

УДК 32.019.51; 070.1  
DOI: 10.17223/19986645/66/18

**В.А. Сидоров**

## **КОММУНИКАТИВНЫЕ АГРЕССИИ И НЕГАТИВНЫЕ КОНЦЕПТЫ ПРОПАГАНДЫ**

*Исследуется проблема коммуникативных агрессий, которые понимаются как свойство конфликтогенных медиадискурсов массового общества. С этой целью анализируются результаты опросов студенчества как медийной аудитории в контексте взаимоотношений России и Польши: определяется социальная опасность повышения частотности применения в медийных текстах маркеров с негативной коннотацией, в связи с чем особо подчеркивается значение негативного маркера «русофобия» в качестве концепта агрессивной пропаганды.*

*Ключевые слова: коммуникативные агрессии, медиа, СМИ, русофобия, общественное сознание, студенчество, информационные войны, Интернет, российско-польские отношения.*

### **Коммуникативные агрессии как феномен XXI в.**

Мы живем в эпоху «перехода от вертикальной модели распространения политической информации в традиционных СМИ к сетевым моделям распространения политического контента на основе активного использования горизонтальных связей между интернет-пользователями» [1. С. 242], а также массовизации медийных процессов – «информационного изобилия» [2. С. 30]. В результате, как пишет Джанни Ваттимо, «к микрофону провалились меньшинства всех видов» [3. С. 341–343], непосредственно вступая в медийные конфликты. Однако массовый характер участия в них определяет не число СМИ, а социальная неопределенность новых «рекрутов» – журналисты и профессиональные идеологи растворились среди интернет-пользователей, ставших добровольцами информационных войн массового общества. Так проявилось принципиальное отличие медийной ситуации XXI в. от условий функционирования массовых коммуникаций в прошлом столетии.

В мире медиа XXI в. ознаменовался новым феноменом общественной жизни – *коммуникативными агрессиями*. Если в прошлом столетии смысл термина характеризовал наиболее активную фазу информационной войны, то сегодня – иное качество медийного противоборства. Если в XX в. субъектами информационных войн становились политики, профессиональные идеологи и журналисты, а коммуникации были однонаправленными – сверху вниз, от коммуникатора к его аудитории, то теперь на авансцене коммуникации по всем направлениям межинституциональных информационных отношений в обществе, потому что изменилась сама модель этих отношений. Прежняя модель, говоря условно, во многом походила на пи-

раמידу, вершину которой, в полном соответствии с теорией политических полей П. Бурдьё [4. С. 40, 80, 108–109, 140], занимали политики, эксперты-политологи и социологи, журналисты. В настоящее время новые информационные технологии за счет массовизации медийных процессов «утопили» вершину пирамиды, заставив бывших акторов медийных процессов не «вещать» с недостижимых для рядового гражданина высот СМИ, а встраиваться в общий поток массовой информации. Новая сетевая среда информации включила в себя разные социальные страты, хотя и сохранила в медийных столкновениях ключевые позиции за профессиональными субъектами медиа.

Коммуникативные агрессии возникают / организуются с целью нанести оппоненту / противнику максимальный идейно-политический и культурно-нравственный ущерб; представляют собой острую фазу борьбы ценностей, когда результатом воздействия на общественное сознание должна стать замена общепринятых смыслов бытия на новые. С одной стороны, это планируемая и целенаправленная деятельность ранее находившихся на вершине информационных отношений в обществе акторов, с другой – это выражаемые непосредственно в современной медийной среде реакции социума на ценностные раздражители в сферах политики, культуры, религии, экономики. Коммуникативные агрессии наследуют содержание, формы и методы идейно-политической борьбы между социальными системами XX в., в которой использовались все доступные на тот период средства и каналы коммуникации – радиовещание и симпозиумы ученых, спортивные олимпиады и симфонические концерты, кинофестивали и выставки шедевров из лучших музеев мира. Цель придавала смысл коммуникативным акциям – продемонстрировать превосходство своей политической системы, тем самым низводя к нулю идеологию оппонента. «Политическая пропаганда – это использование средств связи и информации в интересах власти. ...Цель заключается в экономии материальных затрат на мировое господство», – еще в середине прошлого столетия писал Г. Лассуэлл. В новом веке изменения коснулись всех известных практик идеологической борьбы, и в этом смысле коммуникативные агрессии явились особенным отражением социальных противоречий современности.

Концепция апробирована в статьях [5–8] и дискуссиях на международных научных конференциях в Познани, Санкт-Петербурге, Хельсинки<sup>1</sup>,

---

<sup>1</sup> Международная научная конференция «Culture and russian society», Университет Хельсинки, Александровский институт, 21–23 октября 2015 г.; Международная научная конференция «Еуропа XXI wieku» 1–5 февраля 2017 г.: Университет им. Адама Мицкевича (Познань, Польша); Междунар. научная конференция «Еуропа XXI wieku» 1–2 февр. 2018 г.: Университет им. Адама Мицкевича (Познань, Польша); Международный научный Форум «Медиа в современном мире. 56-е Петербургские чтения», 13–14 апр. 2018 г.: СПбГУ, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций»; Международный научный форум «Медиа в современном мире. 57-е Петербургские чтения», 19–20 апр. 2018 г.: СПбГУ, Институт «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций».

научно-практической конференции в Белградском университете<sup>1</sup>, последняя в целом была посвящена обсуждению феномена коммуникативных агрессий.

