расстрелянными пленными и мирными жителями, рыдающих на пожарищах людей. Оператор А. Левитан снимал кадры Катынской трагедии, Д. Рымарев зафиксировал зверства фашистов в Крыму для Международного Красного Креста, при освобождении Европы наши операторы снимали ужасы концентрационных лагерей. Страшные кадры, которые не входили в киножурналы, пополняли фонд, который назывался «Кинолетопись Великой отечественной войны» [2].

Сегодня, анализируя документальные фильмы, созданные во время войны, некоторые критики ставят в упрек их создателям то, что в этих кинолентах мало показано бед и страданий. Так, в журнале «Сеанс» в статье, посвященной фильму «Ленинград в борьбе» (1942), автор сетует на то, что «фильм был загублен чиновниками, и силами перемонтажа и досъемок оскоплен, превращен в агитку» [2]. Во-первых, создание этого фильма курировал Военсовет, а, во-вторых, внесенные в окончательный вариант поправки были направлены на то, чтобы был соблюден баланс между показом страданий мирных жителей, оказавшихся в блокадном городе, и их мужеством и героическим сопротивлением врагу.

К сожалению, общая беда ряда исследователей кино состоит в том, что они вырывают произведение из исторического контекста, в котором оно создавалось. Если бы в 1980-е гг. был показан фильм о блокаде, типа того, что

создал Сергей Лозница², смонтировав кадры, создающие впечатление полной обреченности осажденного Ленинграда, то можно представить реакцию на такой фильм зрителей того времени.

Перед советской пропагандой военного времени стояла важнейшая задача: переломить психологию страха, убедить население и армию, что враг уязвим, его можно побеждать. Кадры же, фиксирующие смерть, разрушения и страдания, причиненные войной, включались в фильмы и киножурналы для того, чтобы вызвать ненависть к врагу и желание биться до конца. Архивные же кадры, из которых смонтировал свой странный фильм С. Лозница, снимались как зримое обвинение, которое будет предъявлено германскому нацизму в декабре 1945 г. на Нюрнбергском процессе. Сотни метров киноплёнки, зафиксировавшие зверства фашистов на советской земле и в концлагерях на территориях других стран, нарушения всех законов человечности, заставили содрогнуться даже главарей фашизма, сидящих на скамье подсудимых. Кинохроника стала одной из главных улик обвинения – это был первый прецедент в истории, когда киноматериалы были использованы в суде³.

Сегодня, когда украинский нацизм постоянно бомбит мирное население Донецкой и Луганской территорий, издевается над пленными и игнорирует все международные нормы и законы, так же, как и во время Великой Отечественной войны, наши операторы снимают это, чтобы когда закончатся военные действия, предъявить это как зримые страшные кадры, обвиняющие нынешний нацизм, пустивший корни на современной Украине.

Литература

1. Роман Кармен. «Мы вас подождём...» / Р. Кармен // Их оружие – кинокамера. Рассказы фронтовых кинооператоров. – М. : «Искусство», 1984. 283 с.
2. Кинооператоры Великой Отечественной войны. – Режим доступа: <http://sneg5.com> (дата обращения: 15.03.2023).
3. «Ленинград в борьбе»: Фильм блокадного города. – Режим доступа: <https://seance.ru/articles/leningrad-v-borbe/> (дата обращения: 03.03.2023).

V. Poznin

Russian Institute of Art History, St Petersburg

The tragic image of the war in the chronicle of Soviet cameramen of the 1940s.

Today, in the assessment of documentaries about the Great Patriotic War by creative workers and film critics, one can often hear the opinion that military

² «Блокада», реж. С. Лозница, Санкт-Петербургская студия документальных фильмов, 2005 год.

³ 45-минутный фильм «Кинодокументы о зверствах немецко-фашистских захватчиков» был показан на Нюрнбергском процессе в декабре 1945 года.

cameramen, in order to strengthen the population's faith in the victory of USSR, tried to record only successes on the fronts, avoiding showing death, torment, terrible traces of the occupation left by the Nazi monsters. But it's not true. Front-line cameramen captured the whole truth of this brutal war. Kilometers of film that recorded the events of 1941-1945 give a fairly complete image of the war, showing not only the courage and heroism of the Soviet people, but also the tragedy of the most terrible of wars.

Keywords: Great Patriotic War, front-line cameramen, military newsreel, tragedy of war.

Прокофьева Наталья Анатольевна
Санкт-Петербургский государственный университет
n.prokofieva@spbu.ru

Щеглова Екатерина Александровна
Санкт-Петербургский государственный университет
e.scheglova@spbu.ru

НОМИНАЦИИ УЧАСТНИКОВ ВООРУЖЁННЫХ КОНФЛИКТОВ В ЖУРНАЛИСТСКОМ ТЕКСТЕ: ИСТОРИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

В статье номинации участников вооружённых конфликтов рассматриваются как средство идеологического противостояния сторон в периоды вооружённых конфликтов. Для демонстрации механизмов появления оценочных значений у номинаций используется метод историко-стилистической ретроспекции.

Ключевые слова: номинация, коннотативные смыслы, оценочное значение, ключевое слово текущего момента.

Любой военный конфликт ставит перед обществом проблему номинаций сторон конфликта и наименования самого конфликта (об отражении в медиатексте хронологических изменений в лексике: Генералова 2021). Причём следует сказать, что это проблема, которая появилась не сегодня, у неё есть историческая ретроспектива. В рамках небольшой статьи невозможно показать целую панораму номинаций, существовавших в разные периоды мировой истории, но можно рассмотреть обозначенную проблему на примере двух ситуаций – в прошлом и настоящем.

Нужно отметить, что сама по себе номинация военного конфликта является не столько способом назвать ситуацию, сколько средством оценить её. Само по себе название уже демонстрирует идеологию говорящего и его отношение к предмету речи – так сказать, точку зрения на существующее положение дел.

Военный конфликт – травмирующая общество резонансная ситуация, которая становится средоточием злобы дня, что неизбежно влечёт за собой становление ключевыми номинаций, связанных с ней. Под ключевыми словами текущего момента мы подразумеваем слова, обладающие существенным коммуникативным весом – особым коммуникативным статусом, позволяющим этим словам становиться метонимической заменой целого события, а затем и ситуации в её развитии (Прокофьева, Щеглова 2022). Из этого следует, что в период военных конфликтов важно найти такие номинации для обозначения сторон, которые могли бы быть рычагом в идеологической войне, которая неизбежно разворачивается вокруг любых военных действий.

В этом смысле, конечно, любопытно рассмотреть лексемы, служащие средством номинации конфликта и вызывающие к жизни чувство патриотизма, ощущение правильности действий, идеологической правоты той стороны, которой сочувствует участник и наблюдатель конфликта. Это своеобразное развитие извечного противостояния “свой-чужой” (Колесов 2000), которое особенно обостряется в случае невозможности мирного решения вопроса. Надо сказать, для русского миропонимания особенно важен вопрос справедливости и праведности совершаемого действия, этим объясняется зачастую включение религиозного (священного) мотива в идеологическую ткань текста. (Ср.: мотивы крестового похода, ставшие рефреном в периодике эпохи Крымской войны; обращение к народу И. В. Сталина в день начала Великой Отечественной войны, а также ставший метонимической заменой ситуации текст В. И. Лебедева-Кумача “Священная война”; актуализированные в связи с нынешней ситуацией отсылки к мотивам народной, священной войны и др.)

Чтобы показать конкретику в историко-стилистическом аспекте, обратимся к исторической ретроспективе, для чего вспомним очень показательный в этом отношении пример Крымской войны (1853 – 1856) (подробнее об этом: Прокофьева, Щеглова 2020). При обозначении сторон конфликта газеты того времени использовали номинации, отсылающие к поводу для начала военных действий – *вопросу о Святых Местах*, как именовали его в периодике: *Этим письмом Людовик-Наполеон безвозвратно приковал себя к нынешнему своему положению по Турецко-Российскому вопросу. [...] Возможно ли, чтобы глава нации, выдающей себя за просвящённейшую в мире, под предлогом сохранения политического равновесия, которое ни мало не нарушено, содействовал магометанскому варварству против христианской образованности* (Северная пчела. 1854. № 38). “Своими” в этом случае становятся те, кто присоединяется ценностно к христианской морали, то есть по сути, с точки зрения авторов этих материалов, к просвящённой части мира. Антагонизм выражается через характерные антонимические пары: *магометанский – христианский, варварство – образованность*.

Характерно, что одни и те же номинации (или подобные им по структуре значения) могут актуализироваться в разное время в кризисные моменты. Так проявляет себя в языковой картине мира историческая память поколений. Политические события на Украине и последовавший за ними русско-украинский кризис в 2014 году породили огромное количество разнообразных номинаций участников как той, так и другой стороны. Среди них особое место занимает слово *бандеровец* (при анализе использованы материалы “Медиа словаря ключевых слов текущего момента” <https://dataslov.ru/word/banderovecz/>). До упомянутых событий слово было неразрывно связано с событиями Великой Отечественной войны и служило номинацией участников украинского национального движения 1940–1959 гг., возглавляемом Степаном Бандерой и отличающемся жестокостью в своих действиях. При такой совокушности экстралингвистических факторов появление отрицательнооценочных коннотативных смыслов у лексемы было

неизбежно. Именно их наличие и стало определяющим для актуализации слова в 2014 г., к тому же участники новых националистических движений вновь обратились открыто к идеям Бандеры. Начало специальной военной операции спровоцировало новый всплеск активности слова в медиа: *«Военное командование Украины только в интернете для Запада выглядит героически. Ставку делает на наемников и бандеровцев, а рядовых украинских вояк использует как пушечное мясо. Жаль, что это понимание к рядовым солдатам зачастую приходит слишком поздно»*, – добавил глава Чечни (РИА Новости. 21.06.2022). Характерно противопоставление (выражено противительным союзом *а*) *рядовых украинских вояк* (синонимичная номинация *рядовые солдаты*) и *наёмников, бандеровцев*, которые оформлены синтаксически как однородные члены, соединённые союзом *и*.

Таким образом, номинация в кризисные моменты истории не ограничивает свою функциональность исключительно выполнением номинативной функцией, становясь средством идеологическим. Такие номинации приобретают коммуникативный статус ключевых слов текущего момента и употребляются в узловых точках медиадискурса.

Литература

Генералова, Е. В. Медиатекст как отражение динамических хронологических изменений в лексике и фразеологии / Е.В. Генералова // Медиалингвистика. 2021. № 8 (2). С. 180 – 192.

Колесов, В. В. Древняя Русь: наследие в слове. Кн. 1. Мир человека / В. В. Колесов. – СПб, 2000. 328 с.

Медиасловарь ключевых слов текущего момента [Электронный ресурс]. URL: <https://dataslov.ru> (дата обращения 30.03.2023).

Прокофьева, Н. А., Щеглова, Е. А. Новая волна: ключевые слова текущего момента в медиа / Н. А. Прокофьева, Е. А. Щеглова // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Т.1. Челябинск, 2022. С. 274–277.

Прокофьева, Н. А., Щеглова, Е. А. Номинации военных действий и их участников в публицистике периода Крымской войны / Н. А. Прокофьева, Е. А. Щеглова // Славянская историческая лексикология и лексикография. 2020. №3. С. 283–292.

N. Prokofeva

St Petersburg University

E. Shcheglova

St Petersburg University

Technical requirements for the design of materials

In the article the nominations of armed conflict participants are considered as a means of ideological confrontation between the parties during periods of armed conflict. The method of historical and stylistic retrospection is used to demonstrate the mechanisms of the appearance of evaluative values in nominations.

Keywords: nomination, connotative meanings, evaluative value, current keyword.

Протопопова Ольга Витальевна
 Пермский научно-исследовательский политехнический университет
 olgprotopova@yandex.ru

Кавардакова Елена Леонидовна
 Пермский научно-исследовательский политехнический университет
 kelena777@mail.ru

ПОРТРЕТИЗАЦИЯ ГЕРОЕВ ВОВ: РЕТРОСПЕКТИВНЫЙ ВЗГЛЯД

Портреты героев войны рассмотрены на материале советской публицистики 1941-1945 гг. Анализируются военные очерки и рассказы, авторы которых являлись членами литературной секции при Совинформбюро. Социальный заказ публицистики того времени заключался в показе героизма, стойкости, самоотверженности советских воинов и тружеников тыла. Для его успешного выполнения идеально подходили малые жанры публицистики на документальной основе как наиболее оперативные. Авторской интенцией в них было конструирование образов участников войны посредством индивидуальной и/или коллективной портретизации героев. Приведены примеры произведений с прижизненными и посмертными портретами того и другого вида. Подробно анализируется очерк К. Финна «Рокоссовский». Показано, что раскрытие духовного мира героя-полководца достигается через описание его внешности, манеры поведения и речи, повествование о биографии, достижениях и победах, объяснение их истоков, а также оценок персонажа как участника событий, так и автором. Коллективный портрет исследован на примере очерка Н. Тихонова «Город в броне». Используя короткие зарисовки жизни блокадного Ленинграда, рассказывая о делах ленинградцев: женщин-работниц, артиллеристов, разведчиков, партизан, публицист создает обобщенный портрет героических защитников города. Увиденное позволяет автору сделать вывод о непобедимости этих людей. После освобождения советских городов военкорам приходилось писать и о зверствах фашистов. Рассмотрен очерк Б. Горбатова «Мариуполь», в котором рисуется картина того, что сделали захватчики с городом и жителями. Фашисты предстают в тексте безликой, враждебной массой, способной на любые зверства. Использование приемов индивидуальной и коллективной портретизации позволяло военным корреспондентам создавать образ народа-воина, его героев и внушать веру в победу над жестоким врагом. Деятельность публицистов периода ВОВ – пример для современных журналистов.

Ключевые слова: военная публицистика, конструирование образов участников войны, духовный мир героя, приемы портретизации.

Для воздействия на массовое сознание народа и его подъем на борьбу с агрессором в июне 1941 года при Совинформбюро была организована литературная секция. В очерке «На пути из Москвы» В. Вишневский описывает патриотический настрой и новоиспеченных военков, и всего народа. Военные журналисты ощущают сопричастность общенародной борьбе против врага, личную востребованность, демонстрируют готовность исполнить свой долг.

В тяжелых условиях войны социальным заказом для публицистов стал показ стойкости, героизма и самоотверженности военнослужащих и тружеников тыла. Впоследствии на основе этих документальных публикаций М. Шолохов, А. Фадеев, К. Симонов, Б. Полевой, В. Гроссман и другие создали крупные художественные произведения.

Поражает разнообразием галерея героев в советской документальной публицистике периода ВОВ. Интенцией авторов при конструировании образов являлось раскрытие духовного мира как отдельной личности, так и целых коллективов. Какими приемами это достигалось?

В целях исследования обратимся к документальной летописи этих боевых лет, опубликованной в 1984 г. в двухтомном сборнике АПН «От Советского Информбюро... 1941 – 1945». Помимо статей и очерков в нем приведены хронологически соответствующие событиям сводки Совинформбюро, многочисленные фотографии, выдержки из переписки руководителей стран-союзников и другие документы. Материал выстроен в виде своеобразного дневника военных лет, который впечатляет и сегодня, особенно в связи с СВО. Факты и наблюдения, изложенные по горячим следам военковских командировок, доносят до адресата ощущение сопричастности этим событиям. Современный читатель испытывает сильные эмоциональные переживания и, как все советские люди в те трагические годы, получает заряд патриотизма, вдохновляясь подвигами героев того времени.

Решая агитационно-пропагандистские задачи, авторы прибегали к приему портретизации своих реальных персонажей и показывали их через призму индивидуального (портретный очерк) и/или коллективного (портретные зарисовки). При этом описывались биография, внешность героев, их внутренний мир, объяснялись мотивы поступков и оценивались их действия с позиции автора и участников событий. Это усиливало документальность изложения. В манере повествования проявлялась индивидуальность талантливых военков. Это выражалось в особенностях композиции, использовании выразительных средств и стилистических приемов.

Особенно ярко главное действующее лицо представлено в одноименных портретных очерках. Наиболее известные из них: «Капитан Гастелло» П. Павленко и П. Крылова, «Таня» и «Кто была Таня» П. Лидова, «Девушка Роза» А. Платонова, «Мария Мельникайте» А. Венцловой и др. Благодаря таким публикациям имена героев стали широко известны.

Как блестящий пример портретизации героя рассмотрим очерк К. Финна «Рокоссовский» от 28.10.1941 г. Генерал предстает бесстрашным, хладнокровным воином, образцом для подчиненных. Вот как описана его внешность: *Он очень красив, той благородной мужской красотой, которая*

располагает к себе и к которой неизвестно, собственно, почему относишься с уважением ... (От Советского Информбюро ..., т.1:75). Охарактеризована также манера поведения и речи (*Он ответственен за каждое произнесенное слово*) (там же), упомянуты эпизоды боя под Москвой. Совокупность названных приемов позволяет автору создать достоверный портрет благородного воина-лидера. Таким образом удается транслировать уверенность военачальника в неизбежной победе над врагом, которой проникались и подчиненные, и военкор, и читатели.

Часто создавались коллективные портреты, что было вполне оправданно в ситуациях массового героизма и на фронте, и в тылу. Это, в частности, «Уральцы» Ф. Панферова, «Люди Красной Армии» А. Шолохова, «Охотники за языками» Е. Габриловича, «Дочери Молдавии» Б. Полевого и др. Очерк «Город в броне» Н. Тихонова посвящен героизму ленинградцев. *Вот женщины, много женщин склонилось над шитьем. Почему такие серьезные у них лица, как будто они не шьют, а участвуют в сражении? ... На заводах делают боевое оружие, снаряды, на заводах работают на фронт.* (От Советского Информбюро ..., т.1:34) Автор приводит короткие зарисовки жизни сражающегося в блокаде Ленинграда: баня для партизан, будни артиллеристов, рейды разведчиков в пригороды, разбор завалов, воспоминания о мирной жизни – все увиденное позволяет сделать вывод, что *людей такого города нельзя сделать рабами. ... В наш человеческий город пропустить зверей нельзя, мы их не пропустим* (там же: 35).

Жестокая правда войны вынуждала публицистов писать и об антигероях – фашистах. Последствия оккупации советской земли документированы в очерках «На левом фланге» Е. Петрова, «По пути к фронту» М. Шолохова, «Бессмертие» А. Фадеева, «Берлин в огне» П. Трояновского, «Лагерь на Майданке» Б. Горбатова и т.д.

В сентябре 1943 г. советские войска сломили сопротивление противника и овладели городом и портом Мариуполь. В одноименном очерке Б. Горбатов рисует картину того, что сделали захватчики с городом. Мариупольцам были уготованы *подневольные, каторжные работы, лагеря, тюрьмы. Для непокорных – могила в противотанковом рву* (От Советского Информбюро ..., т.1: 110).

Фашисты предстают в тексте безликой, враждебной массой, способной на любые зверства. *Нет, это не солдаты. Это дикари, пляшущие у костра, канибалы, пьянеющие от запаха жареного человеческого мяса* (там же: 11).

Документальные статьи и очерки, оперативно появлявшиеся в печати, рисовали масштабную картину воюющей страны. Эти публикации поднимали дух советских людей, вселяли в них веру в победу и ненависть к врагу. Благодаря комплексу приемов портретизации: описаний, повествований, зарисовок, оценок, выводов, в них создается образ народа-воина и его героев, а также жестокого врага. Деятельность публицистов времен ВОВ – пример для современных военных журналистов.

Литература

Протопопова, О. В. Портрет героя войны как речевой жанр советской публицистики периода Великой Отечественной войны / О.В. Протопопова // Запечатленная Победа: ключевые образы, концепты, идеологемы (Литературные события и феномены XX века). Материалы Международной конференции, посвященной 70-летию окончания Второй мировой войны / Институт русской литературы РАН (Пушкинский Дом), Воронежский университет. Санкт-Петербург – Воронеж, 2016. С. 98-101.

O.V. Protopopova

Perm Scientific Research Polytechnic University

E.L. Kavardakova

Perm Scientific Research Polytechnic University

Portrayal of wartime heroes: a retrospective view

The paper considers portraits of war heroes on the material of Soviet journalism of 1941-1945. We analyze war essays and stories, the authors of which were members of the literary section at the Soviet Information Bureau. The social commission of publicism of that time was to show heroism, fortitude, and selflessness of Soviet soldiers and home front workers. Small genres of journalism on a documentary basis were ideally suited for its successful fulfillment as the promptest ones. Their author's intention was to construct images of the participants in the war through individual and/or collective portraits of heroes. Examples illustrate lifetime and posthumous portraits of both types.

K. Finn's essay "Rokossovsky" is analyzed in detail. It is shown that the spiritual world of the hero-commander is revealed through the description of his appearance, manner of behavior and speech, the narrative of his biography, achievements and victories, the explanation of their roots, and evaluations of the personage both by the participants in the events and by the author. The collective portrait is investigated on the example of N. Tikhonov's essay "The City in Armor". Using short sketches of life in the besieged Leningrad, describing the deeds of Leningraders: women workers, artillerymen, scouts, partisans, the publicist creates a generalized portrait of the heroic defenders of the city. What he sees allows the author to conclude that these people are invincible. After the liberation of Soviet cities, military correspondents had to write about the atrocities of the Nazis. Reviewed is B. Gorbатов's essay "Mariupol", which paints a picture of what the invaders did to the city and its inhabitants. The fascists are presented in the text as a faceless, hostile mass, capable of any atrocities. The use of techniques of individual and collective portraiture allowed war correspondents to create an image of the warrior-nation, its heroes, and instill faith in the victory over the cruel enemy. The efficient work of the World War II journalism is an example for modern publicists.

Keywords: war journalism, construction of images of war participants, spiritual world of the hero, portrayal techniques.

Теплякова Анастасия Борисовна

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

teplyakova.anastasia@lecturer.msu.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА РОССИИ В КОНТЕКСТЕ ОППОЗИЦИИ ВОЙНЫ И МИРА (НА МАТЕРИАЛЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СТАТЕЙ)

В статье представлен лингвокогнитивный анализ концептуальной метафоры, используемой в заголовках англоязычных статей для создания образа России в контексте оппозиции войны и мира, а также проанализированы основные направления метафоризации. В результате проведенного исследования определено, что степень метафоризации уменьшается по мере развития военных действий.

Ключевые слова: концептуальная метафора, медийный дискурс, образ России.

Освещение политики и экономики в средствах массовой информации играет принципиальное значение в формировании общественного мнения и отношения реципиента к событиям, происходящим на мировой арене. Сегодня пространство интернета становится основным полем для реализации «информационно-ментального противостояния» (Глуценко 2021: 73). Дискурс конструирования войны и особенностей дипломатических отношений между противоборствующими странами отличается понятийной сложностью и требует использования особых языковых средств для точного выражения мысли. Одним из них можно считать метафору, которая является видом образного аспекта мышления, центральным, а не периферийным явлением для разума и ключевым фактором способности человека организовывать познаваемое в категории (Лакофф 2011). Дискурс противостояния в современных англоязычных медиа характеризуется высокой степенью метафоричности, поскольку метафора акцентирует одни стороны явления и скрывает другие, что позволяет особым образом интерпретировать освещаемое событие. Когнитивный механизм создания оценочной категоризации, в терминах Н. Н. Болдырева, актуализируется в использовании концептуальных метафор в языке сми (Болдырев 2021).

Лингвокогнитивный анализ метафор в заголовках англоязычных статей, посвященных российско-украинскому конфликту, имеет непосредственное отношение к пониманию того, как создается дискурс конструирования войны сегодня. В настоящее время текст заголовка приобретает особое значение, поскольку многие читатели онлайн газет не могут позволить себе изучить весь выпуск целиком в силу ограниченного времени и вынуждены на основе заголовков выбирать статьи, которые заслуживают их внимания. Тем важнее становится влияние концептуальных метафор в заголовках на создание образов стран-участниц военного противостояния. Настоящая работа является

продолжением исследования метафоризации как лингвомедийного способа конструирования образа России в заголовках ежедневной онлайн газеты The Washington Post, выполненного на основе заголовков информационно-аналитических статей и статей-комментариев, вышедших в период с 24 февраля по 26 мая 2022 года (Теплякова 2022). Данный анализ, посвященный изучению развития направлений метафоризации в 138 заголовках статей, вышедших с июня 2022 года по 28 марта 2023 года в The Washington Post, построен на классификации метафор Лакоффа и Джонсона на онтологические, структурные и ориентационные (Лакофф, Джонсон 2004).

Структурная метафора РОССИЯ – ЭТО УГРОЗА уже в течение года продолжает быть одной из наиболее распространенных концептуальных метафор, используемых в заголовках. В статье *Russia's population crisis is making Putin more dangerous* концептуализируется угроза, исходящая от России, в связи с тем, что демографический кризис, якобы вызванный плохим медицинским обслуживанием, алкоголизмом и большими потерями на войне, заставляет президента страны стремиться решить проблему завоеванием новых территорий и потворствовать политике похищения украинских младенцев. Однако значительно чаще концептуализируется опасность не для Украины, а для других стран. Так, в статье *The dollar is our superpower, and Russia and China are threatening it* данная метафора подчеркивает угрозу американской экономике, созданную Россией и Китаем.

Метафора РОССИЯ – ЭТО ВРАГ становится менее продуктивной: если в первые месяцы вооруженного конфликта эта метафора конкретизировалась в разных аспектах (например, РОССИЯ – ЭТО СИЛЬНЫЙ / ЖЕСТОКИЙ ВРАГ / ДИКИЙ ЗВЕРЬ), то в статьях, вышедших позже, такой детализации нет. По сравнению со статьями начала периода специальной военной операции в проанализированном эмпирическом материале значительно сократилась представленность метафоры РОССИЯ – ЭТО ПРЕСТУПНИК, которого следует наказывать.

Онтологическая метафора РОССИЯ – ЭТО ДРУГ продолжает часто встречаться в заголовках статей 2023 года, описывающих отношения России с Китаем и Беларусью: *China and Russia: explaining a long, complicated friendship* или *Why Belarus is backing Russia in its war in Ukraine*. Концепт дружбы во многих случаях выражен глаголами to back, to support, to rely и однокоренными существительными, подчеркивающим аспект поддержки (*Russia gives fertilizer to Malawi, seeks African support; Russia's reliance on China rises amid Ukraine sanctions*). В поляризующемся мире концептуальные метафоры переключают фокус внимания реципиента с простого указания на то, какие страны являются союзниками, на взаимоподдержку и на вопросы доверия, помощи и лояльности.

Можно наблюдать изменение фокуса при использовании онтологической метафоры РОССИЯ – ЭТО ЛЮБИМЫЙ ЧЕЛОВЕК. В начале конфликта она противопоставляла дружеские отношения между Россией и Китаем любовным играм между Россией и США (*Will Trump's love affair with Putin finally be the breaking point for Republicans? I doubt it*) (Теплякова 2022). Теперь эта метафора применяется только в значении соблазнения и уже не в отношении Америки, а

в том, что связано с отношениями России и ее граждан (*New Russian campaign tries to entice men to fight in Ukraine; Russia eyes pressure tactics to lure fleeing tech workers home*). Данная концептуальная метафора конструирует образ России как страны, прибегающей к нечестным методам в попытках заставить россиян участвовать в военном конфликте и не покидать Родину.

В статьях 2023 года концептуализируется метафора РОССИЯ – ЭТО ИГРОК, в которой используются термины, типичные для гольфа, традиционной американской игры: *Track stymies Russian path to Olympics due to war in Ukraine; IOC's Bach defends Russia stance amid pro-Ukraine protest*. Так метафоризация акцентирует противостояние России и США.

Вывод, сделанный в первой части исследования, который заключался в том, что онтологические и структурные метафоры реализуют негативную оценку российской политики, вполне подтверждается результатами второй части исследования. Статистический анализ метафор, используемых для конструирования образа России в заголовках, показывает, что количество метафор значительно уменьшается по мере развития военных действий. Можно сделать вывод, что метафоризация по-прежнему направлена на создание отрицательного образа России, однако этот образ становится менее выраженным за счет того, что метафоричность в основном акцентирует союзнические отношения между Россией и дружескими странами.

Литература

Болдырев, Н. Н. Вторичные проекции научных идей в контексте деривационных процессов // Когнитивные исследования языка. 2021. № 4(47). С.32 – 39.

Глуценко, О. А. Проявление факторов токсичности в медийной коммуникации // Коммуникации в условиях цифровой трансформации: Сборник материалов V Международной научно-практической конференции (29 – 30 ноября 2021). Под редакцией проф. А. Д. Кривоносова. СПб : АНО «София». 2021. С. 69 – 74.

Лакофф, Дж. Женщины, огонь и опасные вещи: Что категории языка говорят нам о мышлении. Книга 1: Разум вне машины / Дж. Лакофф. – М. : Гнозис, 2011. 224 с.

Лакофф, Дж., Джонсон, М. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М. : Едиториал, УРСС, 2004. 195 с.

Теплякова, А. Б. Метафоризация как лингвомедийный способ конструирования образа России в зарубежном медиадискурсе // Медиалингвистика. Вып. 9. Язык в координатах массмедиа: мат-лы VI Междунар. научн. конференции (Санкт-Петербург, 30 июня – 2 июля 2022 г.) / науч. ред. Л. Р. Дускаева, отв. ред. А. А. Малышев. – СПб. : Медиапир, 2022. С. 609 – 613.

А. Теплякова

Lomonosov Moscow State University

Constructing the image of Russia in the context of the opposition of war and peace (based on English-language articles)

The article presents a linguo-cognitive analysis of the conceptual metaphor used in the headlines of English-language articles to create the image of Russia in the context of the opposition of war and peace, and analyzes the main directions of metaphorization. As a result of the study, it was determined that the degree of metaphorization decreases with the development of hostilities.

Keywords: conceptual metaphor, image of Russia, media discourse.

Цветова Наталья Сергеевна,
Санкт-Петербургский государственный университет
cvetova@mail.ru

«РАДИ ЖИЗНИ НА ЗЕМЛЕ...»

Автор анализирует смысловую структуру очерка М. А. Шолохова «Наука ненависти» как произведения, в котором представлена традиция русской военной публицистики, направленной на постижение Правды национального характера, проявляющуюся в годину самых тяжких испытаний.

Ключевые слова: Толстой, Шолохов, ненависть, Правда.

Бесспорное влияние на формирование русской военной публицистики как феномена оказал творческий опыт Л. Н. Толстого – автора знаменитых «Севастопольских рассказов». Именно Л. Толстой, рассказывая о мужестве и героических поступках защитников Севастополя, главным героем провозгласил Правду. Эта установка стала генеральной для сотен советских журналистов и писателей в годы Великой Отечественной войны и получила весьма значимую для национальной традиции интерпретацию.

Принято считать, что в 1941 – 1945 гг. основными функциями печатного слова были летописная и агитационная. С этой историко-литературной установкой трудно спорить, но все-таки «основным фактором самоопределения» [2: 461], на наш взгляд, стало уникальное сочетание достоверности с аналитичностью, которое и позволяло достичь высочайшего уровня художественности, необходимость которого самими писателями хорошо осознавалась. Уже в 1943 году А. Толстой писал: «Не отображения, не показа ждут от нас, а осмысления происшедшего и происходящего и творческого взгляда в будущее» [1: 1]. Основным аргументом в пользу реализации этой сложнейшей задачи можно считать публикацию в «Правде» в первую годовщину начала Великой Отечественной войны художественно-публицистического очерка М. А. Шолохова «Наука ненависти». Сразу же после публикации очерк вызвал огромный резонанс. Так, уже 28 июня 1942 года шолоховской теме была посвящена передовая статья в главной советской газете под красноречивым названием «Лицо врага».

Развитием, продолжением творческой истории «Науки ненависти» десятилетие спустя стал знаменитый рассказ «Судьба человека», в котором со всей очевидностью была предъявлена писательская сверхзадача: выявление, исследование тех особенностей человеческой натуры, которые позволяют воину, советскому солдату, пройдя самые страшные испытания *неугасимой, люттой* ненавистью, преодолеть ожесточение, *безмолвное горе* [3: 4], оставаться человеком — сохранить высокую и трудную Правду, позволяющую продолжить жизнь после войны.

Военная судьба главного героя очерка лейтенанта Виктора Герасимова – многочисленные факты, события, в которых была представлена в значительной полноте реальность военного времени. Но внимание Шолохова

с самого начала было сосредоточено на исследовании психологических последствий погружения человека в страшную реальность военных сражений и фронтового быта. Исследовательская установка была открыто предъявлена писателем в экспозиционной части сюжета – в пейзаже, размещенном в сильной текстовой позиции начала: <...> *Если сосна гибнет от снаряда, падая, как скошенная <...> то по-иному встречается со смертью дуб. На повесне немецкий снаряд попал в ствол старого дуба, росшего на берегу безымянной речушки. Рваная, зияющая пробоина иссушила полдерева, но вторая половина, пригнутая разрывом к воде, весною дивно ожила и покрылась свежей листвой* [3: 3].

Для прозаика были принципиально важны основания высочайшей сопротивляемости героя – напутствие жены, инвалида-отца, неожиданное прощание с секретарем райкома...

В финальной части сюжета прощаясь с рассказчиком, главный герой делает неожиданное, на первый взгляд, признание: *И воевать научились по-настоящему, и ненавидеть, и любить <...> Казалось бы, любовь и ненависть никак нельзя поставить рядышком <...> Именно эти два чувства, воплощенные в действие, и приведут к нам победу* [3: 18]: ненависть к врагу и любовь к Родине, к своему народу. Это и есть живая вода, которая питала жизненные силы израненного дерева.

Завершением работы над жизненным материалом, легшим в основу сюжета «Науки ненависти», спустя десятилетие стал характер Андрея Соколова. В «Судьбе человека» усилия писателя направляются на развитие смысловой структуры художественного концепта «любовь», ядерного для сюжета этого рассказа. Но, как показывает целостный анализ сюжета военного очерка, уже в годы войны интуиция выдающегося художника заставляла его думать и говорить о том, что именно любовь была структурообразующим элементом характера советского солдата, позволила преодолеть ненависть и открыла дорогу в будущее. И эта особенность – результат естественного погружения большого писателя в литературную традицию, предполагающую постижение Правды характера, Правды человеческой и национальной судьбы.

Литература

1. Толстой, А. Н. На историческом рубеже / А. Н. Толстой // Литература и искусство. 1943. 23 октября.
2. Хватов, А. И. Летописцы народного подвига / А. И. Хватов // «Идет война народная...». Л., 1985. С. 461 – 471.
3. Шолохов, М. А. Наука ненависти / М. А. Шолохов // «Идет война народная...». Л., 1985. С. 3 – 19.

Tsvetova Natalya Sergeevna
Saint-Petersburg State University
«For life on earth...»

The author analyzes the semantic structure of M.A. Sholokhov "The Science of Hatred" as a work that presents the tradition of Russian military journalism aimed at comprehending the Truth of a national character, which manifests itself in a time of the most difficult trials.

Key words: Tolstoy, Sholokhov, hatred, Truth.

Шваб Ольга Александровна
Луганский государственный педагогический университет
olyashvab11@yandex.ru

ОБРАЗ РОССИИ И ЗАПАДА В РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ

Формирование положительного образа страны – ключевая задача правительства любого современного государства. В статье приводятся результаты исследования образа России и Запада, представленного в русскоязычных новостных онлайн-СМИ.

Ключевые слова: образ, Россия, Запад, онлайн-СМИ, информационная война.

Каждая страна стремится оформить свой образ. Образ страны – это один из важных способов собственной самоидентификации. Понятие «образ» включает в себя множество значений: «символ», «знак», «опознавательная примета». В коммуникативном поле существуют различные образы в зависимости от отношения к участникам процесса общения – образ «себя» (субъективный образ); образ, складывающийся в сознании других участников коммуникации (объективный образ); «идеальный» образ субъекта в сознании других и образ, целенаправленно создаваемый (Швецова 2012).

Основными движущими факторами, которые на сегодняшний день влияют на формирование образа страны являются интернет-технологии и СМИ. Пользуясь всеми преимуществами и учитывая возможные коммуникационные вызовы можно активно формировать положительное или негативное представление. С каждым годом цифровые СМИ становятся всё популярнее, регулярно увеличивая широту информационного охвата аудитории.

Мы выявили и провели анализ речевых способов формирования образа России и США в российской онлайн-прессе в рамках оппозиции «свой – чужой». Для анализа были отобраны статьи из электронных вариантов российских СМИ («Комсомольская правда», «РИА-новости», «Коммерсантъ», «Лента.ру»).

Величие и могущество России, по мнению большинства российских журналистов, выражается в том, что страну описывают как великую державу, которая стоит на страже мирового порядка: *«Россия дважды спасала США. Третьего раза не будет»* (КМ, 27.03.2023); *«Россия встала на защиту русского мира, чтобы потом не было больно и стыдно»* (РИА, 24.03.2022). Как видно из приведенных примеров, образ страны представляется, как борец за справедливость и правду.

