

Олексій Шевченко

ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО ДИСКУРСУ РФ В ПЕРІОД ПЕРЕХОДУ ДО НЕОТОТАЛІТАРНИХ ПОЛІТИЧНИХ ПРАКТИК

У статті проаналізовано основні напрями трансформації пропагандистського дискурсу сучасної РФ, продемонстровано спільні риси з тоталітарними дискурсами минулого та новітніми формами інформаційної політики в західних країнах. Показано, що в рамках цього дискурсу досягнуто нові форми створення «фейкової» реальності як ідеальний інструмент маніпуляції масовою свідомістю.

Ключові слова: *пропагандистський дискурс, референція, Реальність, «фейк».*

Alexey Shevchenko. The distinguishing features of the propagandistic discourse of RF in the period of transition to neototalitarian practices. *In the article the main directions of the propaganda discourse transformation in modern Russia are analyzed, the common characteristics with classic totalitarian discourses of the past and modern informational technologies in Western countries are demonstrated. It is shown that this discourse has formed new types of «fake» reality and ideal instruments of the mass consciousness manipulation.*

Key words: *propaganda discourse, reference, Reality, «fake».*

Як відомо, в сучасних умовах перспективними дослідженнями в сфері суспільних наук взагалі та політології зокрема виступають дослідження з проблематики політичного дискурсу. Їх значущість є наслідком того фундаментального факту, згідно з яким політична мова не є простим епіфеноменом політичної дії, але певної мірою є самою політичною дією, та межа між мовними практиками та політичними практиками є вельми тонкою. В контексті сказаного можна з впевненістю стверджувати, що й сама політична дія може розглядатися як **ілюстрація** певних дискурсивних передумов, що спирається на свою, тільки їй притаманну «граматику».

Сказане не є перебільшенням або метафорою, оскільки концепт «дії» органічно входить у сучасне розуміння сутності

дискурсу. Наприклад, такий російський дослідник, як П. Паршин, визначає дискурс (причому не тільки дискурс політичний, але й будь-який інший) через «комунікативну своєрідність агента соціальної дії». Зокрема, про це він пише наступне: «Легко бачити, що специфікуюче визначення (генеративне або агентивне) вказує або на фізичну особу, або на групового агента соціальної дії, або на деяку соціально значущу категорію, яка на поверхні може виступати як предмет обговорення (наприклад, відповідальність), але з великим успіхом може бути описана як метафоричний агент, що «передає» деяке повідомлення своїм партнерам по комунікації – якійсь частині суспільства або суспільству в цілому»[3].

Отже, визначення російського дослідника дозволяє провести паралелі між дискурсом та суспільною дією, додаючи аргумент французького вченого П. Серію про те, що дискурс виступає як «визначення системи обмежень, які накладаються на необмежену кількість висловлювань унаслідок певної соціальної або ідеологічної позиції» [4, с. 94].

Аналогічними обмеженнями характеризуються всі форми суспільної дії, яскравим прикладом чого виступають дії, до яких застосовується моральна оцінка. (Такі обмеження яскраво ілюструють принципи моральних імперативів, що ґрунтуються на диференціації «можливо/неможливо/треба» тощо). Важливим елементом дискурсивних практик виступають і ті цілі, в рамках яких відбувається суспільна комунікація, що використовує дискурси. Ця особливість добре висвітлена відомою дослідницею політичних дискурсів О. Шейгал: «Так, фундаментальною метою наукового дискурсу є полеміка в пошуках істини в процесі наукового пізнання дійсності, призначення релігійного дискурсу можна визначити як об'єднання у вірі; юридичний дискурс призначений для врегулювання правових відносин між суб'єктами соціуму; інтенцією педагогічного дискурсу є соціалізація особистості, а мета художнього дискурсу – її творче самовираження. Що ж стосується інтенціональної бази політичного дискурсу, то її становить боротьба за владу» [5, с. 16].

Загалом можна погодитися з наведеною думкою, яка, однак, є дещо спрощеною, практично, за всіма переліченими типами дискурсів. Щодо політичного дискурсу можна стверджувати, що його призначення є не тільки і не стільки боротьбою за владу тих

чи інших політичних акторів, скільки боротьбою за визначення певного *політичного поля* та правил гри у вигляді політичної комунікації, на якому та на засадах яких ця боротьба має вестися. Наприклад, розмірковуючи досить спрощено, можна сказати, що в умовно демократичних державах політичний дискурс ведеться в рамках передумови конкуренції (і, як наслідок, рівності), а сама комунікація вибудовується у вигляді діалогу та політичної дискусії. Навпаки, у суспільствах авторитарних та тоталітарних конкуренція замінюється монополією певних соціально-політичних груп та політична комунікація набуває вигляду монологічних форм, що приховано містять інтенцію «наказ/виконання».