### Агрессивность медиа в представлениях студенчества

Сегодня в информационные войны включается аудитория медиа – читатели газет, телезрители, пользователи Интернета. Такова оборотная сторона «коммуникативных действий» с их «рациональными мотивами» к социальному диалогу [9. С. 92]. На обороте коммуникативных интеракций – коммуникативные агрессии, в основе которых неодинаковость восприятия субъектами коммуникаций фактов истории и политики. Факты «подвергаются переоценке в терминах “мы” против “них”». ...Возникает “динамика ненависти”, в которой взаимные опасения, недоверие и ненависть подпитывают друг друга. Каждая сторона, сгущая краски, драматизирует и преувеличивает различие между силами добра и зла» [10. С. 432–433].

Сказанное американским политологом совпадает с медийной картиной современных российско-польских отношений. Если в 2013 г. специалист с удовлетворением констатировал их улучшение [11. С. 124], то через четыре года ситуация меняется. В 2017 г. дипломат заявляет, что «Польша ведет отношения с Россией к опасной черте» [12], а публицист и политолог из аналитического центра Warsaw Enterprise Institute Анджей Талага в газете «Rzeczpospolita» убеждает читателя в том, что «Россия может быть авторитарной или либеральной, но никогда не станет дружественной Польше. Геополитика обрекла нас на вечный конфликт» [13].

Информационная картина в общественном сознании российского и польского социумов формируется под воздействием СМИ, но с участием их аудитории, в связи с чем в Международном исследовательском проекте «Коммуникативные агрессии XXI века» (СПбГУ, Россия и Университет им. Адама Мицкевича, Познань, Польша) изучался фрагмент сознания аудитории СМИ, представленный студенчеством. В Познани (науч. рук. проф. В. Новяк) анкетировали студентов – будущих журналистов и политологов (1,5 тыс. анкет) и аналогично в СПбГУ (науч. рук. проф. В.А. Сидоров; 400 анкет). К проекту подключились сербские коллеги (рук. проф. В. Кляйич). Выводы коллег из Белграда подтверждают результаты опросов в Познани и Санкт-Петербурге<sup>2</sup>.

Кратко характеризуя методологию исследования и выборку, отметим, что «количество респондентов составило 400 человек, – пишут принявшие

---

<sup>1</sup> Международная научная конференция «Communicative aggression of the XXI century» 12 окт. 2017 г.: Белградский университет, факультет политических наук (Сербия).

<sup>2</sup> В настоящем анализе мы опираемся на данные исследований наших коллег, которые были опубликованы в тезисах и докладах при проведении круглых столов по коммуникативным агрессиям в научных конференциях в Александровском институте (Хельсинки, 2015), СПбГУ (2017, 2018) и Университете им. Адама Мицкевича (Познань, 2017, 2018).

участие в этом исследовательском проекте политологи. – Соответственно, количество респондентов-политологов и респондентов-журналистов составило по 200 человек ровно, из которых большую долю составили бакалавры: среди журналистов – 88,5%, среди политологов – 79%. Также большую часть опрашиваемых составили респонденты женского пола – 70,5%. На наш взгляд, такое гендерное распределение связано со спецификой гуманитарных специальностей, что также говорит о репрезентативности выборки. Опрос проводился в течение осеннего семестра 2017 г. Основные гипотезы исследования были сформулированы следующим образом: 1) студенты программ обучения «журналистика» и «политология» в равной степени используют одни и те же источники политической информации (в наибольшей степени – Интернет); 2) студенты обоих направлений полагают, что коммуникативная агрессия скорее присутствует в СМК, чем нет; 3) по мнению студентов обоих направлений, язык общения в СМК ведёт к формированию более радикальных мнений, поляризации общественного мнения, что, в свою очередь, повышает уровень агрессии» [14. С. 95–96]. Для проверки сформулированных гипотез в первой части анкеты были поставлены вопросы, касающиеся сферы медийных интересов студенчества – каналов и источников информации, влияния Интернета, языка ненависти в СМИ, агрессивных интенций в политическом медиадискурсе. Вторая часть анкеты отведена под выяснение знаний студентов в области истории и культуры Польши, складывающихся под влиянием журналистских публикаций впечатлений об этой стране.

Результаты анкетирования студентов СПбГУ<sup>1</sup> показали, что молодежь знакомится с политикой, прежде всего, в интернет-СМИ (68%); в контексте польско-российских отношений на вопрос о языке ненависти и агрессии в СМИ отвечает утвердительно (55%); отмечает проявления языка ненависти и агрессии, прежде всего, в интернет-СМИ, социальных сетях и блогосфере (58%). По мнению опрошенных (56%), агрессивность суждений в Интернете переходит в повседневную практику массового / межличностного общения вне сетевой среды. Эту оценку подтверждают лингвисты: «наблюдается лояльность российского общества к речевой агрессии» [15. С. 132–133].

В этой части полученные в СПбГУ данные надежно коррелируются с результатами опроса<sup>2</sup> в Университете им. Адама Мицкевича. Опрошенные (42%) польские студенты, как и российские, констатируют, что дискуссии в

---

<sup>1</sup> Авторы и исполнители проекта «Польша глазами молодой России: медийные оценки в интерпретации студенчества»: д-р филос. наук проф. В.А. Сидоров (рук.), д-р полит. наук доц. И.А. Быков, менеджер научного отдела А.Н. Марченко, канд. полит. наук С.В. Курушкин, аспиранты А.Н. Жаворонкова и И.А. Гладченко.