Второй аспект семантической доминанты «величие» связан напрямую с образом В.В. Путина: *«За длительный период своего президентства Владимир Путин ни разу не сказал того, за что ему стоило бы извиняться или дополнительно пояснить смысл своих слов»* (Коммерсантъ, 07.10.2022). Участвуют также оценочные прилагательные: решительный; волевой;

дальновидный и глаголы с положительной оценочной семантикой: защищает, отстаивает, призывает, которые положительно воздействуют на адресата.

Проанализировав ряд работ по исследуемой теме, мы пришли к выводу, что образ России, формируемый в русскоязычных СМИ, необходимо рассматривать с разных сторон, учитывая не только события внутри страны, но и международную обстановку.

Формируя международный образ России как «своей» страны, журналисты противопоставляют его образу «коллективного» Запада, как представителям «чужих» стран, то есть «недружественных». За счет использования различных языковых средств появляется чувство неуважения и настороженности, а также формируется у массового читателя нужное представление о противнике, что является важной составляющей информационного противостояния.

В кризисные периоды истории возрастает роль прессы, конструирующей медийную картину мира. В российской прессе Запад выступают в образе агрессора, который угрожает другим странам: *«Глава пресс-службы Госдепартамента Нед Прайс рассказал об обещании США наказать Китай в том случае, если с его стороны будет замечены попытки оказания России помощи в сфере безопасности или уклонении от санкций. По его словам, в этом случае Пекин понесет издержки»* (ТАСС, 09.01.2023).

Также в противовес «величию» России ставится «трусость» США: *«В США испугались «ставшего реальностью кошмара» из-за России и Китая»* (Лента.ру, 25.03.2023). СМИ чаще освещают упадок сил Запада на мировой арене: *«Рейтинг Владимира Путина – 82%, китайцы выражают почти единодушное доверие правительству Си Цзиньпина, в то время как меньше трети американцев доверяют своим властям. Эти статистические данные не случайны и говорят о неизбежном проигрыше Америки во второй холодной войне»* (РИА-новости, 25.03.2023). В материалах используются оценочные прилагательные: испуганные, разочарованные и глаголы с негативной оценочной семантикой: задавить, продырявить, подорвать (миропорядок), диктовать (правила). Для описания деятельности политиков используются метафоры, связанные с амплуа актеров: клоун, шут, герой, персонаж, первая скрипка и др.

Таким образом, показывается представление о Западе как о противнике России, который ведет против нее «войну» (психологическую, торговую, информационную, санкционную) и всячески пытается ее приручить.

Российские онлайн-СМИ играют важную роль в формировании политического сознания общества. Они оказывают влияние на мнения, поведение и отношение к определенным странам. В современных условиях обострения информационной конфронтации между Россией и Западом очень важно уделять больше внимания структурам по ведению информационной войны. Следует развивать медиаструктуры, вести дополнительную работу в социальных сетях. Таким образом, формирование благоприятного внешнеполитического образа государства является комплексной стратегической задачей, от успешного решения которой во многом зависит будущее страны.

Литература

Богданов, Е. Н., Зазыкин, В. Г. Психологические основы «Паблик рилейшнз» / Е. Н. Богданов, В. Г. Зазыкин. – СПб. : Питер, 2011. 204 с.

Захарова, Е. Коммуникативные категории и нормы / Е. Захарова // Хорошая речь / под ред. М. Л. Кормилицыной, О. Б. Сиротининой. – М., 2009. С. 164.

Швецова, М. Г. Роль СМИ в конструировании образа страны / М. Г. Швецова. – Текст : непосредственный // Проблемы истории, филологии, культуры. 2012. №3. С. 74 – 82.

Федякин, А. В. Политика формирования позитивного образа государства (вопросы теории) / А. В. Федякин // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2010. №3.

О. Shvab

Luhansk State Pedagogical University

The image of Russia and the West in Russian online media

The formation of a positive image of the country is the key task of the government of any modern state. The article presents the results of a study of the image of Russia and the West presented in Russian-language online news media.

Keywords: image, Russia, West, online media, information war.

ТЕХНОЛОГИИ ОСВЕЩЕНИЯ ВООРУЖЕННЫХ КОНФЛИКТОВ

Амиров Валерий Михайлович

Уральский федеральный университет имени Первого президента России

Б. Н. Ельцина

vestnik-va@mail.ru

ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛЫ И МЕДИАТИЗАЦИЯ БОЕВЫХ ДЕЙСТВИЙ: ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ

В статье рассматриваются роль телеграм-каналов в освещении событий специальной военной операции на Украине и особенности репрезентации материалов, посвященных боевым действиям в телеграм-каналах профессиональных и непрофессиональных журналистов. На широкой эмпирической базе публикаций батальных телеграм-каналов «Портфель Генштаба», «WarGonzo» и других изучается деятельность телеграм-каналов, стратегии информирования населения о событиях боевых действий. Такое осмысление батальной медиакартины предоставляет возможность обозначить тенденции развития журналистики вооруженных конфликтов и путей информирования читателей и зрителей о ходе боевых действий, предоставления им прогностического анализа развития ситуации.

Ключевые слова: батальная журналистика, телеграм-каналы, репрезентация, война

Telegram-каналы стали едва ли не главным источником информации по событиям специальной военной операции России на Украине. Некоторые из этих каналов имеют миллионную аудиторию, что ставит на повестку дня необходимость изучения технологии успешности.

Популярность телеграм-каналов связана, в том числе, с запросом населения на хронику боевых действий. Хроникальное изложение событий практически невозможно обеспечить в рамках «традиционных» СМИ, но удалось сделать командам военкоров, выдающим в ленту новостей до ста и более «форматных» и «неформатных» сообщений с мест событий.

Деятельность ряда патриотических телеграм-каналов прямо и косвенно поддержана государством, некоторые из военкоров даже награждены правительственными наградами, что говорит о значимости такой журналистики для поддержки СВО.

Батальные телеграм-каналы обеспечивают медиатизацию боевых действий, донося события и их эмоциональный отклик до каждой российской семьи. Благодаря эффекту медиатизации, телеграм-каналы объективно

способствуют проникновению информации о боевых действиях в сознание читателей и зрителей, создают батальный фон повседневной жизни общества. При этом, как указывают ряд ученых, «в процессе медиатизации не только общество или политики испытывают воздействие СМИ, но происходит и обратный процесс» (Авдонина 2011: 181).

Освещение боевых действий в любом случае носит характер ограниченной объективности (Амиров 2020). Журналист не может владеть всем объемом информации, необходимым для точного анализа, кроме того, он руководствуется и индивидуальными политическими, этно-религиозными, культурно-гуманитарными и иными установками, что придает репрезентуемой информации личностный характер. Не лишены этой субъективности и телеграм-каналы, отбирающие для публикации важную для себя информацию и игнорирующие не совпадающую со своим видением темы.

Тем не менее, такой фактор, как **анонимность**, обеспечиваемая мессенджером Телеграм, позволяет предоставлять информацию в гораздо более широком диапазоне, как с точки зрения отбора фактов, так и при их анализе и выработке оценок.

Второй важный фактор успешности телеграм-каналов в медиатизации боевых действий – **неформатность**. Каналы передают информацию по мере её поступления, не ставя перед собой задач жанровой упаковки: подтвержденные события могут легко перемежаться с предположениями, прогнозами и даже слухами, пропагандистские заявления с мнениями экспертов. При кажущемся информационном хаосе это расширяет коммуникативную рамку и делает хронику войны объемной, а само чтение – интересным.

Третье принципиально значимое обстоятельство – **отсутствие привычного для «традиционных» публикаций газетно-функционального стиля**. Военкоры телеграм-каналов предпочитают разговорный стиль, решительно сокращая дистанцию со своей ядерной аудиторией – широким кругом самых обычных людей, находящихся в поиске более или менее достоверной информации о войне, формируя доверительность, побуждая к постоянному чтению ленты.

Игровизация, к которой склонны телеграм-каналы при репрезентации батальных событий, несомненно, облегчает и гуманизирует восприятие тяжелой военной действительности, представляет поле боя как поле компьютерной игры, делает информацию доступной, манипулирует общественным мнением, которое за игровыми медиатехнологиями не так остро реагирует на трагические события.

Все эти факторы обеспечивают телеграм-каналам лидерство в освещении боевых действий и военно-политической обстановки вообще, переток к ним читательской и зрительской аудитории, внимание СМИ, черпающих нужную им для публикаций информацию.

Литература

Авдони́на, Н. С. Негативная медиатизация войны во Вьетнаме: факторы и результат / Н. С. Авдони́на // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2011. Вып.3. С.181 – 186.

Амиров, В. М. Российская журналистика вооруженных конфликтов: современные практики и тенденции развития : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук : 10.01.10 / В. М. Амиров ; [Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н.Ельцина]. – Екатеринбург, 2020. 311 с.

Valery M. Amirov,

Ural Federal University named after the First President B.N. Yeltsin

Telegram channels and the mediatization of hostilities: features of representation

The article considers the role of telegram channels in covering the events of a special military operation in Ukraine and the peculiarities of the representation of materials dedicated to hostilities in telegram channels of professional and non-professional journalists. On a wide empirical basis of publications of battle telegram channels "Portfolio of the General Staff," "WarGonzo" and others, the activities of telegram channels, strategies for informing the population about the events of hostilities. This understanding of the battle media picture provides an opportunity to identify trends in the development of journalism of armed conflicts and ways to inform readers and viewers about the course of hostilities, to provide them with a predictive analysis of the development of the situation.

Keywords: battle journalism, telegram channels, representation, war.

Колчин Денис Сергеевич
Информационное агентство «Интерфакс-Урал»
krusaider84@mail.ru

СИСТЕМА РАБОТЫ ЖУРНАЛИСТОВ ИЗДАНИЯ URA.RU ПО ПРОБЛЕМАТИКЕ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

В статье рассматривается, как формировалась и функционировала система работы уральского информационного агентства Ura.ru по теме специальной военной операции на Украине в 2022 году. На основе широкой эмпирической базы, представленной многочисленными материалами издания, – всего рассмотрено порядка 30 крупных материалов за период с февраля по декабрь 2022-го, – изучается принятая редакцией стратегия информирования аудитории о событиях СВО. Эта стратегия включает в себя как использование официальных материалов, так и разработку аналитики, опору на экспертные мнения и прогноз.

Ключевые слова: война, военная журналистика, специальная военная операция, репрезентация, средства массовой информации.

Российские СМИ с 2014 года регулярно уделяли особое внимание происходящему в Донбассе. С началом специальной военной операции (СВО) в конце февраля 2022-го отечественные издания стали приводить свои редакционные политики в соответствие с информационным запросом по этому событию, которое оказалось определяющим в жизни страны. Речь идет не только о федеральных СМИ, но и о крупных региональных информационных агентствах. На Урале таковым является Ura.ru.

Изданию пришлось реагировать на масштабные вызовы. Во-первых, сама специальная военная операция, в силу своей беспрецедентности, требовала выработки новых подходов. Во-вторых, нужно было удовлетворять повышенный интерес аудитории к происходящему. Читатели, чья жизнь менялась на глазах, предъявляли СМИ свежие требования – они желали знать, свидетелями чего и почему стали. В-третьих, стремительно менялось законодательство и исходящие от власти регламентирующие установки. Агентству приходилось балансировать в быстро меняющейся правовой и медийной обстановке.

Выработку стратегии сетевое издание начало примерно за месяц до 24.02.2022. Благодаря различным признакам, - участвовавшим украинским обстрелам Донбасса, информации об учениях российских войск на границе, - стало ясно, что может произойти нечто серьезное. Уже тогда редакция принялась применять весь арсенал возможных средств для освещения происходящего.

Материалы по теме СВО, вышедшие на сайте Ura.ru, представляли всю палитру жанров. Публиковались новости, а также аналитические тексты. Наконец, нашлось место и репортажам, поскольку представители агентства регулярно находились на фронте. Работа с каждым жанром велась в

конкретных условиях и зависела от ряда внешних и внутриредакционных факторов.

Основной массив составляли новостные материалы. Ежедневно выходило по несколько десятков заметок. Прежде всего, они касались хода боевых действий.

В основе этих заметок лежали официальные данные – заявления минобороны, МИДа, правительства, пресс-службы президента РФ. Издание сознательно сосредоточилось на упомянутых источниках информации, дабы оставаться в русле прогосударственной медиа-политики и не попасть в ловушки появившихся запретов.

Впрочем, допускался рерайт новостей из иностранных СМИ, но лишь в том случае, если они содержали элементы пророссийской позиции. Иными словами, можно сказать, что издание испытывало на протяжении большей части 2022 года влияние системы государственной пропаганды. Механизмы такого влияния подробно описаны в ряде теоретических исследований (Амиров).

Другой тип текстов, менее распространенный, но не менее востребованный, на страницах Ura.ru – аналитические экспертные комментарии на тему СВО. В силу особенностей жанра, они публиковались реже. Их задачей было дать объяснение происходящему, оправдать российскую политику в отношении Украины и дать, по возможности, благоприятный прогноз для создания положительного восприятия СВО в обществе. Либо рассказать о негативной политике Киева в отношении Москвы и республик Донбасса. Спикерами, как правило, выступали российские политики и политологи, ветераны, общественники, активисты, волонтеры, военкоры лояльных властям СМИ и представители ДНР – ЛНР. Как уточняла в своей работе А. С. Варгина (Варгина), комментаторы пользовались популярностью, поскольку давали уникальный контент. Ценный вдвойне, потому что излагался он в необходимом политическом ракурсе, позволяющем привлечь читателя и избежать карательных мер.

Наконец, отдельно стоит сказать об отправке корреспондентов Ura.ru в зону СВО. Первая группа, состоящая из журналиста отдела спецпроектов и фотокорреспондента, предусмотрительно отбыла туда еще до старта операции. В дальнейшем, до лета, данный порядок сохранялся – упомянутый журналист возвращался в Екатеринбург на отдых, после чего вновь выезжал на фронт в сопровождении нового фотокорреспондента. Позже отдел спецпроектов был ликвидирован, его сотрудники уволены, и редакция стала нанимать донбасских фрилансеров. Все эти люди занимались, в основном, подготовкой репортажей о том, как живут местные граждане, как ведется освобождение территорий от ВСУ, как налаживается мирный порядок. Героями текстов являлись простые сельчане, горожане, волонтеры и добровольцы. То есть, в больших публикациях превалировал образ «маленького человека», о котором писали В. Амиров и Д. С. Кудленко.

Таким образом, мы выяснили, что одно из крупнейших российских региональных информационных агентств Ura.ru на фоне СВО сумело

оперативно выстроить эффективную схему работы, найдя золотую середину между необходимостью реализации журналистских функций и многочисленными ограничениями.

Литература

Амиров, В. М. Российская журналистика вооруженных конфликтов: современные практики и тенденции развития : диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук : 10.01.10 / В. М. Амиров ; [Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина]. – Екатеринбург, 2020. 311 с.

Варгина, А. С. Хроника украинского конфликта в новостях и аналитике информационного агентства Ura.ru; [Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б. Н. Ельцина]. – Екатеринбург, 2022. 82 с.

Кудленко, Д. С., Амиров, В. М., «Образ «маленького человека» и особенности его конструирования в батальных журналистских текстах» / Д.С. Кудленко, В. М. Амиров // Политическая лингвистика. 2022. № 5 (95). С. 91 – 96.

Kolchin Denis Sergeevich

Interfax-Ural news agency

The system of work of journalists of the publication Ura.ru on the problems of a special military operation

The article examines how the system of work of the Ural information agency was formed and functioned Ura.ru on the topic of a special military operation in Ukraine in 2022. On the basis of a broad empirical base provided by numerous materials of the publication, the activities of this editorial office and the strategy of informing the audience adopted by it are studied. Thanks to this, we have the opportunity to find out in detail the circumstances of the development of Russian military journalism in the specified historical period by a specific example.

Keywords: war, military journalism, special military operation , representation, mass media.

Коньков Владимир Иванович
Санкт-Петербургский государственный университет
v_konkov@mail.ru

НЕОФИЦИАЛЬНЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОТОК В МЕДИЙНОЙ СРЕДЕ

В работе обращается внимание на сосуществование в речевой практике социума двух информационных потоков – официального и неофициального. Неофициальный информационный поток формируется в сфере повседневной межличностной коммуникации и неофициальной профессиональной коммуникации. В некоторых ситуациях имеет место использование речевого поведения, свойственного неофициальному информационному потоку, в публичной коммуникации. Этот приём используется в целях более эффективного воздействия на общественное сознание в нужном для политического деятеля направлении.

Ключевые слова: официальный информационный поток, неофициальный информационный поток, Д. А. Медведев, В. В. Жириновский, речевой имидж политического деятеля.

Константин Симонов вспоминает один примечательный разговор со Сталиным, который состоялся 14 мая 1947 года и в котором Сталин предлагал изменить концепцию издания «Литературной газеты»: «Все наши газеты – так или иначе официальные газеты, а “Литературная газета” – газета Союза писателей, она может ставить вопросы неофициально, в том числе и такие, которые мы не можем или не хотим поставить официально. “Литературная газета” как неофициальная газета может быть в некоторых вопросах острее, левее нас, может расходиться в остроте постановки вопроса с официально выраженной точкой зрения. Вполне возможно, что мы иногда будем критиковать за это “Литературную газету”, но она не должна бояться этого, она, несмотря на критику, должна продолжать делать свое дело» (Симонов 2015: 139).

Смысл сказанного Сталиным сводится к тому, что в социуме сосуществуют два информационных потока. Первый – официальный (ОИП), в медийной среде в чистом виде он представлен в официальных изданиях. Второй – неофициальный информационный поток (НИП). Основная сфера его существования – межличностная коммуникация социума, преимущественно это повседневная бытовая коммуникация и неофициальный компонент отношений в профессиональной среде.

НИП обычно формируется на основе неавторизованной информации. Маркёрами этого типа дискурса служат конструкции *по слухам; в кулуарах Государственной Думы; надёжный источник в Министерстве иностранных дел; такой-то имеет такую-то репутацию; считается, что; одно время говорили, что; Н слывёт таким-то; многие думают, что; рассказывали байки про то, что; анекдот сочинили про то, как* и т.д. Но в этот НИП могут

встраиваться и конкретные политики, имеющие достаточно часто высокий социальный и политический статус.

НИП от ОИП отличается весьма существенно. Составляющие его тексты апеллируют к жизненному опыту человека, к здравому смыслу, суть которого состоит в том, что «для совместного познания и жития люди должны обладать общими для них первоначальными знаниями, ценностями, нормами, в коих они не должны сомневаться. Такой тип очевидного знания есть у любого человека, каждый человек может его обнаружить в себе» (Яковлева 2007: 47). В лексико-грамматическом плане этот тип дискурса ориентируется на ресурсы разговорности. Кроме того, активно используются выходящие за пределы общепринятых этических норм сниженные типы речевого поведения, вплоть до ссоры, скандала, развёрнутой инвективы и др.

Несмотря на это тексты НИП имеют высокий коммуникативный статус: они воспринимаются как свободные от официальных ограничений, как отражающие глубинные общечеловеческие ценности и ценности национальной культуры, соответствуют уверенности человека в собственной способности решения жизненных проблем. Такие тексты вызывают к себе повышенное доверие и благодаря высоко эмоциональной насыщенности на основе использования ресурсов той же разговорности, особенно в её устной форме. Эти тексты органично входят в речевую практику медийного дискурса по той причине, что и тексты медийного дискурса, и речь межличностной коммуникации – это речь, которая создаётся для здесь и для сейчас. Такая речь всегда привязана к конкретным координатам социального пространства-времени (Коньков, Соломкина 2021).

Отдельные политики используют данный тип речевого поведения с целью повысить свой коммуникативный статус, завоевать доверие аудитории, воздействовать на неё в своих целях. Прежде всего в этой связи нужно назвать В. В. Жириновского. Политик сформировал два речевых имиджа. В ОИП это хорошо образованный, легко ориентирующийся в сложной современной политической ситуации аналитик. Его суждения аргументированны, высокопрофессиональны. В НИП перед нами полемист, создающий эмоциональное напряжение, легко вступающий в конфликтные отношения с оппонентом и доводящий их вплоть до скандала и обвинения с элементами инвективы:

Не могу не сказать несколько слов о Зюганове. Не дай Бог обидится. Кстати, и Зюганов Гена в Давос ездит. Что там делать математику из Орла, волейболисту? Геннадий! Ты где родился? В деревне, в Орловской области. Гена, твой предел быть директором Орловской средней школы, в крайнем случае начальником Департамента образования Орловской губернии. Эх, эх, Зюганов, Зюганчик, Гена, Гена, крокодил ты, Гена. Предаёшь ты КППФ, Геннадий, как Горбачёв делаешь (Моя мечта – спасти отечество. Теория и политика ЛДПР. М., 1998. С. 490).

В современной ситуации, сформировавшейся в условиях проведения специальной военной операции, обращает на себя внимание изменение речевого имиджа Д. А. Медведева. Политик, отличавшийся до 2022 года

корректным и спокойным речевым поведением, не выходящим за пределы, определённые нормами официального речевого поведения, резко и в корне его изменил. Вот несколько пассажей из публикаций в его Телеграмм-канале:

Мир, открыв рот и испытывая лёгкий рвотный рефлекс, смотрит на многочисленные испражнения западных СМИ про то, «кто же всё-таки взорвал “Северные потоки”» (2023.03.09).

Сценарий – просто унылое говно. Тупая американская пропаганда. Не нравится никому. Не верят даже отравленные ею европейские обыватели. Их мутит, как будто они обожрались свиной рульки с пивом (2023.03.09).

Верховный киевский нацист поручил проработать вопрос о переименовании России в Московию.

Ну что тут сказать...

Наш ответ? Нет, конечно, не Хохляндия. И уж тем более не Малороссия. Только Schweinisch Bandera-Reich. Exakt! (2023.03.11)

Некоторые политологи считают, что можно говорить о деградации Д. А. Медведева как политика. В Телеграмм-канале «Можем объяснить» (03.05.2022) читаем: «“Медведев сам себе предоставлен и развлекается как может”. Экс-президент активизировался на фоне войны, но это не значит, что его влияние растёт, считает политолог Аббас Галлямов». Мы думаем, что дело в другом: политик стал работать в стиле, свойственном НИП. Д. А. Медведев пишет именно так, как писать не принято, но с чем согласны очень и очень многие. Главное – «сосредоточиваться на эффективности коммуникативного действия» (Быкова 2022: 81).

Литература

Быкова, Е. В. Медиалингвистические исследования PR-речи: отечественный опыт / Е.В. Быкова // Медиалингвистика. 2022. № 2. С. 79–95.

Коньков, В. И., Соломкина, Т. А. Речевая структура медийной среды и место в ней сценической речи / В. И. Коньков, Т. А. Соломкина // Вопросы теории и практики журналистики. 2021. Т. 10. № 2. С. 302 – 319.

Симонов, К. М. Истории тяжёлая вода: Книга воспоминаний / К. М. Симонов. – М., 2015. 623 с.

Яковлева, Л. И. Понятие здравого смысла и традиция, его конституирующая / Л. И. Яковлева // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 7. Философия. 2007. № 4. С. 29 – 49.

Konkov Vladimir Ivanovich

Saint Petersburg State University

Informal information stream in the media milieu

The paper pays attention to the coexistence of two information streams –official and unofficial - in social speaking practice. An unofficial information stream is formed in the field of daily interpersonal communication and unofficial professional communication. In some situations, the use of speech behavior inherent in an unofficial information stream in public communication takes place. This technique

allows more effectively influencing public consciousness in the direction necessary for a politician.

Key words: official information stream, unofficial information stream, D.A. Medvedev, V.V. Zhirinovskiy, politician's speech image.

Корнеева Виолетта Алексеевна
Астраханский государственный университет имени Татищева
violettakorneeveva299@gmail.com

ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ЭТИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ РАБОТЫ СОВРЕМЕННОГО ВОЕННОГО КОРРЕСПОНДЕНТА

В статье рассмотрены стандарты профессиональной этики сотрудников СМИ, специализирующихся на военной журналистике. Единые деонтологические принципы важны для корреспондентов, работающих в зоне военного конфликта. Современным военным конфликтам присуща информационная открытость для людей со всего мира. Вместе с тем журналистам следует помнить об ответственности, которую они несут, освещая военные события. Проанализирован свод правил для военных корреспондентов.

Ключевые слова: журналист, военный корреспондент, этические нормы, военный конфликт, средства массовой информации.

Самыми популярными новостями являются те, которые связанные с угрозой для жизни людей: чрезвычайные ситуации, военные конфликты, беспорядки, операции по освобождению заложников. Эту информацию очень сложно и опасно искать и обрабатывать. Журналисты традиционных и новых медиа являются информаторами для людей, которые следят за новостями из разных источников. Освещение событий, происходящих в зонах вооруженных конфликтов, накладывает большую ответственность на журналиста и СМИ, на которое он работает. Для того чтобы иметь допуск к работе в военной зоне и готовить материал по этой теме, корреспондентам требуется пройти подготовку в специализированных учреждениях. Подготовка заключается не только в умении оказывать первую медицинскую помощь, но и в получении особых психологических компетенций, изучении нравственно-этических принципов освещения военных конфликтов.

Проанализируем свод правил «Памятка будущему военному корреспонденту» журналиста Владимира Орлова с точки зрения репрезентации профессионально-этических стандартов работы военкора. Первым и самым важным правилом является изучение традиций и обычаев населения той местности, где планируется работа корреспондента. Рекомендуется на минимальном уровне знать язык и менталитет местных жителей, определённые правила в общении, ношения одежды. Это важно для безопасности и беспрепятственного выполнения служебных обязанностей работником СМИ. Приведем пример военного корреспондента Елены Васильевны Масюк. Она является российским журналистом, широко известны ее репортажи из различных мест боевых действий: Афганистана, Косово, Таджикистана, Чечни. Елена Масюк рассказывала о различных событиях, находясь в самых опасных точках мира, делилась трудностями работы женщины-военкора. В командировках Елена соблюдала не только профессиональные требования, но и учитывала культурно-национальную специфику мест, в которых приходилось

снимать репортажи. Большинство этических норм не прописаны в законодательстве, но их соблюдение дает возможность журналисту адаптироваться в сложностях работы в зонах вооруженных конфликтов.

В вышеуказанном своде правил В. Орлов рекомендует военному корреспонденту носить одежду в стиле «милитари», чтобы предостеречь себя от риска быть распознанным в качестве врага. Желательно предусмотреть на одежде крепление для значка «пресса». В. Орлов дает информацию об условной классификации военкоров. Существуют корреспонденты, которые приезжают официально и не официально, в качестве «туристов». Безусловно, у вторых есть больше возможностей в поиске информации, чем у первых. Однако автор настаивает на первом варианте самопозиционирования военного корреспондента, поскольку последствия не официальной работы могут оказаться плачевными. В такие моменты вероятность получить ранения или лишиться жизни увеличиваются. В памятке В. Орлова есть раздел, в котором говорится об отношении военкора к окружающим на передовой. Военному журналисту требуется найти общий язык с командиром подразделения, что важно для безопасности работы.

Сотрудникам СМИ в зоне боевых действий настоятельно рекомендуют ограничить фото- или видеоматериалы, где присутствуют сцены жестокости, т.к. это может нанести психологический вред потребителям контента. Из этого возникает следующий принцип: не рекомендуется брать в кадр лица военных или их подчиненных крупным планом. Это может отрицательно повлиять на ход военных событий и подвергнуть опасности третьи лица. Этот же принцип применяется и к дислокации и маршрутам военной операции. Если опубликовать новость о месте проведения военных действий, то этой информацией могут завладеть вражеские подразделения. Данные принципы демонстрируют соблюдение этических норм журналиста.

Таким образом, профессионально-этические стандарты работы военкора, безусловно, играют важнейшую роль как для самого журналиста, так и для общества в целом. Знание этических норм позволяет журналисту эффективнее работать в зоне боевых действий. Профессионально-этические стандарты военного журналиста являются базовыми принципами работников СМИ, освещающих вооруженные конфликты.

Korneeva Violetta Alekseevna

Tatishchev State University of Astrakhan

Professional and ethical work standards of modern military correspondent

The article considers the standards of professional ethics of media professionals specializing in military journalism. Single deontological principles are important for correspondents working in the zone of military conflict. The information openness for people from around the world is inherent in modern military conflicts. At the same time, journalists should be aware of the responsibility they bear in covering military events. A set of rules for war correspondents is analyzed.

Key words: journalist, war correspondent, ethics, military conflict, media.

Малышев Александр Александрович
 Санкт-Петербургский государственный университет
 malyshev.alexander@mail.ru

СТИЛИСТИКА ПРЕДСТАВЛЕНИЯ НА СТРАНИЦАХ ПЕТРОВСКИХ «ВЕДОМОСТЕЙ» ДЕЙСТВИЙ РОССИЙСКОЙ АРМИИ В ХОДЕ СЕВЕРНОЙ ВОЙНЫ

В статье в сопоставительном с современностью ключе рассматриваются основные стилистические характеристики информирования аудитории о ходе Северной войны (1700 – 1721) в газете «Ведомости». Внимание уделено сведениям о действиях российской армии: принципу подачи различных количественных данных, перемещениям войск и помощи свыше.

Ключевые слова: историческая стилистика, Ведомости, Северная война, российская журналистика XVIII века.

Для понимания современных технологий освещения вооружённых конфликтов, в том числе с точки зрения речевой организации, представляется полезным обращение к историческим корням информирования аудитории о ходе крупномасштабных военных событий.

В качестве примера рассмотрим материалы первой российской газеты «Ведомости» (1702 – 1727), связанные с сообщением новостей о ходе Северной войны, когда газета была в первую очередь призвана оповещать российских и зарубежных читателей о военных действиях и связанных с ними событиях.

1. Принцип подачи количественных данных связан с подробным перечислением потерь шведской стороны и явным преуменьшением потерь российской армии (История русской журналистики 2003: 17). Так, уже в знаменитом сообщении от 3 января 1703 г. о военных подвигах отряда попа Ивана Окулова перед нами ряды однородных членов, связанные с успешными действиями по уничтожению застав (*разбил свейские Ругозенскую, и Гиппонскую, и Сумерскую, и Керисурскую, заставы... и Соловскую мызу сжег, и около Соловской многие мызы, и деревни дворов с тысячу*), с военными трофеями (*взял рейтарское знамя барабаны, и шлаг, фузей и лошадей довольно... запасов и пожитков*) и, конечно, с уничтожением боевой силы противника (*конницы швецкой убито 50 человек, пехоты 400 человек... а из попова войска толко ранено салдат два человека*). Аналогичную картину мы видим, например, в сообщении о достижении А. Д. Меншикова: *...в разных мызах побито с 200 человек неприятельских людей. Да в полон взято с 19 человек офицеров ... а сами за Божию помощью в целости* (22 марта 1703). Квантитативность может выражаться в том числе в виде списков взятых в плен неприятелей: *В полон взято от рейтар одно знамя, един маеор, един ротмистр, един трубач, да урядников и рядовых 26 человек* (7 августа 1707).

В заметке об отбитом нападении шведов на остров Котлин героизм и сноровка российских моряков дополнительно акцентируются сравнением боевых характеристик судов: *...которые неприятели от наших так приняты, что с потеряннем всех гранадиров и со множеством салдат, купно и с 5 вооруженными ботами, на которых 37 человек живьем взяты... Наш болюшй корабль имел толко 26, а меншиие по 14 пушек... У вышереченнаго неприятеля корабли были линейные, а имянно у адмиралов 64, у виц адмирала и шаутбейнахта, по 54 пушки, такожде и прочии несравненным величеством наших превосходили... С нашеи стороны, толко 1 убит, и три человека ранены из салдат* (26 июня 1705).

2. Заметки о перемещениях российской армии обыкновенно связаны с акциональными глаголами, демонстрирующими как уже произошедшую, так и готовящуюся смену расположения войск: *Царь Московский со вспомогательными войски в войску в Ижерскую землю пришел* (15 января 1703); *Его Царское Величество грозит город Ревель [Кольвань] осадить* (20 сентября 1704). Присутствует и количественная демонстрация военной мощи России: *Его Царское Величество стоит у Шлотбурга, с ним с сорок тысяч человек, и со многими пушками. Сверх того, дватцать два фрегата, и при них тысяща судов, и многие великие поромы с пушками уготовлены* (11 сентября 1703).

Подобные тексты не только фиксируют разнонаправленность действий российского самодержца, но и в некоторых случаях намеренно раскрывают его военные планы, поскольку часть целей была вполне понятна изначально, а обозначение намерений атаковать Ригу, Ревель, Нарву и другие города, а также подчинить финские земли должно было посеять беспокойство во вражеских гарнизонах, заставив их напряженно ожидать наступления российских войск.

Упоминания российской армии в переводных сообщениях из европейских газет обычно сопровождается эмотивом «страх»: *Здесь <в Кракове> в страхе живем о приближении московских <из Прибалтики>* (20 февраля 1707); *Паки мы здесь <в Нитаве, современная Елгава> в страхе живем, о московском приходе* (26 мая 1707) и др. Публикация в «Ведомостях» подобных сообщений была призвана показать и подтвердить близкое к панике эмоциональное состояние населения, надеявшегося лишь на скорое возвращение спокойной жизни (после победы России).

3. Особое место занимает неоднократно деклариовавшееся небесное покровительство (Кукса 2020: 19 – 20), чаще всего обозначававшееся устойчивым сочетанием «с помощью Божьей / с Божьей помощью»: *И тако сей гордой неприятель... с помощью Божиею от малых наших славно отбит, и в конфузию приведен* (26 июня 1705).

Наиболее показательным примером нам представляется победная реляция о взятии Нарвы: *И помощью Божиею бой начали жестокий, от часа втораго пополудни даже до темноты ноцныя. И милостию победодавца Бога, словив оногo неприятеля побили. На месте положено трупом со осмь тысячь [кроме что по лесам от ран померло и от калмык побито]... досталное неприятелское войско розбрелось по лесам* (6 октября 1708). Модальность этого фрагмента

вполне однозначна: чем больше неприятельских солдат лишились жизни, тем более значительным была помощь свыше (Малышев 2021).

В упомянутой выше заметке об успехах Меншикова сказано: *Господин губернатор... победу одержал над неприятели изрядну... а кроме того простых шведов мужеска полу и женска 2000 в полон же взято, и на побеге их побито довольно, а наши ратные люди лошадами, скотиною и запасом велми удоволилися, и остальные запасы пожгли, а сами за Божиею помощию в целости*. Перед нами отчётливо мажорная тональность представления боевых действий (*победу одержал изрядну, побито, в полон взято, побито довольно, велми удоволилися*), за которыми фактически стоят то же разорение земель и то же массовое лишение людей жизни, которое производили шведы.

Прозорливый читатель XVIII в., конечно, мог задаться вопросом об «адекватности текста действительности» (Негрышев 2021: 5), однако критическое отношение к сообщаемым сведениям вполне могло оказаться критичным в первую очередь для самого сомневающегося.

Представляется, что сделанные даже в самом общем виде наблюдения вполне соотносятся с современными технологиями репрезентации военных событий, в частности с тактиками спиндокторинга для формирования нужного отпрятелю представления событий (Быкова 2016).

Литература

Быкова, Е. В. Речевые тактики спиндокторинга в политическом медиадискурсе / Е. В. Быкова // Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 92–100.

История русской журналистики XVIII – XIX веков / под ред. Л. П. Громовой. – СПб., 2013. 440 с.

Кукса, И. Ю. Субъективная модальность как способ выражения авторских интенций в первой печатной российской газете «Ведомости» времени Петра Великого // Вестник Балтийского федер. ун-та им. И. Канта. Сер.: Филология, педагогика, психология. 2020. № 4. С. 19–20.

Малышев, А. А. Типология и стилистика насилия в петровских «Ведомостях» (1702 – 1727) // Неканоническая эстетика. – СПб., М., 2021. Вып. 8. С. 165 – 174.

Негрышев, А. А. Достоверность новостного медиатекста: опыт макроструктурного анализа / А. А. Негрышев // Медиалингвистика. 2021. Т. 8. № 1. С. 4 – 22.

A. Malyshev

St Petersburg State University

Stylistics of the representation of the Russian army's actions during the Northern War on the pages of Peter's "Vedomosti"

In the article the main stylistic characteristics of informing the audience about the course of the Northern War (1700–1721) in the newspaper "Vedomosti" is discussed. Attention is paid to the actions of the Russian army: to the principles of quantitative data submitting, troop movements and God's assistance.

Keywords: historical stylistics, Vedomosti, the Northern War, Russian journalism of the 18th century.

Свенцицкая Людмила Петровна,
Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
lsventsitskaya@rambler.ru

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА ВОЕННЫХ КОРРЕСПОНДЕНТОВ НА ФАКУЛЬТЕТАХ ЖУРНАЛИСТИКИ: ОБУЧЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЯМ ОСВЕЩЕНИЯ ВООРУЖЕННЫХ КОНФЛИКТОВ

Статья «Профессиональная подготовка военных корреспондентов на факультетах журналистики: обучение технологиям освещения вооруженных конфликтов» посвящена актуальным проблемам обучения и профессиональной подготовки будущих военных корреспондентов на факультетах журналистики. Подготовка военных корреспондентов требует квалифицированных специалистов, обладающими новыми компетенциями и метапредметными умениями, развития профессионально-ориентированных навыков работы в экстремальных условиях.

