

РЕЦЕНЗИИ REVIEWS

УДК 32. 019.51
EDN AZWXUS
DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(1).138-147
Рецензия



Пропагандистский дискурс цифровой эпохи в перспективе теории и социальных практик*

Олешко В.Ф

Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская Федерация, vladimir.oleshko@urfu.ru

Аннотация. Представлена рецензия на межвузовскую коллективную монографию «Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации». Отмечен высокий теоретический уровень и комплексный характер исследования, в центре которого анализ сущности различных теорий и подходов, сложившихся с учетом цифровых трансформаций в политологии, теории коммуникаций, лингвистике, журналистике, психологии. Структурный анализ книги позволил выделить и обозначить в качестве доминанты, объединяющей работы ученых нескольких ведущих университетов России, — динамику пропагандистского дискурса цифровой эпохи. Акцентируется внимание на том, что авторами систематизированы описания новых разработок, порожденных в основном прорывными технологиями, беспрецедентно меняющими условия и правила поведения в цифровом пространстве. Проанализированы логичность и ясность изложения, а также определена научно-практическая ценность рекомендаций по использованию полученных эмпирических данных. Делается вывод, что они предельно актуальны и для эффективной реализации медиаобразовательных технологий.

Ключевые слова. СМИ, массовая коммуникация, глобализация, цифровизация, медиасфера, пропаганда, кросс-культурность, цифровой разрыв, манипулирование, медиаобразование.

Информация о статье. Дата поступления 10 февраля 2023 г.; дата поступления после доработки 13 февраля 2023 г.; дата принятия к печати 13 февраля 2023 г.; дата онлайн-размещения 17 марта 2023 г.

* Рецензия на коллективную монографию: Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В.А. Ачкасовой, Г.С. Мельник. Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 2023. 424 с.

Review

Propaganda Discourse of the Digital Age in the Perspective of Theory and Social Practices**

Vladimir F. Oleshko

Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin,
Yekaterinburg, Russian Federation, vladimir.oleshko@urfu.ru

Abstract. The article is a review of the interuniversity collective monograph "Propaganda discourse in the conditions of digitalization". The high theoretical level and complex nature of the research was noted, the focus of which was the analysis of the essence of various theories and approaches that have developed taking into account digital transformations in political science, communication theory, linguistics, journalism, and psychology. The structural analysis of the book identified the dynamics of the propaganda discourse of the digital age. The review revealed that the authors systematized descriptions of new developments generated mainly by breakthrough technologies that are changing the conditions and rules of behavior in the digital space without precedent. The logic and clarity of the presentation was analyzed, and the scientific and practical value of recommendations on the use of the empirical data obtained was determined. It was concluded that they are extremely relevant for the effective implementation of media education technologies.

Keywords. Mass media, mass communication, globalization, digitalization, media sphere, propaganda, cross-culture, digital divide, manipulation, media education.

Article info. Received February 10, 2023; revised February 13, 2023; accepted February 14, 2023; available online March 17, 2023.

** Review of the collective monograph: Achkasovoi V.A., Melnik G.S. (eds). Propaganda Discourse in the Context of Digitalization. Saint Petersburg State University Publ., 2023, 424 p.

Современные интернет-технологии изменили не только повседневные практики человека, но и чаще всего трансформировали способы межличностных коммуникаций, поскольку они опосредованы в том числе и гигантскими потоками информации, которые транслируют традиционные СМИ, социальные сети, различного рода мессенджеры и другие источники. Внешне каждый из них не просто привлекает своей открытостью, диалоговостью, но и характеризуется независимостью оценок, эмоциональной и интеллектуальной сущностью, перманентно обновляющимися технологическими

изменениями «для удобства пользователей», но отечественные и зарубежные исследователи все чаще отмечают тот факт, что за всем этим набором «ценностей», дарованных нам цифровой эпохой скрывается тщательно маскируемая пропагандистская сущность субъектов информационной деятельности.