<sup>2</sup> В составе исследовательской группы проф. Войцех Новяк (рук.), проф. Пётр Павелик, преподаватели генерал Анатолий Чабан, Вальдемар Ярчевски и др. Отдельные результаты исследования изложены на основании выступлений проф. В. Новяка на круглых столах (2015–2018 гг.) при обсуждении вопросов изучения коммуникативных агрессий XXI в.

Интернете влияют на стиль массового поведения в повседневной жизни; на вопрос о языке вражды и ненависти в медиа отвечают утвердительно. Как считает больше половины (52%) опрошенных, особенности информирования общества через Интернет усиливают динамику агрессивности, тем более если пользователи сами желают усиления агрессивности в медийном пространстве.

Полученные результаты находят подтверждение и в исследовании ученых Белградского университета<sup>1</sup>. Они считают, что изучение экспрессии в отражении СМИ и сознании студенчества позволяет увидеть проявления медийных агрессий в стране, в которой по экспоненте растет число граждан, прежде всего молодых людей, использующих интернет-медиа как основной источник информации. Студенты уверены, что в сетевой среде формируется особый агрессивный стиль коммуникации и что его язык переносится в жизнь. 75% респондентов отмечают язык ненависти и агрессии авторов сербских СМИ, в особенности онлайн-изданий, социальных сетей, блогов и т.д.

Студенты СПбГУ (32,2%) констатируют наличие в российских СМИ интонаций недоверия, недоброжелательства в вопросах взаимоотношений с Польшей. В анкете был обойден прямой вопрос об отношении респондентов к Польше, так как большинство из них не имеет личных впечатлений об этой стране и суждения о ней основывает на информации из каналов массовой коммуникации. Не отказываясь от задачи понять отношение молодых людей к Польше, представление о нем составляем на основе близких по значению данных. В их числе оценка тональности высказываемых в российских СМИ мнений о Польше – насколько она противоречит / совпадает с их собственной позицией. Студенты (табл. 1), критически отнеслись к работе СМИ по «польскому вопросу». Сами же проявили, как показали другие итоги анкетирования, уважение к истории и культуре этой страны. Все это в совокупности позволяет предположить позитивное отношение российского студенчества к Польше.

На этом фоне настораживает непосредственное проявление польскими студентами (31% от общего числа опрошенных) негативного отношения к России. Часть опрошенных (38%) считает, что отрицательные высказывания о России инспирированы политиками. Половина анкетированных (55%) видит влияние политических дискуссий / пропаганды в Интернете, в результате чего происходит радикализация политической определенности аудитории, и это влияние более значительно, чем воздействие действительности. Отметим, что большинство российских респондентов (72%) также считает, что авторы публикаций во многом воздействуют на аудиторию, которая доверчива к мнениям СМИ.

---

<sup>1</sup> В составе исследовательской группы проф. Веселин Кляйич и ассистент Марко Неделькович. Отдельные результаты проведенного ими в 2017 г. анализа прозвучали в выступлении В. Кляйича на круглом столе экспертов по вопросам коммуникативных агрессий на Международном научном форуме «Медиа в современном мире. 57-е Петербургские чтения», 19–20 апр. 2018 г.

Т а б л и ц а 1

Варианты ответов на вопрос в анкете «Определите тональность высказываемых в российских СМИ мнений о Польше»	Полученные результаты, % от числа опрошенных
Подчеркнуто позитивная (демократическая Польша как пример для России)	0,8
Позитивная (доброжелательная, устанавливающая равенство отношений народов и стран)	4,2
Доброжелательно-критическая	7,8
Нейтральная (информационная, дипломатически протокольная)	28,5
Критическая, с интонациями недоброжелательства и недоверия	27,2
Подчеркнуто негативная, с оттенками разной силы враждебности (отношение свысока)	5,0
Затрудняюсь ответить	23,8
Анкету не заполнили	2,8

Результаты опроса 2017 г. коррелируются с итогами проведенного нашими коллегами из Благовещенска и Кракова анкетирования студентов (по 100 респондентов с каждой стороны): позитивный настрой к другой стране выше у российских студентов (47% в Благовещенске против 24% в Кракове); негативный – среди польских (53% в Кракове против 13% в Благовещенске). Ученые полагают это «результатом беспрецедентного по масштабам воздействия СМИ на состояние массового сознания, вследствие чего в последние 2–3 года в Польше сформировался устойчивый негативный образ России» [16. С. 29].

### **Русофобия: от негативного смысла к медийной агрессивности**

Полученные в ходе анкетирования результаты выявили важные в целом для исследования зоны неизвестного. Их наличие не позволяет дать корректные заключения относительно замысла всего Международного проекта: препятствует анализу эмоций студенческой аудитории, вызываемых журналистскими публикациями по «польскому вопросу», и выявлению индикаторов (триггеров), возбуждающих у студента-читателя негативизм восприятия текстов и их носителей.