Ключевые слова: военный корреспондент, вооруженный конфликт, военная журналистика, профессиональная подготовка военных корреспондентов.

В настоящее время в России особое внимание массмедиа концентрируется на освещении события в зоне специальной военной операции. Массмедиа должны адекватно отображать социальную глубину, характер и возможные тенденции освещения вооруженных конфликтов и специальных военных операций.

При освещении вооруженных конфликтов современное общество требует от массмедиа отображения объективной реальности происходящего. Понимание происходящего невозможно без анализа предпосылок – знакомства с характером отношений противостоящих сторон до того, как эти отношения достигли критической фазы.

События, происходящие в современном мире, диктуют новые подходы в подготовке журналистских кадров. На факультетах журналистики необходимо готовить специалистов многопланового спектра, учитывая политическую обстановку в стране. В силу этих изменений неизбежно должны претерпевать трансформацию содержание и характер подготовки военных корреспондентов, способных действовать в современных условиях.

При подготовке военных корреспондентов нужно ориентировать студентов факультетов журналистики на принципы свободы слова, морали, профессиональной этики, на взгляды, черты и свойства, которые вытекают из общечеловеческих ценностей.

При подготовке военных корреспондентов, работающих в зоне вооруженных конфликтов или специальных военных операций, необходимо

развивать профессионально-ориентированные компетенции, умения работать в экстремальных условиях.

Возникает необходимость введения специализированного курса с привлечением военных специалистов, специалистов в области права, психологии, политологии, конфликтологии. Подготовка военных корреспондентов требует квалифицированных специалистов, обладающими новыми компетенциями и метапредметными умениями.

На факультетах журналистики в курс обучения при подготовке военных корреспондентов должны быть включены следующие темы: право на поиск и получение информации журналистами, проблема доступа к источникам информации, поиск и получение информации в чрезвычайных ситуациях; подготовка журналистов для командировки в зону вооруженного конфликта или специальной военной операции; вопрос определения статуса журналиста, находящегося в зоне вооруженного конфликта, порядок аккредитации, журналистское удостоверение, опознавательные знаки, символика, использование бронежилетов и иных средств защиты; методы и приемы подачи материала в массмедийном пространстве; обучение технологиям освещения вооруженных конфликтов.

С этой точки зрения и следует рассматривать задачи и характер обучения студентов в процессе овладения ими журналистской профессией.

Преподавателям факультетов журналистики в процессе обучения студентов необходимо выстраивать современные образовательные стратегии с целью развития военной журналистики, подбирая соответствующую тематику курсовых и выпускных квалификационных работ.

Так, в 2022 году под моим научным руководством на кафедре медиалингвистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова была подготовлена выпускная квалификационная работа «Очерки и репортажи военных корреспондентов: приемы и методы подачи материала в англоязычных и русскоязычных средствах массовой информации». Студентка факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова изучила индивидуальные языковые приемы советского фронтового корреспондента Константина Симонова и американского военного журналиста Эрни Пайла, определила общие методы подачи информации в материалах Константина Симонова и Эрни Пайла, провела конструирование образов участников войны.

В выпускной квалификационной работе проведено и проанализировано (проведенное на платформе GoogleForms) социологическое исследование «Фронтовые корреспонденты Второй мировой войны». Такие лингвосоциологические исследования имеют большую перспективу для научного изучения и для обучения профессии будущих военных корреспондентов.

Были выявлены жанровые, композиционные, лексические и синтаксические особенности корреспондентов Константина Симонова и Эрни Пайла, на примере работ «Русское сердце», «The Death of Captain Waskow» («Смерть капитана Васкоу»), «Дни и ночи» и «The Dreadful Masterpiece»

(«Ужасный шедевр»), а также проведен сопоставительный анализ стилистических приемов и методов подачи журналистами материала.

В работе проведен сопоставительный и контрастный анализ материалов Константина Симонова и Эрнст Пайла, изучена специфика работы военных корреспондентов, сделан стилистический, композиционный и жанровый анализ их очерков «Русское сердце» и «The Death of Captain Waskow» («Смерть капитана Васкоу») и репортажей «Дни и ночи» и «The Dreadful Masterpiece» («Ужасный шедевр») и выявлено сходство и различие языковых приемов.

Пример данной выпускной квалификационной работы показывает, что студенты факультетов журналистики стремятся обобщить опыт развития военной журналистики, интересуясь очерками и репортажами фронтовых и военных корреспондентов.

Таким образом, практико-ориентированные стратегии, проектно-исследовательские работы помогают преподавателям факультетов журналистики при обучении и профессиональной подготовке будущих военных корреспондентов.

Svetnitskaya Lyudmila Petrovna

M.V. Lomonosov Moscow State University

Professional preparing military correspondents at faculties of journalism: training in technologies for covering armed conflicts

The article «Professional training of war correspondents at the faculties of journalism: teaching the technologies of covering armed conflicts» is devoted to actual problems of learning and professional training of future war correspondents at the faculties of journalism. The training of war correspondents requires skilled professionals with new competencies and metasubject skills, developing professional-oriented work skills in extreme conditions.

Key words: war correspondent, armed conflict, military journalism, training of war correspondents.

Струговец Виталий Михайлович
Центральный научно–исследовательский институт
точного машиностроения
strugvec@rambler.ru

ТЕХНОЛОГИЯ ОСВЕЩЕНИЯ ВОЕННЫХ КОНФЛИКТОВ (НА ПРИМЕРЕ СВО)

На примере информационного обеспечения проходящей специальной военной операции рассматривается технология освещения военных конфликтов. Отмечается, что информационное обеспечение военных конфликтов ведется во всех сферах, так или иначе с ним связанных: внешне – и внутриполитической, экономической, социальной, собственно военной и др. Автор подчеркивает, что в современных вооруженных конфликтах информационный компонент самым серьезным образом влияет на развития событий. Только четко выстроенное взаимодействие силовых структур и прессы, оперативное и качественное информирование общественности помогут избежать информационной вакханалии.

Ключевые слова: военный конфликт, технология освещения, информирование.

Информационное обеспечение военных конфликтов ведется во всех сферах, так или иначе связанных с конфликтом: внешне – и внутриполитическая, экономическая, социальная, правоохранительная, собственно военная и др. Рассмотрим только одну грань этой обширной работы: технологию освещения военного конфликта (на примере Специальной военной операции) со стороны Министерства обороны России.

В современных вооруженных конфликтах информационный компонент самым серьезным образом влияет на развития событий. Только четко выстроенное взаимодействие силовых структур и прессы, оперативное и качественное информирование общественности помогут избежать информационной вакханалии.

Основная тема в информационной деятельности Минобороны РФ при освещении СВО – собственно *информирование о ходе операции*. Эту работу в военном ведомстве построили опираясь, в том числе, на значительный опыт аналогичной деятельности в годы Великой Отечественной войны – ежедневное предоставление оперативной информации. Даже формально документ аналогичен Сводке Информбюро – «Сводка Министерства обороны Российской Федерации».

Информация подается практически в режиме реального времени: «за прошедшие сутки...» - традиционная фраза в сводке. Оперативность подачи информации говорит об отлаженной системе ее сбора, систематизации, обработки, отбора важных сообщений, которые можно выдавать в «паблик», расставляя свои акценты.

Максимальная оперативность подачи информации демонстрирует понимание Минобороны того факта, что информационное пространство не терпит пустоты, которая сразу же заполняется либо противоборствующей стороной, либо мнением «экспертов», зачастую не обладающих полной информацией об обстановке.

В первое время СВО официальные сведения предоставлялись обществу трижды в день. И это объяснимо, т.к. требовалось насытить информационное пространство. Затем Минобороны перешло на 2-х разовый выпуск Сводок.

Обязательной чертой сегодняшнего информационного освещения СВО, в отличие от той же 1-й чеченской войны, стала *легитимация проведения операции*, обоснование справедливости своих действий. Причем вся первичная информация в наиболее острые моменты – начало СВО, объявление частичной мобилизации – исходила из источника, которому россияне доверяют больше всего – Президента России, Верховного Главнокомандующего Владимира Владимировича Путина.

Еще одна обязательная деталь «Сводок Министерства обороны РФ» – *итоговые цифры уничтоженной техники и вооружения противника* с начала операции, что наглядно показывает масштаб и уровень противостояния.

Вторая важная составляющая технологии освещения СВО – *нюсмейкеры*. Несмотря на то, что основной объем информации доводится руководителем ДИМК МО РФ генералом Игорем Конашенковым, военное ведомство при необходимости привлекает и других официальных нюсмейкеров максимально возможного высокого ранга. В частности, комментарии, связанные с возможностью использования противником химического и бактериологического оружия, дает начальник войск РХБЗ ВС РФ генерал-лейтенант Игорь Кириллов, проблематику «гуманитарных коридоров» освещал начальник Центра управления обороной РФ генерал-полковник Михаил Мизинцев, необходимость оставления плацдармов на правом берегу Днепра пояснял командующий (на тот момент) Объединенной группировкой войск в зоне СВО генерал армии Сергей Суровикин.

Министерству обороны удалось привлечь к освещению СВО значительную *группу экспертов*, которые более свободны в трактовке событий, чем официальные лица, и через которых можно обнародовать определенную информацию.

Следующий значимый фактор в технологии освещения военного конфликта – *демонизация противника и героизация своих войск*. МО РФ максимально полно использует фактуру, способствующую формированию негативного отношения к ВСУ, прежде всего, националистическим подразделениям, и с достойной регулярностью рассказывает о героизме российских военнослужащих.

Особо выделим новые грани в практике освещения военного конфликта.

Подготовка резерва. Тема стала актуальной после объявления частичной мобилизации и осенью 2022 г. объем информации по ней превышал 30 % от всей информации, связанной с СВО.

Ранее практически не фиксировавшийся аспект, связанный с освещением военных конфликтов, – *информация о новых разработках вооружения и боеприпасов, проходящих испытания в боевых условиях*. За прошедший год обнародована информация об «обкатке» в зоне СВО нового стрелкового и противодронного оружия, тяжелого вооружения, высокоточных боеприпасов, линейки БПЛА и т.д. При этом Минобороны не только рассказывает о новинках, но и демонстрирует их «в деле».

Как следствие, на зарубежных оружейных выставках интерес к российскому оружию значительно вырос, т.к. оно, по словам руководителя Концерна «Калашников» Алана Лушникова, показывает свое превосходство, свои лучшие качества не в блиц-операции, а в масштабных общевойсковых боевых действиях.

Никогда ранее при освещении военных конфликтов не уделялось столько внимания в целом работе оборонно-промышленного комплекса. Сейчас Россия демонстрирует, что несмотря на беспрецедентные санкции способна в короткий срок «перевести на военные рельсы» свою экономику и значительно нарастить выпуск военной продукции, в некоторых случаях более чем в 50 раз.

Можно констатировать: год, минувший с начала СВО, показал, что работа в информационной сфере при проведении операции организована с учетом ошибок и опыта прошлых военных конфликтов на постсоветском пространстве. Сейчас выстроена четкая модель взаимодействия Минобороны РФ со СМИ, обществом в целом. При этом, подача информации ведется с использованием разных форматов, жанров, источников.

Литература

Амиров, В. М. Российская журналистика вооруженных конфликтов : современные практики и тенденции развития: диссертация на соискание ученой степени доктора филологических наук. УрФУ. – Екатеринбург. 2020. 311 с.

Алехин, Г. Т. По ту сторону чеченской войны / Г. Т. Алехин. – М. : Вече. 2017. 288 с.

Лассуэл, Г. Техника пропаганды в мировой войне / Перевод с английского В. Г. Николаева. – М. : ИНИОН РАН, 2021. 237 с.

Погорелый, М. М. Редакционная политика российских СМИ в освещении военных вопросов / М. М. Погорелый. – М. : Гендальф, 2002. 253 с.

Погорелый, М. М., Сафранчук, И. А. Современная российская военная журналистика: опыт, проблемы, перспективы / М. М. Погорелый, И. А. Сафранчук. – М. : Гендальф, 2002. 254 с.

Strugovets Vitaly

Central Research Institute of Precision Engineering (Moscow, Russia)

The Technology of Reporting Military Conflicts (by the example of the special military operation)

On the example of information support of a special military operation underway the technology of coverage of military conflicts is considered. It is noted

that information support of military conflicts is carried out in all spheres, somehow connected with it: external and internal political, economic, social, military proper and others. The author emphasizes that in modern armed conflicts the information component most seriously affects the development of events. Only accurately built interaction of power structures and the press, operational and quality information to the public will help to avoid information bacchanalia.

Keywords: military conflict, coverage technology, Informing.

Суркина Арина Олеговна
Луганский государственный педагогический университет
arinnaas@mail.ru

ОТОБРАЖЕНИЕ ВОЙНЫ В СОВРЕМЕННЫХ ФОТОЖАНРАХ

В статье раскрывается важность изучения военной фотографии как современной визуализации событий, имеющих огромное значение для формирования отношения к государству и его народу. Сделан обзор фотографий журналистов, военных корреспондентов и блогеров, отражающие военные события на Донбассе, выкладываемый на популярных пабликах с социальных сетях, а также в интернет-СМИ.

Ключевые слова: фотография, военная фотография, интернет, Донбасс, журналист.

Актуальность выбранной нами темы обусловлена тем, что в современном информационном пространстве значительно усилилась роль визуализации при подаче информации. В особенности это стало важно в сфере фотожурналистики, которая сейчас претерпевает значительные трансформации. Фотография в СМИ призвана отражать социально-политические реалии, поступки, действия человека как выразителя определенных взглядов в контексте социально-политической ситуации. Фотография сегодня – мощное средство коммуникации. Общаясь в социальных сетях и мессенджерах, мы все чаще отдаем предпочтение не текстовым сообщениям, а фотоизображениям.

Актуальность исследования военной фотографии в современном аспекте не вызывает никаких сомнений. Фотография сохраняет для нас моменты истории, место и время события, в котором реципиент не смог принять непосредственное участие, за него это сделал журналист. Если бы не было этой технологии «остановить мгновение», сколько бы важных событий войн прошлого и настоящего ушло бы в прошлое навсегда, не оставив визуализации. Работа журналистов на месте военных конфликтов дает нам возможность попытаться объективно изучить характер конкретной войны, что имеет значение и для осмысления истории, оценки реальности, формирования мировоззрения, понимания целой череды важнейших событий. Участие государств в войнах характеризует их политику, имидж, репутацию, что важно как для истории и современности, так и для прогнозирования будущего.

Если учесть обострившийся характер современных информационных войн, активно развернувшихся в медиапространстве, то следует отметить особую важность изучения военной фотографии как современной визуализации событий, имеющих огромное значение для формирования отношения к государству и его народу.

С развитием эпохи цифровой фотографии и всемирной сети проблема освещения военных конфликтов при помощи визуализации стала еще острее, чем это было в прошлом. И. Мещеряков указывает, что за последние десять лет

средства массовой информации многократно усилили влияние на политическое сознание населения. Главными причинами этого называются резкое увеличение объемов производимой и потребляемой информации.

На первый взгляд, кажется, что наличие возможностей каждому пользователю иметь доступ к информации и даже выкладывать в сеть фото с места событий, даст небывалый потенциал для правдивого освещения событий. Но оказалось, что нет. Стало возможным выкладывать в сеть не только фото с места событий, но и постановочные фотографии, подкорректированные с помощью компьютерных программ. При изучении того, каким образом освещаются военные действия на Донбассе в современном интернет-пространстве мы столкнулись с беспрецедентным, по сути, созданием реальности в виртуальном цифровом мире. С одной стороны мы могли наблюдать огромное количество фотографий с мест боевых действий, сделанных как военными корреспондентами, так и солдатами, и даже мирными жителями, попавшими в зону проведения СВО.

С другой стороны, с помощью именно реальных фотографий, но взятых в интерпретируемом контексте или же попросту переделанных при помощи различных программ, создавалась другая реальность для украинской и западной общественности, в которой военные действия на Донбассе освещались крайне предвзято и неправдиво. Если была необходимость, то в ход шли фотографии с прошлых войн, а то и вовсе компьютерные изображения из игр. В освещении военных конфликтов фотография играет особенно важную роль. Реципиенту важно увидеть фрагменты войны, чтобы понять ее смысл, осознать ее важность или же наоборот – бессмысленность.

В современном информационном обществе роль информационного сопровождения любых военных действий, а тем более играющих важнейшую роль для страны, возросла многократно. Доступ к различным источникам информации дает человеку привычку постоянно получать сведения, размышлять над ними или же находить подтверждения правильности своего видения военных действий, их причин, реалий и перспектив.

Начавшаяся 24 февраля спецоперация по освобождению Донбасса – яркий тому пример. С первого дня стало критически важным интерпретация этого действия и ее последующее восприятие общественным мнением. Ставка Запада была сделана на то, что удастся показать гражданам России ненужность, жестокость этой войны для того, чтобы общественное мнение ее не поддержало и даже осудило. К счастью, российским журналистам удалось переломить ситуацию среди российского сегмента интернет-пространства в пользу России в первую очередь из-за объяснений причин и показа вопиющих ситуаций, связанных с методами и способами ведения этой войны со стороны Украины.

При изучении того, каким образом освещаются военные действия на Донбассе в современном интернет-пространстве мы столкнулись с беспрецедентным по сути созданием реальности в виртуальном цифровом мире. С одной стороны мы могли наблюдать огромное количество фотографий с мест боевых действий, сделанных как военными корреспондентами, так и солдатами, и даже мирными жителями, попавшими в зону проведения СВО.

С другой стороны, с помощью именно реальных фотографий, но взятых в интерпретируемом контексте или же попросту переделанных при помощи различных программ, создавалась другая реальность для украинской и западной общественности, в которой военные действия на Донбассе освещались крайне предвзято и неправдиво. Если была необходимость, то в ход шли фотографии с прошлых войн, а то и вовсе компьютерные изображения из игр.

Приведем примеры искажения реального хода боевых действий в различных районах, где сейчас проходит СВО.

Фотографии разбитой военной техники производят примерно такое же впечатление, что и фото поверженного врага – удручающе для одной стороны и вдохновляюще для другой. Поэтому с началом спецоперации во всемирной сети в интернет-пространстве было выложено много фотографий разбитых танков, БМП и даже самолетов и вертолетов, где в случае необходимости символика ретушировалась и заменялась на «вражескую».

Наделала шум в сети и фотография с украинскими бойцами, которые якобы дошли до границы Харьковской области и России и поставили желто-голубой пограничный столб как знак своей победы. Предполагалось показать мужество украинских воинов, выдавивших со своей земли российских оккупантов, но очень скоро стало ясно, что фотография постановочная, сделанная под конкретный заказ в рамках информационной войны, которая идет параллельно с боевыми действиями, для поднятия бодрости духа у военных, хотя при создании этого проекта, как выяснилось, четверо бойцов погибли. На деле это была пиар-акция для создания иллюзии победы на Харьковском направлении в военном конфликте между Украиной и Россией.

Таким образом, в современной новейшей истории военная фотография в освещении конфликтов играет особую роль. Теперь она может быть не только документальным свидетельством событий, но и частью созданной реальности, которая сильно искажена по сравнению с объективной. В интернет-пространстве мы можем встретить большое количество фотоматериалов журналистов и блогеров, которые показывают героизм и будни войны, но также много фейковых постановочных фотографий, которые создают иную интерпретацию событий. Таким образом, в современной новейшей истории военная фотография в освещении конфликтов играет особую роль. Теперь она может быть не только документальным свидетельством событий, но и частью созданной реальности, которая сильно искажена по сравнению с объективной. В интернет-пространстве мы можем встретить большое количество фотоматериалов журналистов и блогеров, которые показывают героизм и будни войны, но также много фейковых постановочных фотографий, которые создают иную интерпретацию событий.

A.O. Surkina

Luhansk State Pedagogical University

War display in modern photo genres

The article reveals the importance of studying military photography as a modern visualization of events that are of great importance for the formation of attitudes towards the state and its people. A review of photographs of journalists, war correspondents and bloggers reflecting the military events in the Donbass, which is posted on popular public pages on social networks, as well as in online media, is made.

Key words: photography, military photography, internet, Donbass, journalist.

Шашкова Елена Викторовна
 Омский государственный университет имени Ф.М. Достоевского
 shashkova-lenochka@list.ru

**БАТАЛЬНЫЙ РЕПОРТАЖ:
 ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА
 (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕПРОЕКТОВ АРКАДИЯ МАМОНТОВА)**

В современном мире СМИ предстают действенным источником конструирования военной реальности. А военный репортаж, являясь частью военного дискурса, выполняет важнейшие функции: всесторонне освещает боевые события, репрезентирует актуальную информацию о происходящем, даёт личностную интерпретацию событий. Именно данным фактором обусловлена актуальность представленной работы. Цель исследования – выявить жанрово-тематические особенности батального репортажа. Исследовательские задачи: выявить условия и факторы зарождения жанра и особенности функционирования батального репортажа в зарубежной и отечественной журналистике; на основе изучения эмпирического материала определить и охарактеризовать основные типологические, формально-содержательные структурные и жанровые особенности батального репортажа; определить особенности авторского «Я» в традиционном и в современном батальном репортаже; изучить особенности военного дискурса и специфику жанров, входящих в него. Эмпирический материал – телевизионные проекты Аркадия Мамонтова, посвящённые военным конфликтам. Методы исследования: общенаучные методы наблюдения над материалом и описания, метод историзма, метод контент-анализа. Методика жанрового анализа использована для определения сущностных характеристик жанра батального репортажа.

Ключевые слова: военная журналистика, телевизионный репортаж, батальный репортаж, военный дискурс.

В сегодняшней медийной реальности потребитель может получить сведения о военном конфликте из последних выпусков новостей. Функция батального репортажа изменилась: теперь это не информирование аудитории, а раскрытие авторского замысла.

Аркадий Мамонтов – автор резонансных документальных фильмов, военный корреспондент. «Знать, что происходит, понять суть события, увидеть своими глазами» – эпитафия к его творчеству.

Батальные репортажи – это не просто картины боев и разрушений, но глубокие разрушения о природе войны.

Мы вместе с военным репортёром оказываемся в самом эпицентре событий. *Я входил вместе с НАТО в Косово. Я был прямо на границе. Событие обязательно развивается во времени. Это создаёт эффект достоверности. Окраина Цхинвала. Около 3 утра. Грузинская пехота рушит стеллу с названием города.*

В батальном репортаже автор – действующее лицо, «сочувствующее, эмоционально откликающееся, проверяющее ситуацию «на себе» (Шостак 1998: 43). Именно это создаёт обязательный эмоциональный фон репортажа. *Для меня это была большая трагедия. Не потому, что там были сербы, которые нам близки, а потому что там была гуманитарная катастрофа со всех сторон, там страдали и косовские албанцы, и сербы.*

Все приметы военных действий представлены в этих репортажах. *Стабилизаторы от мин, россыпь гильз, каски образца 1943 года. Картины разрушения в Донецке, Луганске, в больших и малых городах Новороссии. Подвалы, оборудованные для того, чтобы скрываться от бомбёжек. Старики, слышащие звуки бомбёжки, бегущие в подвал.*

Батальное «проникновение» представлено в лицах. Свидетели военного конфликта. В репортаже «Косово» Мамонтов приходит в дом к пожилой сербской женщине Лепке, которая вот уже 6 лет никуда не выходит из дома.

Жертвы военного конфликта. *Мы спокойно жили в своих домах, никого не трогали. Ничего мы не можем понять. Что произошло? Они врывались в наши дома, поджигали их, взрывали магазины, лавки.*

Инициаторы конфликта. *Почему США поддерживают радикальную оппозицию в Сирии? Почему они хотят давать оружие исламским радикалам? После 11 сентября 2001 года прошло много лет. Что все забыли, кто в этом виноват, кто это сделал?*

Подлинные герои войны. *В августе 2008 г. российские войска не просто воевали на Кавказе, они сражались за Родину. На защиту Цхинвала и миротворческих сил вылетели штурмовики Су-25.*

Обязательным элементом батального репортажа становится и изображение трофеев войны (оружие, техника, карты и прочие свидетельства войны).

У батального репортажа своя особая интонация: звуки взрыва гранаты и выстрелы танка, через которые прорывается голос репортёра.

Хронотоп батального репортажа. Аудитория, благодаря репортёру, начинает существовать в ритме войны. В репортаже «Косово», хронометраж которого составляет 33 минуты 19 секунд, а включает недельную работу съёмочной группы, мы фактически смогли увидеть всё Косово глазами репортёра. *За неделю мы объездили всё Косово, побывали почти везде.*

Кадры атаки, целенаправленные бомбовые удары – событийное поле репортажей. Мамонтов показывает обе противоборствующие стороны конфликта. *Это столкновение двух сил, двух цивилизаций, двух взглядов на одну и ту же проблему. Было видно, что и те, и другие батальоны, и русские, и американские солдаты были уверены в своей правоте.*

Функции батального репортажа. Определить специфику начального и конечного этапов войны, между которыми пропасть длиной в человеческие жизни. В репортаже «Косово» мы вместе с репортёром входим в город, где начинаются массовые беспорядки. И видим печальный финал – уничтоженные жизни, разрушенные храмы.

Оценить роль властей. *Мир возвращается в средневековье. Это борьба за свободу или это современные массовые чистки?*

Оценить масштаб жертв и разрушений. *В Косово всё стёрто. Там была гигантская сербская культура, монастыри, храмы, кладбища.*

Дать аудитории урок. *Это война цивилизаций. Это люди, которые не соблюдают межнациональный баланс интересов. А должны думать об этом ежедневно, ежеминутно, должны брать опыт прошлого. Это искусство компромиссов.*

Заставить задуматься о перспективах развития человеческого общества. В репортаже «Трофеи пятидневной войны» мы видим шокирующие кадры из окровавленного автомобиля в городе Цхинвале: двоих пожилых осетин убили прямо в машине из пулемёта, видим летящие бомбы, сбрасываемые с самолётов на Южную Осетию.

Одна из ключевых тем в работах Мамонтова – героическая военная история и связь времён. *15 июня 1389 года на Косовом поле произошло сражение между сербским войском князя Лазаря и турецкой армией султана Мурада Первого. Сегодня в XXI веке трагедия Косово повторяется снова.*

Природа войны – ненависть. *Игорь Георгиевский, военврач, казак Терской сотни, демонстрирует, чем украинская армия начинает свои снаряды. Внутри дротики, которые попадая в организм человека, оставляют в нём долгие, незаживающие раны. Такие дротики запрещены всеми известными конвенциями.*

Движущей силой в данных конфликтах оказывается молодёжь, *«уже воспитанная, обученная относиться к своей истории, к своему прошлому не так, как предыдущее поколение».*

Жертвы войны, беженцы – ещё одна постоянная тема. *Что будет с ними через год? Через 10 лет? Кому они будут нужны? Наши дома снесли. Сейчас их отстроили, но нам нельзя вернуться.*

Однако жертвами войны оказываются не только люди, но и духовные ценности. *Можете увидеть там, где разрушены церкви, они всё расчистили и сделали паркинги, чтобы не было видно, что здесь когда-то стояла церковь.*

«У репортажа всегда есть и «тема-образ» (Шостак 1998: 46). У Мамонтова это – разгромленная, но не уничтоженная вера. Воинствующая албанская молодёжь взбирается на древние храмы и срывает с крыш кресты. Но выжившие в этой войне люди приходят к руинам храма, целуют камни и получают от них исцеление.

Батальный репортаж возникает и начинает активно функционировать именно в те кризисные моменты истории, когда по каким-нибудь политическим или иным обстоятельствам огромные массы людей, создавая историю, приходят в движение, вторгаются в ход событий, определяют своё место в происходящих процессах.

Литература

Шостак, М. И. Журналист и его произведение: практическое пособие / М.И. Шостак. – М. : ТОО «Гендальф», 1998. 96 с.

Shashkova Elena Viktorovna

Omsk State University named after F.M. Dostoevsky

Battle report: genre-thematic specifics (using the example of Arkady Mamontov's tv projects)

In the modern world, the media appear to be an effective source for constructing military reality. And military reporting, being a part of military discourse, performs the most important functions: it comprehensively covers military events, represents up-to-date information about what is happening, and gives a personal interpretation of events. It is this factor that determines the relevance of the presented work. The purpose of the study is to identify the genre and thematic features of the battle report. Research objectives: to identify the conditions and factors of the origin of the genre and the features of the operation of battle reporting in foreign and domestic journalism; based on the study of empirical material, to determine and characterize the main typological, formal-content structural and genre features of the battle reportage; to determine the features of the author's "I" in traditional and modern battle reporting; to study the features of military discourse and the specifics of the genres included in it. Empirical material - Arkady Mamontov's television projects dedicated to military conflicts. Research methods: general scientific methods of observation of the material and description, the method of historicism, the method of content analysis. The genre analysis technique was used to determine the essential characteristics of the genre of battle reporting.

Keywords: military journalism, television reportage, battle reportage, military discourse.

Якименко Людмила Николаевна
Луганский государственный педагогический университет
yakimenkol@list.ru

ЭКСТРЕМАЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: МЕДИАОСВЕЩЕНИЕ ВОЕННЫХ СОБЫТИЙ В ДОНБАССЕ (2014)

В статье дано определение экстремальной журналистики, описаны профессиональные и человеческие качества военного корреспондента, перечислен ряд трудностей, с которыми сталкиваются журналисты экстремальных ситуаций: реальной для медийщиков является опасность погибнуть. Сделан акцент на том, что российский журналисты, освещающие события 2014 г. в Донбассе, честно и добросовестно выполняли свой долг, объективно информируя аудиторию о реальном состоянии вещей.

Ключевые слова: экстремальная журналистика, военные события в Донбассе (2014), военные корреспонденты.

В современных условиях глобализации, нарастания антагонизма между странами-претендентами на мировое господство, что проявляется в ряде «цветных революций», гражданских войн, государственных переворотов, непосредственных военных столкновений, осуществленных, чаще всего, по указанию извне, актуализировался вопрос о роли и месте экстремальной журналистики в информационном пространстве любой страны, особенно той, которая втянута в вооруженный конфликт. В нашем случае – военный конфликт в Донбассе (2014) стал настоящим вызовом и экзаменом на профессионализм для журналистов экстремальных ситуаций.

В своем исследовании, вслед за В. Амировым (Амиров 2012), под «экстремальной журналистикой» мы понимаем одно из направлений журналистики, в котором сбор и анализ информации для подготовки медиаматериалов ведется в экстремальных условиях – непосредственно в зонах боевых действий, этнорелигиозных и иных вооруженных конфликтов, в районах чрезвычайных положений, природных и техногенных катастроф (извержение вулканов, землетрясения, сход снежных лавин, наводнение и т.д.), а также чрезвычайных происшествий (пожары, транспортные катастрофы, криминальные события и др.). При этом работа журналиста осложнена самой ситуацией, в которой он выполняет свои профессиональные обязанности, а также связана с риском для его жизни и здоровья.

Исследователи предлагают условное разделение экстремальных ситуаций на подвиды: экстремальные ситуации природного и техногенного характера (аварии, катастрофы, стихийные бедствия) и экстремальные ситуации, связанные с человеческим фактором (военные конфликты, террористические акты, массовые беспорядки). Отдельно используется дефиниция «горячая точка» – «место возникновения напряженной или опасной ситуации» (Князев 2001).

В подавляющем большинстве редакций СМИ существует неписаное правило: к освещению боевых действий, этнических конфликтов привлекаются только специально подготовленные журналисты, а чрезвычайные события освещают все работники редакции. Журналист при этом, кроме непосредственных профессиональных знаний, должен досконально изучить законодательство – как национальное, так и международное (речь идет, например, о Женевской конвенции «Об обращении с военнопленными» (1929), Дополнительных протоколах к Женевским конвенциям (1977)), регулирующее деятельность работника СМИ в экстремальных условиях, а также позволяющее определить его права, обязанности, защитить в случае попадания в плен или во время ареста. В первую очередь, это касается журналистов, работающих в зоне боевых действий, в «горячих точках».

Следует сказать, что военная журналистика и публицистика как раз и принадлежат к журналистике экстремальных ситуаций. Как и столетия назад, в современных конфликтах СМИ представляют собой значительную мобилизующую и боевую мощь, которую используют воюющие стороны. Довольно часто они такой же боевой ресурс, как танки, самолеты и корабли, поскольку с помощью телевидения, прессы, Интернет-СМИ, социальных сетей можно достичь побед в информационной войне с противников. Качественный медийный материал помогает поднять боевой дух воинов и привлечь международное внимание к определенному конфликту, что мы могли наблюдать в отношении освещения событий, например, в Донбассе (2014).

Кроме того, в современном мире, в эпоху глобальных информационных технологий, к сожалению, СМИ стали важным оружием не только в урегулировании вооруженных конфликтов, но и в их дестабилизации. Поэтому и возникают особые этические коллизии при сборе информации во время военных действий: журналистов часто обвиняют в том, что их сообщения только радикализируют конфликт, что порождает призывы относительно введения цензуры в освещении военного конфликта. Однако эксперты обосновано утверждают, что замалчивание конфликта СМИ приводит к заполнению информационной лакуны слухами, непроверенной информацией, «утками», «фейками», а это может спровоцировать панику, дезинформировать населения, привести к потере доверия аудитории к масс-медиа. Задачей журналистов, которые собирают информацию в условиях военных действий, является точное и достоверное информирование людей. Информация должна подаваться «без купюр», кроме предусмотренных законом и нормами этики случаев, чтобы уберечь жизни гражданского населения. Он не должен допускать эмоционально-оценочных высказываний, субъективных суждений, распространения непроверенных данных: между оценкой и фактом нужно отдавать предпочтение последнему.

При этом следует сразу отметить: профессиональный журналист не создает и даже не воспроизводит события, а освещает их, привлекает внимание читателей/зрителей/слушателей к тому, что произошло в определенном месте в определенное время. Учитывая тот факт, что во всех экстремальных случаях речь всегда идет о человеческих трагедиях, то просто недопустимо прибегать к

любым «искусным» ходам и фальсификациям. Также важно осознавать, что существует тонкая, но важная грань между правом на информацию и правом на безопасность.

Работники СМИ должны избегать манипулирования, агитации и пропаганды – приемов, которые усиливают эмоциональное влияние на аудиторию и подсознательно формируют определенное мнение. Речь идет о натурализме при описании убитых и раненых, о героизации/сакрализации одной из сторон конфликта, демонизации – другой, индивидуализации/персонификации действующих лиц только из одного лагеря, деперсонализации потерь, символизации военных регалий, глобализации конфликта, о призывах к солидарности в одностороннем порядке, изложении тенденциозно подобранных и вырванных из контекста фактов и тому подобное.

Следует помнить, что военные также имеют право на информирование наравне с гражданскими, но они довольно часто, и не без основания, пытаются ограничить возможности журналистов относительно получения данных: «растяжки», гранаты, снайперы, обстрелы вражеской стороны – убедительный довод для медийщиков, военных корреспондентов не передвигаться по территории без соответствующего сопровождения военными, что не дает возможности брать интервью, показывать солдат в состоянии шока, раненых или убитых, но и сам журналист должен уважать человеческое достоинство как живых, так и погибших солдат.

За время проведения военных действий в Донбассе (2014 – 2015) права журналистов, работающих на этих территориях, неоднократно нарушались, многие журналисты российских телеканалов погибли (А. Миронов, И. Корнелюк, А. Волошин, А. Клян, А. Стенин). Самое печальное: это была не случайная смерть – на них объявили настоящую охоту, как об этом сообщали российские аналитики и очевидцы. Считается, что это было связано с из профессиональной деятельностью, направленной против фальсификации фактов о событиях в ЛНР и ДНР. Луганские, донецкие и российские СМИ предлагали альтернативную «западной» точку зрения: рассказывали об обстрелах жилых кварталов ЛНР и ДНР, убийстве мирных жителей, о жестокости «батальонов», о гуманитарной катастрофе в регионе, о помощи России продуктами и медикаментами в «белых грузовиках», что, конечно же, вызывало недовольство и критику со стороны «коллективного Запада», но большинство журналистов остались верными своему профессиональному долгу, человеческой чести и совести.

Литература

- Амиров, В. М. Журналистика экстремальных ситуаций (конспект лекций) / В. М. Амиров. – Екатеринбург : Изд-во Уральск. ун-та, 2012. 51 с.
Князев, А. Журналистика конфликта / Князев А. – Бишкек, 2001. 99 с.

L. Yakimenko

Luhansk State Pedagogical University

Extreme journalism: media coverage of military events in Donbas (2014)

The article defines extreme journalism, describes the professional and human qualities of a war correspondent, and lists a number of difficulties faced by journalists of extreme situations. The danger of death is also real for media people. The emphasis is placed on the fact that Russian journalists covering the events of 2014 in Donbas honestly and conscientiously performed their duty, informing the audience about the real state of things.