Легко побачити, що й боротьба за владу набуває форми не боротьби за Істину та перемоги у політичному діалозі, а боротьби за монополію та знищення самої можливості політичного діалогу. При цьому важливо пам'ятати, що в зазначеній боротьбі діалог та політична дискусія імітуються, що добре видно на численних ток-шоу, поширених у сучасних державах авторитарного типу. Наведені відмінності в абстрактному твердженні про «боротьбу за владу» дозволяють ухопити різницю між ідеологічним дискурсом (як дискурсом поля конкуренції та політичної дискусії) та дискурсом пропагандистським (типовим для стратегії монополізації влади). Тому можна стверджувати, що «пропаганда» (та такі її більш звичні для сучасного вуха модифікації, як «маніпуляції» або «промивання мозків») є типовою ознакою авторитарно-тоталітарних типів суспільства, чії мовні практики дублюються відповідними політичними практиками.

Отже, як ми щойно зазначили, різниця між ідеологічним дискурсом та дискурсом суто пропагандистським полягає у ставленні до Реальності та в істинності її висвітлення. Будь-яка ідеологія є не тільки «хибною свідомістю» тієї чи іншої соціальної групи (як це вважав марксизм), але вона відображає реальні інтереси цієї групи і тому несе частину Істини. На відміну від ідеології, пропаганда виступає дискурсом влади, яка протистоїть іншим суспільним групам (або суспільству як такому), але яка відверто *мімікрує* під загальний суспільний інтерес або виставляє свій власний інтерес як інтерес всього суспільства. І тому є суцільною оманною або відвертою брехнею.

Повертаючись до пропагандистського дискурсу сучасної Росії, можна висунути гіпотезу, що 90-ті роки характеризувалися наявністю великої кількості ідеологій (в тому числі ідеологій консервативних, реставраційних або ультрареакційних), але, починаючи з правління Путіна, ідеологічний плюралізм був витіснений офіційним дискурсом влади, який за своїми типологічними характеристиками став суто пропагандистським, навіть агресивно-пропагандистським. Після зазначеної трансформації цей дискурс нагадав кращі взірці класичних нацистської та радянської пропаганди, однак у плані створення якоїсь віртуальної Реальності значною мірою їх перевершив.

Великою мірою цей новий щабель пропагандистської «втечі від реальності» був досягнутий завдяки сучасним інформаційним технологіям західних мас-медіа, які навчилися створювати певну «телереальність» або «медійну реальність» (про що багато писав П. Вірліо [1]). Якщо говорити про основні принципи сучасної російської інформаційної політики, то можна стверджувати, що завдяки поєднанню класичних моделей тоталітарних дискурсів та згаданих новітніх інформаційних технологій вони становили нове слово у світовій пропаганді, створивши деякого пропагандистського «кентавра», якого ще не було ані в радянській, ані у нацистській, ані в сучасній західній інформаційній політиці. Бо якими б різними не були згадані типи пропаганди, в них все ж таки існує зв'язок між словом та реальністю, яка спотворюється, але не зникає зовсім.

Таким чином, ми зіштовхуємося з фундаментальною філософською проблемою – проблемою Реальності. І коли А. Меркель говорить, що Путін втратив почуття Реальності, за цією побутовою реплікою стоїть купа питань: «Що означає слово «втратив» та що означає слово «Реальність» в устах європейського політика»? Очевидно, що, з одного боку, Путін взяв за основу західну модель віртуальної «телереальності», але зробив це таким чином, що Захід побачив, в який смертоносний анчар перетворилися ці ядовиті паростки тотальної віртуалізації політичного дискурсу, та злякався цьому перетворенню. Так, Захід і сам прекрасно вміє створювати симулякри та фантоми, однак порівняно з путінським пропагандистським франкенштейном, зліпленим із радянського спадку,

залишків імперського словоблуддя, західні пропагандистські фантоми видаються смішними привидами замку Шпессарт.

Повертаючись до проблеми Реальності, необхідно зазначити, що будь-який відомий нам тип пропаганди, наприклад, геббельсівської, з цією Реальністю співвідносився, тобто зберігалася деяка референція. Брехня здійснювалася через нав'язливу інтерпретацію деяких фактів, через накидання певної пропагандистської матриці зі слів-пасток, які все ж таки дозволяли користувачеві цього пропагандистського витвору створити якесь уявлення про те, що відбувається. Отже, традиційна пропаганда – це викривлення Реальності через інтерпретацію або монтаж.