Для заполнения образовавшихся лакун было проведено девять тематически сфокусированных собеседований с участниками анкетного опроса. Выборка повторного опроса носила случайный характер по критерию проявленного интереса к исследованию со стороны студента. В интервью стандартизованные вопросы-предположения строились как просьбы исследователя: «Пожалуйста, попробуйте описать Ваши чувства / впечатления от публикаций о взаимоотношениях России и Польши» или то же, но уже насчет эмоций по поводу политиков Польши, ее народа, истории и культуры, российских политиков. Здесь следует подчеркнуть, что перед собеседованием априори предполагалось, что ни один из интервьюируемых не пом-

нит названия публикаций, их авторов, а выражает только сложившееся в его сознании впечатление. Вместе с тем произвольная форма собеседования позволяла ведущему интервью при необходимости задавать студенту уточняющие вопросы, подводящие его ответы под общий знаменатель с ответами других опрошенных. Каждое собеседование длилось от 20 до 30 минут. Также отметим, что результаты собеседований много шире, чем задумывалось, за счет наблюдений студентов над жанровым своеобразием журналистских произведений, мерой доказательности их утверждений, лексикой участников массовой коммуникации и т.д. В данном случае остановимся на результатах, точнее всего ведущих к намеченной в статье цели.

Как было установлено в ходе интервью, уверенность студентов в агрессивности СМИ связана с чувством повышенной тревоги, которое вызвано заложенным в медийные тексты неприятием «несправедливости по отношению к России». «Нас не любят», «нас обвиняют», «нам угрожают» – впечатления молодых людей от прочитанного / увиденного в СМИ. В Интернете опрошенные обращают внимание на комментарии к публикациям, и впечатления от прочитанного усиливаются. В конечном счете впечатления интервьюируемых о негативных настроениях в мире по отношению к России выразились в обобщающем понятии, которое активно употребляется в медийной среде ее акторами – политиками, представителями общественных наук и журналистами. Таким понятием стала *русофобия*. Отсылки в текстах к «русофобии» побуждают читателя / зрителя быть настороже, с подозрением воспринимать всех, кто потенциально готов относиться к России недружественно. Так формируется целый комплекс негативных ассоциаций и эмоций аудитории современного медийного пространства.

Опрошенные убеждены, что в настоящее время в медиа присутствуют тенденции агрессивной подачи информации. Эта уверенность основана на интуиции, следовательно, не подлежит верификации, так как «высказать интуитивное суждение просто. Но сделать его убедительным сложнее» [17. С. 654]. Мнение анкетированных об агрессивности российских СМИ – либо итог повседневных наблюдений за медийным пространством, либо результат пропаганды, т.е. внушенное представление связано с тем, что в наши дни в политическом мейнстриме нет выражения агрессивности в виде прямых призывов к насилию – духовному, физическому; призыв к агрессии маргинален, скрыт. В этом контексте интуитивное мнение опрошенных об агрессивности российских СМИ не может быть оставлено без внимания, так как всегда «в основе интуитивного мнения есть нечто рациональное» [18. С. 26]. По результатам повторного опроса студентов для обнаружения латентной агрессивности СМИ в текстах и был выделен маркер с негативной коннотацией. Им отмечены тексты, несущие в себе собственно агрессивное начало (чаще всего) или его отрицание. Среди устойчивых политических понятий, перманентно появляющихся в медийном поле, однозначно символизирующих зло и негативизм, был выделен концепт «русофобия». Русофобия понимается как поддерживаемый в медиа концепт пропаганды, которым на уровне массового сознания объясняются причины негативного

отношения стран и народов к России; поддерживается за счет эксплуатации этнокультурных предрассудков, а также стереотипов «массовой культуры». Воспринимая тексты с этим маркером, читатель / зритель непроизвольно встречается с символом агрессий, негативное значение которого скрыто воздействует на него, после чего в сознании респондента коннотация маркера переносится на медиа вообще.

По состоянию на время проведения опроса в декабре 2017 г. в интернет-версиях федеральных газет («Известия», «Литературная газета», «Независимая газета», «Новая газета») и двух интернет-изданиях («Газета.ру», «Лента.ру») с помощью поисковых систем этих СМИ были обнаружены, потом систематизированы тексты, содержащие в себе концепт «русophobia» (1833). В частности, среди них были выделены тексты за счет уточнения поискового запроса – «Польша русophobia» – 269 публикаций. Для дальнейшего анализа в обработку был взят каждый десятый текст из всей совокупности.

Для установления устойчивости полученных результатов спустя полтора года процедура была повторена. Ее результаты позволили установить, что динамика появления в СМИ концепта «русophobia» интенсифицировалась (рис. 1). Если общее число текстов с этим маркером до декабря 2017 г. было менее двух тысяч, то за последующие полтора года возросло до 2322, т.е. прирост составил 26,7%. Тенденция особенно заметна для СМИ со значительной историей вопроса. Так, в «Независимой газете» первое упоминание русophobia датируется 1999 г. (*Айрапетова Н.* Второй правозащитной революции в России не будет), и к декабрю 2017 г. число публикаций с этим концептом составило 630, но за последующие полтора года к ним прибавились еще 74 текста. Учет распределения по датам публикаций с концептом «русophobia» позволил заключить, что их появление в текстах главным образом приходится на период с 2015 по 2019 г. Аналогично выглядят результаты и по другим взятым в выборку изданиям.