Keywords: extreme journalism, military events in Donbas (2014), war correspondents.

Беликова Альбина Павловна
Луганский государственный педагогический университет

Каторгина Дарья Юрьевна
Луганский государственный педагогический университет
katorginalnu@yandex.com

ТЕМА ВОЙНЫ В ЖЕНСКОЙ ПУБЛИЦИСТИКЕ

Мировые события ставят людей в условия необходимости прорабатывать значительное количество информации. В данной статье речь пойдет о женщинах-корреспондентах, освещающих военные события, а также об особенностях женской военной публицистики.

Ключевые слова: война, женская военная журналистика, военные корреспонденты-женщины, Ольга Алленова, Юлия Юзик, Марина Ахмедова.

В современном обществе женщины работают в самых разных областях, и медиасфера не стала исключением, даже в таком ее специфическом направлении как военная журналистика. Несмотря на то, что фразы «у войны не женское лицо» и «женщинам не место на войне» стали крылатыми, женщины занимают важное место в военных перипетиях и как воины, и как тыловики и, конечно же, как журналисты. Как говорил Лев Троцкий: «Вы можете не интересоваться войной, но тогда война заинтересует вас». И девушки, выбравшие для себя ответственную и тяжелую профессию – журналистику – просто не могут игнорировать происходящее в мире. Зачастую именно женский взгляд на войну является новаторским и необходимым обществу.

Война – это не только боевые действия, сражения, наступления. Это намного более обширное понятие – война затрагивает не только военных, но и мирных жителей, каждый из которых переживает ее по-своему.

Женские журналистские материалы о войне сильно отличаются от мужских. Во многом это связано с тем, что мужчины уделяют больше внимания геополитике, обстановке на линии фронта и техническим моментам, таким как оружие, местонахождение военных в определенный момент времени. Женщины же обращают внимание на детали и отдельные истории, смотрят на жизнь мирных жителей – тех, чьи дома разрушены, чьи близкие ранены или убиты, чьи дети во дворе играют осколками снарядов. Женщины освещают то, как военные действия повлияли на обычную жизнь в стране. Они уделяют особое внимание судьбам людей, чем передают аудитории ту драму, которую так интересно читать.

«Сегодня наши ребята делают материал, как правило, на 3–4 балла. Если в зону военного конфликта мы отправляем женщину, то из ее рук выходит

великолепный материал» – говорит военный продюсер телеканала «Звезда» Николай Баранов.

Женщины-журналисты имеют некоторые преимущества по отношению к мужчинам. Девушки вызывают больше доверия и меньше чувство опасности у общества. Женщин не боятся, им стараются помочь, поэтому им легче попасть в любую военную дверь к солдатам или беженцам. Женщинам охотнее поведают какую-либо информацию, что в будущем поможет ей написать более интересный и эксклюзивный материал. По словам военной журналистки Надежды Ажгихины, женщины не один раз меняли представления о военном репортаже.

Именно женщины-журналисты привлекли внимание общественности к проблеме сексуального насилия над девушками во время войны в Югославии. По мнению внештатной журналистки, освещавшей события в Ираке и Афганистане, Монике Вилламизар, некоторые новостные темы женщины могут освещать лучше, глубже, чем мужчины. «Если не посылать женщин в горячие точки, нельзя понять судьбы других женщин, которые живут в местах военных конфликтов, – считает журналистка. – Если ты едешь на Ближний Восток, и в тебя бросают там камни и тебе говорят оскорбительные слова – ты на себе понимаешь, как здесь живет женщина. Я считаю, что это помогает тебе стать лучшим репортером, когда ты не отстранен от опасности, переживаешь ее на себе» (Терехова 2015).

Женское освещение войны является более живым, настоящим, разносторонним. Например, дневник Ольги Алленовой «Чечня рядом. Война глазами женщины» дает намного более четкое представление о чеченском конфликте, нежели сводки новостей. Текст очень экспрессивен, речь эмоционально-окрашена и от этого еще более интересна. В книге соблюдены все жанрообразующие факторы репортажа, от большого количества деталей до достигнутого эффекта присутствия.

Книга Марины Ахмедовой «Уроки украинского. От Майдана до востока» состоит практически полностью из диалогов, в которых четко прослеживается отношение народа к конфликту 2014 года на Донбассе.

Очень интересным композиционным решением пользуется Юлия Юзик в своей книге «Словарь Беслана», которая действительно составлена как словарь – каждой букве соответствует определение, а следом описывается ситуация, связанная с ним. Например, буква «В – вода», а ниже – история о том, как заложники мучились от жажды. Это позволяет глубже проникнуть в описываемую историю, прочувствовать всю атмосферу, которую переживали люди.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что женская публицистика о войне имеет такие специфические черты как внимание к деталям, разносторонность освещения проблемы войны не только с точки зрения геополитических событий, а с точки зрения жизни простого человека. Женской военной публицистике также характерны глубина и эмоциональность восприятия окружающей действительности.

Литература

Бесланский словарь / Сост. Юлия Юзик. – М. : Захаров, 2006 – 159 с.

Терехова, Е. А. Женское лицо военной журналистики / Е. А. Терехова.

Режим доступа : <http://faceofwar.tilda.ws/> (дата обращения 10.04.2023).

Ахмедова, М. Уроки украинского. От Майдана до Востока / Марина Ахмедова. – М., 2015. 350 с.

Алленова О. Чечня рядом : война глазами женщины / Ольга Алленова. – М. : Коммерсантъ, Питер, 2008. 455 с.

A. Belikova

Luhansk State Pedagogical University

D. Katorgina

Luhansk State Pedagogical University

The theme of war in women's journalism

The military theme in modern journalism is gaining more and more momentum. World events put people in conditions of the need to work through a significant amount of information. This article will focus on women correspondents covering military events, as well as on the features of women's military journalism.

Key words: war, women's military journalism, women war correspondents, Olga Allenova, Yulia Yuzik, Marina Akhmedova.

Ваулин Кирилл Дмитриевич
Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
777kring2100@gmail.com

ИНФОРМАЦИОННАЯ ВОЙНА. ИНФОРМАЦИОННАЯ ГИГИЕНА В УСЛОВИЯХ СВО

В данной статье рассматривается влияние информационных средств на человека. Описаны методы информационного противостояния в условиях СВО. Разобраны удачные пропагандистские акции. Изучены механизмы защиты от информационного шума.

Ключевые слова: информационная война, информация, пропаганда, информационный шум, СВО.

Средства создания и распространения информации развиваются с каждым годом. На данный момент информационный охват достиг всеобъемлющего масштаба. Информация и ее интерпретация издавна были инструментами воздействия на человека. Этими инструментами пользовались для получения определенных предпочтений в геополитике.

С февраля прошлого года, битва нарративов выходит на новый уровень. Задача битвы – управление эмоциями гражданских и военных масс противника и собственного населения. Цель – изменение общественной управляемости, лояльности, уровня доверия. Можно вспомнить удачные примеры отечественных пропагандистских операций – выступления президента в Лужниках, брифинги министерства обороны РФ, ряд телевизионных передач, социальные сети лидеров общественных мнений.

К сожалению, нельзя рассматривать только успехи. Следует помнить, что в это же время наш коллективный противник занимался и занимается контрпропагандой, фальсификацией фактов, сведением населения с ума. Вне зависимости от эффективности одной акции со стороны запада, множество новостей с обеих сторон создают информационный шум. Обильный поток новостей, доносимый до пользователя, притупляет критическое мышление, затормаживает способность отдельно взятого человека логически анализировать события. Результатом пропагандистских действий с двух сторон оказывается негативное воздействие на разум потребителя информации. Информационный шум использовали, как оружие, уже во время Второй мировой войны, о чем пишет А. Ф. Зубаков в статье «Защита человека от негативного влияния информационного шума»: «Иногда информацию нельзя спрятать или заглушить, и для этого она скрывается за большим количеством сообщений, идущих вместе с ней. Это позволяло запутать потребителя в потоке данных. Такой прием использовался во Второй мировой войне. Если требовалось найти передатчик врага расположенного в тылу, делали следующее: на волне схожей с волной передатчика начинало работать

множество передатчиков, которые забивали эфир набором бесполезных сообщений» (Зубаков 2015).

Важно отметить, что человек, потребивший информацию, становится ее ретранслятором. Количество активных ретрансляторов увеличилось в связи с началом СВО. Пользователь, дезориентированный потоком новостей, получив достоверную новость, не в состоянии здраво оценить и передать ее. Ярким примером здесь могут послужить события вокруг крейсера «Москва», отступление из Херсона, из-под Киева, ввод первых пакетов санкций против России. На волне данных событий отдельные пользователи социальных сетей, некоторые военные корреспонденты впадали в панику, сеяли пораженческие настроения, пророчили неизбежное поражение нашей Родины. Совершенно обратная картина складывалась после удачных шагов. Молниеносную победу обещали после освобождения Мариуполя, присоединения Мелитополя, Херсона. Подобные перемены настроений в обществе являются маркером того, что общество подвержено манипуляции. Н. А. Миронов в статье «Человек как информационный организм: к идее информационной гигиены» отмечает: «...Человек есть организованная и структурированная совокупность информации, постольку его идентичность или целостность зависит от того, насколько структурирована и согласована в его сознании та информация, которую он получает от внешнего мира, и та информация, которую он сам транслирует в мир» (Миронов 2017). Чем реальнее кажется близость победы, тем больший эмоционально-психологический урон от новостей о неудачах. Эмоциональные «качели» ведут к разрушению идентичности человека, лишению его способности критически мыслить. Человек, лишенный способности критически мыслить и транслирующий для своего окружения непроверенный или усиленный информационный шум, опасен. Не по собственной воле данный гражданин становится инструментом в руках настоящего врага, цель которого – подрыв, дестабилизация тыла страны, госпереворот, лишение суверенитета.

Обезопасить инфосферу человека полностью нельзя – ретрансляторы информации работают у обеих противоборствующих сторон. Отключить свой для уменьшения информационного шума – отдать умы населения во власть врага. В условиях СВО, на данный момент, не было представлено возможностей по заглушению информационного потока со стороны коллективного Запада. Однако можно уменьшить наносимый ущерб. Примером тому может послужить блокировка иностранных социальных сетей, в которых реабилитировали нацизм, призывали к расправе над русским населением.

Одними запретами обойтись невозможно. Для поддержания стабильной ситуации в государстве требуется провести разработку механизмов трансляции и извещения населения. Необходимо организовать получение обратной связи для представления реального положения дел. Нужна медийная поддержка пророссийских лидеров мнений, доступно объясняющих населению происходящее. Создание локальных и глобальных юридических кадров для разъяснительной политики. Также желательно реализовать технические каналы донесения информации до стран коллективного Запада, готовить и

формировать лидеров общественных мнений также, как они формируют их у нас. От обычного человека требуются критическое мышление, скепсис ко всем негосударственным источникам, проверка «громких» новостей.

Военные действия без информационного тыла на данный момент невозможны. Развитие технологий диктует свои условия. Теперь от каждого зависит исход противостояния.

Литература

Зубаков, А. Ф. Защита человека от негативного влияния информационного шума / А. Ф. Зубаков // Научный поиск. 2015. № 2.4. – С. 73 – 74.

Миронов, Н. А. Человек как информационный организм: к идее информационной гигиены / Н. А. Миронов. – Магнитогорск : Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова, 2017. С. 263 – 266.

Vaulin Kirill Dmitrievich

Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

Information war. Information hygiene in a SMO conditions

The influence of information means on a person is considered in this article. The methods of information confrontation in the SMO conditions were described. Successful propaganda actions were understood. Mechanisms for protection against information noise were studied.

Key words: information war, information, propaganda, information noise, SMO.

Дегтярева Ольга Викторовна
Северо-Западный институт управления Российской академии народного
хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации
olgaspb2008@mail.ru

ДИСКУРСИВНЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В УКРАИНЕ

Важнейшей функцией любой идеологии является конструирование и поддержка представления членов общества о необходимом поведении в разных ситуациях. Тем самым вырабатываются определенные нормы поведения. Идеологии исполняют эту функцию благодаря артикулированию самих норм, или дискурсивному представлению соответствующего и несоответствующего поведения, дополненному поощрением одних и наказанием других. Этот процесс начинается с периода социализации новых членов сообщества с первых дней жизни и продолжается далее за счет нормативной ориентации со стороны разных идеологий и/или дискурсов. Некоторые нормы сообщество фиксирует в виде письменных источников (нормативные акты, процедура богослужения, правила правописания и пр.). Однако большая часть норм укореняется в сознании и самосознании. Затем их поддержка происходит благодаря демонстрации действий, которые отвечают заложенным ожиданиям. Преимущественное замалчивание вызывает разногласия в их трактовке. Понятие «нормальность» не принадлежало ранее к числу приоритетных для исследователей и аналитиков дискурса, однако сегодня, в условиях распространения культуры отмены, токсичных квази-идеологий (ЛГБТ, феминизм, зеленое движение) и глобальной конфронтации со странами НАТО (Трубникова 2020), нуждается в изучении, особенно в свете борьбы с новыми вызовами, перед которыми стоит Россия.

Ключевые слова: дискурс, идентичность, идеология, нормальность, актор.

Важным элементом определения участия в социально значимом событии (выборы, АТО, Евромайдан и т.п.), а значит, одним из оснований соотношения его с какой-либо устоявшейся нормой, – является восприятие себя и окружения, как людей определенного типа. В частности, когда избирателя агитируют в пользу какого-либо кандидата или программы, ему одновременно предлагают образ человека, который это поддерживает (этим человеком избиратель и должен стать), а также страны, в которой избранный лидер эту программу реализует. Подобная типологизация часто имеет форму трактовки себя и других как стойких носителей определенных черт или ориентаций – биологических, культурных, социальных, идеологических, которые и определяют сущность этих людей и их место среди других.

Самоопределение лица, известное как идентичность, (кроме толкования сущности лица, его самости (*ipse*, *selfhood*) в философии и психологии идентичности называют еще тождественностью (*idem*, *sameness*) (Pikep),

которая формируется во взаимодействии с тем, как определяют ее другие, в частности под влиянием действующих в обществе представлений о важности разных аспектов толкования человеческой сущности и места, а также способы их выявления. Такие представления побуждают лицо толковать предполагаемое наличие у него определенной черты как свойства, что именно эту черту субъект разделяет с большим или меньшим числом других. Поэтому каждый ответ на вопрос о собственной сущности относит человека к какой-либо общественной группе. Другими словами, идентичность лица предстает перед нами как идентификация этого лица с определенной группой и представлениями о принадлежности к ней. Так, например, лидеры Евромайдана в Украине представляли свое движение как собрание свободных и отважных людей (прогрессистов). Эта конструкция предполагала, что чуждая «другая Украина» – часть населения, не поддержавшая Майдан – имеет регрессивные черты, такие как, например, раболепие, совковость, трусость и отсталость. Как следствие, последнюю лишили права политической репрезентации. Это привело к крайнему упрощению дискурса и использованию конструкций «или-или».

Утверждение коллективной идентичности группы является предпосылкой формирования индивидуальной идентичности ее членов, потому что в этом формировании лицо использует существующие в обществе идентификационные ресурсы, то есть уже признанные идентификации (Майнхоф, Галасински 2007). Утверждение стоимости «своей» группы часто дополняется противопоставлением ей «чужих», которых описывают с помощью метафор с другим ценностным содержанием. В материалах журналистов телеканалов «24 канал» и «FREEDOM» с марта 2022 г. по марта 2023 утверждалось о невозможности возместить потери «своих», которые уехали в страны Западной Европы в период мобилизации «чужими». Этот же аспект выступал, когда речь заходила о миграционных процессах. Более того, в марте 2023 г. журналисты телеканала «FREEDOM» сформулировали отдельную типологию «чужих» под названием «Оправдыши». Типология выглядела следующим образом:

1. «Либеральные (известные) оправдыши». Например, О. Кучера и др.;
2. «Ватные оправдыши» (актриса П. Гуреева (метафора «милое личико»), актер Ф. Добронравов (метафора «свой в доску парень»), «Урапатриоты» и др.
3. «Лаптевые обыватели». В этой группе выделили подгруппы:
 - «Те, кто против войны, политической игры, но за своих ребят»;
 - «Те, кто против власти, но «За Путина» (например, «с барскими замашками» Н. Михалков);
 - «Если ввязались, то идем до конца».
4. «Мы хорошие, мы вне политики. Во всем виноваты США».

Существование «чужих» накладывает на них автоматически ответственность за все «беды» украинцев и является способом замалчивания ответственности власти, политика которой привела граждан к необходимости искать «лучшей жизни» за границей, а также ответственность самих граждан и за выбранную власть, и за выбор в пользу эмиграции. Описание тяжелых

последствий отъезда украинцев демонстрировал «принцип иного существования», которое не ограничивается контрастом между эмиграцией «своих» на Запад и «чужих» с Востока в Украину. Последних, из «третьего мира» журналист лишает не только сочувствия, эмпатии, но даже коллективной способности к социальным действиям. А эта разница в способах существования Запада и Востока является признаком расизма, так как их вероятный приезд в Украину журналист Туровская анализируется не с социальных позиций (в терминах потребностей рынка труда), а биологически, как восстановление репродуктивной способности национального генофонда (метафора «в Україну рине масова імiграція»), физически, как заполнение пустоты.

Каждое лицо идентифицирует себя с многими группами, очерченными относительно разных идентификационных признаков. При этом, не все из этих идентификаций одинаково важны и в жизни вообще (некоторые из них воспринимаются как само собой разумеющийся способ самоопределения под давлением или влиянием извне, или вообще не использует как фактор выбора групповой принадлежности и социального поведения). Кстати, поэтому Бломарт указывает на отличие между достигнутой или усвоенной («inhabited») идентичностью, которую лицо выбирает и применяет самостоятельно, либо «приписываемой» идентичностью, которую за ним закрепляют (Бломарт 2005). Примером описания вышесказанного может служить приоритетный, как для христианина, так и для атеиста, религиозный аспект идентичности, который может и не быть постоянным фактором их самоопределения.

Однако, каждая идентификация лица делает ее подобной одним и отличной от других людей. По мнению исследователей, представления про отличия одних от других особенно важно для самоопределения лица как носителя определенной совокупности признаков. Человек получает свою особенность и принадлежность благодаря отличию от других, то есть каждое «я» и «мы» предстает вместе с какими-то «они» (Гилрой 1997).

Идентификация с определенной группой влияет на дискурсивную стратегию участника конкретного акта, регламентирует его речь представлениям о членских обязательствах и/или групповой интерес. Идентичность лица влияет также на выбор субъектных позиций в том или ином институциональном взаимодействии (например, христиане больше, чем атеисты стремятся занять должность священника). Одновременно, стремясь к признанию своей идентичности со стороны других людей, лицо часто выбирает способ дискурсивного поведения, которое «другие» считают соответствующим такой идентичности (использование нецензурной лексики, например).

Таким образом, люди взаимодействуют в дискурсе не только как индивиды, а и как члены различных групп. Поэтому каждый дискурсивный акт является не только межличностным, а и межгрупповым, соответственно, поддерживая/изменяя отношения между определенными группами.

Поскольку человек идентифицирует себя со многими различными группами, то в конкретной ситуации может отдать предпочтение какой-то одной идентичности и соответствующей идеологии или попытаться объединить

несколько из них (Ван Дэйк 1998). С этой точки зрения, выбор идентичности часто является выбором идеологии: человек идентифицирует себя с той группой, идеология которой наиболее привлекает, то есть кажется наиболее соответствующей его пониманию мира и своего места в нем, обусловленному социальным положением. Можно сказать, что не столько группа создает идеологию, которая бы защищала ее интересы, сколько идеология создает группы, вербуя ее членов с помощью дискурсов, которые ее воплощают. Эти дискурсы основаны на нарративных договоренностях, которые рассказывают о мире с точки зрения соответствующих идеологий – не только очерчивая характеристики и утверждая стоимость «своей» группы, а и дистанцируют от других групп, воспринимаемых как угроза для ее существования. Именно за такими идеологиями чаще всего и идентифицируют действующие в обществе дискурсы. Уместно вспомнить толкование Фейерклафа, который рассматривал отдельный дискурс, как «язык, применяемый в представлении определенной социальной практики с определенного взгляда» (Фейерклаф 1995). Именно в этом смысле говорят, например, о националистическом нарративе истории Украины. Таким образом, каждая идеология создает не только группу, интересы которой она берется представлять, а и, одновременно, одного или нескольких ее антиподов, то есть «других», отмежевание, и даже маргинализация которых, является важной составной частью идентификации этой группы. Эти комплексы представлений «своих» и «чужих» (Хмельцов 2004) в политическом контексте предстают перед нами в Украине, в образе тех, кто был «за» Майдан, и тех, кто был против; «прогрессивистов» и «ретроградов». Последние, «выступая от имени «масс», якобы «неспособных» говорить за себя, разные группы «знающего класса» лишают своих соотечественников голоса и их версий правды. Альтернативные дискурсы колонизированного населения, воображаемого инфантильным, необразованным, неопытным и непросвещенным, замалчиваются, маргинализируются или искажаются» (Байша 2021). Подобные представления становятся фундаментом для авторитетных дискурсов об общественных отношениях, которые легитимируют и увековечивают социально и подчас исторически случайное положение дел, которые утверждают приоритет принадлежности к нации среди разнообразных идентичностей индивида, прославляя, и одновременно творя, национальную историю, культуру и язык.

Образы государств находятся в центре внимания таких дискурсов, так как формируют определенное отношение к другим странам и, таким образом, оправдывают свою внешнюю и внутреннюю политику, то есть идентифицируют себя. В контексте запроса на утверждение суверенитета в Украине, ситуация сложилась выгодно для меньшинства, которое впоследствии превратилось в большинство (теория спирали молчания Ноэль-Нойман). Население имеет определенные образы (или представления) о своей нации по отношению к другим нациям, и эти образы отражают определенные ценности и эмоции. «Оценки в отношении политических фактов и акторов, транслируемые определенной категорией СМИ, оказывают существенное влияние на

формирование позиций лидеров мнений, а значит, и устойчивых восприятий образов действующих акторов на международном пространстве» (Байша 2021).

Процесс формирования имиджа предполагает выбор идентичностей и лексем, а также различных языковых средств, выходящих на поверхность оценочного и метафорического слоев соответствующего понятия (Циркунова 2016). Анализ таких средств, участвующих в формировании образа России, необходим для выявления идеологических ценностей этого дискурса и стереотипов, которые он формирует в сознании людей. Под воздействием «семиотических инверсий» (Берендеев 2017) происходит искаженная подача или полное изменение смыслов (в том числе его онтологических, аксиологических и когнитивных параметров) в заранее предусмотренных дискурсом отношении с последующим его укоренением в определенной знаковой и культурной системе (включая язык). В ходе данных процессов формируется идентичность государства как национально-территориального и культурное образования. Таким образом, можно зафиксировать, что познание государством самого себя не может протекать без восприятия и анализа всех участников отношений и тех дискурсов, которые существуют в публичном пространстве.

Литература

Байша, О. Дискурсивный разлом социального поля: Уроки Евромайдана / О. А. Байша; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2021. 184 с.

Берендеев, М. В. Семиотические инверсии в формировании политического образа в медиадискурсе (на примере образа России в СМИ Германии) / М. В. Берендеев // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Сер.: Гуманитарные и общественные науки. 2017. № 3. С. 94 – 102.

Blommaert, Jan. *Discourse: a critical introduction*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005. P. 205 – 206.

Fairclough Norman *Media discourse*. London, New York: Adward Arnold, 1995. P. 56.

Meinhof, U., Galasinski, D. *The language of belonging*, New York: Palgrave Macmillan. P. 7. 2007.

Tsirkunova, S. Through the prism of metaphor: a case study of the US and UK political discourse on the Ukraine conflict. *Acta Scientarum. Language and Culture*. 2016. 38(4). 405-412. // URL: <https://www.doi.org/10.4025/actascilangcult.v38i4.29503> (дата обращения: 13.09.2020).

Van Dijk Teun A. *Ideology: a multidisciplinary approach*. London, Thosand Oaks, 1998. P. 150 – 151.

Degtyareva O.

The North-West Institute of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration

Discursive tools of identity construction in Ukraine

The essential function of any ideology is to construct and support the members of society's perception of the necessary behaviour in different situations. In this way, certain norms of behaviour are developed. Ideologies perform this function by articulating the norms themselves, or by discursive representations of appropriate and inappropriate behaviour, supplemented by encouragement of some and punishment of others. This process begins with the socialization of the new members of the community from the early days of life and continues through normative guidance from different ideologies and/or discourses. Some community rules are written (regulations, worship procedures, spelling, etc.). But most norms take root in consciousness and self-consciousness. They are then supported by demonstrating actions that meet expectations. The preponderance of silence causes controversy in their interpretation. The notion of «normality» was not previously a priority for researchers and analysts discourse, but today, in the context of the spread of the culture of abolition, toxic quasi-ideologies (LGBT, feminism, green movement) and global confrontation with NATO countries (Trubnikova 2020), needs to be studied, especially in the light of the new challenges facing Russia.

Key words: discourse, identity, ideology, normality, actor.

Дускаева Лилия Рашидовна
Санкт-Петербургский государственный университет
l.duskaeva@spbu.ru

Иванова Любовь Юрьевна
Санкт-Петербургский государственный университет
l.y.ivanova@spbu.ru

НАУЧНОЕ ВОЗРАЖЕНИЕ КАК АРГУМЕНТ В ИНФОРМАЦИОННОЙ ВОЙНЕ

Доклад посвящен анализу гипермедиатекста возражения, формируемого выступлениями ученых. Показано преобразование интенции научного возражения, выступающего доводом при отражении информационной атаки. Продемонстрировано, как научные доводы наполняются модусом угрозы и служат обоснованием преступности замысла военного противника, пригрозившего отправить на Украину снаряды с обедненным ураном.

Ключевые слова: информационная война, возражение, предупреждение, дискредитация.

Исследование выполнено при поддержке Российского научного фонда (грант № 22-18-00184 «Речевые практики возражения и пути их преодоления в научно-популярной медиакоммуникации»).

В последней четверти XX века в научный обиход теории массовой коммуникации вошел термин «информационная война». Искусным умением вести ее обладает Великобритания, которая еще в период Первой мировой войны ввела в практику международных отношений информационные военные кампании, и сегодня благодаря возможностям трансграничности распространения информации стимулирует развитие «информационно-психологических войн» (Кушнерук 2022: 222). Поводом для очередной информационной атаки Великобритании против России стала вброшенная в массмедиа угроза поставлять снаряды с урановым сердечником на Украину (РИА Новости. 21.03.2023).

С резким возражением против подобного хода событий выступили российские ученые: доктор биологических наук, завлабораторией медико-экологической дозиметрии и радиационной безопасности МРНЦ имени А.Ф. Цыба Валерий Степаненко сказал, что главная опасность применения оружия с обедненным ураном – это загрязнение окружающей среды (как почвы, так и водоемов) (МК.RU 24.03.2023); завкафедрой экспериментальной физики КФУ им. Вернадского Сергей Полулях объяснил, как обедненный уран при разрушении превращается в искры, и образуются распыляемые аэрозоли урана (РИА Новости. Крым. 28.03.2023). Их публицистические выступления составляют гипермедиатекст, в котором группа текстов объединяется не только общностью темы, но и общностью модальности – возражения.

Угроза рассматривается в лингвоэкспертологии медийных текстов (Мисонжников 2019) и определяется там как сообщение о «возможности совершить в будущем действие, в результате которого адресату будет нанесен ущерб (вред)» (Критика медиаречи 2023: 216). В уголовном российском законодательстве она трактуется двояко: «1) как способ нарушения психической неприкосновенности личности и 2) как возможная опасность наступления преступных последствий» (Рузевич 2015: 645). Угрозе во втором значении противостоят в своих выступлениях ученые, подчеркивая опасность применения снарядов с обедненным ураном и тем самым доказывая, что уже намерение использовать такое оружие – преступление.

Возражение против применения оружия включает несколько аргументов: 1) повышенная опасность оружия, 2) опасность последствий для окружающей среды и 3) вред для человека. Возражающая модальность придает полемике драматизм.

Первый аргумент вводится в противовес к предыдущей позиции – несведущего. Раскрывая опасность механизма действия оружия, субъект возражения «раскрывает глаза» тем, кто не понимает всей опасности, например: *Снаряд с урановым сердечником до использования не несёт угрозы для экипажа условного танка или боевой машины. ... Однако при попадании в цель сердечник разрушается, и часть металла становится пылью...* (Телеграм-канал ИА REGNUM 22.03.2023) – использованием союза *однако* сопоставляются две ситуации – до применения оружия и после этого. В другом примере дополнительная информация, введенная союзом *тем не менее*, дополняет картину угрозы: *Обедненный уран – это уран, оставшийся после выделения из него урана ... Тем не менее в обедненном уране остается 0,2-0,3% урана-235 (РИА Новости 28.03.2023)*. Модус угрозы расширяется последующими публикациями. Возражающая модальность поддерживается и в отрицательных конструкциях, как в следующем фрагменте: *...уран-238, обедненный уран, отмечали, что он охотно всыхивает. От того что уран горит, он не перестает быть ураном-238* (Радио Sputnik. 27.03.2023).

Гипермедиатекст возражения против применения на Украине оружия с обедненным ураном развивается аргументом о тяжелых последствиях для окружающей среды. По деталям собирается картина будущей природной катастрофы: *... пыль... попадает и в воздух, и в почву и, как следствие, в почвенную воду. Возникает заражение местности, добавил специалист* (Телеграм-канал ИА REGNUM 22.03.2023); *Более слабое препятствие ... такой боеприпас без труда пробьет, и полетит дальше, не разрушаясь. В итоге получаются залежи урановых сердечников.* (РИА Новости. Крым. 28.03.2023); *Овощи и фрукты, которые растут на местности, где применяли боеприпасы с обеднённым ураном, становятся радиоактивными.* (Телеграм-канал RT на русском. 21.03.2023). Картина нависшей угрозы расширяется в пространстве (*воздух, почва, вода*) и во времени (*применяли боеприпасы – становятся радиоактивными*).

Наконец, в возражении выдвигается еще один аргумент – крайне опасное воздействие на человека. В первом примере возражение опирается на описание

временных связей с помощью предлога *после*, которые подразумевают причинно-следственную корреляцию между известными событиями: *После двух войн в Ираке резко возросли показатели выкидышей, врожденных дефектов, лейкемии и других видов рака, заболеваемость раком в Сербии также значительно увеличилась* (Телеграм-канал Китай – Николай Вавилов. 24.03.2023). Собственно причинно-следственная связь между применением снарядов и негативными результатами опирается на гипотетические построения, основанные на имеющемся знании, как в следующем отрывке: *Мы все живем в среде, где мы получаем гамма-лучи, которые проходят через наше тело и выходят наружу. Но если внутри вас есть уран, то он перехватывает это излучение благодаря своему высокому атомному номеру и всем своим электронам* (РИА Новости. 28.03.2023). Модальность возражения введена противительным союзом *но*, поддержка аргументации в дальнейшем изложении осуществляется с помощью квантора опасности (*крайне*) и ее логического обоснования посредством конструкции с союзом *поскольку*: *уран крайне опасен, поскольку может «вызывать пропуск фотоэлектронов» в ДНК и повреждать его, а это в свою очередь приводит к росту раковых заболеваний, в частности лейкемии и лимфомы у детей, врожденных пороков и высокой смертности новорожденных* (РИА Новости. 28.03.2023). Гипотетические последствия введены обозначением временной последовательности (*в свою очередь*).

Как видим, возражающий гипермедиаекст, наполненный модусом угрозы, выступает ответом на информационную атаку британских медиа. Средствами поддержки возражающей модальности служат прежде всего конструкции с семантикой сопоставления, противопоставления и отрицания. Эмоциональному воздействию, в основе которого лежит интенция напугать, служит лексика угрозы и отрицательных эмоционально-оценочных деталей. Этому же служит и конкретизация картины «угрожающей детализацией» – расширения в пространстве (генерализованными локативами *почва, вода, воздух*) и во времени (включением фрагментов описания в будущем времени). Вложенное в уста авторитетных ученых и выраженное в косвенной форме, возражение приняло убедительную форму предупреждения «своих» об опасности и моральной дискредитации замысла врага.

Литература

Мисонжников, Б. Я. Экстремистский медиаекст: угроза насилия – определяющая / Б. Я. Мисонжников // Медиалингвистика. 2019. № 6 (2). С. 218 – 229. DOI: 10.21638/spbu22.2019.206

Критика медиаречи. Учеб. пос. под ред. Л.Р. Дускаевой. – М.: ИНФРА-М, 2023. 241 с.

Кушнерук, С. Л. Фреймирование предвыборной политической ситуации в дискурсе телеграм-канала / С. Л. Кушнерук // Медиалингвистика. 2022. № 69 (3). С. 220 – 236. DOI: 10.21638/spbu22.2022.304.

Рузевич, О. Р. Особенности законодательной регламентации угрозы в уголовном праве России и зарубежных стран / О. Р. Рузевич // Юридическая техника. 2015. № 9. С. 644 – 651.

L. Duskaeva

St Petersburg University

L. Ivanova

St Petersburg University

Scientific objection as an argument in the information war

The paper is devoted to the analysis of the objection hypermedia text formed by the scientists' speeches. The intention transformation of the scientific objection, which acts as an argument when repelling an information attack, is shown. It is demonstrated how scientific arguments are filled with a threat mode, and they are used for interpretation of a military enemy plan as criminal, as enemy threatened to send depleted uranium shells to Ukraine.

Keywords: information war, objection, warning, discreditation.

Евсеев Александр Юрьевич
Северо-Западный институт управления РАНХиГС
evseevau@mail.ru

СВО: ДИСКУРС НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ЧЕЧЕНСКИХ МЕДИА

В статье анализируются вопросы освещения событий специальной военной операции с позиции этнокультурных ценностей; дается осмысление и результаты исследований о значении национальной идентичности для медиадискурса военной тематики. Автор акцентирует внимание на позиционировании ценностей журналиста и читателя, на кого ориентированы материалы, а также на особенностях и специфике восприятия медийных текстов населением региона в свете государственной политики, проводимой Чеченской республикой в составе Российской Федерации. Отмечается, что чеченский народ сочетает в себе стремление к сохранению традиций и модернизации, он открыт диалогу с миром в таком сложном вопросе, как миропонимание в свете военной опасности, и эта позиция соответствует и адекватна реальным информационным запросам, интересам аудитории, а также стратегиям, применяемым при формировании и подаче информационных материалов.

Ключевые слова: специальная военная операция, журналистика, медиа, Чеченская республика, национальная идентичность.

В последнее время исследователи отмечают некоторые тенденции в процессе формирования национальной идентичности, связанные с противоречием общественного развития: с одной стороны, стремление к глобализации и отход от традиционных этнокультурных ценностей во всем мире, с другой – возрастание запроса на позиционирование в медиа устойчивых идентичностей (Фролова 2017: 82). Начало специальной военной операции Российской Федерации с целью демилитаризации и денацификации Украины дало импульс к обсуждению формирования актуализированных информационных потоков; события показали, что в российском медийном пространстве активно ведутся дискуссии об роли Вооруженных Сил РФ, об облике защитника Отечества, а также о роли военных корреспондентов в освещении данной тематики.

Чеченская республика с первых дней СВО встала на путь активного участия в защите российских ценностей, менталитета и традиций народов страны. Анализ публикаций медиа Чечни показывает, что стратегии освещения военных действий России на Украине и их оценка направлены на то, чтобы консолидировать российское и дружественное России сообщества, показать национальное самосознание военнослужащих РФ, призванных для проведения СВО из Чечни, а также обозначить ключевые моменты в политике республики. Чеченцы не понаслышке знают, что значит жить в ситуации военного конфликта, какие последствия приносит вторжение извне и навязывание

чуждой иностранной идеологии, насколько важно защищать традиции России и, в частности, религиозные ценности.

Необходимо отметить, что знание этнокультурных ценностей и умение владеть ими как необходимая компетенция в области военных наук, в области военной коммуникации, информационного сопровождения ведения военных действий осознается и актуализируется довольно давно, об этом писали исследователи России, Турции, Саудовской Аравии, Китая и других стран; указывалось, что наряду с технологиями информационных, гибридных войн и использования экстрасенсорики как новейших форм ведения военных действий, дальновидность в использовании достижений этнопсихологии очевидна (Шам 2016: 13 – 14).

После начала специальной военной операции России на Украине в очередной раз актуализировался вопрос о доверии аудитории российских СМИ журналистам (Быков, Курушкин 2022: 43). Опыт чеченских специалистов в области массовых коммуникаций, обозревателей может также помочь в преодолении недоверия к информации об СВО в СМИ.