В самом термине «пропаганда» нет какой-либо негативной коннотации. Любой словарь даст его трактовку — распространение знаний и сведений. Но стоит только дополнить его тем или иным определением, к примеру, «коммунистическая пропаганда», «фашистская пропа-

ганда», словом, ввести идеологическую составляющую термина, как возникающие смыслы данного рода деятельности кардинально меняют представление о ее результативности. Прежде всего информационной. Более того. «Масштабы и темпы развития современного информационного общества в целом и медийной цивилизации в частности таковы, что они не только разрушили географические границы, но и привели к трансформации привычных личностных пространств представителей многих социумов. С одной стороны, глобальные процессы при этом унифицируют социокультурную жизнь, а с другой — человек ищет как в окружающей реальности, так и в значимых фактах и событиях прошлого и настоящего скрепы, позволяющие ему даже в условиях все возрастающего объема информационных потоков сохранять свою идентичность» [1, с. 44].

Но при этом проблема «актуальной идентичности» как отождествления себя с тем или иным человеком, или как воплощение присущих представителям различных групп или общностей свойств, проще всего решается при посредстве контента современных медиа или транслируемых моделей поведения «на все случаи жизни». В результате именно пропагандистские интенции тех или иных субъектов как бы «помогают» человеку или в целом представителям того или иного социума в условиях все нарастающего развития процессов не только глобализации, но и личностной информационной мобильности не остаться один на один с решением жизненно важных задач.

И именно сегодня важно, с одной стороны, рассмотреть историогра-

фию работ о пропагандистском воздействии на индивидов в различные периоды развития СМИ и массмедиа, а с другой — нужно искать эффективные теоретико-методологические основания для анализа того, что происходит сегодня, в цифровую эпоху. И в этом смысле рецензируемая монография [2] представляет собой труд, теоретико-практическое значение которого трудно переоценить. Ведь это исследование комплексного характера, поскольку авторский коллектив представлен специалистами ведущих университетов России и зарубежья. А то, что его костяк составляют представители научной школы журналистики Петербургского государственного университета, тоже закономерно.

В исключительно сложный период перестройки и постперестройки, фактической смены в стране социально-политического строя, именно они внесли весомый вклад в осмысление и систематизацию происходящих трансформаций в отечественном медийном пространстве. Поскольку уровень энтропии, а также трудности с прогнозированием развития последствий данных процессов были необычайно высоки, требовалось немало усилий, а также финансовых затрат для получения объективных научных данных. Как отмечает профессор Б.Я. Мисонжников, при этом главную трудность вызывал тот факт, что в реальности «спорадически возникали зачастую разрушительные и нежизнеспособные модели организации и развития коммуникации, прежде всего социальной и политической» [3, с. 6].

Именно в тех трудных для науки условиях, благодаря диалектическому видению многих проблем и

безупречной методологии анализа сформировалась не только научная школа, но и были определены гуманитарные и духовные максимы, которые выстраивались в антропологическую парадигму центристского характера в своей новой концептуальной выразительности. Обусловленность потребностей как государства в целом, так и представителей массовой аудитории в актуальной и объективной информации предопределила исследовательские векторы ученых СПбГУ. А творческое и организационное содружество докторов наук В.А. Ачкасовой и Г.С. Мельник позволило в подготовленных ими монографических трудах и статьях сформулировать уникальные в том числе и для мировой политической практики направления работы. Так, к примеру, не только появление, но и системное описание «деятельностного диапазона» тактических медиа, воспринятых многими как маркер политической свободы, обусловили практическую возможность реализации мобилизационных технологий как стимула и инструмента политического акционизма.

Причем, обобщив тенденции повсеместного развития цифровизации, более пяти лет назад был дан точный ответ и на ряд вызовов, обусловленных этим процессом: «Те же мобилизационные технологии имеют двоякий характер: преследуют как конструктивные, созидательные цели (активизация социальных групп, сплочение народа), так и деструктивные (снижение активности социума, дестабилизация, дезорганизация)» [4, с. 180].