Не вдаючись глибоко до аналізу різних форм пропагандистської новомови, наведемо базові технології такого викривлення:

А. Зрощення інформації про факт з емоційною оцінкою цього факту та представлення цієї оцінки як смислової суті наведеного факту. Ця технологія використовується за допомогою усталених словосполучень, що складають жорсткі семантичні блоки, які неможливо роз'єднати або використати окремо. Наприклад, у радянській пропаганді використовувалося словосполучення «імперіалізм і реакція», в рамках якого було неможливо проаналізувати, що розуміється під «імперіалізмом» (який уже сам по собі виглядав як дещо вельми погане) і «реакцією» (яка, по суті, дублювала те, що містилося в слові «імперіалізм», створюючи тавтологію, яка підсилювала емоційність та семантичну неререференційність та беззмістовність). Однак при цьому об'єкт пропаганди знав, що при цьому мовиться про західний тип суспільства, що характеризується ринковою капіталістичною економікою та парламентською демократією, «реакційна» сутність яких розкривається радянською пропагандою.

Інший приклад пропагандистського словесного блоку радянських часів – «ізраїльська воєнщина». Використання слова «воєнщина», замість «війська» або «військового формування», дозволяло сформувати у читача радянських газет або глядача програми «Час» вкрай негативне враження стосовно дій ізраїльтян на окупованих територіях. Однак у повідомленнях такого типу не підлягав сумніву факт ведення військових дій, і саме вказівка на цей факт і зв'язувала дискурс радянської пропаганди з реальністю. В цілому зазначена технологія полягає у заміні нейтрально-інфор-

мативного терміна емоційно зарядженою характеристикою – негативною у разі викриття «Чужих» та позитивною – у разі апологетики дій «Своїх». Наприклад, можна було сказати «договір», а можна – «змова» («мюнхенська змова»), можна – «співдружність», а можна – «альянс», можна – «революціонери», можна – «терористи» або «злочинці». Аналогічна технологія нав'язування емоційного ставлення до якогось факту виявляла себе у підборі емоційно заряджених дієслів, але ми не будемо зараз їх наводити.

Б. Евфемізм як основний прийом нейтралізації негативного враження від руйнівних або злочинних дій. Цей прийом можна охарактеризувати як технологію пом'якшення негативного/травматичного смислу реальної події, за допомогою якого досягається фальсифікація істинного смислу цієї події. Відомо, що у всіх пропагандистських схемах евфемізм посідає одне з ключових місць. Наприклад, у нацистській пропаганді ніколи не йшлося про знищення євреїв, але говорилося про «остаточне вирішення єврейського питання». У всіх офіційних документах розстріли цивільного населення фігурували як «акції».

Такими евфемізмами перенасичена радянська пропаганда та радянська пропагандистська новомова. Так, масові репресії 30-х років мали назву «перегибы» або «некоторые нарушения социалистической законности». Присутність радянських військ в Афганістані мала назву «ограниченный контингент советских войск». Цікавим прикладом пропагандистського дискурсу в сучасній Росії є евфемізація такого явища, як Голодомор в Україні, завдяки якій російська офіційна пропаганда відмовлялася назвати масове винищення українців сталінською репресивною машиною «геноцидом» та використовувала таку назву, як «спільна трагедія всіх народів СРСР».

В. Надмірно широке значення слова, яке позбавляє його референціальності та перетворює на «семантичний фантом». Інколи такі слова називають «самореферентними», де відбувається «відрив слова від денотату». Лінгвіст Б. Норман називав такі слова «лексичні фантоми» та відносив до них назви міфологічних істот, літературних героїв, помилкові наукові концепти (наприклад, «ефір», «теплород»), ідеологеми політичного дискурсу. Автор наводить багато прикладів такого штибу лексичних фантомів у

радянській пропаганді («слуги народу», «острів Свободи», «рівність», «соціальна справедливість» тощо [2, с. 31]). Застосування лексичних фантомів характерне не тільки для тоталітарного дискурсу, але й для дискурсу ліберального, внаслідок чого багато з висловлювань західних політиків, які спираються на ідеологеми «свободи», «справедливості», «прав людини», «прогресу», мають вигляд пустої та беззмислової риторики.

Г. Псевдоуточнююча конотація, яка зводить нанівець істинний смисл ідеологічного концепту. Зазначена технологія використовується в тоталітарному або авторитарному пропагандистському дискурсі як відповідь на лексичний фантом ліберального дискурсу. Наприклад, за радянських часів поширеним було словосполучення «соціалістична демократія», де конотація «соціалістична» під виглядом удосконалення ліберальної демократії перетворювала останню на диктатуру особи або певної соціальної групи. Аналогічна технологія застосована в путінському пропагандистському дискурсі десятирічної давнини, коли пропагандистський апарат В. Суркова ввів терміни «керована демократія», а потім «суверенна демократія».