Автор проанализировал публикации на тему СВО в ведущих медиа Чеченской республики за период с января по март 2023 г. Объектами исследования стали общественно-политическая газета Чечни «Вести республики», филиал Всероссийской телерадиокомпании (ВГТРК) – ГТРК «Вайнах», ГАУ «Информационное агентство «Грозный-Информ» (учредитель – Министерство Чеченской Республики по национальной политике, внешним связям, печати и информации), официальный Telegram-канал руководителя Чеченской Республики Р. Кадырова «Kadyrov_95». Анализ публикаций показал, что в контенте медийного пространства сочетаются традиционные подходы к созданию журналистских материалов и аспекты тех изменений, которые произошли после февраля 2022 года. Приемы информационного воздействия сегодня основаны, во-первых, на желании и установках авторов объективно и в ракурсе патриотического настроения освещать события СВО; во-вторых, на востребованности аудитории сохранять социокультурные территориальные коды.

Основные тенденции освещения военной операции России на Украине в чеченских медиа следующие.

– отчетность перед читателями, полномасштабное и открытое доведение информации прослеживаются в материалах, посвященных совещаниям и мероприятиям официально-делового плана: *«...спецподразделения, участвующие в СВО, демонстрируют высокую боеспособность и умение решать самые сложные стратегические задачи. Это было наглядно продемонстрировано в ходе освобождения Мариуполя и других крупных населенных пунктов Донбасс»* (Вести Республики // <https://vesti095.ru/2023/03/ramzan-kadyrov-chechenskie-podrazdeleniya-na-ukraine-stali-moshhnyim-zaslonom-protiv-sataninskoj-ideologii-nasazhdaemoj-ssha-i-evropoj/>. Дата обращения: 25.03.2023).

– признаки репортажности, содержащие в себе черты патриотического настроения – в материалах на тему вестей с линии фронта; о том, как воюют

чеченцы: «Чеченские бойцы полка спецназначения «Север-Ахмат» штурмом взяли опорный пункт ВСУ в марьинском направлении и взяли в плен внушительное количество украинских бойцов» (Россия 1. Вайнах // <https://gtrkvainah.tv/chechenskie-bojczy-shturmom-vzyali-opornyj-punkt-vsu-v-marinskome-napravlenii/>. Дата обращения: 20.03.2023). В СМИ особое внимание уделяется целям и задачам участия чеченцев в СВО: это патриотизм, позиционирование благополучия республики в совместном развитии с другими российскими регионами («мы вместе»), религиозные мотивы – борьба с теми, кто насаждает «сатанинскую идеологию» (цитата Р. Кадырова).

– тема защиты традиционных ценностей занимает ведущее место среди публикаций: «От каждого бойца, принимающего участие в противодействии сатанинской западной идеологии, требуется высокая самоотдача и осознание своей почетной миссии перед Всевышним Аллахом. Каждый должен понимать, что он воюет за право защищать нашу религию от преступных посягательств, пример которых мы видим в виде акций по сожжению Священного Корана в странах Европы» (Рамзан Кадыров. Вести Республики. 18 марта 2023 // <https://vesti095.ru/2023/03/ramzan-kadyrov-chechenskie-podrazdeleniya-na-ukraine-stali-moshhnym-zaslonom-protiv-sataninskoj-ideologii-nasazhdaemoj-ssha-i-evropoj/>); «Рамзан Кадыров отметил, что Россия сегодня ... защищает здоровые идеи граждан, чувства верующих и их ценности, где культура и традиции каждого народа — это часть общего богатого культурного наследия страны» (Telegram-канал Р. Кадырова «Kadyrov_95» // https://t.me/s/RKadyrov_95, Дата обращения: 25.03.2023).

– авторы публикаций дают положительную оценку действиям государства, направленным на укрепление геополитического положения России, оценка действий ВС РФ как гаранта предотвращения войн и конфликтов.

Можно констатировать, что в Чеченской республике основой стратегических коммуникаций выступает дискурс любви к Родине, конструирования национальной идентичности российских граждан и особенно, судя по публикациям, – военнослужащих Чечни. В качестве позиционирования идентичности военнослужащих Чечни выступают жизненный опыт (прошлые конфликты, навязанные республике внешними политическими силами), цели деятельности, нравственные ориентиры, мотивационные факторы участия в боевых действиях (один из главных мотивов - защита и восстановление мечетей, находящихся на территории Донбасса), смысловые установки патриотического воспитания (укрепление духа бойцов, здоровый образ жизни и другие).

Литература

Быков, И. А., Курушкин, С. В. Военкоры как профессиональное сообщество журналистов: проблемы типологизации / И. А. Быков, С. В. Курушкин // Журналистика XXI века: возвращаясь к профессиональной идеологии: матер. междунар. научно-практической конференции, 18 – 19 ноября 2022 г. / отв. ред. С. Г. Корконосенко. – СПб. : Медианапир, 2022. 214 с.

Рубель В., Савин А., Ратников Б. Пси-войны. Запад и Восток. История в свидетельствах очевидцев / [перевод с английского части текста О. М. Кононенко]. – М. : ПОСТУМ, 2016. 530 с.

Символическое конструирование профессиональной идентичности военных в российском медиапространстве (1990-2017 гг.) // Власть. 2017. № 12. С. 82 – 87.

A.Evseev

RANEPА St. Petersburg

Special military operation: the discourse of national identity in Chechen media

The article analyzes the issues of coverage of the events of a special military operation from the perspective of ethno-cultural values; provides an understanding and results of research on the importance of national identity for the media discourse of military subjects. The author focuses on the positioning of the self-worth of the journalist and the reader, who the materials are aimed at, as well as on the peculiarities and specifics of the perception of media texts by the population of the region in the light of the state policy pursued by the Chechen Republic as part of the Russian Federation. It is noted that the Chechen people combine the desire to preserve traditions and modernization, they are open to dialogue with the world on such a complex issue as worldview in the light of military danger, and this position corresponds and is adequate to real information needs, the interests of the audience, as well as strategies used in the formation and submission of information materials.

Keywords: special military operation, journalism, media, Chechen republic, national identity.

Каминская Татьяна Леонидовна,
Давыдов Артем Николаевич
Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого
tkam1@mail.ru

МЕДИАДИСКУРС ВОЕННОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ: ОПЫТ СВО

Статья предъявляет исследование дискурса СВО и его субдискурсов в ведущих отечественных и зарубежных медиа за год с момента начала спецоперации. Субдискурсы были связаны со следующими моментами: началом СВО; выводом российских войск из Киева, Харькова и Чернигова (с особым акцентом на истории в Буче); референдумами на освобожденных территориях; отступлением от Изюма и мобилизацией.

Авторы отмечают, что российская сторона уступала в информационном противостоянии в связи с нехваткой официальной информации, особенно в начале СВО. СМИ Европы и США отличались единодушием в негативных оценках и метафоризации российской армии, руководства и призывами к помощи Киеву.

Вместе с тем важно отметить и более эффективно использовать возрастание интереса российской аудитории к политической повестке и рост коммуникативной роли эксперта в медиа. С момента мобилизации тема СВО встроилась в региональные медийные повестки.

Ключевые слова: медиадискурс, информационная война, Специальная военная операция, медиаэксперт.

Исследование на предмет освещения СВО СМИ России, Европы и США проводилось методами контент-анализа и далее – дискурс-анализа медиополя, как российского, так и зарубежного. Для исследования были выбраны различного рода медийные проекты, которые насчитывают аудиторию более полумиллиона постоянных подписчиков. Из отечественных медиаресурсов это, прежде всего, общественно-политические федеральные СМИ, традиционно занимающие топовые позиции по версиям различных мониторинг-систем («Известия». «Коммерсантъ», «Ведомости») – всего более 1000 публикаций (преимущественно в жанрах новости и аналитической статьи). Из иноязычных СМИ исследовались: The New York Times (США) – 19 аналитических статей; The Washington Post (США) – 26 публикаций; The Guardian (Великобритания) – 23 новости и статьи; The Independent (Великобритания) – 13 статей; Sueddeutsche Zeitung (Германия) – 11 статей; Le Figaro (Франция) – 11 новостей и статей.

Необходимо отметить, что все указанные медиаресурсы относятся к экспертной общественно-политической коммуникации, в которой все большую роль играет экспертный медиаконтент (Каминская 2023).

Начало СВО российские СМИ освещали, с одной стороны, в модальности «что России за это будет», в первые месяцы перечисляя потери российского

бизнеса, спорта и финансового сектора. В качестве примера можно привести статью «Коммерсанта» (далее – Ъ) *Наступление и наказание* (24.02.2022). С другой стороны, было много новостей об успехах российских войск, которые создавали впечатление, что СВО продлится недолго. Активно привлекались эксперты, колумнисты с высказываниями прогнозов и интерпретацией происходящего.

В первый месяц в российском медиаполе преобладали публикации со ссылками на украинские и западные источники, так что даже Роскомнадзор призвал СМИ обращаться к российским официальным источникам (вместе с тем, официальные источники страны давали мало информации для СМИ). Западные СМИ с первого дня СВО стали объявлять о санкциях в отношении России, о жестоких последствиях для нее; СВО именовалось *жестоким нападением на народ Украины*, президент Путин – последователем фашизма, *повторяющим фашистские темы 1930-х годов*, упоминались *имперские амбиции* президента Путина, его «опора на тоталитарные режимы» типа стран Латинской Америки и проводились исторические параллели с созданием российской империи прошлых веков. Ведущие СМИ Великобритании сразу объявили о безоговорочной поддержке Украины и готовности принять большое число беженцев оттуда. Газета «The Guardian» посвятила СВО в день начала большую часть своей площади, опубликовав несколько текстов на эту тему: о предстоящем *самом большом и самом суровом пакете санкций* в отношении России; о необходимости консолидации Европы *перед лицом российской опасности*, о ситуации на фронте. «The Independent» от 24.02.2022, подчеркивает, что *Великобритания активно поддерживает Украину в борьбе с российской агрессией, оказывает военную помощь и объявляет санкции против российских банков и олигархов*. Немецкая «Sueddeutsche Zeitung» 24.02.2022 начинает свой новостной текст словами *Берлин на стороне Украины*, ведя речь пока только о приеме украинских беженцев. В феврале французская «Le Figaro» цитирует Зеленского про строительство *антипутинской коалиции*, перечисляет все страны, консолидирующиеся с Киевом.

Освещение западными СМИ истории с Бучей подробно анализирует профессор М.В. Загидуллина, помещая означенный медиадискурс в рамку концепции «Общества спектакля» Ги Дебора (в котором визуальная составляющая дискурса принимает ведущую роль в восприятии реальности) (Загидуллина 2022). Очень важно отметить, что выражение *Bucha's Massacre* (*Бучанская резня*) возникло первоначально именно в англоязычных источниках, затем стало устойчивым, когда число жертв стали сравнивать с Бабьим Яром. Новостные каналы многих стран были переполнены фотографиями жертв со следами насилия, и именно этот всплеск медиаактивности обусловил усиление негативного переворота в освещении СВО мировыми СМИ, фактически сведя на нет возможность мирных переговоров.

Западные СМИ цитировали политиков, которые требовали ужесточения санкций против России, ссылаясь на ситуацию в Буче. Публикации о Буче пестрели отсылками к военной операции в Чечне и Сирии, где Россия показала

свои *военные зверства*, и высказывалось сожаление, что до сих пор *военные преступления России* оказывались безнаказанными и мир слабо реагировал на них.

Провал мирных переговоров в связи с ситуацией в Буче публично признал и министр Лавров (публикация в «Ъ»). Что касается реакции ведущих российских СМИ по поводу Бучи, то необходимо отметить запоздалые заявления Минобороны, в связи с чем блогосфера и медиа были вынуждены ориентироваться на западные источники.

Референдумы Донецкой, Луганской, Херсонской и Запорожской областей западными СМИ называются *фальшивыми, фикцией*, а результаты такими, которые члены семерки *никогда не признают*: словосочетание *Фальшивые референдумы* выходит в заголовки.

Отдельный субдискурс возник в мировой и российской прессе, связанный с мобилизацией. И если в зарубежных СМИ подчеркивались ее промахи и утверждалось бегство из страны и недовольство населения мобилизацией, то в российском медиадискурсе к нему активно подключились региональные СМИ, включая в него региональную повестку. Такое отвлечение темы мобилизации как помощь семьям мобилизованным и отправка на передовую помощи различного рода вызвало активизацию и неподдельный интерес аудитории всей страны к участию в данных инициативах.

Надо отметить при этом, что российские СМИ часто находятся в фарватере иноязычного освещения событий: перенимается терминология и появляются оправдательные публикации, вместо того чтобы работать на опережение: вырабатывая свою метафоризацию происходящих событий и обозначая самоидентификацию.

Литература

Загидуллина, М. В. Общество спектакля кризисного периода: к вопросу о границах гуманистических ценностей / М. В. Загидуллина // Медиасреда. 2022. № 2. С. 96 – 106.

Каминская, Т. Л. Экспертный медиаконтент: создание и использование в современных медиа / Т. Л. Каминская, О. В. Ерохина. – DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(1).24- 40. – EDN IOZQRY // Вопросы теории и практики журналистики. 2023. Т. 12, № 1. С. 24 – 40.

T. Kaminskaya

A. Davidov

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University

Media discourse of military opposition:

the experience of SVO

The article presents a study of the SVO discourse and its subdiscourses in the leading domestic and foreign media for a year since the start of the special operation. The subdiscourses were associated with the following moments: the beginning of the SVO; the withdrawal of Russian troops from Kyiv, Kharkov and Chernigov (with a special focus on the history in Bucha); Retreat from Izyum and mobilization.

The authors note that the Russian side was inferior in the information confrontation due to the lack of official information, especially at the beginning of the NWO. The discourse of the media in Europe and the United States was distinguished by unanimity in negative assessments and metaphorization of the Russian army, leadership and calls for help to Kyiv.

At the same time, it is important to note and use more effectively the growing interest of the Russian audience in the political agenda and the growing communicative role of an expert in the media. Since the moment of mobilization, the topic of NWO has been integrated into the regional media agendas.

Keywords: media discourse, information warfare, special military operation, media expert.

Романов Алексей Аркадьевич
Тверской государственный университет
romanov_tgsha@mail.ru

Романова Лариса Алексеевна
Тверской государственный университет
larrar@yandex.ru

Морозова Оксана Николаевна
Тверской государственный университет
oks20091402@yandex.ru

ФРЕЙМОВОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ СМЫСЛОВ В СИСТЕМЕ ПУБЛИЧНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

В статье делается попытка привлечь внимание к работе механизма внутреннего или ментального переформатирования слотовой информации как манипулятивного дискурсивно-технологического комплекса медийно-коммуникативных практик-посланий, выступающих в виде воздействующего инструментария по смысловому переосмыслению или «перезагрузке» ментальных репрезентаций (ментальных конструкторов) массового адресата. Эффективность успешного фреймирования слотовой информации при помощи ментальных структур или конфигураций основывается на выделенном ряде функциональных прескрипций, которые реализуются на том или ином уровне «игровой» интерпретации слотовых смыслов.

Ключевые слова: когнитивный агент, манипуляция, публичная коммуникация, семантическая диффамация, слот, фрейм, человек говорящий.

Вопросы оценки, переоценки и интерпретации создаваемой и транслируемой в медийном пространстве информации представляет собой одну из наиболее актуальных проблем в современной (глобальной) системе публичных коммуникаций. Искусство различать, оценивать и интерпретировать подаваемую информацию на уровне параметров «истина – ложь», а также умение выделять в этих процессах специально создаваемый «шум» информационных атак и битв («информационных войн», «смысловых войн») с использованием различных манипулятивных технологий или «языковых игр», охватывающих “игры” «спиндокторинга», «семантического варьирования / семантического манипулирования», «красивых слов», «семантической диффамации», «сценарного / матричного подхода», «нарратологии». В этом плане характерным является создание сталкивающихся в своей контрарности историй, например: «длинная война» – «короткая война», «мягкая сила» – «жесткая сила», «жесткие новости» с катастрофами, пожарами, убийствами, происшествиями – «мягкие новости» с ток-шоу, интервью, беседами и формированием «нейробиологи нарративов», которые специально (т.е. технологически, конструктивно) создаются с целью программирования и

форматирования будущих сценариев развития регионов мира, чтобы с пользой для себя дезинформировать и дестабилизировать сложившийся миропорядок (Романов 2002).

Вскрытие и описание функционального механизма таких технологий – задачи чрезвычайной важности не только для специалистов по геополитическим процессам переустройства мира, но и для лингвистов, психологов, психолингвистов, лингвопсихологов, журналистов, работающих в области массового сознания и медиалингвистики. В первоочередном порядке эти задачи необходимо решать для того, чтобы научиться вырабатывать устойчивость и определенные навыки противодействия таким технологиям у массового адресата с целью не подпадать под влияние манипулятивного притяжения информационного содержания сформированных vs информационных атак и войн. В предлагаемом исследовании делается попытка привлечь внимание к работе механизма *внутреннего* или *ментального* конструктивного образования в виде фреймовой конфигурации как манипулятивного дискурсивно-технологического комплекса коммуникативных практик (посланий), которое функционирует подобно воздействующему инструменту, используемому для переформатирования (рефрейминга, «перезагрузки») ментальных репрезентаций (конструктов) массового адресата. Одним из основных посылов данной технологии – это регулятивная (регулируемая, управляемая) подача новостного медийного продукта, когда важна не только информация об отдельных событийных или её фактуальных проявлениях, но и когда востребована информация о тенденциях в обществе, которую не должен пропустить человек, если он погружен в текстовую реальность данной технологии.

В этой связи вопрос о выявлении специфики воздействующего (манипулятивного) механизма упомянутой технологии, создающей базовые предпосылки формирования содержания, восприятия и проспективной оценки «мира дискурса с фиктивной семантикой», требует пристального изучения, детального описания и внимательного разбора. Прежде всего необходимо понять, почему базовыми понятиями такого воздействующего инструментария являются понятия «*ментальная конструкция*» в виде «*фрейма*» или «*фреймовой конфигурации*» (Романов 1983: 188 – 190), и почему манипулирование внутренними (ментальными) состояниями человека обусловлено рамками использования определенных «ментальных конструкций» (т.е. конкретных фреймовых конфигураций, фреймов), которые способны, в трактовке В. В. Бехтерева, обладать «психической вирусностью» и позволяют понимать и интерпретировать социальную реальность на основе циклического, социально обусловленного повторения осмысленной модели действительности в виде организованной конфигурации фрейма.

Отметим, что темпоральное структурирование излагаемого события как элемента социального опыта индивида определяется спецификой «развертывания комплекса лингвистических, когнитивных (семантических) и прагматических знаний говорящего субъекта на уровне изображаемого мира в виде фреймовых образований как ментальных конструкций», позволяющих

понимать и интерпретировать действительность изображаемого в событии мира (Романов 1983). Отметим также, что использование фреймовых образований (фреймов) говорящим субъектом как когнитивным агентом может осуществляться осознанно и вне сознания в виде «структур бессознательного», по Ж. Лакану, ибо такое – опосредованное социальным опытом – использование (функционирование) таких структур базируется не только на семиотической (знаковой) основе самого фрейма как ментальной конструкции, но и на результатах предсознательных процессов переработки когнитивной информации.

Очевидно, что, оказываясь в реальности медийной дискурсии, человек говорящий не принимает зачастую во внимание и не понимает, какую ценность, с точки зрения верифицируемости на «истину – ложь», имеют подаваемые медиа-дискурсом смыслы. Чаще всего, в условиях «навязанной абсолютной прозрачности социального» опыта человеку остается всего лишь прибегать к поиску опоры на собственную (субъективную) умозрительную ценность представленного дискурсом явления, события, факта, которая определяется «образностью» и «цветом мысли во взгляде на мир», по А. Белому. Вместе с тем, также оказывается, что и эта ценность зачастую разрушается «практикой постадийного представления этой реальности с помощью эффектов-образов» (Fiske 1991: 64).

Отмеченные особенности функционирования моделей переработки когнитивной информации, а также условия и специфика активации набора знаний о синтаксической, семантической и прагматической валентностях развертывания фреймов как ментальных конструкторов образуют фундамент для развертывания процессов восприятия, хранения и переработки передаваемой спин-докторингом манипулятивной информации в виде готовых, упакованных «фреймовых или смысловых структур» (Романов 1983). Исходя из этого, можно считать, что эффективность успешной реализации (применения, фреймирования) такой информации при помощи ментальных структур или фреймовых образований-конфигураций основывается на ряде следующих функциональных постулатов или условий:

а) фрейм – как ментальная репрезентация – являет собой семиотически комплексное, композитное образование, состоящее из *внешней* (структурной, чаще всего представленной формальной или манифестационной стороной языкового выражения) и *внутренней* (ментальной, образно-символической) ипостасей;

б) использование фреймовых конфигураций (фреймов) фиксирует фрейм в сознании говорящего субъекта как когнитивного агента при помощи мнемических (циклично повторяющихся) свойств комплекса знаний человека говорящего;

в) мнемическая основа как цикличное, социально обусловленное повторение моделей социальной действительности помогает закреплять фреймы в ментальном пространстве индивида на уровне языкового сознания или «языковой ментальности»;

г) активация фреймов (ментальных репрезентаций) в коммуникативном

пространстве связывает их поверхностные (внешние) структуры с глубинными (внутренними) ментальными репрезентациями и тем самым тормозит распространение противоположных фреймов;

д) существующие, т.е. активированные и запущенные в коммуникативное пространство глубинные фреймы (или внутренние ментальные репрезентации) невозможно быстро изменить или перестроить;

е) отрицание другими собеседниками (оппонирующей стороной) активированного в коммуникативном пространстве фрейма усиливает его эффективность;

ё) факты (фактуальность, референтная соотнесенность) в пределах фреймовой конфигурации не делают участников коммуникативного пространства свободными от них;

ж) факты (фактуальности) не имеют смыслов для человека говорящего вне фреймовой конфигурации;

з) интенциональное соответствие между символическим (языковым) выражением ментальных репрезентаций, используемым человеком, и состоянием дел в мире устанавливается не столько наличием объема фактуального содержания во фреймовой конфигурации, сколько «углом зрения на него» со стороны индивида;

и) фактуальное содержание (факт, референтная соотнесенность) не входит само по себе в семантическое и коммуникативное пространство ментальных репрезентаций, поэтому оно всегда учитывается и рассматривается под определенным углом зрения в активированном фрейме. Факт, – отмечал в начале XX века французский фотограф Анри Картье-Брессон, – сам по себе неинтересен, интересна точка зрения, с которой автор к нему подходит;

к) процедура эффективного использования фрейма базируется на его матричной (терминально-слотовой, межслотовой и субслотовой) конфигурации, которая призвана отвечать (соответствовать) решению стоящих перед говорящим субъектом задач, что позволяет учитывать существование определенных валентных свойств (валентностей, валентных связей) для конкретного заполнения слотов или терминалов по собственному усмотрению и личному выбору. При этом обе стороны манипулятивных коммуникаций в роли инициатора и в роли адресата могут заполнять и заполняют эти валентности в зависимости от ролевой позиции её участников и личностных установок;

л) порождение, применение и интерпретация тех или иных фреймовых конфигураций обуславливается причинно-следственными факторами: 1) *почему* именно этот фрейм, а не какой-либо иной? 2) *почему* именно сейчас? 3) *для кого* и *против кого*? 4) *когда* была создана фактуальная основа семантического наполнения слотов конфигурации и *какова* её актуальность сейчас? 5) *зачем*?

м) использование фактора нужности предлагаемого фрейма с приёмами процедуры его детализации: *чем больше* значимых мелочей и нюансов (деталей), *тем больше* веры в предлагаемый фрейм;

н) расширение фрейма осуществляется с целью добавления

соответствующих валентностей; например, фреймовая конфигурация «обвинение» помимо основных слотовых позиций (*кто* обвиняет, *кого* обвиняет, *в чём* обвиняет, *фактуальность* или *причастность* обвинения) может добавлять соответствующие валентности фрейма «обвинения» при помощи других субслотов, связанных с фреймо-образующей вершиной, а именно – «страдания жертвы», «собственная невинность обвиняемого», «тяжелые условия жизни» обвиняемого», «оценка роли жертвы», «особенности поведения жертвы» и т.п., расширяя тем самым функционально-прагматическое, тематическое и семантическое пространства самой базовой конфигурации фрейма «обвинение»;

о) планирование и учёт моделей переработки информации адресатом с опорой на выделенные типы *аноэтичного* (или «незнающего»), *ноэтичного* («знающего») и *автоноэтичного* («знающего о себе») сознания образует – наряду с потенциальной активацией знаний говорящего субъекта о синтаксической, семантической и прагматической валентностях – фундамент для развертывания процессов восприятия, хранения, переработки и интерпретации информационно-тематического пространства фреймовых конфигураций;

п) формирование условий для потенциальных интерпретаций фреймовых конструкций адресатом и их реализация осуществляется на уровнях игры со слотами, а именно: на *первом* уровне «игры с оценкой» какого-то одного слота в структуре фреймовой конфигурации, на *втором* уровне «игры с несколькими слотами» и на *третьем* уровне «игры с фреймами» (Романов 1983; 2002; 2020; Романов, Морозова, Романова 2015).

В результате таких «игр» медийные сообщения вербального и невербального плана способны приобретать «предпочтительный смысл», именуемый как «поворот окна дискурса», т.е. поворот «информации в нужном для говорящего субъекта направлении». Говорящий субъект как продуцент такого «поворота в нужном направлении» (т.е. как активный участник медийной коммуникации) предпочитает семиотически кодировать вербальные сообщения с идеологическими целями и в процессе их реализации манипулирует языком и медиа-средствами. В этом процессе оказывается весомо значимой роль семиотического (языкового, знакового) фактора, поскольку семиотическая природа подчеркивает силу воздействия закодированного сообщения (текста, дискурса, коммуниката, медийного послания), его интенсивную глубину и представляет «идеологический смысл», по Ж. Бодрийару, прочно вплетённым в текст (дискурс, коммуникат) медийного послания.

С учетом выделенного выше диапазона прескрипций (см. пункты *a – n*) рассмотрим на ряде примеров специфику и возможности использования говорящим субъектом как когнитивным агентом «предпочтительных смыслов» таких ментальных репрезентаций, как фреймовая конфигурация, обращая при этом внимание на условия функционирования последней прескрипции (пункт *n*), согласно которой смысловая интерпретационная «игра» может начинаться:

1) либо с уровня оценки в положительном (+) или негативном (–) плане

какой-то одной (т.е. отдельной) слотовой информации или отдельного слотового содержания;

2) либо с уровня оценки в положительном (+) или негативном (–) плане информационного пространства нескольких слотов;

3) либо с уровня оценки в положительном (+) или негативном (–) плане более крупного порядка – фреймовых и межфреймовых (гиперфреймовых) конфигураций или объединений.

Если начинать с *первого уровня* «оценки отдельного слота», который является наименьшей единицей фреймовой конфигурации, то специфика анализа данного уровня определяется тем, что фактуальная действительность может быть описана и интерпретирована средствами языка вариативно: одно и то же событие (предмет, явление окружающего мира, факт) можно назвать словом или словосочетанием, которое, в зависимости от установки говорящего и его «поворота информации в нужном направлении», способно вызывать либо положительную, либо негативную ассоциацию и оценку. Это означает, что при помощи тщательно подобранных языковых единиц можно «технологически» поменять у адресата оценочный «знак восприятия» того или иного факта (события, явления) на противоположный, например, с «плюса» на «минус».

Подтверждением этому может служить отрывок из интервью корреспондента АиФ с президентом (на момент интервью) Эстонии А. Рюйтелем:

– ...*Всех шокирует, когда эстонские ветераны СС выходят на митинги в гитлеровской форме, если человек сделает то же в Германии, то попадет в тюрьму. В Эстонии же у него нет проблем.*

– *Действительно, в Эстонии есть такие люди.* В определенные исторические дни они *собираются вместе*, и я допускаю, что *кто-то из них иногда* надевает *свой старый солдатский мундир* (Зотов Г. «Президент Эстонии Арнольд Рюйтель: Разве мы восхваляем нацизм?» // АиФ. № 12. 2005: 12).

Журналист задал вопрос о проводимых в Эстонии митингах, в которых принимают участие бывшие ээсовцы. Используя возможности языка, президент Эстонии в своем ответном репликовом шаге заменяет в слотовом содержании каждую из лексических единиц, которые явно отсылают корреспондента, а вместе с ним и массовую аудиторию читателей к фрейму «*Нацизм – СС – Гитлер*», на слова с нейтральной оценкой:

ветераны СС -----> *люди*

митинг-----> *люди, которые собираются вместе*

гитлеровская форма -----> *старый солдатский мундир*

митинги проводятся регулярно-----> *кто-то из них, иногда.*

Совершенно очевиден факт использования манипулятивной техники «переноса», когда интервьюируемый говорящий (т.е. президент Эстонии) «переносит» аудиторию из тематического пространства с ярко выраженной негативной окраской расширенного фрейма «*Фашизм – СС – Преступления против человечества*» в тематическое пространство фрейма с абсолютно нейтральной семантикой: *Старые солдаты вспоминают свою юность.* В

этом «переносе» нейтральное семантическое содержание способно передавать массовому читателю нейтральную оценку или даже вызвать позитивные ассоциации, например, на основе сочувствия к *людям в старых солдатских мундирах, которые иногда собираются вместе.*

Второй уровень «игры» с оценкой информационного пространства нескольких слотов характеризуется тем, что на данном уровне (т.е. уровне игры со слотами) манипулятивное воздействие осуществляется спиндоктором в рамках одного фрейма, когда манипуляции подвержено содержательное наполнение всех или большинства слотов, образующих фреймовую конфигурацию и фиксирующих важные смысловые узлы фреймового тематического пространства.

Специфику «игры» на данном уровне удобнее рассмотреть на тематическом пространстве фрейма *«Великая Отечественная война»*. В его конфигурационном построении (структуре) можно выделить следующие валентно-обусловленные слоты или смысловые блоки: Победа – Борьба с захватчиками – Советский солдат-освободитель – Тяготы и лишения – Миллионы погибших – Подвиг армии и народа.

В зависимости от прагматической установки говорящего субъекта как продуцента в данном фреймовом пространстве может быть актуализирован любой из описанных слотов. В частности, актуализируя слот Победа, мы можем заполнить его тематическое пространство следующими содержательными единицами – Великая победа, Победа советского народа, Народ-победитель, Праздник Победы и т.д.

При актуализации нескольких слотов (например, Победа, Советский солдат-освободитель, Подвиг армии и народа), их тематическое пространство будет заполняться по условиям валентности (см. выше пункт к) следующими содержательными посланиями: Спасибо деду за Победу, Освобождение Европы советскими войсками, СССР и советский народ спасли Европу от уничтожения, Никто не забыт, ничто не забыто. Однако при манипулятивной актуализации какого-то одного из слотов рассматриваемого фреймового пространства остальные слоты могут отходить на задний план или сознательно вытесняться говорящим субъектом на периферию тематического пространства. Налицо использование манипулятивных приёмов «свет / тень», когда выгодные, пусть даже и негативные по содержанию, слоты либо «обеляются», освещаются и подаются в выгодном для говорящего субъекта свете, а невыгодное содержание слотов уходит в тень, исчезая из фокуса внимания.

Рассмотрим, например, популярную в последние годы актуализацию в медийном пространстве слота «Миллионы погибших», которая может вызывать (каузировать, быть причиной, причинять) в ментальном пространстве адресата следующие негативные смысловые цепочки: – «9 Мая – не день Победы, а День скорби», «9 Мая – пиррова победа», «Что можно праздновать при таком количестве жертв?» и т.п. Но если в качестве прагматической установки позитивно рассматривать актуализацию слота «Подвиг армии и народа», то тематическое пространство будет заполняться следующими содержательными единицами: «Подвигу народа жить в веках», «Советский народ совершил

выдающийся трудовой подвиг», «Женщины и дети – труженики тыла», «Массовый героизм на фронте и в тылу», «Вся страна, преодолевая тяготы и лишения, поднялась на смертный бой».

Третий уровень («игра с фреймами») показателен тем, что на данном уровне актуализация одного фрейма вызывает одновременную актуализацию другого фрейма. Например, при актуализации фрейма «*Великая Отечественная война*» с негативной оценкой в его тематическое пространство «*вводятся*», «*вбрасываются*», точнее – втаскиваются один за другим по схеме паровозной сцепки фреймы «*Сталинский режим*», а затем и «*Путинский режим*», превращая тем самым базовый фрейм «*Великая Отечественная война*» в гиперфреймовое объединение.

Приведенные технологические (манипулятивные) схемы работы («игры») с содержанием тематических пространств фреймовых конфигураций показывают, что целевое манипулирование может активно применяться на всех обозначенных выше уровнях. При этом обнаруживается определенная тенденция, показывающая, что уже на первом – **внутреннем** – уровне происходит интерпретирование содержания каждого из слотов со знаком «минус».

Так, например, слот «*ПОБЕДА*» может изменить свое содержательное наполнение следующим образом:

а) это не Победа, ибо миллионы погибших – это не Победа. Это - пиррова Победа. Это – Победа, стоившая слишком дорого. Не победили, а забросали врага трупами;

б) это не наша Победа, потому что Гитлера победили американцы и англичане. Лендлиз и «второй фронт» сыграли решающую роль в разгроме нацизма и фашизма;

в) лучше бы мы проиграли Германии. Если бы Гитлер победил, наш народ жил бы сейчас как в Германии – сыто и благополучно;

г) это не Победа, потому что Победители той войны живут хуже, чем проигравшие. Сравните пенсии немецких и российских пенсионеров, а также общий уровень жизни в Германии и России.

А слот «*Советский солдат-освободитель*» может быть уже интерпретирован таким образом:

а) не освободитель, а оккупант: Советская армия оккупировала восточноевропейские страны и долгие годы насаждала там коммунистический режим. Советский солдат – жестокий захватчик, на полвека оккупировавший пол-Европы;

б) не освободитель, а насильник, мародёр и убийца: На завоеванных территориях советские солдаты грабили и сжигали дома, насиловали и убивали женщин и детей. Аргументация: ссылки на провокационные надписи – «Могила неизвестного насильника», «Убийца, насильник, вор», – сделанные на памятниках советским воинам в Польше и Германии.

В свою очередь варианты негативной интерпретации содержания слота «*Подвиг армии и народа*» могут быть представлены таким образом:

а) армия не умела воевать, потому что военные потери немецких и

советских солдат несопоставимы и наши воевали не умением, а числом: окружение целых дивизий: «кровавый маршал» Г. Жуков и другие военачальники, не жалевшие солдат: сдача крупных городов и областей с огромными потерями: позорное отступление до самой Москвы – вот «героическая» летопись «победоносной» Красной Армии;

б) подвиг под дулом автомата: Практика разминирования минных полей пехотинцами: использование заградотрядов: уничтожающих отступавших с поля боя: расстрелы перед строем «паникеров и предателей»: советские солдаты, боясь получить пулю в спину, поднимались в безнадежные атаки, порой даже без оружия, которое «нужно было добыть в бою»;

в) вымышленные («мифологические») подвиги и герои, в частности:

– Александр Матросов – имя вымышленное, подвиг – случаен (был убит и просто упал на дот);

– Николай Гастелло и «огненный таран» пытался совершить другой летчик, а не Гастелло;

– Зоя Космодемьянская – поджигала дома местных жителей, которые и выдали ее немцам;

– 28 панфиловцев – вымышленные персонажи, вымышленное число, вымышленное место;

– Маринеску – «атака века» как величайшее преступление, так как на судне "Вильгельм Густлофф" были тысячи беженцев (женщин и детей) и раненных;

г) “подвиги” партизан, которые грабили и обирали местное население: часто за “связь с партизанами” фашисты уничтожали целые деревни: местные жители боялись партизан не меньше фашистов: значительного урона фашистам партизаны не нанесли. (Примечание: «двоеточие» в цепочках читается как «включает согласно возможным валентным связям слота»).

Важно иметь в виду, что на **втором уровне** актуализируются только некоторые слоты, например, слоты с негативной окраской – «*Миллионы погибших*» и «*Тяготы и лишения*», а также могут вводиться дополнительные слоты с нужной негативной (очерняющей подвиг народа) интерпретацией и окраской.

На **третьем уровне** в тематическое пространство могут вводиться («вбрасываться») смежные фреймы, которые соответствуют манипулятивным целям инициатора посланий и дают возможность на основе валентных свойств таких посланий расширять (т.е. раздвигать и дополнять объёмы содержания, а также растягивать содержание незначительными уточнениями и дополнениями) негативную информацию и переносить её на другие смежные слоты.

Итак, при использовании описанных выше манипулятивных «игр» с «поворотом информации в нужном направлении» продуцент и распространитель «сконструированной информации» стремится подавать в тематическое пространство медийной сферы заготовленные и наполненные негативным содержанием готовые схемы интерпретаций в виде фреймовых конфигураций как ментальных конструкций событий, явлений и фактов с учетом работы бессознательно-ассоциативных и мифотворческих механизмов у

массового адресата. Особая роль в функционировании таких механизмов принадлежит меметическому основанию (мемезису, меметической регулятивности, меметической основе) использования фреймовых конфигураций (также – фреймов) в виде ментальных конструкций, позволяющих понимать и интерпретировать действительность.