Развитие идей объективного анализа трансформаций, в том числе и в данном направлении, получи-

ло, как мы уже отметили, серьезное теоретико-методологическое и эмпирическое обоснование в этой монографии. Книга, на наш взгляд, безусловно, вызовет интерес не только у исследователей медиа, специалистов в области политологии, в целом у научной общественности, но и у работников информационной сферы и всех интересующихся вопросами современных общественных отношений. Акцентируя во введении внимание читателей на том, что «пропаганда использовалась в разные исторические периоды, но ее интенсивность обозначилась именно сейчас, благодаря возможности быстрой обработки информации и лакунам в информационном поле» [2, с. 8], составители убедительно доказали, что современный научный труд должен по умолчанию быть не просто междисциплинарным, но и многоаспектным с точки зрения реализации авторских интенций.

Рецензируемая монография очень логично выстроена. Она включает три части и 11 глав, в которых системно рассмотрена пропаганда и как феномен, и как совокупность постоянно совершенствующихся медиатехнологий. Ведь при всей кажущейся «избитости» темы влияния пропаганды как вида массовой коммуникации на массовое сознание, а также рассмотрения ее в контексте манипулятивных интенций, данная работа стала первым в медиавистике новейшего времени трудом, в котором представлена динамика пропагандистского дискурса цифровой эпохи.

Работа представляет собой последовательную характеристику: в первой части — дефиниций, классификации, генезиса пропаганды как коммуникационного процесса,

а также эволюции теоретических представлений об эффективности пропагандистского воздействия. При этом систематизирована вся совокупность современных подходов к определению пропаганды, и авторы выделяют прежде всего концептуальные и практические разработки (к примеру, специальные проекты НАТО и Европейского союза, проблематику автоматической классификации текстов с пропагандистским содержанием, описание маркеров пропагандистских посланий и т.д.).

Формируя контент второй части, озаглавленной «Технологии политической пропаганды в условиях цифровизации», составители и ее авторы наверняка столкнулись с трудностью методологического характера. Ведь, с одной стороны, нельзя было обойти стороной научные наработки, которые касались такой популярной в исследовательской среде современных медиа тематики, как фейк-ньюс и дезинформация, манипулятивные возможности аудиовизуальной среды, а с другой — современный пропагандистский дискурс (в особенности зарубежных массмедиа) явно выходил за пределы традиционных представлений о данном виде коммуникации, что предполагало использование в том числе и компаративистской методологии. Об этом свидетельствует, к примеру, тот факт, что, наряду с выделением роли телевидения, политической рекламы или видеоблоггинга как инструмента политического участия и пропаганды в интернете, объектом анализа стали все более активно используемые различными акторами элементы комического в социально-политической коммуникации, а также сатирические средства пропагандистского дискурса.

Монография намеренно полемична. Рассуждая, например, о пропагандистском ток-шоу как составной части так называемой «развлекательной пропаганды», использующей все существующие механизмы деформации публичной сферы, авторы, как нам кажется, произвольно даже доказательно отстаивают точку зрения о насущной необходимости в современных условиях постмодернизма превращения политической дискуссии в яркий спектакль с априори заданным результатом. «Речь, конечно же, идет не о традиционном театре с прописанными заранее репликами актеров (что невозможно ввиду документальности происходящего на экране). Ток-шоу в данном случае предстает в виде «театра импровизации», в котором все «актеры» осознают предписанные им рамки роли и импровизируют в силу своих способностей и вдохновения. Главная цель этой «постановки» — виртуальная победа нужной пропагандисту точки зрения в сознании зрителя. Именно эта победа становится доказательством интеллектуального и морального превосходства продвигаемой идеологии. Ведь цель любой пропаганды — это стремление усилить или модифицировать мировоззрение аудитории (либо и то, и другое одновременно)» [2, с. 244].

Необходимость именно подобной структуры с делением на достаточно большое количество глав и параграфов особенно ярко проявилась в третьей части, озаглавленной «Пропагандистский и контрпропагандистский ресурсы субъектов политики». Так только в главе 7 «Медиатекст в структуре пропаганды и контрпропаганды» авторами выделены и системно про-

анализированы в отдельных параграфах сущностные характеристики текстов с признаками экстремизма, терроризма, расовой дискриминации, социопсихологические маркеры экстремистских пропагандистских текстов, а также представлено практически в полном объеме российское законодательство о пропаганде. Сопровождение теории анализом текстов, где отражены явления «пропагандистской исключительности "Свидетелей Иеговы"», пропаганда «идеалов Халифата», выражение идеологии неонацизма, экстремистской идеологии в медиатекстах неоязычников — предельно актуализирует прикладную ценность данной монографии в том числе и для системы медиаобразования. Такого рода примеры наиболее ярко свидетельствуют о том, что в цифровую эпоху, когда в большинстве своем разрушены территориальные и временные границы, только при посредстве мероприятий просветительского характера можно противостоять подобному рода наступательным тактикам асоциальных акторов.