Выборка предусматривала возможность определить «глубину процесса»: поисковая система газеты / сетевого издания, показывая результаты запроса, определяла и дату первой публикации с маркером «русophobia» (табл. 2). Максимальную «глубину процесса» показали «Независимая газета» (10.11.1999) и «Известия» (23.12.2001). Появление маркера «русophobia» в публицистике этих лет, во-первых, сигнализирует о начале возвращения России в большую мировую политику; во-вторых, о реакции на это со стороны других держав; в-третьих, свидетельствует о возросшей в российском общественном мнении подозрительности по отношению к западным партнерам; в-четвертых, указывает на СМИ в качестве носителей агрессивного контента. Однако наличие в этих СМИ концепта «русophobia» неоднозначно, находится в диапазоне от обозначения реального неприятия общественным мнением другой страны образов России и русской культуры до спекулятивного применения термина в полемике при отсутствии других аргументов.



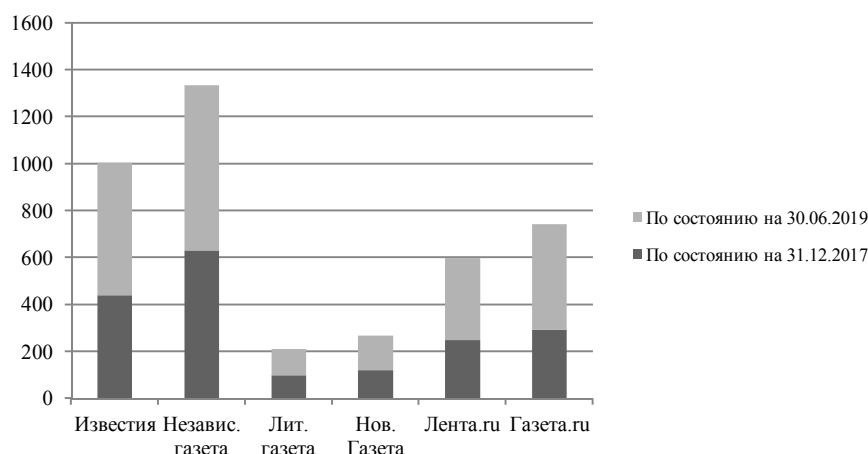


Рис. 1. Динамика применения маркера «русофобия» в СМИ  
(первое упоминание в «Независимой газете» 10.11.1999)

Т а б л и ц а 2

Издание	Первое появление маркера в издании	
	Концепт «русофобия»	Концепт «Польша русофобия»
<i>Известия</i>	2001, 23 дек.	2003, 9 сент.
<i>Независимая газета</i>	1999, 10 нояб.	2000, 4 июля
<i>Литературная газета</i>	2008, 9 апр.	2008, 6 авг.
<i>Новая газета</i>	2004, 11 марта	2005, 18 авг.
<i>Лента.ru</i>	2005, 1 июля	2008, 24 окт.
<i>Газета.ru</i>	2003, 5 марта	2004, 26 мая

Так, в «Известиях» отмечается, что ситуация в Польше вокруг сноса памятника герою Великой Отечественной войны генералу Черняховскому «демонстрирует неуважение к русскому народу», что «русофобия на местном уровне продолжает культивироваться» [18]. Публицист «Независимой газеты», анализируя историю XX в., приходит к выводу, что отмечаемый в России День Победы – «заноза в глазу русофоба» [19]. С Днем Победы сопоставляют русофобию в Польше и публицисты «Литературной газеты». В Польше, полагают они, «уровень русофобии зашкаливает» [20]. Более осторожна позиция «Газеты.ru»: «...если говорить об отношении поляков к русским, то оно скорее нейтральное, чем плохое или хорошее. Каждый житель Польши считает, что Советский Союз захватил их страну после войны, но зла на современную Россию никто не держит» [21]. Заметно отличается позиция «Новой газеты», ее авторы считают опасным использовать понятия «русофобия», «русофоб», «русофобский» из-за их «культурного, этнического оттенка», отчего эти понятия охотно применяют пропагандисты российской власти: «...бессовестное чиновничество именует себя патриотами, а своих болеющих за Родину оппонентов – русофобами» [22].

Интерпретируя полученные результаты опроса, нельзя не учитывать возраст респондентов, впечатления которых о российских медиа складывались на протяжении трех – максимум четырех лет до опроса (2017, декабрь). И потому впечатление студентов о доминировании агрессивности в российских СМИ не выглядит случайным: самое значительное число публикаций с концептом «русофобия», по данным на 31.12.2017, в «Известиях» и «Независимой газете» – 24,1 и 34,4% от совокупности взятых в обработку текстов; доля интернет-СМИ («Лента.ру» и «Газета.ру») ниже – 13,5 и 16,0%. На июнь 2019 г. картина аналогичная: 24,2 и 30,3% («Известия» и «Независимая газета») 15 и 19,4% («Лента.ру» и «Газета.ру»). При этом следует учесть фактор присутствия всех изученных нами изданий в сетевой среде, из которой, прежде всего, черпают информацию принявшие участие в исследовании студенты – 68,5% опрошенных (аналогичные показатели и в результатах изучения студенческой аудитории в Сербии и Польше).

Взятые в обработку российские издания были проанализированы и в контексте уточняющего запроса «Польша русофобия». Безусловно, число его упоминаний значительно ниже – всего 271 случай был зафиксирован в период с октября 1999 по июнь 2019 г. В лидерах – «Независимая газета» и «Известия» (110 и 83). «Литературная газета» – еженедельное издание – тем не менее оказалась к ним ближе всего – 52 текста. Далее среди традиционных изданий надо назвать «Новую газету» (25). Интернет-СМИ также показали активность в этом направлении: «Лента.ру» (31) и «Газета.ру» (89 текстов). Полученные результаты интерпретируются как показатели динамики выраженной по «польскому вопросу» агрессивности медиа в 2015–2019 гг.