Меметическая цикличность основания позволяет закреплять фрейм (фреймовые конфигурации) в сознании адресата, так как повторение способно удерживать подаваемые говорящим продуцентом схемы интерпретации фреймов в ментальном пространстве индивида на уровне языкового сознания или «языковой ментальности» (мозге). Меметическое использование (т.е. активация) на базе внедренных в сознание мифологем связывает поверхностные фреймы с глубинными ментальными репрезентациями и тормозит проявление противоположных фреймов. Тем самым продуценту-распространителю удается активно поддерживать существующие глубинные фреймы, лишая таким образом адресата возможности их быстрой смены, замены, переинтерпетации или отрицания, так как простое отрицание фрейма, не подкрепленное другим фреймом, более воздействующим в эмоциональном плане на ассоциативные и мифотворческие механизмы, способно усилить его.

Успешность и результативность манипулятивных вербальных спин-докторинговых «игр» обуславливается умелым и «грамотным» использованием семантики соответствующих языковых знаков и знанием функциональных свойств системы публичных коммуникаций. Эти знания сводятся, главным образом, к тому, что эффективность манипулятивной деятельности продуцента-распространителя в медийном коммуникативном пространстве предопределяется рамками использования определенной (или типововой) фреймовой конфигурации, которая представляет собой *взаимосвязь* внешней (структурной, конфигурационной) и внутренней (семантической, иллюзорной) сторон (*ипостасей*) ментальной репрезентации событий, фактов, явлений, отношений, в результате чего такая взаимосвязь способная генерировать возможности «психического заражения» (термин В.В. Бехтерева) и меметически (т.е. регулятивно) имплантироваться в соответствующие типовые условия своего функционирования, порождая в умах других свои копии или репликации (Романов 2020).

Эффективность манипулятивно-игровой деятельности продуцента-распространителя определяется также условиями порождения и применения тех или иных фреймовых конфигураций (т.е. *Почему именно этот фрейм и почему сейчас? Для кого и против кого? Когда было фактуальное событие и какова актуальность этого события в данный момент? Зачем?*). Кроме того, продуценту как инициатору такого специфического коммуникативного (информационно-враждебного, манипулятивного) взаимодействия с массовым адресатом необходимо постоянно держать его в роли откликающегося, чтобы не выпускать за пределы сформированных «игровых» схем конкретной фреймовой конфигурации.

При этом важно иметь в виду, что фрейм как ментальный конструкт с

определенными (и даже ограниченными) свойствами имеет сложную когнитивную (можно даже сказать, понятийную) приложимость к определенным лицам, событиям, фактам и явлениям, которая контрарно на ментальном уровне определяет границы такой приложимости и функционирования (использования). При этом возрастает роль простых и четких, семантически неразмытых слов в смысловых оценочных «играх», которые способны даже отсылать к моторным ассоциациям, нередко именуемым «работой тела, а не ума». Такое нарративное описание ситуаций на максимально понятном и обыденном («беспрекословном») языке достигается при помощи перевода таких ситуаций на язык простого человека.

Литература

Романов, А. А. Фреймовая семантика в аспекте автоматической обработки текстов / А. А. Романов // Международный семинар по машинному переводу. Тез. докл. – М., 1983. С. 188 – 190.

Романов, А. А. Политическая лингвистика: Функциональный подход / А. А. Романов. – Москва – Тверь, 2002. 205 с.

Романов, А. А. Лингвопрагматическая модель речевого управления диалогом: системный анализ с примерами из русского и немецкого языков / А. А. Романов. – М., 2020. 264 с.

Романов, А. А., Морозова, О. Н., Романова, Л. А. Фреймовая матрица спин-докторингового конструирования смыслов в системе публичных коммуникаций [Электронный ресурс] / А. А. Романов, О. Н. Морозова, Л. А. Романова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. №2. С. 1 – 31. Режим доступа: www.tverlingua.ru (дата обращения: 10.04.2023).

Fiske, J. Television and Postmodernism // Curran J., Gurevitch M. (eds.) Mass Media and Society. L, 1991. PP. 55 – 67.

A. Romanov

Tver State University

O. Morozova

Tver State University

L. Romanova

Tver State University

Frame construction of meanings in the system of public communication

Abstract. The article tries to draw attention to the work of the mechanism of internal or mental reformatting of slot information as a manipulative discursive technology complex media-communicative practices-messages acting in the form of an action tool on the meaning rethinking or «reloading» mental representations (mental constructs) of the mass addressee. The effectiveness of successful framing of slot information with the help of mental structures or configurations is based on the

selected number of functional statements which are implemented at one level or another «game» interpretation of slot meanings.

Keywords: cognitive agent, manipulation, public communication, semantic defamation, slot, frame, homo loquens

Романова Лариса Алексеевна
Тверской государственный университет
larrar@yandex.ru

Малышева Екатерина Валерьевна
Тверской государственный университет
ekkmal@bk.ru

Морозова Оксана Николаевна
Тверской государственный университет
oks20091402@yandex.ru

Романов Алексей Аркадьевич
Тверской государственный университет
romanov_tgsha@mail.ru

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ТВ-ИНТЕРВЬЮ В ПРОТИВОСТОЯНИИ ПОСТПРАВДИВЫМ ИНФОРМАЦИОННЫМ ПОСЛАНИЯМ

В работе раскрывается коммуникативный ресурс жанровых агрессивнo-дискурсивных практик как фактора «мягкой силы» в информационном противостоянии, используемого в виде комплексной функциональной модели сценарной интеракции фрейма с целью эффективного влияния на партнера по дискурсивному взаимодействию. Выделены характерные признаки политического телеинтервью, которые, с одной стороны, коррелируют с рядом признаков типового жанра интерактивного взаимодействия «диалог-интервью», а с другой стороны, отличают его от других жанров телекоммуникаций. Предложена сценарная схема построения фреймовой конфигурации ТВ-интервью и описан механизм её реализации в четырёх разновидностях пошаговых секвенций.

Ключевые слова: вербальная агрессия, «мягкая сила», политическое телеинтервью, провокация, фреймовая конфигурация

Конец второго десятилетия 21-го века ознаменован беспрецедентно интенсивным информационным противоборством медийно-дискурсивных ресурсов между глобальными акторами или «игроками» геополитического пространства в конкурирующей борьбе за доминирующее в нем влияние и его бенефициарные ресурсы. В технологическом плане атакующие и атакованные стороны использовали и используют поныне значительный арсенал хорошо известных и апробированных в недавнем прошлом концепций, средств, приёмов, стратегий, тактик и факторов информационно-технологического воздействия на концентриальную (от лат.: *conscientia*) сферу друг друга, чтобы добиться благоприятных преимуществ в масштабном соперничестве за сферы влияния в мире (о разнообразии форм и методов концентриального воздействия

в информационном противостоянии или «информационных войнах» см.: Романов, Романова, Морозова 2015).

Одним из эффективных приёмов применения агрессивно-дис-курсивных или агонально-дискурсивных практик в качестве технологического инструментария воздействия «мягкой силы» в целях «привития» в массовом сознании атакованного соперника «персонифицированного образа» противоборствующей (атакующей) стороны является **политическое телеинтервью** (или **политическое ТВ-интервью**) с популярными политиками, лидерами общественного мнения или представителями различных руководящих органов атакованной стороны (страны, государства), чтобы своим непосредственным участием в медийном пространстве актуализировать и активировать в глазах массового телезрителя стратегический потенциал заинтересованной стороны (т.е. заказчика, бенефициара, интересанта, «режиссера») по выработке симпатии либо антипатии и, что вполне возможно, даже дискредитации конкретной приглашенной на интервью личности или стоящего за этой личностью образа страны, нации-государства, социального института, компании, фирмы (Романов, Романова 2017; 2018; Романов, Романова, Морозова 2015).

Политическое телеинтервью «как один из жанров телекоммуникаций» (Lucas 1992) характеризуется рядом отличительных конститутивных признаков, которые коррелируют с рядом признаков типового жанра интерактивного взаимодействия «диалога-интервью», а именно:

– **а)** агрессивной (наступательной, атакующей, требовательной, а в ряде случаев – даже arrogantной) директивной интеррогативностью не только в плане манифестационного оформления жанровой интеракции собственных речевых действий интервьюирующего, но и «жёсткой» постановкой вопросов относительно актуальных проблем современного политического мироустройства и сложившегося в нем положения дел;

– **б)** сценарной константностью набора (репертуара, перечня) ролевых позиций интервьюера (отправителя / продуцента, вопрошающего, модератора, «хозяина» в студии) и интервьюируемого во фреймовой конфигурации реализации сценария «интервью» («гость», «приглашенный», «эксперт» / получатель / реципиент), обладающих «сценарным правом» жанрового общения на реализацию своих позиций, установок, мнений и взглядов;

– **в)** динамикой мены интерактивных, коммуникативных (инициатор, спрашивающий / вопрошающий – отвечающий; говорящий – слушающий; адресант – адресат; отправитель – получатель / реципиент) и социально-статусных или прагматических ролевых позиций («ведущий» – «ведомый»; «хозяин в студии», «свой» – «гость» / «чужой» / другой / иной);

– **г)** реализацией по типовому образцу «*Мой вопрос – Ваш ответ*» сценария политического ТВ-интервью с широким (неограниченным и даже непредсказуемым) тематическим пространством и соперничеством за стратегическую и – в меньшей степени – коммуникативную инициативу (ведущий, «хозяин» / модератор, лидер – ведомый / «гость»; ведомый / модератор – ведущий, лидер);

– *д*) стремлением каждой из сторон продемонстрировать благоприятное впечатление от совместной коммуникативной деятельности фреймового сценария, чтобы вызвать (сформировать) у массового потребителя информации симпатию и в максимальной степени создать друг у друга и у массового зрителя положительный «персонифицированный образ» – понятного, обаятельного, современного, прогрессивного, предсказуемого, толерантного и компромиссного / некомпромиссного политика, деятеля, руководителя и т.п. – не только самих участников и акторов ТВ-интервью, но и стоящих за ними бенефициаров – стран, компаний, телепрограмм и телестудий.

Выделенная схема развертывания сценарной конфигурации фрейма ТВ-интервью показывает, что жанровая специфика политического телеинтервью накладывает определенные ограничения на реализацию ряда отмеченных признаков как в формальном, так и в содержательно-тематическом аспектах. Так, в частности, директивная агрессивность со стороны интервьюера не должна касаться интерактивной стороны диалогического взаимодействия, если учитывать статус приглашенного в студию гостя, например, руководителя правительства или президента, министра какой-либо страны, а также не должна затрагивать и нарушать факторы организационного процесса очередности обмена вербальными действиями, построенного по сценарной схеме фреймовой конфигурации «*Мой вопрос – Ваш ответ*», которая схематически развивается в виде пошаговой секвенции: $\Pi_1 (\Gamma^1, C^2) \rightarrow \Pi_2 (\Gamma^2, C^1)$, где Π_1 – это первый партнер по взаимодействию или интервьюер, модератор, а Π_2 представляет собой приглашенного гостя, политика или руководителя страны, кампании, фирмы. В круглых скобках отмечена интерактивная особенность коммуникативного обмена диалога-интервью, которая фиксирует и отмечает последовательную смену коммуникативных ролей участников интервью как говорящего (Γ) и как слушающего (C). Направленность стрелки символизирует поочередную направленность процесса воздействия собеседников друг на друга и стремление оказать влияние одного на другого в условиях совместной коммуникативной деятельности.

Исходная (каноническая) сценарная очередность интерактивных и коммуникативных ролей не предполагает соперничества за овладение стратегической инициативой между ведущим (интервьюером) и гостем студии, так как сценарная очередность и направленность коммуникативного взаимодействия партнеров по диалогу-интервью базируется на последовательной мене репликовыми шагами (действиями, практиками), которая строится по принципу следующих имплицитных пар:

1) *если* Π_1 начинает говорить, выполняя при этом коммуникативную роль говорящего (A), *то* Π_2 выступает в роли слушающего и дает на этот шаг партнера свое согласие, подтверждая такое согласие своим вербальным или авербальным поведением (A^1);

2) *если* Π_1 желает (продолжает) говорить дальше (B), предполагая и демонстрируя, что он не внес в полной мере своего вклада в развитие диалогической инициативы по имеющемуся сценарию, *то* Π_2 не возражает ему (B^1) и тем самым не препятствует реализации его намерения и цели;

3) если Π_1 хочет прекратить (закончить) свое речевое выступление, считая цель своего выступления достигнутой (В), то другой собеседник (Π_2) понимает его намерения, принимает их и выражает (подтверждает) свою готовность поменяться с ним коммуникативными ролями (В¹), чтобы переадресовать направленность воздействия;

4) если Π_1 отказывается (не хочет или не считает необходимым) говорить, т.е. выступать в качестве говорящего или инициатора воздействия в обозначенный им промежуток времени (Г), то собеседник (Π_2) принимает на себя роль говорящего (иногда и роль инициатора, в случае угрозы коммуникативного рассогласования или разрыва) и продолжает интерактивный обмен диалогическими шагами в обозначенном временном пространстве (Г¹), сигнализируя об этом своему собеседнику.

Необходимо учесть, что в период смены коммуникативных ролей говорящего и слушающего возможно не только дальнейшее развитие предложенной темы для обсуждения, но также возможна и смена её. Однако ролевые позиции сценарной интеракции фрейма интервью «Мой вопрос – Ваш ответ» не меняются: модератор остается инициатором взаимодействия (спрашивающим, интервьюирующим), активизирующим, побуждающим адресата к ответным действиям, а гость студии остается отвечающим собеседником, разъясняющим свою позицию, оценку, действия или намерения. Внимание привлекает тот факт, что сценарное диалогическое взаимодействие представляет собой интегративно – комплексную деятельность, охватывающую коммуникативно – социальные, коммуникативно – психологические, коммуникативно – регулятивные, информативно – когнитивные (в том числе и интерпретативные) и интерактивные виды деятельности собеседников. В этом комплексе деятельностью участники реализуют сложный характер ролевых позиций *говорящего*, обладающего целым набором, репертуаром ролевых исполнений, и *слушающего*. В частности, наряду с ролевыми проявлениями говорящего и слушающего они реализуют роли интерактивного (т.е. *сценарного*) плана, отражающие непосредственно сам характер взаимодействия (отношение друг к другу, доверие, симпатия vs антипатия, заинтересованность, доброжелательность, позитивный vs негативный настрой не только относительно друг друга, но и в отношении их стран и т.п.) и воздействия (манера поведения, соблюдение статусности, такта, вежливости, учтивости, «интенсивная глубина слов и выражений» и т.п.) партнеров друг на друга, реализуя тем самым поочередно роль *субъекта* воздействия и роль *объекта* воздействия. Именно интерактивный характер практик-интервью прескриптивно предопределяет, что в момент одноактового (однонаправленного, если судить по стрелке на схеме), воздействия говорящий выступает и как субъект воздействия, а затем, пройдя цепочку имплицативных зависимостей в полном объеме, т.е. от А до Г¹ или же на уровне пар: [(А – А¹) + (Б – Б¹) + (В – В¹) + (Г – Г¹)] и вновь в том же порядке], и как объект воздействия со стороны своего собеседника-партнера по диалогу.

Помимо интерактивного обмена репликами в процессе взаимодействия наблюдается и информационный обмен между собеседниками в пределах

предлагаемого и заданного инициатором тематического пространства типового сценария ТВ-интервью, что позволяет рассматривать поочередно каждого из них как отправителя (*продюцента*) и получателя (*реципиента*) информации не только на уровне отдельного стыка репликовых шагов в схеме «Мой вопрос – Ваш ответ», но и на уровне интерактивных ходов (или блоков) в «прагматограмме» (протоколе) взаимных действий типового сценария. Такая сценарно-протокольная, стратегически нацеленная и обусловленная очередность в действиях собеседников (т.е. прагматограмма их действий) отражает динамику синтагматико – парадигматического и прагма – целевого (или коммуникативно – прагматического) профиля ТВ-интервью как разновидности жанра и фиксирует информативно-смысловую прогрессию (очередность) реализации ролевых проявлений в тематическом пространстве типового сценария ТВ-интервью, раскрывая тем самым сукцессивные процессы стыков (узлов) репликовых шагов и ходов в соответствии с реализацией директивного иллюкутивного показателя типового диалога «Вопрос – интервью», чтобы они (т.е. репликовые шаги и ходы) не казались случайными, неподготовленными и алогичными (подробнее о вербальной репрезентации иллюкутивных знаний и о понятии «прагматограмма» диалогического взаимодействия см. : Романов 1988: 103–114; Романов 2020: 130 – 143).

Очевидно, что результативное, согласованное взаимодействие между отправителем информации и её получателем в рамках политического ТВ-интервью является *основой* для коммуникативного акта «интервью» в целом и его интерактивной сущности, в частности, когда роль отправителя информации в указанном взаимодействии сводится к тому, чтобы реализовать свое сообщение (т.е. быть автором, продюцентом, отправителем) и доставить его получателю (адресату, реципиенту), а получатель, в свою очередь, обязан обработать (*получить – понять – принять*) его в соответствии с перспективой сценарного плана и его протоколом (*прагматограммой*) обмена вербальными действиями и затем отреагировать отправителю соответствующим образом, т.е. в соответствующей вербальной форме, конструкции, подтверждающей данный прием информации (см. в этой связи «архив» специальных речевых действий в диалоге, предназначенных подтверждать прием информации от собеседника в: Романов 1988). В процессе доставки информации отправитель как модератор должен дать описание (дескрипцию) желаемого результата, а также указать средства достижения такого результата, пригодность этих средств для решения поставленных задач в диалоге-интервью и обозначить норматив (*предписание*), задающий характер и последовательность интерактивных действий в прагматограмме типового сценария «Мой вопрос – Ваш ответ», предназначенных для достижения намеченной цели, которая не должна противоречить нормативному следованию выделенных выше импликативных пар от А до Г¹ в пунктах 1 – 4.

Кроме того, модератор, впрочем, как и гость студии, по возможности, не должны использовать в эксплицитной форме свои действия-практики для разжигания национальной розни и личных распрей, не устраивать ненужных

споров и не относящейся к тематическому пространству ТВ-интервью полемики, не высказывать прямых оскорблений и подозрений в неискренности в адрес друг друга и, в особенности, гостя, обладающего высоким статусом, не проявлять неуместных каламбуров и атакующих выпадов, не допускать выражения двусмысленных шуток с демонстрацией элементов кривляния, шутовства и скоморошества. Больше того, собеседники должны избегать вербального провоцирования, приводящего к откровенному раздору, конфликту и неприязни. И, наконец, собеседники должны стараться не употреблять многозначных выражений, которые могут быть истолкованы в ущерб *сценарной прагматограмме* и смысловому содержанию диалога, не демонстрировать приоритет личных амбиций для того, чтобы в пылу полемического задора не демонстрировать друг другу свои личные амбиции, общественную и политическую значимость, важность и статусное положение, не уязвлять самолюбие и не умалять статус своего оппонента, не стремиться переспорить (особенно – перекричать) друг друга и воздерживаться от грубых и неожиданных выпадов, способных привести к резкой и даже антагонистической конфронтации, например, объявление другой стороны «врагом», «агрессором», «захватчиком», «мошенником».

Во избежание ненужной и неоправданной конфронтации получателю, в свою очередь, также необходимо в первоочередном порядке совершить реконструкцию намерений отправителя, чтобы осуществить поиск начального, исходного или любого другого фрагмента диалогического взаимодействия сценарного формата, соотносимого с конечным результатом, а именно: донести в наилучшем виде до телеаудитории свой «персонифицированный образ», чтобы вызвать её симпатию к образу своей страны, организации, кампании, фирмы. Исходя из представлений о предлагаемом результате реконструируется и цель ответного действия, которая подсказывает получателю (адресату, гостю) последующие шаги и действия партнера – и, конечно же, свои собственные – в типовом сценарии ТВ-интервью. При обнаружении (проявлении) несовпадений между реальными и предсказываемыми (т.е. предписываемыми «протоколом») типовым сценарием действиями осуществляется корректировка. Для этой цели должен быть заранее заготовлен соответствующий набор коррективных или *корректирующих регулятивов*, которые могут быть востребованы в возможной или предложенной модели диалогического общения политического ТВ-интервью, чтобы припасённые заранее «заготовки» могли способствовать модификации своей гипотезы и линии поведения относительно выбранной цели или намерений партнера-модератора.

При проявлении провокативных вариантов речевой агрессии в виде «раскованных» высказываний, небрежно-развязанной манеры общения и использования «фейковых (с точки зрения семантики и верифицируемости на фактуальность «истина / ложь») аргументов» в политическом ТВ-интервью их (т.е. провокативных вариантов речевой агрессии) можно рассматривать в качестве вербальной разновидности политического *инструментария директивного давления «мягкой силы»*, облаченной («загороженной / «hedged», в трактовке Б. Фрейзера), или спрятанной (упакованной) в свободные “одежды”

демократичного проявления жанра интервью и скрывающей своё истинное (главное) функциональное предназначение, а именно – выполнять роль «информационного тарана» в подрыве авторитета своего политического оппонента по общению в глазах мировой общественности. В зависимости от своей функционально-семантической специфики каждая из перечисленных провокативно-агрессивных разновидностей вербального поведения по-своему участвует в реализации вербального поведения собеседников: агрессивно-провокативного у модератора и дефензивно-атакующего у интервьюируемого. При этом, оба участника интервью, соглашаясь реализовывать свою персональную, аргументационную позицию относительно друг друга, могут в равной мере прибегать к использованию той или иной разновидности провокативно-агрессивного вербального поведения. Отметим, тем не менее, что у инициатора, выступающего в роли модератора и инициатора интервью, имеется больше возможностей в выборе провокативно-агрессивных средств в силу своего ролевого преимущества, т.е. преимущества в шаговой дискурсивной очерёдности, точнее – схематического порядка «взятия шага» в диалоге-интервью – *открывать* интервью, *направлять* развитие его тематического пространства, а также *менять* по своему усмотрению тематику отдельных этапов диалога-интервью, *закрывать* тот или иной этап в обсуждении тематического пространства интервью или по личному замыслу *перескакивать* с одной темы на другую, *комментировать* и *дополнять* ответы своего студийного гостя и, наконец, *заканчивать* беседу-интервью в любой подходящий для себя или в оговоренный с гостем заранее момент.

В такого рода политико-коммуникативном противостоянии собеседникам предстоит решать – каждому по-своему – комплекс задач, чтобы, главным образом, добиться намеренного результирующего эффекта, а именно:

- а)* не уронить закреплённый в массмедиа престиж не только персонифицированного (личного) образа, но и имиджа своей страны,
- б)* сохранить собственное «лицо» в глазах ТВ-аудитории и,
- в)* в процессе публичной презентации личного образа, продемонстрировать своё соответствие реализуемым ролевым позициям в умении тактически грамотно и толерантно применять коммуникативные навыки «вербального фехтования» различными агрессивно – дефензивными средствами арсенала «мягкой силы». В указанном противостоянии модератор, как журналист, стремится вербальными средствами добиться при помощи выбранной стратегии агрессивного давления реализовать поставленные цели: *актуализировать* нужный гиперфрейм и, реализуя его, *побудить* своего собеседника взаимодействовать с ним в дискурсивном пространстве данного гиперфрейма.

В свою очередь, задача приглашенного гостя как оппонента заключается в том, чтобы *выйти* за рамки навязываемого ему гиперфрейма и тем самым *нарушить* его структурную конфигурацию, т.е. *разорвать* валентную взаимосвязь между тематическими блоками гиперфрейма и таким образом *блокировать* тематическое развитие беседы-интервью как по целевым, так и по валентно-семантическим узловым параметрам с целью *поставить* под

сомнение уместность появления того или иного тематического блока (соответственно: терминала, слота, подслота, узла и т.п.) в структуре гиперфрейма для того, чтобы *показать* несостоятельность валентной связи семантико-тематических блоков и, главным образом, *опровергнуть* свойства вершинного предиката гиперфрейма, *доказывая* нецелесообразность его актуализации и необъективность их обсуждения в предложенном формате интервью (см.: Романов, Романова, Морозова 2015).

Примечательно, что, участвуя в интерактивном обмене ТВ-интервью, оба участника в равной мере стремятся демонстративно презентовать себя зрительской аудитории в рамках мета-коммуникативного акта с декларативной иллюкутивной направленностью «демонстратив» (подробнее см.: Романов 1988; 2020; Романов, Романова 2018). В основе реализации любого акта самопрезентации лежат схемы или фреймы, которые обнаруживают то, что есть нечто осмысленное в тех особенностях (или конфигурациях, типовых проявлениях, в терминологии авторов статьи) сцены или сцен жизни, т.е. конкретной ситуации, конкретного проявления, конкретного типа стратегии и тактических разновидностей её реализации, например – *от* самоуничтожения, а также уничтожения другого, уклонения от неудобных, многозначных и противоречивых моментов и ситуаций в мире, затрагивающих отношения как между участниками интервью, так и отношения в глобальном мире, аттрактивного демонстрирования, откровенной арrogантности и шокирования на грани вызова до снобистского самовызывшения и открытого самолюбования, которые в ином случае не имели бы смысла.

Сетевое коммуникативное пространство предоставляет участникам ТВ-интервью дополнительные возможности для информационного тиражирования визуального образа *Я-медиа* каждого из участников беседы с соответствующими «технизированными» трансформациями и корректировками. В широком смысле «технизированность» визуального образа в виде массового тиражирования на телеэкраны *Я-медиа* каждого из участников диалога означает «высокую осознанность действий» каузатора (интервьюера, инициатора, причины, побуждающего источника) этих действий как проявлений «демонстративной личности», по К. Леонарду, которая на виду у всех не «стесняется выделяться» и не «смущается» быть «центром внимания» и источником «самовосхваления», «самовозвышения и открытого самолюбования». В процессе «информационного круговорота от *Я-медиа* к *Мы-медиа*» каузатор, как представитель «демонстративного типа личности», как конкретная «демонстративная личность» провоцирует своих участников медийной коммуникации (и интервьюируемого собеседника, и телевизионную аудиторию в целом) при помощи своего образа *Я-медиа* к тому, чтобы каузировать (стать причиной, побуждать, порождать, вызывать) повышенный интерес не только к своей персоне и к той (другой, иной, идеологически противоположной) стороне, политическое пространство которого каузатор представляет в интервью, но также и к образу личности приглашенного участника-гостя и его стороны.

При этом в дискурсивном процессе инициатор интервью, реализуя как «демонстративная личность» типовую роль каузатора дискурсивного взаимодействия, не испытывает неудобств и внутренних запретов, сдерживающих его открытость и эмоциональную «арrogантность» в вербальном поведении относительно своего приглашённого для интервью собеседника. Больше того, он ведёт себя подобно активному участнику сетевых коммуникаций, который после своих коммуникативных посланий ожидает со стороны своих почитателей и посторонних наблюдателей рост интереса. Инициатор в роли каузатора намеренно организует такой интерес и, являясь «демонстративной личностью», принимает его «с величайшим удовольствием» в момент обратной связи в виде откликов (лайков, комментариев, «смайликов»), так как «демонстративный тип всегда живёт троллинга, флейминга, моббинга и буллинга и ожиданием момента реактивного отклика на них со стороны непосредственного собеседника, но в большей мере – со стороны массового адресата.

Использование отмеченных эмоционально-агрессивных «арrogантных» практик в дискурсивном пространстве ТВ-интервью подчиняется (детерминируется) **провокативной стратегией** ведения интервью, успешная реализация которой приводит к выполнению конкретных (запланированных, «срежиссированных») и нужных каузатору осознанных и неосознанных (эмоциональных, спонтанно-реактивных) ответных – а в диалоге-интервью – закрывающих в обязательном порядке заданный инициатором беседы вопрос. Реализуемые такой стратегией вербальные действия можно рассматривать как *провокативные действия*, отличающиеся от суггестивно-манипулятивных действий, которые адресат выполняет, чаще всего, в тот момент, когда он находится в пассивном состоянии сознания (см.: Романов, Романова, Морозова, 2015). Манипулятивные действия могут предназначаться как для отдельных индивидов, так и для массового адресата, например, в психотерапевтических групповых сеансах (ср.: телесеансы А. Кашпиоровского, А. Чумака и других психотерапевтов). Однако в случае с провокативными действиями в ТВ-интервью приглашённый собеседник как адресат, как индивидуальный получатель информационного сообщения находится в активном состоянии сознания. Он сконцентрирован, осознаёт и распознаёт (идентифицирует) прагматическую подоплёку направленных коммуникативных посылов инициатора, а также осмысливает их логическую связность и предназначённость.

Поэтому в беседе-интервью модератору не представляется целесообразным одновременно применять в комплексном виде отмеченные разновидности провокативных действий *троллинга, флейминга, моббинга и буллинга*, так как прагматическая установка на реализацию инициатором названной стратегии отличается от стратегической реализации суггестивно-манипулятивных действий. Но главная опасность кроется не в этом, а в том, что отмеченные провокативные действия изначально рассчитаны на активное, сконцентрированное сознание адресата, чтобы сильнее «завести» его

эмоционально и на этой эмоциональной волне «зацепить» его и втянуть в детали обсуждаемого вопроса или насущной проблемы для того, чтобы получить сенсационные, неизвестные ранее данные, касающиеся интервьюируемого лично или его страны. Больше того, суггестивно-манипулятивные действия модератора ориентированы в большей степени на интенсивную глубину переживаний индивида, на его пассивное погружение в себя, что может «смазать» динамическую картину диалога-интервью и сказаться на образе *Я-медиа* самого модератора в глазах массового зрителя. К этому следует добавить, что попытки чередовать эти две разновидности действий в одном интервью требуют от модератора тщательной *прекоммуникативной подготовки*, так как для него существует опасность потерять инициативу ведения беседы и в следствие этого не реализовать провокативную стратегию ввиду реальной возможности потерпеть «коммуникативную неудачу или получить коммуникативное рассогласование» (Романов, 1988: 73 – 91; 2020: 94 – 117).

Примером реализации провокативной стратегии с использованием эмоционально-агрессивных «арrogантных» практик *троллинга*, *флейминга*, *моббинга* и *буллинга* могут служить ТВ-интервью В.В. Путина, данные им американскому каналу 5 июня 2017 года (интервьюер – М. Келли) и интервью австрийскому каналу от 4 июня 2018 года (модератор-интервьюер – А. Вольф). В серии указанных ТВ-интервью затрагиваются проблемы пространственных отношений между Российской Федерацией (также: Россия, РФ) и другими акторами геополитического пространства – США, Австрия, Украина, Европа, «западные правительства». Примечательно, что модераторы-интервьюеры (М. Келли, а также А. Вольф) начинают свои беседы с декларативного заявления о «доказанной» ими фактуальности вершины гиперфреймовой конфигурации под названием «Вина России», акцентируя тем самым своё внимание на провокативной стратегии ведения интервью, успешная реализация которой должна привести, по их мнению и замыслу достичь запланированного или «срежиссированного» результата: интервьюируемый *либо* попадает в ловушку, логический вывод из которой напрямую сам укажет на вину России или признает причастность её руководства к деструктивным (разрушительным) воздействиям в том или ином месте (действии) геополитического пространства, *либо* под натиском неопровержимых фактов и предъявленных модераторами-интервьюерами «улик» прямо и публично признает вину руководимой им страны в безответственном и небывалом в истории brutally-деструктивном поведении на мировой авансцене.

При этом заметим, что валентные параметры гиперфреймовой вершины интерактивной конфигурации беседы-интервью «Вина России» способны реализовывать свои семантические свойства на различных уровнях вербального взаимодействия и с различными по семантической наполненности и функциональной специфике терминалами, слотами, подслотами и субслотами, что даёт широкий простор и большую свободу интервьюерам в выборе агрессивно-атакующих средств достижения запланированного результата. Характерно что уже в интродуктивной фазе интервью (текст цитируется по

опубликованному переводу) американский журналист М. Келли выдвигает без каких-либо оговорок и текстовых подводок обвинение: *Господин Президент, Вы несколько раз говорили о том, что Россия никак не вовлечена во вмешательство в президентские выборы, включая, включая пленарное заседание Петербургского экономического форума. Однако в США считают, есть такой консенсус, что вы это сделали. Есть 17 агентств в области безопасности, которые, так утверждают демократы, республиканцы, все комитеты, которые видели секретные материалы, говорят, что это так. Они что, все врут?*

Совершенно очевидно, что интервьюер без каких-либо вводных оборотов, не сомневаясь в своей правоте, эксплицитно актуализирует вершину гиперфрейма «Вина России» посредством ключевых слов «Россия», «вмешательство». Обращает на себя внимание, что актуализация вершины гиперфрейма усилена за счёт эмотивно-оценочного компонента, призванного выражать логически бесспорную и безоговорочную достоверность высказанного утверждения, ср.: *консенсус в США, что вы это сделали, 17 агентств в области безопасности, так утверждают демократы, республиканцы, все комитеты* и т.д. Примечательно, что в плане реализации интервьюером провокативной стратегии «Обвинение – Приговор» важную роль играет оценочный компонент, построенный на агрессивной технике **моббинга** как разновидности комплексного вербально-агрессивного сообщения в виде ссылок на заслуживающие доверие источники и авторитеты. Указанная техника маркируется вербальными ссылками на общественное мнение, ср.: *консенсус в США, 17 агентств в области безопасности* – то есть большинство, а также *демократы, республиканцы, все комитеты* – то есть все политические силы США.

Таким образом, эмпирический материал подтвердил отправной посыл исследования в том, что для комбинированного воздействия на интервьюируемого в любой фазе интерактивного обмена ТВ-интервью модератор может применять в процессе интервьюирования различные (комбинированные) агрессивные практики-действия для реализации выбранной провокативной стратегии. Для этих целей чаще всего привлекаются агрессивные практики **моббинга** и **троллинга**. Подобная практика конфронтативного политического интервьюирования с использованием агрессивных практик троллинга, моббинга (*моббинговой техники*), флейминга и буллинга наблюдается и в других интерактивных фазах ТВ-интервью при активировании модератором слотовых или терминальных валентных связей, обусловленных семантической общностью с вершиной демонстративно заявленного гиперфрейма «Вина России».

Литература

Романов, А. А. Системный анализ регулятивных средств диалогического общения / А. А. Романов. – М., 1988. 183 с.

Романов, А. А. Лингвориторическая модель речевого управления диалогом: системный анализ с примерами из русского и немецкого языков / А. А. Романов. – М., 2020. 264 с.

Романов, А. А., Романова, Л. А. Векторная направленность переформирующего погружения в дискурсивное пространство информационных атак / А. А. Романов, Л. А. Романова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2017. №2. С. 1 – 32. Режим доступа: www.tverlingua.ru (дата обращения : 10.04.2023).

Романов, А. А., Романова, Л. А. Вербальная агрессия в профессиональной коммуникации / А. А. Романов, Л. А. Романова. – Тверь, 2018. 292 с.

Романов, А. А., Романова, Л. А., Морозова, О. Н. Роль меметической информации в формировании «обманных» медиа-смыслов / А. А. Романов, Л. А. Романова, О. Н. Морозова // Мир лингвистики и коммуникации: электронный научный журнал. 2015. №4. С. 5 – 13. Режим доступа: www.tverlingua.ru (дата обращения : 10.04.2023).

Lucas, J. Strategische Kommunikation am Beispiel politischer Fernsehdiskussionen. Eine sprachwissenschaftliche Untersuchung. Heidelberg. 1992. 346 S.

L. Romanova

Tver State University

E. Malysheva

Tver State University

O. Morozova

Tver State University

A. Romanov

Tver State University

Political TV interview against posttruthful information messages

Abstract. The work reveals the communicative resource of genre aggressively discursive practices as a factor of «soft power» in information confrontation, used as a complex functional model of scenario interaction frame with the purpose of effective influence on the partner on discursive interaction. The characteristic features of the political TV interview are highlighted, which, on the one hand, correlate with a number of features of the typical genre of interactive interaction «dialogue-interview», and on the other hand, distinguish it from other genres of telecommunications. The article offers a scenario scheme of construction of frame configuration of TV interview and describes a mechanism of its implementation in four varieties of step-by-step sequences.

Keywords: verbal aggression, «soft power», political TV interview, provocation, frame configuration

Тулупов Владимир Васильевич
Воронежский государственный университет
vlvtul@mail.ru

ФЕЙКИ В ЭПОХУ ПОСТПРАВДЫ И ИНФОРМАЦИОННЫХ ВОЙН

Рассматривается понятие современной информационной войны (цель, метод, признаки, специфика), осуществляемой в эпоху постправды и фейков. Приводятся примеры дезинформации в условиях информационной войны. Выделяются задачи медиаобразования в рамках реализации правительственной концепции информационной безопасности граждан РФ, и прежде всего – задача предохранения населения от вредного воздействия массмедиа (протекционистское, инъекционное направление медиаобразования).