Пожалуй, впервые столь подробно при этом проанализированы пропагандистский и контрпропагандистский дискурсы как социально-коммуникативные действия [2, с. 311–323] — и прежде всего, с акцентом на условия так называемой «ментальной войны». Пропаганда и контрпропаганда силовых ведомств СССР и Российской Федерации [там же, с. 324–337] и внешнеполитическая пропаганда министерства иностранных дел [там же, с. 338–364] как объекты системного анализа представляют интерес именно введением в научный оборот просто гигантского объема эмпирических данных.

Глобализационные процессы, когда не только отдельные территории, но и индивиды включены в имиджмейкинг как элемент медиадеятельности, определяют интерес к научно-практическим работам исследователей, представивших в монографии тексты с довольно интригующими названиями параграфов «Цифровая дипломатия» = «публичная дипломатия 2.0», «Интернет-страницы дипломатических ведомств как виртуальные площадки».

Очень важно, что некоторые авторские выводы кардинально меняют представления о тех или иных видах деятельности пропагандистов в цифровую эпоху. «Медийные тексты пропагандистской направленности, использующие метод убеждения наряду с внушением, эмоциональным заражением, подражанием, реализуют функцию программирования и побуждают аудиторию к действию. Здесь уместно отметить, что важна не сама продвигаемая идея, а ее восприятие аудиторией как естественной и подлинной. Эксперты склоняются к мысли, что пропаганда как тип воздействия на реципиента ориентирована на рассудочный уровень восприятия» [2, с. 269]. Не менее продуктивны как направление для исследований и рассуждения одного из авторов о том, что слово «пропаганда» в ряде случаев можно сегодня менять на выражение «новое просвещение» [там же, с. 287].

И еще один аспект «цифровой пропаганды», системно представленный в данной книге. Долгое время закрытый дискурс господствовал в дипломатической практике, которая строилась, прежде всего, в формате двусторонних отношений, не занималась решением глобаль-

ных проблем в формате международных организаций и социальных сетей. Сегодня, как доказательно представлено в тексте монографии, адресат (клиент) публичного дискурса — широкая массовая аудитория. И дипломатический дискурс вынужден приближаться, а зачастую полностью совпадать с дискурсом политическим. «Коронавирус стал ключевым катализатором цифровизации дипломатии. Лидеры, которые без особого энтузиазма восприняли цифровые платформы, теперь активно общаются через *Google Meet*, *Skype* и *Zoom*, а также привлекают своих подписчиков через *Periscope*. Многие крупномасштабные дипломатические мероприятия, такие как Генеральная Ассамблея Организации Объединенных Наций в конце сентября 2020 г. и Ежегодное собрание Всемирного экономического форума в январе 2021 г., уже были сокращены, и большая часть дебатов проходила онлайн, а не лично. Выступление онлайн без живой аудитории явилось проблемой для многих мировых лидеров, но возможность предварительно записать заявления открывает новые перспективы для того, чтобы послания лидеров были услышаны и увидены за пределами конференц-зала глобальной онлайн-аудиторией» [2, с. 356].

В целом же, в развитие вышеизложенных и других авторских выводов можно предположить, что сегодня пропагандистское противостояние как система представлений, а нередко и смыслов жизнедеятельности представителей тех или иных социумов, все чаще переходит из традиционных/привычных для массового сознания форм экономического и технологического про-

тивоборства/противопоставления с кем-то — в пространство культуры, науки и сетевых интенций информационного творчества субъектов. Именно в последнем случае оно, как доказывают многие тексты данной монографии, все чаще приобретает в современных условиях характер информационной войны. А, следовательно, можно использовать актуальные методики как пропаганды, так и контрпропаганды для достижения своих целей. В зависимости, конечно, от идеологических и мировоззренческих установок, а также правовых и этических границ, которые устанавливают не только государство или профессиональные сообщества, но и сам актер.