### Заключение

Изучение коммуникативных агрессий позволяет углубить понимание качественно нового состояния общественного сознания, возникшего за счет активного включения в информационные процессы социальных страт, ранее бывших только объектами медийного воздействия. Конечно, активированные страты по-прежнему остаются под влиянием СМИ, хотя все менее предсказуемы их спонтанные реакции на те или иные медиасобытия.

Анализ медийного стереотипа «русофобия» указывает на опасность его применения в пропаганде в целом и медийных текстах в частности. Концепт обладает отчетливо выраженной негативной коннотацией. Некритически воспринимаемый, он может вызывать агрессивные реакции аудитории СМИ. Анализ употребления концепта «русофобия» в средствах массовой информации показывает, что сложившаяся динамика его применения носит устойчивый характер, следовательно, продолжает оказывать негативное воздействие на аудиторию, поддерживая, во-первых, ее впечатление в агрессивности СМИ при освещении вопросов политики и, во-вторых, подталкивая аудиторию к агрессивному информационному обмену.

Сегодня Интернет стал важнейшим условием трансформации информационной картины мира, в результате радикально меняет подход аудитории СМИ к восприятию медиатекстов, и поэтому столь же разительно должны меняться методы политической пропаганды. Так, использование в политических текстах, распространяемых по медиаканалам, символов и стереотипов с негативной коннотацией следует минимизировать. Должны меняться и подходы к оценке самих СМИ – как традиционных, так и функционирующих в сетевой среде. К этому ведут, в частности, возможности аудитории сразу, вслед за актом восприятия текста в Интернете, публично реагировать на его содержание, и эта реакция может значительно изменять восприятие текста последующими его читателями / зрителями. Заметно большее значение приобретают смысловые стереотипы текстов, а их восприятие в аудитории становится все менее рациональным, все более эмоциональным. Так и случилось с концептом «русофобия». Его культивация в медиа в качестве стереотипа создает предпосылки к наращиванию агрессивного стиля ведения политической полемики как метода полномасштабных коммуникативных агрессий, а также к переносу агрессивных интенций СМИ в политическое сознание общества.

#### *Литература*

1. Володенков С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления. М. : Изд-во Моск. ун-та : Проспект, 2015.
2. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа / пер. с англ. М. : ИД ВШЭ, 2015.
3. Уэбстер Ф. Теории информационного общества / пер. с англ. М. : Аспект Пресс, 2004.
4. Бурдые П. О телевидении и журналистике / пер. с фр. М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Ин-т экспериментальной социологии, 2002. 159 с.
5. Sidorow W. Прологомены к ценностному анализу коммуникативных агрессий XXI века // Rocznik Prasoznawczy. Rok X/2016. S. 41–54.
6. Sidorov V., Ivanyan R., Kurushkin S., Nigmatullina K. Communicative Aggression in the Russian Media Sphere: Background and Manifestations // Indian Journal of Science and Technology. 2016. Vol 9 (36). DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i36/102032
7. Сидоров В. Коммуникативные агрессии современности: предтечи и состояние // Век информации : Медиа в современном мире. Петербургские чтения : материалы 56-го международного форума, 13–14 апреля 2017 г. / отв. ред. В.В. Васильева. 2017. № 2 : в 2 т. СПб., 2017. Т. 1. С. 165–167.
8. Сидоров В.А. Коммуникативные агрессии XXI века: определение и анализ предпосылок // Вестник Санкт-Петербургского университета. Язык и литература. 2018. № 2. С. 300–311.
9. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. СПб. : Наука, 2000.
10. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / пер. с англ. М. : АСТ, 2003.
11. Грецкий И.В. Российско-польские отношения на современном этапе // Вестник СПбГУ. 2013. Сер. 6: Политология, Междунар. отношения. Вып. 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiysko-polskie-otnosheniya-na-sovremennom-etape> (дата обращения: 02.05.2019).
12. Стегний Петр, Чрезвычайный и Полномочный Посол России. Польша ведет отношения с Россией к опасной черте // Российский Совет по международным делам. 2017. URL: <http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/comments/polsha-vedet->

otnosheniya-s-rossiey-k-opasnoy-cherte/?sphrase\_id=11929284 (дата обращения: 02.06.2019).

13. Талага Анджей (*Andrzej Talaga*). Кремль стал партнером, и Варшава очень переживает // Rzeczpospolita. 2018. 10 мая. URL: <https://inosmi.ru/politic/20180510/242194627.html> (дата обращения: 02.06.2019).

14. Быков И.А., Гладченко И.А. Communicative aggression in Russia: analysis of opinion of future politicians and journalists // Central Russian Journal of Social Sciences. 2018. Vol. 13, is. 1.

15. Щербинина Ю.В. Русский язык: Речевая агрессия и пути ее преодоления : учеб. пособие. М. : Флинта : Наука, 2004.

16. Россия и Польша глазами молодежи: восприятие друг друга, представления о политике, культуре и религии / А.А. Киреев [и др.] ; общ. ред. Д.В. Кузнецов. Благовещенск : Изд-во БГПУ, 2016.

17. Кармин А.С. Интуиция: Философские концепции и научное исследование. СПб. : Наука, 2011.