Ключевые слова: информационная война, постправда, фейк, медиаобразование, информационная безопасность

Информационные войны стала реальностью, хотя считается, что это понятие медиа стали активно применять уже более тридцати лет назад – в связи с событиями в Персидском заливе в 1991 г. Тогда же военные и политики, выступая в качестве экспертов, активно оперировали специальными терминами типа *casus belli* (повод к войне), «атака» и т.п. Всё более обостряющиеся межгосударственные противоречия экономического, политического и исторического характера на фоне открывшихся возможностей в виде современных технических средств и коммуникативных технологий, способствующих еще большей открытости информационного пространства, обернулись предпосылками перманентного и глобального информационно-психологического противостояния, цель которого – воздействие на «разум каждого человека», а метод – «систематическое нанесение ущерба объекту посредством СМИ» (Князев 2002). К признакам информационной войны отнесем наличие поля противостояния, активных участников, соответствующей инфраструктуры и перманентной деятельности с целью нанесения ущерба противнику (Тулупов 2015).

Особенность современной информационной войны состоит в том, что она осуществляется в эпоху постправды и фейков. И если поначалу слово «постправда» (или «постистина от англ. *post-truth*) означало лишь некие обстоятельства, при которых мнения, эмоции были важнее объективных фактов, сегодня, когда у большинства населения нет веры к большинству источников информации, кроме избранных ими самими по соответствию их мировоззрению, распространение фейковых новостей стало повсеместным, это «привело к появлению повседневной политической культуры, которая по аналогии с постмодерном названа постправдой...» (Ершов 2018: 249).

Несколько примеров дезинформации в условиях информационной войны.

Один из самых циничных фейков – сообщение о том, что Россия якобы похищает украинских детей. Причем оно широко распространялось и в

западных СМИ: с голословными обвинениями нашей страны в киднеппинге выступила, например, газета *The Washington Post*: *Владимир Путин чуть ли не лично крадет детей из украинских семей, в этом ему помогает уполномоченная по правам ребенка Мария Львова-Белова* (телеграм-канал «Кремлевская прачка»).

В декабре 2022 г. издание-иноагент «Медуза» было поймано на лжи: это СМИ опубликовало фотографии из Мариуполя, сопроводив их комментарием о гуманитарной катастрофе: *в городе почти нет лекарств, продовольствия, электричества и воды*. Автор снимков журналист газеты «Коммерсантъ» Александр Черных опроверг данный фейк, сообщив, что серию этих фотографий он сделал в марте 2022 года: *Гуманитарная катастрофа была в Мариуполе в марте, в апреле. Я там был и писал про трупы на улицах, людей в подвалах, могилы во дворах и нехватку лекарств. Но в декабре гуманитарной катастрофы в Мариуполе нет, – резюмировал журналист.*



То же вынужден был сделать руководитель управления специальных программ администрации главы республики и правительства Саха (Якутия) Андрей Никифоров на ложное обвинение, что в регионе якобы никто не встречал приехавших из зоны СВО военнослужащих: *Мы в контакте с каждым военнослужащим и их семьями, многие бойцы не хотят публичности. Военнослужащие мотивируют это тем, что контракт еще не завершён, информационная война и излишняя публичность в интернете повышают риски. Мы уважаем их позицию и просим жителей республики поддержать наших защитников.*



Правительство РФ своевременно утвердило концепцию информационной безопасности граждан (Распоряжение Правительства Российской Федерации 2022), согласно которой стратегической целью государственной политики в повышении культуры информационной безопасности является формирование у граждан навыков противодействия киберугрозам и повышения общего уровня киберграмотности (в том числе среди чиновников). И это – новый вызов для специалистам по медиаобразованию, которые должны доносить до широких слоев населения информацию о возможных последствиях несоблюдения правил кибергигиены, повышать доверие граждан «к цифровым сервисам, в том числе государственным». Это вызов и для рекламистов и пиарменов, которые должны обеспечить эффективность информационной кампании по информационной безопасности.

Таким образом, из многочисленных задач, стоящих перед медиаобразованием, сегодня на первый план вышла та, решение которой в той или иной степени помогает предохранять население от вредного воздействия массмедиа. Именно направление деятельности медиапедагогов, называемое *протекционистским, инъекционным* и даже рассматриваемое в рамках «теории гражданской защиты», необходимо ныне считать приоритетным: ведь авторитетные отечественные и западные медиаэксперты доказательно утверждают, что «современная фейковая жизнь» является настоящей угрозой демократии, демократическому порядку во всем мире. Конечно, в эпоху «постправды» к медиаобразованию необходимо подходить комплексно, решая также другие не менее важные задачи – по этическому, эстетическому и экологическому воспитанию, развитию критического мышления, формированию общественного мнения, обучению правильно выбирать и адекватно оценивать потоки медиасообщений в соответствии с потребности индивида и др.

Литература

Ершов, Ю. М. Феномен фейка в контексте коммуникационных практик / Ю. М. Ершов // Вестник Томского университета. Филология. 2018. № 52. С.245 – 256.

Князев, А. А. Энциклопедический словарь СМИ / А. А. Князев. – Бишкек, 2002. – URL: http://smi.academic.ru/109/Информационная_война (дата обращения 13.03.23).

Распоряжение Правительства Российской Федерации от 22.12.2022 г. № 4088-р. – <http://government.ru/docs/all/145092/> (дата обращения 13.03.23)

Тулупов, В. В. Информационно-психологическое противостояние / В. В. Тулупов // Акценты. Новое в массовой коммуникации. 2015. № 7 – 8. С. 2 – 4.

Tulupov Vladimir Vasilyevich

Voronezh State University

Fakes in the era of post-truth and information wars

The concept of modern information warfare (purpose, method, signs, specifics) carried out in the era of post-truth and fakes is considered. Examples of disinformation in the context of information warfare are given. The tasks of media education within the framework of the implementation of the government concept of information security of citizens of the Russian Federation are highlighted, and first of all, the task of protecting the population from the harmful effects of mass media (protectionist, injectable direction of media education).

Keywords: information war, post-truth, fake, media education, information security.

Байбатырова Наиля Мунировна
Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева
aulova83@mail.ru

ОППОЗИЦИОННЫЕ КОНСТРУКТЫ «СВОЙ» - «ЧУЖОЙ» В ЯЗЫКЕ ВОЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Статья посвящена анализу лексико-семантических конструкций оппозиционности в языке современной военной журналистики. На примере исследования текстов российских и украинских СМИ выделяются ключевые лексические единицы, формирующие образ противника и являющиеся манипулятивными средствами воздействия на аудиторию. Особое внимание уделяется изучению заголовков и заголовочных комплексов материалов, освещающих события специальной военной операции. Сделан вывод о том, что конструкции семантического поля «свой – чужой» создают в медиа прототип врага. Они становятся трансляторами агрессии и оказывают прямое психологическое воздействие на аудиторию.

Ключевые слова: военный медиадискурс, конструкции, «свой», «чужой», язык оппозиции.

Оппозиционные лексические конструкции «свой» и «чужой» можно считать архетипическими. Они традиционны для произведений устного народного творчества, художественной литературы, кинематографа. В журналистике данные амбивалентные понятия также активно используются для акцентуации на социальных и этнических различиях, обозначения приверженности к определенным политическим идеологиям, очерчивания ментальных, психологических границ. Семантические категории «свой» – «чужой» активно внедряются в общественно-политическую лексику современных СМИ. Особое внимание следует уделить анализу оппозиционных конструкций в материалах на военную тематику. Исследователи Б. Дурду, Ю. В. Агеева подчеркивают: «Высокая востребованность военной лексики в языке современных СМИ требует ее внимательного изучения и в данной сфере функционирования современного русского языка» (Дурду, Агеева 2019: 36).

Именно конфронтация стала ключевым принципом применения языковых конструкций при освещении военных действий на Украине, заложенным в основу как российской, так и украинской журналистики. При этом противопоставление «своего» и «чужого» отразилось в проблемно-тематическом, жанрово-стилевом, лингвистическом наполнении большинства текстов СМИ обеих сторон. Л. В. Мосиенко, Д. В. Миначева пишут о том, что военные понятия участвуют в реализации главных функций публицистики –

убеждении и эмоциональном воздействии на читателя (Мосиенко, Миначева 2017: 197). Изучению военной метафоры в языке газет посвящено исследование Т. А. Котиевой (Котиева 2010). Проанализируем специфику функционирования бинарной оппозиции «свой – чужой» в медиадискурсе российских и украинских СМИ, освещающих события специальной военной операции.

Конструкты лексического поля «свой» в языке медиа актуализируют групповую идентичность аудитории. В российских изданиях конструкт «свой» часто напрямую используется в заголовках, построенных по типу лозунга: *«Губернатор Оренбуржья: Своих не бросаем – это не просто слова»* (Российская газета, 1 октября 2022 г., <https://rg.ru/2022/10/01/reg-pfo/gubernator-orenburzhia-svoih-ne-brosaem-dlia-rossiian-eto-ne-prosto-slova.html>). Но в большей степени военная журналистика наполнена лексическими единицами, намеренно создающими оппозиционность. Функция воздействия на сознание читателя проявляется в использовании в заголовочных комплексах СМИ агрессивной военной лексики. Примером может послужить заголовок РИА Новости *«Западные СМИ: как они молчали и как писали об украинском нацизме»* (РИА Новости, 18 июня 2022 г., <https://ria.ru/20220618/inosmi-1794656226.html>). В коротком сообщении содержится лексика семантического поля «чужой»: *украинские радикалы, украинские нацбаты, фашизм, сверхнасилие*. Преобладание такой лексики в материале РИА Новости рождает образ врага, вызывает страх и панику.

Другие заголовки российских СМИ также изобилуют лексемами семантического поля «чужой»: *«Путин указал на устойчивость финсистемы РФ вопреки ожиданиям противников»*, *«Рогов отметил большое число боевиков ВСУ и наемников в Запорожье»*, *«Военные силы РФ уничтожили группу диверсантов на Каховском водохранилище»*, *«Путин указал на возведение на националистов в ранг героев»*, *«Лавров заверил, что народ Украины будет освобожден от неонацистских правителей»* (газета «Известия»). Более подробно рассмотрим материал Виктора Медведчука «Украинский синдром. Анатомия современного военного противостояния», опубликованный в газете «Известия» 16 января 202 г. В статье подробно проанализированы истоки и хронологические этапы зарождения ненависти между странами. *«С момента первого Майдана в 2005 году Украина начинает строить антироссийскую политику на уровне государственной идеологии. При этом хорошо видно, что эта политика имеет лекало холодной войны. <...> Внутри самой Украины с 1991-го существовали две страны – анти-Россия и Украина как еще одна Россия. Одна без России себя не мыслит, другая не мыслит себя с Россией»*, – пишет корреспондент (Известия, 16 января 2023 г., <https://iz.ru/1454275/viktor-medvedchuk/ukrainskii-sindrom-anatomii-sovremennogo-voennogo-protivostoiannii>). Так, уже в заголовке встречаем лексему оппозиционности – *противостояние*, которая далее неоднократно подтверждается в словосочетаниях *антироссийская политика, холодная война, анти-Россия*.

Максимально сконцентрированные концепты чужеродности можно найти в заголовке сетевого российского издания «Вести. Ру». Об истоках и идеологии

противостояния автор Андрей Медведев рассуждает в материале «**Украинский нацизм – гремучая смесь язычества и сатанизма**» (Вести. Ру, 1 мая 2022 г., <https://www.vesti.ru/article/2720706>). В самой публикации эмотивная нагрузка оппозиционных конструктов, дополненных эпитетами, возрастает: *недобитые нацисты, военные преступники, героические бандеровцы, карательные органы*. Автор заключает: «**Неонацисты, идейные романтики Майдана, маргиналы, авантюристы, просто бандиты – адское варево, плавильный котел, из которого вылезли самые лютые, самые жестокие нацбатальоны: "Днепр", "Торнадо", "Айдар", "Азов"**» (там же).

В материалах украинских онлайн-изданий также можно отметить тенденцию к активному внедрению лексических единиц семантического поля «чужой». Преобладают следующие лексические единицы, отражающие подчеркнuto агрессивную антироссийскую идеологию: *недрузи, захватчики, оккупанты, кремлевские выродки*. Радикальные СМИ Украины напрямую рисуют портрет врага в лице российского президента. Так, в материале онлайн-медиа «УНИАН – Новости Украины», ежедневно публикующего новости о войне с Россией, содержится лексика, заведомо унижающая главу государства. Комментируется визит китайского лидера в Москву: «*В кремле началась встреча Си Цзиньпина с его вассалом*» (УНИАН – Новости Украины, 20 марта 2023 г., <https://www.unian.net>). Зачастую заголовочные комплексы содержат буквально слова угрозы: «*В Киеве жалеют, что не разнесли Мариуполь, когда там был Путин*» (<https://www.ua.politnavigator.net>). Воздействие происходит как явно, так и скрыто, при этом манипулятивный уровень лексики отдельных украинских СМИ следует считать «языковым насилием».

Таким образом, лексико-семантические конструкты «свой» – «чужой» формируют в сознании читателя, зрителя, пользователя образ врага и трансформируют общественное мнение. Через эмотивные элементы в языке заголовков и подзаголовков, лидов и основных текстов российских и украинских СМИ передается крайне негативное отношение к военному и идеологическому противнику. Агрессивное воздействие на общественное сознание, психологические манипуляции сопровождаются эмоциональным давлением.

Литература

Дурду, Б., Агеева, Ю. В. Функционирование военной лексики в языке СМИ / Б. Дурду, Ю. В. Агеева // Балтийский гуманитарный журнал. 2019. Т. 8. №1 (26). С. 35 – 38.

Котиева, Т. А. Военная метафора в языке современных газет / Т. А. Котиева // Рефлексия. 2010. № 2. С. 39 – 40.

Мосиенко, Л. В., Миначева, Д. В. Функционирование военной лексики в газетно-публицистических статьях / Л. В. Мосиенко, Д. В. Миначева // Инновационные научные исследования: теория, методология, практика: Сб. ст. IX Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза : Наука и Просвещение, 2017. С. 195 – 197.

N.Baibatyrova

Tatischev Astrakhan State University

Oppositional constructs «mine» – «alien» in the language of military journalism

The article is devoted to the analysis of lexical and semantic constructs of oppositionality in the language of modern military journalism. Using the example of the study of the texts of Russian and Ukrainian media, the key lexical units that form the image of the enemy and are manipulative means of influencing the audience are highlighted. Special attention is paid to the study of headlines and headline complexes of materials covering the events of a special military operation. It is concluded that the constructs of the semantic field «friend – foe» create a prototype of the enemy in the media. They become translators of aggression and have a direct psychological impact on the audience.

Keywords: military media discourse, constructs, «mine», «alien», the language of the opposition.

Барезев Виктор Александрович
Санкт-Петербургский университет
технологий управления и экономики
Vik-bar50@mail/ru

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ СЛЕНГА В МЕДИАДИСКУРСЕ (НА ПРИМЕРЕ ТЕКСТОВ ВОЕНКОРОВ «КОМСОМОЛЬСКОЙ ПРАВДЫ»)

В статье представлено исследование сленга военных корреспондентов «Комсомольской правды». Раскрываются причины употребления сленга, его функции, виды, характеристика и специфика. Представлены новые сленг-выражения, появившиеся в период проведения специальной военной операции.

Ключевые слова: сленг, жаргонизм, арго, текст, медийный дискурс.

Активное использование социолектов или субстандартных подсистем языка (сленг, жаргон, арго и др.) в СМИ – явление противоречивое и неоднозначное. Его последствиями являются, с одной стороны, размывание норм языка и норм речевого этикета, понижение уровня языковой и общей культуры массовой аудитории, с другой – развитие и оживление языка массмедиа, усиление его выразительности и привлекательности для аудитории. Также нет четкого понимания факторов, обуславливающих употребление сленга в медиадискурсе и критериев оценки использования этого приема. Этим продиктована цель исследования: объяснение и характеристика использования сленга в журналистских материалах военкоров «Комсомольской правды», репрезентирующих происходящие события в зоне СВО.

Предметом настоящего исследования является сленг в текстах военных корреспондентов КП, освещающих проведение специальной военной операции (СВО). Материалом для исследования послужили журналистские тексты военкоров «Комсомольской правды» Александра Коца и Дмитрия Шешина, размещенные на сайте газеты – KP.RU в рубрике «Репортажи военкоров» в период с января по март 2023 г. Общее количество текстов, использованных в исследовании и отобранных методом сплошной выборки, составляет 30 единиц. Основные методы исследования: аналитико-синтетический, контекстуальный и метод лексического анализа.

Значительный интерес ученых к языковому субстандарту и составляющим его феноменам соседствует с нерешенной проблемой выбора и дефинирования терминов для обозначения таких нелитературных лингвистических образований, как арго, жаргон, сленг. Причем имеет место ситуация, когда в одних исследованиях они рассматриваются как синонимичные понятия, в других – разграничиваются и противопоставляются (Калугина: 262). В нашем исследовании сленг понимается как относительно устойчивый для определенного временного периода, широко употребительный, стилистически сниженный лексический пласт, включающий части речи, словосочетания, акронимы и др., обозначающий явления, предметы, процессы,

признаки и обладающий пейоративной экспрессией. Это термин синонимичен терминам жаргон и арго и позволяет объединить в рамках единой категории различные слова и словосочетания, противопоставляемые литературной лексике (Мизюрина: 108).

Значение и причины использования сленга обусловлены выполнением им таких функций, как: коммуникативная; когнитивная; корпоративная; мировоззренческая (аксиологическая); эвфемистическая; номинативная; манипулятивная, функция экономии времени и др. (называют также творческую, эзотерическую и демонстративную функции).

Медиадискурс (массмедийный дискурс) – «это функционально-обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» (Добросклонская: 183). В рамках концепции медиадискурса текст – это сообщение, представленное системой знаков различных семиотических систем (языковых, графических, звуковых, визуальных), медиатекст есть сообщение плюс канал, а дискурс – это сообщение в совокупности со всеми прочими компонентами коммуникации.

В рассмотренных текстах военкоров «Комсомолки» А. Коца и Д. Стешина обнаружено регулярное использование социалектов различного типа, традиционно именуемых терминами «сленг», «жаргон», «арго». По нашим подсчетам общее количество слов, которые можно идентифицировать как сленгизм, жаргонизм, арготизм и просторечие не превышает 100 единиц в 30 изученных журналистских текстах, что не превышает 0,5 % от общего количества слов, содержащихся в указанных текстах. Как показывает анализ, их использование носит органичный, естественный характер и оправдано целым рядом факторов.

Во-1-х, употребление сленга обусловлено его богатými функциональными возможностями, способностью повышать коммуникативность, диалогичность, лексическую привлекательность, стилистическое многообразие, нестандартность медиатекста. Примером актуализации эмоционально-экспрессивной функции сленга в текстах А. Каца и Д. Стешина является использование таких сленгизмов, как, *нацики, укропы, укропские танчики*; оценочная функция реализуется посредством слов *рубиллово, пиндосы, охренный*; эвфемистическая – через выражения *двухсотый, трехсотый*; функцию экономии времени читателя обеспечивается сокращенными словами *начмед, медпункт, медкомплект*. Есть также немало примеров неклишированной идентификации различных групп участников специальной военной операции (СВО) посредством разнообразной сленговой лексики: *пацаны, вагнеровцы, музыканты*. Оживлению материала, его информативности и оригинальности служат номинирующие сленгизмы, например, *носатые или слоны* (т.е. танки); *«мародерка»* - специальный подсумок для сброса пустых магазинов, *тепляки* (тепловизоры), *ночники* (приборы ночного видения), *полячки* – 60-миллиметровые мины польского производства, *глазки* (оператор беспилотника), *птичка или коптер (квадрокоптер)*.

Во-2-х, благодаря подбору соответствующего сленгового материала, жаргона и разумеется лексических и синтаксических средств выразительности (фигуры речи и тропы) военкорам удастся обеспечить нужную тональность повествования, отразить свое отношение к описываемым событиям, героям, объектам – восхищение, сочувствие, понимание, переживание, оптимизм. В этой связи отметим замечательное владение указанными авторами богатством русского литературного языка, используемого в своих репортажах. Для подтверждения несколько примеров их метафорики: *израненный лес, дорога, прошитая швами окопов и блиндажей, бронетанковый «ударный кулак», деревья истерзанные миллиардами осколков, в изрезанной железом лесополосе, плюющаяся огнём Авдеевка, разбитый «бусик», искалеченными многоэтажки, «Вольфрамковые люди»* (о героических российских танкистах – участниках СВО).

Во-3-х, разнообразный и уместный (с точки зрения контекста, композиции и авторского замысла) сленговый материал позволяет военкорам создавать в своих репортажах эффект присутствия, выразительную, объемную и достоверную картину описываемого события, добиться доверия читателя к информации и оценкам их автора.

«Там наверху у меня снайпер сидел, туда вдруг прилет, подъезд осыпается, я думаю, ну все, пропал снайпер. А он не дошел до края дома – шнурок завязывал. Потом прилет сюда, крыша вся на хрен, я уже здесь стоял. Тремя секундами раньше – и я бы сейчас тут не стоял. Кстати, видите все эти разрушения? Когда зачищали, все эти постройки еще были целыми. Как только противник был выбит отсюда полностью, он артиллерией все рас*еракал. Дальше не пойдём, там «колея».

- Что?

– Накидывают артиллерией. Мы для радиообмена используем сленг и жаргон.

– И как будет «пойти в атаку»?

– «На стиль». Мы с «Филмором» завтра «на стиле» (Фрагмент репортажа А. Коца из пригорода Бахмута. 19.02.2023. <https://www.kp.ru/daily/27467/4723196/>).

Литература

Калугина, Е. Н. Понятийно-теоретический аспект исследования языкового субстандарта / Е. Н. Калугина // Научный диалог. 2013. №5 (17). С.260 – 264.

Мизюрина, Т. В. Определение и общие характеристики понятия «Сленг», его роль в языке и культуре современной России / Т. В. Мизюрина // Вестник ЧелГУ. 2013. №1 (292). С.105 – 112.

Добросклонская, Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания / Т. Г. Добросклонская // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. 2014. №13 (184). С.181 – 187.

V. Varejev

St Petersburg University

Some features of slang in the media discourse (on the example of the texts of military correspondents of "Komsomolskaya Pravda")

This article presents the study of "Komsomolskaya Pravda" military correspondents slang. The reasons for the use of slang, its functions, types, characteristic and specificity are revealed. New slangisms that appeared during the period of the special military operation are presented.

Keywords: slang, jargon, argot, text, media discourse.

Бондарь Валерия Валерьевна
Южно-Уральский государственный университет (НИУ)
valeria.bondar@inbox.ru

ЗООМОРФИЗМЫ В ДИСКУРСЕ ОППОЗИЦИОННЫХ РОССИЙСКИХ И БЕЛОРУССКИХ TELEGRAM-КАНАЛОВ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ВОЕННОЙ ОПЕРАЦИИ

После анализа информационных сообщений СМИ в «Telegram», мы пришли к выводу, что популярными проекциями являются: «Власть – животные», «Общество – скот», «Армия – скот», «Армия – насекомые», «Глава государства – крыса, таракан и моль», «Животный патриотизм».

Ключевые слова: зооморфизмы, интернет-СМИ, информационная война, политический дискурс, Telegram.

Основываясь на исследования Э.В. Будаева, зооморфные метафоры изучаются при помощи двух подходов. Первый включает в себе установление мишени, привлекающей метафоры. Это позволяет сфокусировать внимание на определенном концепте с целью выявить способы и метафорический набор когнитивных признаков.

При втором подходе зооморфы изучаются на основе анализа метафор, объединяемых сферой-источником метафорической экспансии. Эта методика подразумевает выстраивание фреймо-слотовой модели концептуализации политики в целом.

В своем исследовании мы больше опирались на второй подход, поэтому нами были выявлены основные классификации зооморфных метафор, используемых в информационных сообщениях оппозиционных телеграм-каналов.

После проведенного анализа было выяснено, что в метафорике оппозиционных материалах распространение получили следующие основные зооморфные проекции: «власть – животные», «общество – скот», «армия – насекомые», «армия – скот», «животный патриотизм», «глава государства – моль, крыса, таракан».

1. Метафорическая проекция «Власть – животные»

Приведенная модель метафоры основывается на действиях российской власти. Это сделано для того, чтобы показать, насколько деятельность российских парламентариев жестока по отношению к людям. Основываясь на большой толковый словарь, мы можем отметить, что слово «животные», употребляемое в данном контексте, является разговорным и имеет следующее значение: «неразвитый человек с низменными, непристойными страстями». То есть, государственную власть приравнивают к низменному существу и, по сути, обезличивают перед социумом, указывая на её несостоятельность, жестокость и безрасудство.

- *«Родина моя как свинья. Жрет своих сыновей» – «Сибирь.Реалии»*

● *«Люди не могли этого сделать – они животные» – «Meduza – LIVE»*

● *«Животный ужас». Как в Запорожской области проходит «референдум» – «BBC News Русская служба»*

● *«Наши дети не животные» – «Настоящее время»*

● *«В голове у российской бешеной собаки ничего нет, она питается властью и страхом» – «NEXTA Live»*

● *«Есть устойчивое выражение, что капля никотина убивает лошадь. Лавров же продемонстрировал ООН, что делает с лошадьми одна белая дорожка.» – «NEXTA Live».*

2. Метафорическая проекция «Общество – скот»

В данной модели по отношению к российскому социуму применяется ассоциация с обществом, которое не имеет собственного мнения насчет политической ситуации. Кроме того, такая модель отождествляется с безразличным отношением государства к своим гражданам. В одной из моделей правительство представлено в лице «пропагандистов», а общество – «скотом». Такая метафора показывает, что социум воспринимает всю политику государства, при этом не вникает в её суть и, как следствие, не критикует.

● *«Просто как скот гребут всех подряд и увозят» – «Сибирь.Реалии»*

● *«Пропагандисты не скрывают, что относятся к россиянам, как к скоту» – «NEXTA Live»*

● *«В России началось клеймение скота» – «LEXTA»*

● *«Как скот согнанные на митинг бюджетники радуются бесплатной перловке. Хроники народной деградации – «Сталингулаг»*

● *«Если ты безропотный скот – получи Зачёт. Вся суть российского образования сейчас сведётся к оголтелой пропаганде и промывке мозгов молодым людям, которые не смотрят телевизор – «Сталингулаг»*

● *«Тупой оболваненный скот, который даже не осознаёт, что его ждёт впереди – «Сталингулаг».*

3. Метафорическая проекция «Армия – скот»

Данная метафорическая зооморфная конструкция характеризует действия и состояние российской армии в период СВО. Авторы высказываний сравнивают военнослужащих и вооруженные силы с общей коннотацией животных (указывая либо на жестокость российских солдат, либо на безрассудность поступков, которая присуща существам, лишенным интеллекта). Также подобные сравнения характеризуют военную неподготовленность служащих.

● *«Вы смотрите передачу «В мире животных» – «NEXTA Live»*

● *«И этот бред втюхивали высшему военному руководству страны, которое приняло роковое решение о начале войны, потому что не сомневалось, что российская армия – это огромный свирепый медведь, а не беззубый шакал с перебитыми лапами.» – «NEXTA Live»*

● *Атмосфера во «второй армии мира» примерно такая. Интересно, эти клоуны хоть понимают, что к ним относятся, как к скоту? – «NEXTA Live»*

4. Метафорическая проекция «Животный патриотизм»

Данная метафорическая проекция нацелена на отождествление патриотизма с действиями, в которых заключено животное проявление. В рамках этой зооморфной метафорики происходит сравнение патриотически настроенных людей с тараканами и крысами. Также подчеркивается бездумность и ярость осуществляемых поступков.

● *Z-патриотам приготовиться: в связи с массовым отъездом либералов из России почётное место «врага народа» стало вакантным. Танцы тараканов в закрытой банке. – «NEXTA Live»*

● *В Москве фашиствующие крысы оставляют вот такие надписи на дверях политических активистов – «Сталингулаг»*

● *Вообще не удивлюсь, если всем баранам, которых сейчас в каждом городе сгоняют на митинг «за Донбасс и президента», вместо обещанных 500 рублей выдадут повестки – «Сталингулаг».*

5. Метафорическая проекция «Глава государства – крыса, таракан и моль»

Эта метафорическая проекция включает в себя обороты, связанные с критикой главы государственного аппарата. Президент РФ в приведенных зооморфных единицах сопоставляется с образом, как и животных, так и насекомых.

● *«Капкан для ботоксной крысы» – «NEXTA Live»*

● *«Бункерная моль такого точно не ожидала и никогда не забудет» – «NEXTA Live»*

● *В банке с тараканами началась грызня» – «NEXTA Live»*

В результате статистического анализа просмотров публикаций с зооморфизмами мы пришли к выводу: во многом на популярность материалов влияет их тематика. Однако в каналах, в которых менее распространен эмоциональный контент, такие конструкции в составе информационных сообщений способствуют повышению трафика, то есть увеличивают количество просмотров на публикациях.

Таким образом, употребление средствами массовой информации зооморфных метафорических конструкций способствует активному восприятию дезинформирующих сообщений на эмоциональном уровне, позволяющих транслировать интересы, которые оказывают деструктивное влияние на процессы в социуме.

Литература

Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С. А. Кузнецов. // Грамота.ру. – URL: <http://gramota.ru> (дата обращения: 24.10.2022).

Будаев, Э. В. Зооморфные метафоры в оппозиционном дискурсе белорусских телеграм-каналов / Э. В. Будаев. – Текст : непосредственный / Э. В. Будаев // Политическая лингвистика. 2022. № 2 (92). С. 25 – 34.

Будаев, Э. В., Чудинов, А. П. Современная политическая лингвистика [Электронный ресурс] / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Екатеринбург, 2006. – URL: <http://www.philology.ru/linguistics1/budaev-chudinov-06a.htm> (дата обращения 03.01.2023).

V. Bondar

South Ural State University (National Research University)

Zoomorphisms in the discourse of opposition Russian and Belarusian telegram channels during a special military operation

After analyzing many information messages of the opposition media presented on the Telegram platform, we came to the conclusion that the most popular zoomorphic metaphorical projections are: «Government – animals», «Society – livestock», «Army – insects», «Army – livestock», «Head States – rat, cockroach and moth», «Animal patriotism».

Key words: zoomorphisms, Internet media, information warfare, political discourse, Telegram.

Гамина Татьяна Сергеевна
Луганский государственный педагогический университет
gamina_ts@mail.ru

ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ ВЛИЯНИЯ НА РЕЧЕВУЮ КУЛЬТУРУ МЕДИЙНОГО ПОТРЕБИТЕЛЯ

В статье показана роль и значение языка, языковой личности журналиста в медийном пространстве и его влияние на медийного потребителя; рассмотрены различные подходы к определению понятия «языковая личность», охарактеризованы ее составляющие: языковая и коммуникативная компетентность, риторическая компетенция.

Ключевые слова: язык, языковая личность, медиатекст, языковая, коммуникативная компетентность, риторическая компетенция, человек «медийный».

Последнее десятилетие ознаменовалось стремительным развитием и формированием новой коммуникационной среды, когда информационные потоки постепенно становятся рычагами управления общественными процессами, массовым сознанием. В постоянно меняющихся условиях жизнедеятельности общества встает вопрос об ответственности СМИ, которые транслируют и порождают информацию, затрагивающую актуальные общественные, социальные интересы населения.

Сегодня, именно журналистика выделяется среди других профессий, особой общественной значимостью, ответственностью перед медийным потребителем в реализации таких важных речевых функций как: информации, управления, влияния, понимания, самовыражения и формирования общественного мнения.

Современному обществу необходимы высококвалифицированные специалисты в области журналистики с эффективным критическим мышлением, высоким уровнем медийно-информационной грамотности, аналитическими навыками, высоким уровнем знания русского языка, его выразительных возможностей, культурой общения, которые ориентированы на успех, популярность, признание массовой аудиторией, карьеру. Эти вопросы сегодня становятся актуальными как никогда.

СМИ оказывают огромное влияние на жизнь страны, информационное поле социума и языковую компетентность населения, поэтому для журналиста важно максимально полно владеть возможностями русского языка, который был бы понятен всем, независимо от образования, социального статуса и интеллектуального уровня. Этому способствует и принятие в феврале 2023 года Государственной Думой изменения в Федеральный закон «О государственном языке Российской Федерации» направленные на повышение значимости русского языка и усиление контроля за соблюдением его норм. Любой человек, тем более специалист в области журналистики, может принять участие в «Тотальном диктанте», который проходит каждый год с целью самопроверки

уровня владения русским языком, грамматикой с пунктуацией, знания истории. Специалистам в области журналистики необходимо знать возможности языковой системы, внешние и внутренние техники речевого действия, нормы и границы допустимого их варьирования.

Актуальность настоящего исследования определяется значимостью стоящей перед обществом задачи – подготовка обладающих чувством языка журналистов-профессионалов, владеющих языковой и коммуникативной компетентностью, литературным мастерством.

По мнению Е.А. Набиевой, каждый журналист является языковой личностью, но немногие из них могут быть квалифицированы как обладающие индивидуальным стилем.

Влияние языка СМИ на широкие массы населения усиливает ответственность журналиста за свою речь. Как подчеркивает в своих работах Беглова Е.И., СМИ играют ведущую роль в формировании и развитии языкового вкуса нашего современника, влияют на его речевое предпочтение (Беглова 2014).

Актуализирует проблему формирования современной языковой личности то обстоятельство, что человек постоянно находится в окружении стремительного потока огромного количества разноплановой информации, с которой он находится в тесном контакте каждый день через различные цифровые носители и результатом этого взаимодействия, всепроникающего влияния является то, как мы говорим, как мы думаем, какие наши ценностные ориентиры, жизненные установки, какие вопросы обсуждаем, на какие темы эмоционально реагируем. М.А. Кронгауз в работе «Русский язык на грани нервного срыва» подчеркивает, что журналист любого издания, работая над текстом, должен учитывать вербальные группы риска (криминальная лексика, сленг молодежных субкультур, язык Интернет-коммуникаций) и прогнозировать результат воздействия этой группы лексики и фразеологии на своего адресата, на его эмоционально-оценочное поле (Кронгауз 2008).

В научной литературе медийный пользователь СМИ это человек, имеющий определенный уровень знания русского языка, который по своей природе скептичен, способен свободно мыслить, давать самостоятельную оценку определённым событиям и явлениям, задавать вопросы, в том числе и провокационные, находить ответы и иметь свой взгляд, свою позицию на различные социальные проблемы.

К сожалению, сегодня существует разрыв между знанием, которым располагаем и пониманием (чем больше я знаю, тем меньше понимаю, знания становятся главным препятствием для понимания): информации много, а времени, знаний, возможностей и необходимых навыков анализа для адекватного ее толкования недостаточно, что может вызвать тревогу, беспокойство, подавленность и негативно повлиять на восприятие информационного материала.

Медиапотребители самостоятельно выбирают в сети информационно-коммуникативные потоки, вступают в активные диалоги и остро реагируют на некорректную обратную связь. В связи с этим, именно

качество получаемой медийным потребителем информации в значительной степени определяет его выбор, программирует и формирует его мышление, цели, идеалы, желания, интересы и последующие поступки и действия.

Как отмечает Л. В. Балахонская: «Слово, помимо предметного значения, часто имеет коннотацию, т.е. оценочную, эмоциональную и стилистическую окраску, дополняющую его предметно-понятийное содержание и придающую ему экспрессию, а также обладает набором связанных с ним в культуре определенного общества ассоциаций, не могущих не оказывать влияние на читателя, слушателя и собеседника» (Балахонская 2017: 7).

Сложность влияния на людей определяется тем, что эффект живого общения, непосредственное личностное влияние и взаимодействие блокируется в психике людей информационной зависимостью, наявностью в ней информационных клише, размытых духовных ценностей, скептического отношения к нравственным авторитетам. Негативно влияет и вседозволенность информационного рынка, засилья низкопробной дешевой медиа-продукцией, усложнение поиска достоверной информации, использование в большом объеме иноязычной лексики. Языковая раскрепощенность обернулась обилием модных языковых новаций и разговорной лексики, агрессивной вульгаризацией бытового общения, немотивированным употреблением жаргонной, сленговой лексики, не соблюдением акцентологических норм, снижением уровня ответственности перед законом, нарушением норм речи и правописания.

В своих работах Е.Л. Вартанова утверждает, что в результате зависимости рядовых пользователей от «посредников медиа», появляется «человек медийный» – это такой член современного общества, социальное и индивидуальное существование которого определяется и в значительной степени формируется содержанием СМИ как продуктом, производимым, потребляемым в процессах массовой и индивидуальной коммуникации, а также коммуникационными отношениями и интересами индивида [2]. По сути, медиатекст – это форма речевой деятельности, в которой проявляется уровень структурно языковой сложности и точность воспроизведения действительности.