Вызывает уважение последовательно реализованный принцип строгого разграничения диахронического и синхронического подходов к исследованию пропагандистского дискурса в условиях цифровизации. Так, теоретические аспекты пропаганды в рамках публичной дипломатии рассмотрены на примере международного вещания не только СССР и России, но и практически всех ведущих мировых держав [2, с. 368–389], что предопределяет, на наш взгляд, интерес к данной книге зарубежных исследователей. В особенности с учетом полномасштабного представления в заключительной ее части кейса «Хасана Диаба в российских СМИ» [2, с. 389–395], кейса «Законопроект о внесении поправок в Конституцию России в американских СМИ» [там же, с. 396–404], а также «Интеграция беженцев в освещении *Deutsche Welle*» [там же, с. 405–418].

Причем в ходе анализа роли и значения прежде всего традиционных СМИ в публичной дипломатии

авторам удалось выявить ряд довольно неожиданных для цифровой эпохи (а, возможно, и закономерных) тенденций. «Каждое СМИ выстраивает коммуникацию со своей целевой аудиторией, опираясь на стратегию публичной дипломатии страны. Если международное вещание Франции основывается на объединении франкоговорящих людей вокруг французского языка и культуры, а международное вещание Германии — на демонстрации экономического и гражданского развития немецкого общества, то международное вещание США и России продолжают информационное противостояние, подобное противостоянию времен холодной войны: пропаганда направлена против идеологического оппонента с целью его дискредитации и продвижения собственных политических интересов на мировой арене» [2, с. 418].

Задача создания базы для адекватного ответа на вызовы политических оппонентов также решается в данной книге именно с прикладной точки зрения. Авторами здесь предлагаются методики выявления дезинформации в современном медиадискурсе; типологизируются информационные инструменты и методы пропагандистского дискурса, а также системно выделены и описаны субъекты пропагандистской деятельности. Политические проекты пропагандистского характера при этом не просто представлены во всем их многообразии, но и оцениваются с точки зрения эффективности их применения.

В целом же новизна книги связана с переосмыслением устаревших дефиниций и концепций пропаганды и с разработкой новых определений (например, уже упоминавшаяся

нами «ментальная война»). Пропаганда и контрпропаганда рассматриваются авторами книги в качестве интегрального инструмента идеологии. Причем обширная эмпирическая база и привлечение в качестве авторов авторитетнейших исследователей российских и зарубежных университетов позволяют охарактеризовать данную монографию как этапную в изучении повсеместной цифровизации контента массмедиа, сетевых медиа, а также интернет-площадок практически всех социальных институтов — причем в тесной взаимосвязи с глобализационными процессами.

Таким образом, можно сделать вывод, что рецензируемая книга будет полезна не только специалистам, изучающим тенденции развития медиа и политической культуры, аспирантам и студентам направлений «Журналистика», «Медиакоммуникации», «Политология», но и широкому кругу читателей. Поскольку «сегодня сильно возросла степень коммуникативной насыщенности и интенсивности смысла, при которой практически любое публичное высказывание, а тем более текст СМИ, становится не высказыванием, а посланием, имеющим своей целью воздействие, от рекомендации до навязывания и манипуляции» [5]. Это важно рассматривать прежде всего в контексте развития теоретико-правовых направлений исследований свободы слова и медиабезопасности, а также анализа потенциально эффективных медиаобразовательных технологий, реализуемых при взаимодействии с представителями «аналогового» и «цифрового» поколений массовой аудитории. Тексты рецензируемой

монографии в связи с этим, на наш взгляд, не просто доказательны и убедительны, но и открывают исследовательские горизонты. Без учета данного рода тенденций жизнь современного человека, в целом медиавистика и коммуникативистика, просто не могут быть системно представлены в научном знании. Особое

значение приобретает выход издания и в связи с институционализацией новой группы научных специальностей 5.9.9. «Медиакоммуникации и журналистика». И эта книга может стать основой для выработки новых подходов и ориентиров для дальнейших исследований в данном направлении.