18. Малай Е., Рункевич Д. Депутаты просят вывезти памятник Черняховскому из Польши в Россию // Известия. 2014. 10 февр. URL: (дата обращения: 14.05.2019).

19. Малевиц И.С. День Победы – заноза в глазу русофоба // Независимая газета. 2014. 26 апр. URL: [http://nvo.ng.ru/realty/2013-04-26/10\\_victory\\_day.html](http://nvo.ng.ru/realty/2013-04-26/10_victory_day.html) (дата обращения: 14.05.2019).

20. Вайнштейн С. Освободителям вход воспрещен // Литературная газета. 2015. № 3–4. URL: [http://www.lgz.ru/article/-3-4-6494-28-01-2015/osvoboditelyam-vkhod-vospreshchyen/?sphrase\\_id=1750074](http://www.lgz.ru/article/-3-4-6494-28-01-2015/osvoboditelyam-vkhod-vospreshchyen/?sphrase_id=1750074) (дата обращения: 14.05.2019).

21. Рыжкова А. Поляки считают, что Советский Союз захватил их страну // Газета.ru. 2016. 9 окт. URL: [https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2016/10/a\\_10238675.shtml](https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2016/10/a_10238675.shtml) (дата обращения: 14.05.2019).

22. Троицкий Артемий. Новое старое слово. Почему «антисоветчиком» быть – почетно, а «русофобом» – недопустимо и унизительно // Новая газета. 2017. № 95. URL: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/08/30/73642-novoe-staroe-slovo> (дата обращения: 14.05.2019).

### Communicative Aggressions and Negative Concepts of Propaganda

*Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya – Tomsk State University Journal of Philology.* 2020. 66. 318–331. DOI: 10.17223/19986645/66/17

Viktor A. Sidorov, Saint Petersburg State University (Saint Petersburg, Russian Federation). E-mail: v.sidorov@spbu.ru

**Keywords:** communicative aggressions, media, mass-media, Russophobia, public consciousness, students, information wars, Internet, Russian-Polish relations.

The article develops the results of studies of communicative aggressions, which are understood as the property of conflictogenic media discourses of the mass society. The actualisation of the problem is determined by the intensification of communicative aggressions in the media of the countries and of the world community as a whole. Aggressive intentions of the media can resonate with the sentiments of the media audience; that is why manifestations of aggressiveness in society sharply increase, or a critical attitude towards the media grows in it. The study is based on the results of an international project of researchers of Saint Petersburg State University (Russia) and the Adam Mickiewicz University (Poland), which analysed the fragment of consciousness of the media audience represented by students. The analysis of their ideas about the degree of media aggressiveness allows assessing the conflict in the intercultural environment in the context of Polish-Russian relations. The study aims to analyse the aggressive intentions of the media and the students' sentiments they formed, and reasons for the growth of the ideas about media aggressiveness. The analysis of the role of the stereotype "Russophobia" (as arousing aggressiveness in the audience and in

the media) the media use determines the scientific significance of the study. The conclusions of the article are based on the results of surveys of the youth audience, on series of focused interviews, on the content analysis of publications in online versions of federal Russian newspapers and in online publications on relations between Russia and Poland. The fundamental difference of communicative aggressions from previous forms of information wars is determined by the participation of not only media actors, but also the mass society as a whole. An event covered by the media becomes aggressive as a result of not only the work of the media, but also the involvement of the audience. The audience's perception of aggressive intentions in the media is intuitive and needs to be substantiated; therefore a corpus of media texts (1999–2019) with signs of aggressiveness is compiled in the study using the "Russophobia" marker. However, modern students as an audience do not perceive concepts promoted by the media directly, they tend to assess information critically. In this connection, the study came to the following conclusions: (1) there are opposite tendencies in the media and in their student audience; (2) there is a danger of an excessive usage of concepts with a sharply negative connotation because these concepts can cause aggressive reactions in society in case of escalations of political conflicts. In this context, the semantic stereotypes of texts which the audience perceives less rationally and more emotionally gain greater significance.

### References

1. Volodenkov, S.V. (2015) *Internet-kommunikatsii v global'nom prostranstve sovremennogo politicheskogo upravleniya* [Internet Communications in the Global Space of Modern Political Governance]. Moscow: Moscow State University; Prospekt.
2. Keane, J. (2015) *Demokratiya i dekadans media* [Democracy and Media Decadence]. Translated from English. Moscow: Higher School of Economics.
3. Webster, F.V. (2004) *Teorii informatsionnogo obshchestva* [Theories of the Information Society]. Translated from English. Moscow: Aspekt Press.
4. Bourdieu, P. (2002) *O televidenii i zhurnalistike* [On Television and Journalism]. Translated from French. Moscow: Fond nauchnykh issledovaniy "Pragmatika kul'tury", In-t eksperimental'noy sotsiologii.
5. Sidorov, W. (2016) Introduction to value based analyses of communicative aggressions of 21st century. *Rocznik Prasoznawczy*. 10. pp. 41–54. (In Russian).
6. Sidorov, V. et al. (2016) Communicative Aggression in the Russian Media Sphere: Background and Manifestations. *Indian Journal of Science and Technology*. 9 (36). DOI: 10.17485/ijst/2016/v9i36/102032
7. Sidorov, V. (2017) [Communicative aggression of the present: forerunners and state]. *Vek informatsii. Media v sovremennom mire. Peterburgskie chteniya* [Age of information. Media in the modern world. Petersburg readings]. Proceedings of the 56th International Forum. Saint Petersburg. 13–14 April 2017. Vol. 2 (1). Saint Petersburg: Saint Petersburg State University. pp. 165–167. (In Russian).
8. Sidorov, V.A. (2018) Communicative aggressions of the 21st century: Definition and analysis of the prerequisites. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Yazyk i literature – Vestnik of Saint Petersburg University. Language and Literature*. 2. pp. 300–311. (In Russian). DOI: 10.21638/11701/spbu09.2018.212
9. Habermas, J. (2000) *Moral'noe soznanie i kommunikativnoe deystvie* [Moral Consciousness and Communicative Action]. Translated from German. Saint Petersburg: Nauka.
10. Huntington, S.P. (2003) *Stolknovenie tsivilizatsiy* [Clash of Civilisations]. Translated from English. Moscow: AST.
11. Gretskiy, I.V. (2013) Contemporary Russian-Polish relations. *Vestnik SPbGU. Ser. 6. Politologiya, Mezhdunar. Otnosheniya – Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*. 3. [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/v/rossiysko-polskie-otnosheniya-na-sovremennom-etape>. (Accessed: 02.05.2019). (In Russian).

