ДЕСТРУКТИВНАЯ МЕДИАПРОПАГАНДА: ВЗГЛЯД КРИМИНОЛОГИИ И ПСИХОЛИНГВИСТИКИ

MEDIAPROPAGANTA DISTRUCTIVA: VIZIUNEA CRIMINOLOGICA SI PSIHOLINGVISTA

Лилия ГЫРЛА, ORCID: 0000-0002-4979-3027
Молдавский государственный университет

CZU: 343.346.8:343.9

e-mail: liliagyrla@gmail.com

На сегодняшний день *пропаганда* как устойчивая системная и проверенная методика воздействия на сознание людей становится предметом исследования как в криминологической науке, так и в психолингвистике. В представленном докладе осуществлена попытка систематизации современных трактовок такого понятия как «пропаганда», имеющее значение не только в процессе исследования причин и условий совершения преступлений в медийном пространстве (телевидение, радио, интернет-контент, печатные издания и т.д.), но и для последующей разработки мер по выявлению и предупреждению случаев применения деструктивной пропаганды, основанной на злоупотреблении психолингвистических приемов, в целях негативного воздействия на людей на их систему нравственных ценностей и базовые инстинкты.

К преступлениям экстремистского, военного и террористического характера в медиапространстве, совершаемых путем пропаганды относятся преступления, предусмотренные ст.140, ст.176^1, ст.279^2, ст.341, ст.346, ст.347 УК РМ. С точки зрения лингвистических конструкций, в уголовно-правовых запретах, содержащихся в Особенной части Уголовного кодекса Республики Молдова пропаганда не всегда встречается в «чистом виде», как это имеет место с названием ст.140 УК РМ (Пропаганда войны), чаще всего, законодатель прибегает к терминам *«призывы», «надругательство», «разжигание», «подстрекательство», «оправдание».*

В современной науке пропаганда обычно определяется как целевая деятельность по распространению определенной информации, подчеркивается идейная составляющая такой информации [1, с.100; 2, с.10-11; 3, с.39; 4, с.5]. Полагаем, что, будучи идеологически-окрашенным посланием, адресованным «потребителю», пропагандистская информация охватывает намеренно отобранную информацию в виде фактических данных, доводов, аргументов и контраргументов. Любой пропагандистский материал содержит некое *«идейное послание».* Однако в процессе пропагандистской деятельности информация о событии не доводится до адресата целиком, а лишь определенная ее часть с целью изменить отношение и социальное поведение людей.

Периодическая печать представляет собой самое уязвимое звено, которое испытывает на себе пропагандистскую деятельность. Особенно сильно зависимость от источников и потоков информации проявляется в периоды военных конфликтов, а также становится очевидным, кто осуществляет контроль за периодической печатью. Методы, избираемые пропагандистами, обычно одинаковы независимо от направления и идеологической нагрузки. Пропаганда осуществляется посредством психологического воздействия, включая путем внушения и манипуляции [5, с.365]. Для эффективности пропаганды, воздействие должно быть достаточно *длительным* и *системным*, но даже при этом условии результат может проявиться через продолжительное время.

Деструктивная пропаганда всегда токсична, агрессивна и культивирует вражду, дифференциацию и рознь, разжигает общественные конфликты, обостряет низменные мотивы и чувства ненависти. В итоге, деструктивная пропаганда выполняет две функции: навязывает аудитории нужные убеждения и способствует сплочению людей. Современная пропаганда строится в основном на апелляции к эмоциям и чувствам аудитории с опорой на бессознательное. Методология пропаганды сначала охватывает этап так называемой психологической подготовки аудиента, и уже после его «готовности» вводится ключевое пропагандистское послание, которое, по сути, должно запустить эффект, ожидаемый пропагандистом.

По нашему мнению, криминологическим фактором, способствующим быстрой и экстенсивной инфильтрации пропагандируемых преступных идей, является место совершения подобных преступлений – *медиапространство* (интернет-ресурсы и иные медийные источники), влекущее за собой оперативную ассимиляцию нужных идей соответствующими группами, чаще молодежными (стремящихся к идеализированию, легко возбудимыми, сильными физически, а, соответственно, удобными для суггесторов), и изменение их мировоззрения и, как следствие, поступков.