Список использованной литературы

1. Межпоколенческая трансляция коммуникативно-культурной памяти в эпоху цифровизации / отв. ред. М.Ю. Мухин, Г.Д. Саймонс. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. — 204 с.
2. Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В.А. Ачкасовой, Г.С. Мельник. — Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 2023. — 424 с.
3. Мисонжников Б.Я. Антропоцентрические максимы медийного дискурса (концептуальный императив профессора Г. С. Мельник) / Б.Я. Мисонжников. — DOI 10.24334/KBSU.2021.1.1.005. — EDN RVUTFA // Вестник Кабардино-Балкарского государственного ун-та: Журналистика. Образование. Словесность. — 2021. — Т. 1, № 1. — С. 5–13.
4. Мельник Г.С. Тактические медиа в мобилизационных технологиях / Г. С. Мельник // Коммуникативные технологии в процессах политической мобилизации : монография / науч. ред. В. А. Ачкасова, Г. С. Мельник. — Москва, 2016. — С. 179–206.
5. Трофимова Г.Н. К проблеме формирования смыслов современными медиа / Г.Н. Трофимова. — DOI 10.30547/mediascope.1.2021.6. — EDN ХАНОНК // Медиаскоп. — 2021. — Вып. 1. — С. 4.

References

1. Mukhin M.Yu., Saimons G.D. (eds). *Intergenerational Broadcast of the Communication-Cultural Chamber in the Epoch*. Ekaterinburg, Ural University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin Publ., 2021, 204 p.
2. Achkasovoi V.A., Melnik G.S. (eds). *Propaganda Discourse in the Context of Digitalization*. Saint Petersburg State University Publ., 2023, 424 p.
3. Misonzhnikov B.Ya. Anthrocentric Maxims of Media Discoursr (Conceptual Imperative of Professor G.S. Melnik). *Vestnik Kabardino-Balkarskogo gosudarstvennogo un-ta: Zhurnalistika. Obrazovanie. Slovesnost' = Bulletin of the Kabardino-Balkarian State University: Journalism. Education. Literature*, 2021, vol. 1, no. 1, pp. 5–13. (In Russian). EDN: RVUTFA. DOI 10.24334/KBSU.2021.1.1.005.
4. Melnik G.S. Tactical Media in Mobilization Technologies. In Achkasova V.A., Melnik G.S. (eds). *Communication Technologies in the Processes of Political Mobilization*. Moscow, 2016, pp. 179–206. (In Russian).
5. Trofimova G.N. The Problem of Formation of Meanings by the Contemporary Media. *Mediascope = Mediascope*, 2021, vol. 1, pp. 4. (In Russian). EDN: ХАНОНК. DOI: 10.30547/mediascope.1.2021.6.

Информация об авторе

Олешко Владимир Федорович — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой периодической печати и сетевых изданий, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург, Российская федерация, vladimir.oleshko@urfu.ru.

Author Information

Vladimir F. Oleshko — D.Sc. in Philosophy, Full Professor, Head of the Department of Periodicals and Online Publications, Ural Federal University named after the First President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation, vladimir.oleshko@urfu.ru.

Для цитирования

Олешко В.Ф. Пропагандистский дискурс цифровой эпохи в перспективе теории и социальных практик / В.Ф. Олешко. — DOI 10.17150/2308-6203.2023.12(1).138-147. — EDN AZWXUS // Вопросы теории и практики журналистики. — 2023. — Т. 12, № 1. — С. 138–147. — Рец. на кн.: Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации / под ред. В.А. Ачкасовой, Г.С. Мельник. — Санкт-Петербург : Изд-во С.-Петербург. гос. ун-та, 2023. — 424 с.

For Citation

Oleshko V.F. Propaganda Discourse of the Digital Age in the Perspective of Theory and Social Practices. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2023, vol. 12, no. 1, pp. 138–147. (In Russian). EDN: AZWXUS. DOI: 10.17150/2308-6203.2023.12(1).138-147.