Современные исследования (В. Л. Артемова, К. И. Былинский, В. Г. Виноградов, А. Д. Васильев, В. Г. Костамаров, Г. Я. Солганик, М. А. Беглова, Ю. Н. Караулов, О. М. Осиянова) особое внимание обращают на речь средств массовой коммуникации, в частности на ее выразительность. Повышенный интерес обусловлен возрастающим влиянием средств массовой информации на формирование языковой личности индивида.

В исследованиях последнего времени (А. А. Буров, Ф. С. Воеводин, В. И. Карасик, М. А. Кронгаур и др.) основное внимание уделяется проблемам языка как способу контроля над обществом, а тема «язык-власть» становится приоритетной.

Проблему стилевых норм, которые касаются отбора языковых средств, правил их сочетаемости между собой исследуют (М. Н. Кожина, Н. О. Кожевникова, Р. Г. Пиотровский, Е. Н. Ширяев и др.).

Анализ научной литературы показал, что написано немало научных трудов о состоянии русского языка, культуры русской речи и языка средств массовой информации. Однако, следует подчеркнуть, что в последнее десятилетие, особое внимание специалисты обращают на недостаточную общую, языковую и этическую компетентность журналиста, невысокий уровень культуры речи в средствах массовой информации, снижение стилистического качества устной и письменной речи, речевого и коммуникативного стандарта, недостаточное использование большого арсенала выразительных средств русского языка, что составляет основу профессионализма журналиста.

Постановка проблемы: вопросы языковой и коммуникативной компетентности должны стать для начинающего журналиста приоритетными и в дальнейшем совершенствоваться в профессиональной деятельности.

Текст информационного характера передается посредством языка как когнитивного процесса восприятия человеком предметного мира и пространства, вызывает в сознании мысленные, образные картины, представления, позволяющие «видеть», «почувствовать» сообщение, что придает информации большую достоверность и убедительность, определенную направленность памяти, воображению и мышлению. Информационные тексты выполняют две основные функции: сообщение информации и воздействие на конкретного адресата, т.к. доминирующая функция языка – воздействовать на сознание, образные впечатления и чувства медийного потребителя.

На новом этапе социального общения решающую роль в формировании общественного сознания медийного потребителя получает личность и языковая культура журналиста, поэтому возникла насущная потребность в изучении содержания и проявления языковой личности в средствах массовой информации, системе коммуникативных отношений. Для нашего исследования важным является раскрытие содержательных характеристик, расширяющих понимание, таких понятий как языковая личность, языковая компетентность, коммуникативная компетентность, риторическая компетенция. Воздействие речью, управление при помощи речи является сложной деятельностью.

Интересную трактовку понятия языковой личности в своих работах дает Караулов Ю.Н.: «Языковая личность есть личность, выраженная в языке (текстах) и через язык, есть личность, реконструированная в основных своих чертах на базе языковых средств» (Караулов 2011: 38).

В своем исследовании «Языковой круг: личность, концепты, дискурс» В. И. Карасик охарактеризовывает составляющие речевой организации человека: языковую способность, коммуникативную потребность, коммуникативную компетентность, языковое сознание как вербальное отражение во внутреннем мире внешнего мира, речевое поведение, особо выделяя при этом ценностный, познавательный и поведенческий компоненты этого понятия (Карасик 2002). Такой подход представляет интерес для развития эффективных моделей языкового обучения. Разрабатывая понятие языковой личности Г.И. Богин создал модель личности, в которой человек

рассматривается с позиций «готовности производить речевые поступки, создавать и принимать произведения речи» (Богин 1980).

Для языковой личности журналиста характерно знание языка, языковой культуры, способность к самостоятельным речевым действиям, к сознательному руководству и совершенствованию собственной речемыслительной деятельности, языковая харизма (когда нет разрыва между идеей, эмоцией и мыслью и тем, как она выражена звуком), способствующая решению задач самореализации в профессиональной деятельности, владение вокальным каналом коммуникации (тембр голоса, громкость, ритм речи, темп речи, интонация, дикция, паузы в речи).

Языковая компетентность современного журналиста немыслима без понимания тех активных процессов, которые происходят в русском языке в целом и в языке СМИ в частности. В языковую компетенцию входит активный состав моделей словосочетаний и предложений, разнообразие грамматических конструкций, знание и понимание точных значений понятий, терминов, умение выбирать самое точное слово из богатого словарного запаса (почти все слова, кроме терминов, многозначны) и на этой основе умение выбирать самое точное слово, отбирая его из многословного синонимического ряда.

Коммуникативная компетентность формируется на основе языковой компетенции. Языковая компетенция – это знание языковой системы, ее законов и правил, употребления элементов. единиц языка по правилам произношения, правописания, словоупотребления, словоизменения и сочетаемости, что позволяет журналисту осуществлять эффективную речевую деятельность (устную и письменную), создавать медийные тексты различные по стилистической и жанровой принадлежности.

Овладение языковой культурой, способами восприятия и преобразования текстов, приемами совершенствования их содержания и форм позволяет журналистам не только поднять качество медиапродукции в современном информационном пространстве, но и свое профессиональное мастерство и авторитет в обществе. Языковая и коммуникативная компетенция тесно связаны.

В методической литературе термин «коммуникативная компетенция» включает в себя ряд понятий: а) вербально-когнитивная компетенция (способность запоминать и при необходимости вспоминать сведения, знания, факты, прибегая к языковым обозначениям; б) лингвистическая компетенция (правильные в языковом отношении предложения с помощью усвоенных языковых знаков и правил их соединения; умение соотносить языковые средства с задачами и условиями общения; в) вербально-коммуникативная (учитывать при речевом общении контекстуальную уместность и употребительность языковых единиц для реализации когнитивной и коммуникативной функций; г) метакоммуникативная компетенция (владение понятийным аппаратом необходимым для анализа и оценки средств речевого общения).

Язык журналистики отражает уровень речевой культуры современного общества, в связи с чем появилась необходимость изучения коммуникативной

компетентности специалистов в области журналистики. Само понятие коммуникативная компетентность можно определить как способность носителя языка, обладающего необходимой суммой языковых знаний и речевых умений, использовать их в соответствии с целями и условиями общения, в каждом конкретном случае.

Через языкознание риторика входит в современную науку, занимающуюся проблемами речевого общения и воздействующей способности языка. Современная риторика (неориторика) – это наука о законах управления мыслительно-речевой деятельностью, которые определяют эффективность этой деятельности, наука об эффективной коммуникации с множеством адресатом. С позиций риторики изучается «языковой вкус эпохи», новые тенденции в развитии языка в его массовом употреблении, их отношение к понятиям культуры речи.

Сегодня неориторика опирается на целый ряд наук: лингвистику речи, семиотику, филологический контент-анализ, психолингвистику, лингвапрагматику и др. Эти науки изучают отдельные стороны функционирования языка, тогда как риторика – обобщающая теория, которая позволяет целостно анализировать мыслительно-речевую деятельность человека и дает практические рекомендации для повышения эффективности речевого общения.

Античная риторика разработала надежный инструментарий языкового воздействия в виде классического риторического канона: изобретение (инвенция) – расположение (диспозиция) – выражение (элокуция) – запоминание (меморио) – произнесение (акцио). И сегодня, опираясь на аристотелевую теорию и диалектику, риторическая компетенция понимается как умение строить речь в единстве ее этоса (этическая составляющая), логоса (мысль, воплощенная в слове) и пафоса (чувства и эмоции), как средство реализации духовности коммуникативного процесса. Благодаря данному свойству речи можно «разбудить» логическую, эмоциональную, эстетическую область сознания человека.

Понятие «риторическая компетенция» сегодня можно встретить в трудах исследователей риторики и методики ее преподавания, где она определяется через совокупность знаний об общении как общечеловеческом феномене, специфике его реализации в сфере повышенной речевой активности конкретной профессиональной или социальной группы.

В своих исследованиях Е. С. Симакова рассматривает риторическую компетентность (лат. *competens* – надлежащий, способный) – как способность правильно говорить для поддержания необходимых эффективных контактов с другими людьми. В состав компетентности включают некоторую совокупность знаний, умений, обеспечивающих эффективное протекание общения. Риторическая компетентность рассматривается как система знаний, умений и навыков, необходимых для построения эффективного риторического действия в определенных ситуациях межличностного воздействия. Риторический акт включает в себя анализ и оценку языковой ситуации, формирование цели и

операционального состава действия, реализацию плана или его коррекцию, оценку эффективности (Симакова 2007: 372).

Риторическая компетенция – это высший уровень коммуникативной компетенции, обеспечивающий риторическую деятельность человека. Под риторической деятельностью мы понимаем способность осознанно создавать, произносить и рефлексировать авторско-адресный текст речевого/риторического жанра в соответствии с целью и ситуацией публичной речи (Горобец 2007: 1). Риторическая компетенция отражает жизнь языка, языковую и речевую культуру. Она шире риторических знаний, так как включает и историю риторики, и связь языка и культуры, и духовный мир личности, и жанрово-стилистические особенности текстов как продуктов речевой деятельности, и их функционирование.

Таким образом, язык является главным инструментом специалистов в области журналистики в процессе медийной коммуникации. Именно язык обеспечивает бесконечное многообразие средств, приемов, методов, которые позволяют создавать лексические и стилистические авторские модели и активно воздействовать на современного медийного потребителя.

Сегодня термин «языковая личность» активно утверждается в лингвистике наших дней. В современных исследованиях (Е. В. Барсукова, О. М. Осияновой, Н. Д. Голева, А. Р. Ерошенко, В. И. Карасика, М. А. Хлупина и др.) языковая личность выступает как сложный феномен, многоуровневая функциональная система, в основе которой высокая степень владения языком и культурой речи, индивидуальный коммуникативный стиль общения, сформированные компетентности (языковая и коммуникативная, риторическая компетенция) позволяющие судить о возможностях речевых (текстообразовательных) качеств высокопрофессионального специалиста в области журналистики.

Языковая личность выступает носителем собственных смыслов и ценностей, языкового сознания (коллективного и индивидуального), коммуникативно-деятельностных ценностей, является личностью воплощенной в языке, точным вербальным отражением современной действительности на уровне активного и творческого ее осмысления. Коммуникативная компетентность, особенно молодых специалистов в области журналистики оценивается на рынке труда как необходимый ресурс решения профессиональных задач эффективного социального взаимодействия друг с другом и окружающим миром.

Сегодня журналисты как особый, информационно-медийный, тип языковой личности вносят существенный вклад в развитие процесса нормирования русского языка, продвигают и закрепляют модные языковые новации в словесном лексиконе общества, при условии их соответствия грамматической структуре языка, вписываются в правила словообразования, словоизменения и синтаксической сочетаемости. В разряд активной и общеупотребительной лексики входят модные слова, это те единицы, которые обладают высокой частотностью в речевой коммуникации, массовой воспроизводимостью в процессе речевой деятельности, однако основным

критерием перехода в норму остаются их кодифицирование, то есть включение в академические словари русского языка.

Специалисты в области журналистики становятся источниками расширения современного лексикона – творцами неологизмов, инициаторами использования различных креативных языковых модификаций, влияя, таким образом, на формирование языка СМИ, медийного дискурса, в конечном результате языка медийного потребителя. В современном мире Язык – маркер интеллектуального и духовного состояния и развития общества, основной показатель культурных и нравственных ориентиров.

Литература

Балахонская, Л. В. Лингвистика речевого воздействия и манипулирование: уч. пособие / Л. В. Балахонская, Е. В. Сергеева. – 3-е изд. – М. : ФЛИНТА; Наука, 2017. 352 с.

Вартанова, Е. Л. От человека социального – к человеку медийному // От книги до Интернета. Десять лет спустя / под ред. Н. Э. Микеладзе, А. В. Раскина. – М. : Ф-т журн. МГУ: МедиаМир, 2009. С. 3 – 15.

Беглова, М. А. Языковая компетентность как составляющая профессии журналиста / Е. И. Беглова // Вестник Нижегородского Ун-та, 2014. №2. С. 414 – 417.

Богин, Г. И. Современная лингводидактика / Г. И. Богин. – Калинин: Калинин.гос. ун-т, 1980. 61 с.

Городец, Л. Н. Формирование риторических знаний и умений студентов-нефилологов в педагогическом вузе / Л. Н. Городец. – Армавир : РИЦ АГПУ, 2007. 160 с.

Караулов, Ю. Н. Русский язык и языковая личность / Ю. Н. Караулов. – М. : Изд-во ЛКИ, 2011. 264 с.

Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград, 2002. С. 8.

Кронгауз, М.А. Русский язык на грани нервного срыва / М. А. Кронгауз – языки славянских культур, 2008. 232 с.

Осиянова, О. М. Языковая личность XXI века: проблемы и перспективы / О. М. Осиянова // Вестн. ОГУ. 2002. № 6. С. 191.

Симакова, Е. С. Риторическая компетенция в профессиональной подготовке педагога / Е. С. Симакова // Вестник Рязанского гос. ун-та им. С.А. Есенина. 2007. № 4 (17). С. 40 – 50.

Gamina Tatiana Sergeevna

Luhansk State Pedagogical University

Language as an instrument of influence on the speech culture of the media consumer

The article shows the role and significance of language, the linguistic personality of a journalist in the media space and its influence on the media

consumer; various approaches to the definition of the concept of "linguistic personality" are considered, its components are characterized: linguistic and communicative competence, rhetorical competence.

Keywords: language, linguistic personality, media text, linguistic, communicative competence, rhetorical competence, "media" person.

Зайцева Ирина Павловна
Витебский государственный университет имени П. М. Машерова
irinazaj91@mail.ru

ПОЭТИЧНОСТЬ ПУБЛИЦИСТИКИ И ПУБЛИЦИСТИЧНОСТЬ ПОЭЗИИ МИХАИЛА МАТУСОВСКОГО

В статье рассматривается взаимодействие произведений разной жанрово-стилистической отнесённости в творческом дискурсе М. Л. Матусовского – известного лирика, прозаика и публициста, – анализ которых свидетельствует о взаимовлиянии и пересечении в нём разножанровых параметров.

Ключевые слова: публицистичность, поэтичность, жанрово-стилистическая форма, риторический вопрос, взаимовлияние.

Михаил Матусовский – автор, широкую популярность которому принесли прежде всего лирические произведения, ставшие словесной основой для множества известных песен: «На Безымянной высоте», «Берёзовый сок», «Пушки молчат дальнбойные», «Солдат – всегда солдат», «Ветераны», «Последний день войны», «И только потому мы победили» и многих других. Однако этот, вне всякого сомнения, выдающийся художник слова, проявил себя и во множестве других ипостасях словесного творчества – как литературно-художественного, так художественно-публицистического.

Публицистичность, присущую поэзии Михаила Матусовского – качество, объединившее такие характеристики, как актуальность изображаемых событий, чётко выраженная гражданская позиция автора, нередко-документальность, когда в героях лирических произведений легко узнаются реальные люди – отмечает большинство исследователей его творчества. Однако в ничуть не меньшей, а возможно, и в большей степени публицистическим (практически всегда – **художественно-публицистическим**) произведениям писателя: его мемуарной прозе, очеркам, репортажам, киносценариям и даже небольшим заметкам во фронтовых газетах – свойственны черты *поэтизации*, или *поэтичности*. Данные понятия не имеет в настоящее время терминологического истолкования, хотя при этом в литературоведческом терминологическом фонде присутствует термин *прозаизация*, обозначающий взаимодействие поэзии с прозой (Магомедова 2014); по аналогии с этим обозначением и на основании интерпретации данного понятия в литературном языке поэтичность можно определить как присущие непоэтическому произведению свойства художественной поэтической речи, способствующие как приданию изложению большей образности, так и более глубокому воздействию на восприятие адресата-читателя.

Так, в одной из глав автобиографической повести «Семейный альбом», где описано состояние самого Михаила Матусовского и близких ему людей – родных, друзей, коллег – в первый день Великой Отечественной войны, читаем:

«Куда было кинуться 22 июня сорок первого года, в день полный ожиданий известий с фронта, прощальной грусти русских военных маршей,

передаваемых по радио, тревожной сутолоки военкоматов, молчаливой угрюмости очередей за солью и мылом, унылой гулкости вокзалов, оглашаемых стуком неразношенных солдатских сапог, боли и предчувствия беды женщин, не научившихся ещё провожать и терять?» (М. Матусовский 2010: 183).

Развёрнутая синтаксическая конструкция, в которой функционирует система синкретичных тропов, **метафор / эпитетов**, явно индивидуально-авторского свойства: *прощальная грусть русских военных маршей, молчаливая угрюмость очередей, унылая гулкость вокзалов; тревожная сутолока военкоматов* и т. п., – заключённых в стилистическую фигуру *риторического вопроса*, очень точно, и при этом в конкретно-образной форме, передаёт состояние и отдельного человека, и общества в целом (что, кстати, является одним из ключевых содержательно-концептуальных параметров лирического жанра: *для меня – и одновременно для всех*). Аналогичным образом – помещением в начало – организован ещё один абзац в этой же главе, в котором функционирует отмеченный яркой индивидуальностью синкретичный троп:

«Могли ли мы предугадать тогда или предчувствовать, что кому из нас уготовано судьбой? И Павел Григорьевич не знал, какую ценой ему суждено написать одну из своих лучших поэм; а герой будущей поэмы, Вова, жил пока в узком арбатском переулке, с неутраченным детским интересом рассматривал альбомы марок, где круглый почтовый штемпель погашения непочтительно опечатывал лицо королевской особы, а на картинках «колоний» – так назывались тогда африканские марки – паслись стада тонконогих антилоп, и верхушки кокосовых пальм раскачивались под ветром Атлантики» (выделено мною. – И. З.) (М. Матусовский 2010: 183–184).

Риторический вопрос – как правило, развёрнутый, нередко включающий тропы – стилистическая фигура, к которой писатель часто обращается и в своём лирическом творчестве – ср., в частности, начало стихотворения из сборника «Слушая Москву» (раздел «Дальние дороги, чужие города»):

Вам случалось в тишине

Быть разбуженному громом –

В переулке незнакомом,

В незнакомой стороне? (выделено мною. – И. З.)

(Матусовский 1948: 86).

Представляется, что часто именно риторические вопросы из лирических произведений поэта обеспечивают настолько очевидную «перекличку» последних с его публицистикой, что формируют целостную *содержательно-концептуальную* линию авторской позиции, отдельные грани которой оказываются более «выпуклыми» в произведениях разных жанров. Так, явно соотносится с приводимым ранее фрагментом (первым) повести «Семейный альбом» начинающееся риторическим вопросом, стихотворение, созданное в первые послевоенные годы:

Понимал ли, с каким мы встречаемся злом,

И какой поклоняемся силе?!

Это проще, теперь уже задним числом,

Осуждать, что давно осудили) (выделено мною. – И. З.) (М. Матусовский 2010: 214).

Приведённые и множество аналогичных примеров позволяют прийти к выводу о том, что используемые в рамках творческого дискурса Михаила Матусовского, отличающегося жанрово-стилистическим разнообразием, изобразительно-выразительные средства и способы организации речевого материала в процессе их введения в различные по жанру тексты существенно актуализируют (а отчасти – расширяют) и свойственные им функции, и имеющийся экспрессивный потенциал. Так, риторический вопрос, определяемый как «фигура мысли, актуализирующая в высказывании коммуникативный момент, нацеленная на усиление его экспрессивных и, соответственно «персуазивных» качеств (т. е. убедительности)» (Полубояринова 2014: 282), в контексте всего дискурса творчества М. Матусовского видится *полифункциональным* способом организации речевого материала, охватывающим *все* уровни текстовой структуры, включая подтекстовый.

В данной публикации, ввиду ограниченности объёма, внимание сосредоточено на анализе только одной стилистической фигуры – риторического вопроса, что, безусловно, никоим образом не исчерпывает заявленной проблемы, а лишь намечает некоторые пути рассмотрения.

Литература

Магомедова, Д. М. Прозаизация // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий / [гл. науч. ред. Н.Д. Тамарченко]. – М., 2008. С. 191.

Матусовский, М. Л. Слушая Москву / М. Л. Матусовский. – М., 1948. 177 с.

М. Матусовский о жизни. И жизнь о нём: Сборник / Под общ. ред. О. В. Приколоты. – Луганск : Максим, 2010. 400 с.

Полубояринова, Л. Н. Фигуры риторические / Л. Н. Полубояринова // Поэтика: словарь актуальных терминов и понятий / [гл. науч. ред. Н.Д. Тамарченко]. – М., 2008. С. 281 – 282.

Irina Pavlovna Zaitseva

Vitebsk State University named after P.M. Masherov

Poetry of journalism and publicity of poetry by Mikhail Matusovsky

The article deals with the interaction of works of different genre-stylistic reference in the discourse of creation of M.L. Matusovsky – a well-known lyricist, prose writer and publicist – the analysis of which indicates the mutual influence and intersection of different genre parameters in it.

Keywords: journalism, poetry, genre-stylistic form, rhetorical question, mutual influence.

Пархитко Николай Петрович
Российский университет дружбы народов
scharnchorst@mail.ru

К ВОПРОСУ ОБ ИСКАЖЕНИИ ОБРАЗА ГЕРОЯ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ В СОВРЕМЕННОМ ОТЕЧЕСТВЕННОМ КИНЕМАТОГРАФЕ

Современный отечественный кинематограф можно охарактеризовать одним словом – конвейер. Но если в контексте предприятия, обеспечивающего производство общественно полезной продукции, это понятие воспринимается как фундаментальная основа, то в случае с кинематографом его правильнее трактовать как бедствие общенационального масштаба. И автор нисколько не преувеличивает остроту проблемы и ее глубинный трагизм! Ведь любой продукт искусства – вне зависимости, является ли он общепризнанным шедевром или же частным самовыражением отдельно взятого художника – это, прежде всего, штучный товар. Это сублимация подсознания художника (называемая для упрощения понимания «вдохновением»), реализованная в формате его творения – будь то изваяние скульптора, поэма писателя или кинокартина режиссера. Советский кинематограф на протяжении своей почти 70-летней истории неизменно следовал указанным выше принципам. Ключевыми императивами, содержащими глубинный духовный посыл советскому обществу в кинематографе «доперестроечной» эпохи являлись не только и не столько приверженность «идеям марксизма-ленинизма» (как систематически сокрушаются либералы всех мастей в своих «критических памфлетах»), сколько идеям, составляющим высшие ценности нравственности и гуманизма. Это – честность, порядочность, ответственность, любовь к своим близким, уважение к старшим, и не в последнюю очередь – смелость, и готовность самоотверженно защищать свою Родину! В «перестроечный» период процесс всеобъемлющей ревизии и демонтажа социалистической системы в стране не мог не сказаться и на киноискусстве. Результатом стала постепенная девальвация ценностей, на которых было воспитано три поколения советских граждан. Таким образом, в 90-е годы прошлого столетия некогда самое морально сознательное и нравственно устойчивое общество уже бывшего СССР вступило ментально надломленным и ценностно-дезорientированным. В современных условиях противники самой идеи существования России широко используют культурно-исторический инструментарий как метод духовной борьбы с нашим обществом. Современный российский кинематограф – один из примеров подобной практики.

Ключевые слова: кинематограф, пропаганда, подмена понятий, патриотизм, псевдопатриотизм

В рамках настоящего материала автору не хотелось бы рассматривать практику беспринципной лжи и топорной фальсификации, применяемую в

отношении нашей Родины как западными «партнерами», так и некоторыми их доморощенными последователями из числа т.н. «творческой интеллигенции», поведение которых больше напоминает некую «секту свидетелей», нежели осмысленную позицию. Стоит лишь подчеркнуть, что одним из ключевых направлений подобной ментальной войны Запада и его внутренних коллаборантов против постсоветского общества стал беспрецедентный по своим масштабам и циничности ревизионизм героической истории СССР, воплощенный в широком перечне подделок российского кинематографа. Оставим за скобками кинокартины, содержание которых способно в лучшем случае – вызвать вопросы у неискушенной аудитории и у ветеранов Великой Отечественной войны, в худшем – причинить тяжкий вред здоровью последних... Это «В июне 1941» (2003), «Штрафбат» (2004), «Первый после Бога» (2005), «День Победы» (2006), «Сволочи» (2006), «Утомленные солнцем 2» (2010), «4 дня в мае» (2011), «Служу Советскому Союзу» (2012), «Праздник» (2019). Если с фильмами указанной выше категории все более или менее понятно: «выиграли не благодаря, а вопреки», «трупам закидали», «одна винтовка на троих», «два диктатора не поделили», «НКВД – злые псы кровавого режима, штрафбатовцы – поголовно невинно осужденные» и т.д, то автор выделяет еще одну категорию, историко-философская идентификация которой не столь очевидна на первый взгляд.

Такие картины, как «Конвой PQ-17» (2004), «Риорита» (2008), Сталинград (2013), «Дорога на Берлин» (2015), «Ржев» (2019), «Т-34» (2019), «Зоя» (2020), «Калашников» (2020), «Девятаев» (2021), по идее, преследуют совершенно иные цели и задачи, а некоторые из них даже претендуют на биографичность. На критическом обзоре одного из таких фильмов мы предлагаем остановиться, чтобы выявить тот скрытый смысл, который содержится во всех картинах, в той или иной мере формируя восприятие современной аудиторией исторических событий 80-летней давности. И, казалось бы, в основе сюжета лежат героические события, в качестве героев картин взяты реальные исторические персонажи, задача картины – сплочение российского общества вокруг новой патриотической идеи! Только вот в чем заключается эта идея и ее новизна? И, главное, – патриотическая ли она? Или же речь идет лишь о примитивной подмене понятий путем топорной замены Подвига советского народа на некую аморфную абстракцию под «соусом» современных «ценностей» посредством «интуитивно понятного» сценария? Рассмотрим эту проблему на примере экранизации выдающегося подвига советского летчика Михаила Девятаева, который не только организовал дерзкий побег из нацистского концлагеря, угнав немецкий бомбардировщик Хенкель-111.

Фильм «Девятаев» 2021 г. изначально позиционируется как основанный на реальных событиях. По факту же центральная сюжетная линия фильма – абсолютно вымышленная история двух друзей, волею судеб оказавшихся по разные стороны баррикад. Повторимся: именно в этом заключается главный сюжет фильма. С этой истории картина начинается, и на ней она заканчивается. Увы, все обещания историчности фильма, оказались не более чем хитрым

коммерческим ходом, что, впрочем, для современного отечественного псевдопатриотического кинематографа является нормой. Все, что касается этой главной сквозной сюжетной линии – примитивная, притянутая за уши инсценировка. Тут вам и безумный отец предателя, и дружеские объятия с нацистом, и крайне неуместные постельные фантазии в лагерном бараке, и фанатичная погоня, и, разумеется, финал, где верность другу – убийце и изменнику Родине – ставится чуть ли не выше верности самой Родине! Причем, данная сюжетная линия мало того, что выдумана от и до, так ещё и не может похвастаться логичностью и проработкой.

Очевидно, у режиссера картины Т. Бекмамбетова свой взгляд не только на сюжетную линию, но и на историю в целом! В своем постпремьерном интервью кинорежиссер заявляет, что самое страшное для Девятаева началось уже после побега из немецкого плена, когда советские особы поставили под сомнение историю побега и решили всё досконально проверить. Дескать, следователи не могли поверить, что человек, никогда не летавший на бомбардировщике, да ещё и истощённый, смог угнать Хенкель-111, скрыться от погони, избежать огня ПВО и посадить самолёт.

Финал же картины способен вызвать у здравомыслящего зрителя лишь чувство глубокого разочарования и идейного отторжения. Согласно режиссерскому видению реалий Великой Отечественной войны, Девятаеву в конечном итоге поверили лишь потому, что он не предал друга – убежденного пособника нацистов и убийцу! Таким образом, главная идея фильма – вовсе не Подвиг советского летчика-героя, как может показаться из названия картины. Истинное предназначение фильма – примирение с пособниками нацистов, которые на самом деле были такие «противоречивые» и тоже «русские патриоты»! Это всё Сталин виноват, выбора им не оставил... Иными словами, фильм полностью встроен в концепцию правых консерваторов, которые давно восхищаются коллаборационистами вроде Власова или Краснова. Для них – это не изменники присяге, не предатели Родины, не враги советского народа, а олицетворение «русских патриотов». И фильм «Девятаев» недвусмысленно намекает: пора «примириться понять и простить» пособников нацистов, цинично маскируя это именем реального Героя, совершившего истинный Подвиг!

Проблема здесь в том, что многомиллионной молодежной аудитории через идею «понимания» внушается правильность и даже необходимость «примирения» с теми, кто вынашивал планы нашего физического истребления! Проще говоря: забыть!

Нас призывают именно к этому: просто забыть о 800 тысячах умеренных голодом жителях блокадного Ленинграда, о миллионах советских военнопленных, замученных в нацистских концлагерях, о миллионах угнанных в рабство и истребленных на оккупированных территориях мирных жителях. Наша задача – твердо осознать, наконец, что расчет наших оппонентов делается именно на это!

Nickolay P. Parkhitko

Peoples' friendship university of Russia

To the question of the Great Patriotic war hero's image distortion in modern russian cinematography

Modern domestic cinema can be described in one word – conveyor. But if in the context of an enterprise that ensures the production of socially useful products, this concept is perceived as a fundamental basis, then in the case of cinematography it is more correct to interpret it as a national scale disaster. And the author in no way exaggerates the severity of the problem and its deep tragedy! Any product of art, regardless of whether it is a universally recognized masterpiece or a private self-expression of a single artist, is, first of all, a piece goods. This is a sublimation of the artist's subconscious (we call it "inspiration" to simplify understanding), realized in the format of his creation – whether it is a sculpture of a sculptor, a poem by a writer or a film director. Soviet cinema throughout its almost 70-year history has consistently followed the above principles. The key imperatives containing a deep spiritual message to Soviet society in the cinema of the “pre-perestroika” era were not only and not so much adherence to the “ideas of Marxism-Leninism” (as liberals of all stripes systematically lament in their “critical pamphlets”), but to ideas that constitute the highest values of morality and humanism. These are honesty, decency, responsibility, love for your loved ones, respect for elders, and last but not least, courage and readiness to selflessly defend your homeland! During the “perestroika” period, the process of a comprehensive revision and dismantling of the socialist system in the country could not but affect the cinematography. The result was a gradual devaluation of the values on which three generations of Soviet citizens were brought up. Thus, in the 90s of the last century, the once most morally conscious and morally stable society of the former USSR entered mentally broken and value-disoriented. In modern conditions, opponents of the very idea of the existence of Russia widely use cultural and historical tools as a method of spiritual struggle with our society. Modern Russian cinema is one of the examples of such practice.

Keywords: cinematography, propaganda, substitution of concepts, patriotism, pseudo-patriotism.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Аббасова Сабина Тахировна, магистрант кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Амиров Валерий Михайлович, доктор филологических наук, доцент Уральского федерального университета имени первого президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург, Российская Федерация)

Байбатырова Наиля Мунировна, кандидат филологических наук, доцент Астраханского государственного университета им. В.Н. Татищева (г. Астрахань, Российская Федерация)

Барезев Виктор Александрович, кандидат философских наук, доцент Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Беликова Альбина Павловна, студент кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Бондарь Валерия Валерьевна, студент Южно-Уральского государственного университета (Национального исследовательского университета) (г. Челябинск, Российская Федерация)

Ваулин Кирилл Дмитриевич, студент Уральского федерального университета имени первого президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург, Российская Федерация)

Гамина Татьяна Сергеевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Глуценко Олеся Анатольевна, доктор филологических наук, доцент Северо-Западного института управления – филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Горгона Артем Олегович, студент Уральского федерального университета имени первого президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург, Российская Федерация)

Давыдов Артем Николаевич, магистрант Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород,

Российская Федерация)

Дегтярева Ольга Викторовна, кандидат политических наук, доцент Северо-Западного института управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Дейнека Ольга Сергеевна, доктор психологических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Дроздова Алена Васильевна, кандидат наук по социальным коммуникациям, доцент кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Дускаева Лилия Рашидовна, доктор филологических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Евсеев Александр Юрьевич, кандидат политических наук, доцент Северо-Западного института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Заидуллина Марина Викторовна, доктор филологических наук, профессор Челябинского государственного университета (г. Челябинск, Российская Федерация)

Зайцева Ирина Павловна, доктор филологических наук, профессор Витебского государственного университета имени П.М. Машерова (г. Витебск, Республика Беларусь)

Иванова Любовь Юрьевна, кандидат филологических наук, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Кавардакова Елена Леонидовна, старший преподаватель кафедры иностранных языков, лингвистики и перевода Пермского национального исследовательского политехнического университета

Каминская Татьяна Леонидовна, доктор филологических наук, заведующий кафедрой журналистики Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого (г. Великий Новгород, Российская Федерация)

Каторгина Дарья Юрьевна, старший преподаватель кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Колчин Денис Сергеевич, сотрудник Информационного агентства «Интерфакс-Урал» (г. Екатеринбург, Российская Федерация)

Коновалова Мария Александровна, кандидат психологических наук, Северо-Западный Институт Управления Российской Академии Народного Хозяйства и Государственной Службы (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Коньков Владимир Иванович, доктор филологических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Корнаухов Никита Алексеевич, студент Ужно-Уральского государственного университета (г. Челябинск, Российская Федерация)

Корнеева Виолетта Алексеевна, студент Астраханского государственного университета имени В.Н. Татищева (г. Астрахань, Российская Федерация)

Куюнцева Елена Александровна, кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Лобовикова Елена Александровна, кандидат социологических наук, доцент Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Мальшев Александр Александрович, кандидат филологических наук, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Мальшева Екатерина Валерьевна, доктор филологических наук, профессор кафедры международных отношений Тверского государственного университета (г. Тверь, Российская Федерация)

Малькевич Александр Александрович, кандидат политических наук, доцент, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций Херсонского государственного университета (г. Геническ, Российская Федерация)

Мартыненко Елена Викторовна, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов (г. Москва, Российская Федерация)

Мельник Галина Сергеевна, доктор политических наук, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Мисонжников Боря Яковлевич, доктор филологических наук, профессор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Михина Екатерина Михайловна, аспирант Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (г. Москва, Российская Федерация)

Морозова Оксана Николаевна, доктор филологических наук, доцент, Тверской государственный университет (г. Тверь, Российская Федерация)

Никонов Сергей Борисович, доктор политических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Новоселова Ольга Владимировна, доктор филологических наук, доцент, филиал Российского государственного университета им. А.Н. Косыгина (г. Тверь, Российская Федерация)

Пархитько Николай Петрович, кандидат исторических наук, доцент кафедры теории и истории журналистики Российского университета дружбы народов (г. Москва, Российская Федерация)

Плебанек Ольга Васильевна, доктор философских наук, профессор Университета при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭс (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Познин Виталий Федорович, заведующий сектором кино и телевидения, ведущий научный сотрудник Российского института истории искусств, доктор искусствоведения, профессор кафедры телерадиожурналистики Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Прокофьева Наталья Анатольевна, кандидат филологических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Протопопова Ольга Витальевна, старший преподаватель кафедры иностранных языков, лингвистики и перевода Пермского национального

исследовательского политехнического университета (г. Пермь, Российская Федерация)

Решетников Михаил Михайлович, ректор Восточно-Европейского института психоанализа, доктор психологических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ, Почетный профессор Венского Университета им. Зигмунда Фрейда (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Романов Алексей Аркадьевич, доктор филологических наук, профессор, Тверской государственной университет (г. Тверь, Российская Федерация)

Романова Лариса Алексеевна, доктор филологических наук, профессор, Тверской государственной университет (г. Тверь, Российская Федерация)

Самсонова Анастасия Александровна, кандидат филологических наук, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Свеницкая Людмила Петровна, кандидат филологических наук, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва, Российская Федерация)

Струговец Виталий Михайлович, кандидат политических наук, Центральный научно-исследовательский институт точного машиностроения (г.о. Подольск, Московская обл., Российская Федерация)

Суркина Арина Олеговна, магистрант кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Теплякова Анастасия Борисовна, Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова

Тулупов Владимир Васильевич, доктор филологических наук, профессор, Воронежский государственный университет (г. Воронеж, Российская Федерация)

Цветова Наталья Сергеевна, доктор филологических наук, профессор Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Шашкова Елена Викторовна, кандидат филологических наук, кафедра журналистики и медиалингвистики Омского государственного университета имени Ф.М. Достоевского (г. Омск, Российская Федерация)

Шваб Ольга Александровна, магистрант кафедры журналистики и издательского дела Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Шеглова Екатерина Александровна, кандидат филологических наук, доцент Санкт-Петербургского государственного университета (г. Санкт-Петербург, Российская Федерация)

Якименко Людмила Николаевна, кандидат филологических наук, доцент Луганского государственного педагогического университета (г. Луганск, Российская Федерация)

Авторы научных статей несут всю полноту ответственности за достоверность сведений, авторскую принадлежность представленного материала, точность цитирования, актуальность ссылок на официальные документы и другие источники, приведенные инициальные сокращения. Позиция автора может отличаться от мнения редакционной коллегии сборника материалов конференции.