Наличие обратной связи в медиапространстве (возможность комментирования, вступления в полемику с неограниченным количеством лиц, допустимость неограниченного тиражирования путем репостов публикаций и передачи ссылок на них), удобный медиаконтент и интерфейс определенных сайтов, модные молодежные темы, ведущие в совокупности к созданию ощущения собственной значимости «потребителя» такой информации и к убежденности, что он сам единолично может изменить мир, по сути, формируют благоприятный плацдарм для совершения преступлений.

По данной категории дел обязательным является проведение комплексной экспертизы с привлечением психологов и лингвистов. Выделяются лингвистические и психологические признаки пропаганды экстремизма и дискриминационного отношения по отношению к человеку, а также лингвистические и психологические признаки унижения человеческого достоинства по дискриминационному признаку [6, с.159].

В компетенции эксперта-психолога находится рассмотрение ряда вопросов, раскрывающих наличие признаков оказания психологического воздействия на лиц в определенных преступных целях. В свою очередь, в компетенции эксперта-лингвиста находится рассмотрение вопросов, направленных на определение того, имеются ли в представленном на исследование материале призывы или нет, а также установить, имеются ли в анализируемом тексте речевые акты, содержащие оскорбления.

В военной пропаганде выделяют своих и чужих, свои наделяются особыми качествами, тогда как чужие выставляются в самом неблагопристойном и оскорбительном свете. Одним из ведущих мотивов военной пропаганды является месть и истребление врага как долг и священная обязанность. Широко используется техника оправдания насилия над врагом.

Именно желание спастись, стремление обезопасить себя, чувство мести формируют в массовом сознании людей готовность быстро отреагировать на призыв сопротивляться нашествию врага. Это не обычные политические лозунги, а глубоко осмысленные, эмоционально-окрашенные, весьма болезненные, основанные на личном опыте, послания. Такой призыв находит отклик в сердцах самых разных людей, которых объединяет ненависть к противнику.

В военной пропаганде образ врага всегда упрощен, стереотипизирован, его профиль вычурно смешон. Будучи применен принцип двойных стандартов выставляются противоположные качества, собственные воины и население наделены героизмом, а сторона противника охарактеризована как виновная, лгущая, зверская и беспощадная. Враг всегда обесценивается, прокламируется отсутствие человеческого лица. Двойной стандарт применяется и в призыве убивать: так убийство *«своего героя»* являет собой непростительное событие, тогда как убийство врага – это поступок похвальный, выпадающий из общепринятого морально-этического ограничения убивать.

Литература:

1. ЛИВШИН, А.Я., ОРЛОВ, И.Б. Пропаганда и политическая социализация. В: *Отечественная история,* 2008, № 1, сс. 99-105.
2. БОГОМОЛОВ, И.К. *Образ противника в русской периодической печати 1914-1915 гг.*: Автореферат дисс. ... канд. ист. наук. Москва: Российский гуманитарный университет, 2015. 32 с.
3. СВЕЧНИКОВА, С.В. Тоталитаризм и пропаганда. В: *Ученые записки Орловского государственного университета.* 2018, №1 (78), сс.39-42.
4. ИВАНОВ, А.А. *Коммуникативное пространство войны: пропаганда и общественные настроения*: Учебно-методическое пособие (Рекомендовано учебно-методической комиссией Института истории Санкт-Петербургского государственного университета Протокол от 17.04.2017 № 06/78-04-9). СПб., 2017. 72 с.

5. БЕЛЯНИН, В.П. *Психолингвистика* [Электронный ресурс]: Учебник. 4-е изд. Москва: ФЛИНТА, 2016. 415 с. ISBN 978-5-9765-0743-2.
6. АБИТОВ, И.Р., ХАНЗАФАРОВА, Д.Л. Особенности дифференциальной диагностики пропаганды неполноценности и унижения человеческого достоинства при производстве экспертизы материалов, связанных с противодействием экстремизму и терроризму. В: *Казанский педагогический журнал*, 2016, №3, сс.156-161.