Д. «Логіка контрарності» як засіб «діалектичного» доведення через протилежність. Зазначена логіка спирається на діалектику (зокрема, діалектику марксистську, як це мало місце у радянській пропаганді), а якщо брати більш глибинний рівень – на міфологічну есхатологію та християнський стиль «ототожнення протилежностей» в антиноміях. (Наприклад, ототожнення смерті та воскресіння, Батька та Сина через посередництво Духа Святого, Кінця Світу та Початком Нового Життя тощо). Така логіка дає необмежені можливості для побудови будь-яких маніпулятивних пропагандистських конструкцій та софістичних ігор з «доказами». Якщо згадати відомі радянські пропагандистські схеми, то на них будувалися як відомі тези («відмирання держави здійснюється шляхом її максимального укріплення»), так і політичні практики (наприклад, тотальна мілітаризація СРСР здійснювалася під гаслами «боротьби за мир»).

Зазначена логіка в дискурсах та практиках яскраво проілюстрована в романі Дж. Оруела «1984» на прикладах тези «Мир – це Війна» або Міністерство Любові як назва для репресивно-

карального органу. І незважаючи на те, що діалектика як стиль мислення та «машина для фальсифікацій» відходить у минуле, це не означає, що логіка контрарності не застосовується в сучасних умовах. Так, наприклад, військове вторгнення Росії в Грузію абсолютно в оруелівському ключі інтерпретувалося як «примус до миру». В дуже схожому ключі працює російська пропаганда в сучасному українсько-російському збройному конфлікті та в рамках логіки контрарності відбувається ототожнення «озброєних диверсантів» з «мирним населенням». Російська сторона користується цією пропагандистською логікою не тільки для «внутрішнього користування», а й в експортному варіанті (тобто на рівні ООН).

Однак у контексті наведеного виникає питання про те, в чому ж, власне, полягає новизна сучасної російської пропаганди, враховуючи багато спільних рис зі взірцями минулого? В російських опозиційних мас-медіа промайнула думка про те, що путінська пропаганда є дуже близькою до моделі, яка була описана в зазначеному романі Оруела. І це зауваження є абсолютно слухним. Питання полягає лише у тому, **в чому саме** експерти вбачають цю спільність. Очевидно, що ця схожість іде далеко далі, ніж принципи, які викладені в додатку до роману в трактаті про новомову та про контрарну логіку, що лежить в основі найменувань типу «Міністерство Правди» або «Міністерство Любові». Як ми вже зазначали, в цих формах відношення Мови до Реальності спостерігається їх спотворена або суто **інверсивна** форма, зберігаючи сам акт референції.

Однак англійський письменник описав ще одну форму створення пропагандистської картини, де саме відношення референції зникає і місце Реальності займає віртуальний Образ. Певною мірою до такої моделі тотальної віртуалізації не наблизилася навіть геббельсівська пропаганда, і ця модель створення цілком вигаданого світу, навіть онтології, могла розглядатися як певний мисленнєвий експеримент, як пророцтво та веберівський «ідеальний тип». Інакше кажучи, спотворення реальності досяглося не шляхом суто лінгвістичних технологій, а за допомогою створення певної вигаданої **картини світу**.

Якщо казати стисло, то ця картина світу є продуктом Уяви, себто абсолютно уявною конструкцією, що, на відміну від інших

форм пропаганди, не має жодного відношення до Реальності. Наприклад, герой роману Уінстон не знає, чи існує Емануель Гольдстейн, основний об'єкт «трихвилинок» ненависті, чи він є суто вигаданим персонажем. Також залишається невідомим, чи має місце реальна війна між Океанією та Євразією, чи ця війна розігрується лише на шпальтах газет та радіопередачах. Повторюємо, що такого рівня віртуалізації реальності не досягала жодна пропагандистська машина світу і що до неї впритул наблизилася лише сучасна російська пропаганда.

Дж. Оруел не жив в епоху комп'ютерних технологій і тому не міг уявити собі віртуальний світ комп'ютерних ігор та не був обізнаний з поняттям «фейку», який є чи не найпоширенішим терміном-конотацією більшості новин. Для англійського письменника аналогом і того, і іншого була «брехня». Поширення «фейку» як основи сучасної пропаганди значною мірою уточнило межі брехні, які полягають у відсутності таких меж. Справді, Путін спромігся створити таку фейкову «телереальність», яка не підкріплена жодними фактами, місце яких займають вдало сфабриковані телевізійні картинки та впевнені голоси дикторів. (Шоу Кисельова є тут неперевершеним зразком, хоча інші канали новин мало чим відрізняються від нього).