12. Stegniy, P. (2017). Pol'sha vedet otnosheniya s Rossiey k opasnoy cherte [Poland leads relations with Russia to a dangerous line]. *Rossiyskiy Sovet po mezhdunar delam* [Russian International Affairs Council]. [Online]. Available from: [http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/comments/polsha-vedet-otnosheniya-s-rossiey-k-opasnoy-cherte/?sphrase\\_id=11929284](http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/comments/polsha-vedet-otnosheniya-s-rossiey-k-opasnoy-cherte/?sphrase_id=11929284). (Accessed: 02.06.2019).
13. Talaga, A. (2018) Kreml' stal partnerom, i Varshava ochen' perezhivaet [The Kremlin has become a partner, and Warsaw is very worried] *Rzeczpospolita*. [Online] Available from: <https://inosmi.ru/politic/20180510/242194627.html>. (Accessed: 02.06.2019).
14. Bykov, I.A. & Gladchenko, I.A. (2018) Communicative aggression in Russia: analysis of opinion of future politicians and journalists. *Srednerusskiy vestnik obshchestvennykh nauk – Central Russian Journal of Social Sciences*. 1 (13). pp. 94–100. (In Russian). DOI: 10.22394/2071-2367-2018-13-1-94-100
15. Shcherbinina, Yu.V. (2004) *Russkiy yazyk: Rechevaya agressiya i puti ee preodoleniya* [Russian Language: Speech aggression and ways to overcome it]. Moscow: Flinta: Nauka.
16. Kuznetsov, D.V. (ed.) (2016) *Rossiya i Pol'sha glazami molodezhi: vospriyatie drug druga, predstavleniya o politike, kul'ture i religii* [Russia and Poland through the Eyes of Youth: Perception of each other, ideas about politics, culture and religion]. Blagoveshchensk: Blagoveshchensk State Pedagogical University.
17. Karmin, A.S. (2011) *Intuitsiya. Filosofskie kontseptsii i nauchnoe issledovanie* [Intuition. Philosophical Concepts and Scientific Research]. Saint Petersburg: Nauka.
18. Malay, E. & Runkevich, D. (2014) Deputaty prosyat vyvezti pamyatnik Chernyakhovskomu iz Pol'shi v Rossiyu [Deputies ask to take out the monument to Chernyakhovsky from Poland to Russia]. *Izvestiya*. 10th February. [Online] Available from: <https://iz.ru/news/565258>. (Accessed: 14.05.2019).
19. Malevich, I.S. (2014) Den' Pobedy – zanoza v glazu rusofoba [Victory Day is a thorn in the eye of a Russophobe]. *Nezavisimaya gazeta*. 26th April. [Online] Available from: [http://nvo.ng.ru/realty/2013-04-26/10\\_victory\\_day.html](http://nvo.ng.ru/realty/2013-04-26/10_victory_day.html). (Accessed: 14.05.2019).
20. Vaynshteyn, S. (2015) Osvoboditelyam vkhod vospreshchen [No entrance for liberators]. *Literaturnaya gazeta*. 3–4. 28th January. [Online] Available from: [http://www.lgz.ru/article/-3-4-6494-28-01-2015/osvoboditelyam-vkhod-vospreshchen/?sphrase\\_id=1750074](http://www.lgz.ru/article/-3-4-6494-28-01-2015/osvoboditelyam-vkhod-vospreshchen/?sphrase_id=1750074). (Accessed: 14.05.2019).
21. Ryzhkova, A. (2016) Polyaki schitayut, chto Sovetskiy Soyuz zakhvatil ikh stranu [Poles believe that the Soviet Union seized their country]. *Gazeta.ru*. 9th October. [Online] Available from: [https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2016/10/a\\_10238675.shtml](https://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2016/10/a_10238675.shtml). (Accessed: 14.05.2019).
22. Troitskiy, A. (2017) Novoe staroe slovo. Pochemu “antisovetchikom” byt' – pochetno, a “rusofobom” – nedopustimo i unizitel'no [New old word. Why being “anti-Soviet” is honorable and being “Russophobe” is unacceptable and humiliating]. *Novaya gazeta*. 95. [Online] Available from: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2017/08/30/73642-novoe-staroe-slovo>. (Accessed: 14.05.2019).