Наведемо такі приклади. Так, в одній зі своїх передач Кисельов говорить, що ще рік тому націоналісти влаштували в Дніпропетровську кривавий шабаш і що задля їх нейтралізації Янукович був вимушений кинути на них танки. Цю «інформацію» підкріплюють картинки танків, які стоять на Дніпропетровській Набережній. Російський глядач уже настільки отруєний таким пропагандистським бомбардуванням, що сприймає цей «фейк» на віру.

Інший приклад, що став майже анекдотом. Згідно з телевізійним висвітленням нинішніх президентських виборів в Україні лідером цих перегонів був Дмитро Ярош, який переміг з великим відривом. (Залишається невідомим, як будуть пояснювати російському глядачеві перемогу Порошенка, з яким РФ буде вимушена мати справу).

Цікавим та показовим у російській пропаганді є створення слів-фантомів, віртуальних сутностей уже згаданих комп'ютерних

ігор, які повинні бути подразником для певного типу соціальних емоцій, передусім оруелівської ненависті. Після перемоги Майдану-2004 виник цікавий термін для позначення такої віртуальної істоти – «ліберал-оранжист». Після Майдану-2014 його місце зайняв «бандерівець» (він же «фашист», що формує фашистську організацію «Правий сектор»), який, ніби губка, вбирає всю повноту проєкцій негативу масової російської свідомості та який може з успіхом конкурувати з Емануелем Гольдстейном. На прикладі терміна «ліберал-оранжист» можна побачити пропагандистську технологію Фройдівського згущення. В збірному образі такої технології поєднуються два об'єкти ненависті, які у житті можуть зовсім не збігатися один з одним.

Інакше кажучи, ненависть до ліберального Заходу та «помаранчевої революції» (яка мала вельми опосередкований стосунок до лібералізму) дозволила створити такий цікавий «концептуальний персонаж» (термін Ж. Дельоза). За схожою технологією створюється і лайливе слово «лібераст». Але найбільш блискучим прикладом того, як працює така технологія, є термін «жидобандерівець», який дозволяє створити типовий кентавр з непокєднуваних складових. І якщо «ліберал-оранжист» ще може існувати в якихось псевдорациональних координатах, то «жидобандерівець» є чистим плеоназмом, який, однак, з успіхом обслуговує водночас масовий антисемітизм та українофобію.

Таким чином, навіть після досить поверхового аналізу можна стверджувати, що пропагандистський дискурс сучасної РФ є новим етапом розвитку пропагандистських технологій, на якому досягається «синтез» традиційних тоталітарних способів досягнення потрібного ефекту (серед них ми аналізували такі способи, як підміна опису явища його емоційною оцінкою, технологія евфемізму, занурення явища у занадто широкий контекст та псевдоуточнююча конотація, «логіка контрарності» або поєднання протилежностей) з новітніми інформаційними технологіями. Останні вироблені в сучасну епоху масових комунікацій (передусім, Інтернету) та націлені на створення віртуальних реальностей (або «телереальності» чи «інтернет-реальності»). На відміну від чисто лінгвістичних маніпуляцій, технології останнього покоління формують певну онтологію «уявних світів». Використовуючи зазначені

інформаційні технології, сучасна російська пропаганда довела характеристику «уявності» до повного відриву від Реальності, яка стала замінена на чистий «фейк».

Зазначене поєднання «Інтернету з Оруелом» дозволило перетворитися цій пропаганді на справжню та дієву духовну отруту, здатну ефективно маніпулювати масовою свідомістю та створювати атмосферу суцільного соціального божевілля.

1. Вирилио П. Информационная бомба. Стратегия обмана / П. Вирилио. – М.: OCR, 2002. – 186 с.

2. Норман Б.Ю. О креативной функции языка (на материале славянских языков) / Б. Ю. Норман // Славяноведение. – 1997. – № 4. – С.26–33.

3. Паршин П.Б. Понятие идеологического дискурса и методологические основания политической лингвистики / П.Б. Паршин // Интернет-ресурс [www. Elections. Ru](http://www.Elections.Ru). – Архив. – 2 марта 1999.

4. Сериио П. О языке власти: критический анализ / П. Сериио // Философия языка: в границах и вне границ. – Т.1. – Харьков: Око, 1993. – С.83–100.

5. Шейгал Е. Семиотика политического дискурса / Е. Шейгал. – М.: Гнозис, 2004.