

ПРЕДИСЛОВИЕ

В последнее десятилетие Интернет как социальное пространство приобрел политическое измерение, при этом пропагандистская направленность дискурса становится все более очевидной. Коллективная монография «Пропагандистский дискурс в условиях цифровизации» посвящена новым разработкам в области пропаганды, порожденным в основном прорывными технологиями, беспрецедентно меняющими условия и правила поведения в цифровом пространстве. Политические игроки в глобальной информационной среде ведут жесткую идеологическую борьбу, используют нечестную конкуренцию, организуют кибератаки на оппонентов, тем самым нанося ущерб миру и глобальной стабильности. Объектами таких атак становятся государства, социум, персоналии.

Уже первые исследования, проведенные в рамках данного направления, показали: пропагандистское воздействие играет в интернет-пространстве едва ли не определяющую роль, выполняя разнообразные функции: информационно-коммуникативную, идеологическую и др. При этом исследователи особо выделяют интегрирующую и дезинтегрирующую функции, целью которых является поиск единомышленников в глобальной сети и их консолидация.

В связи с расширением этнической тематики сообщений, характеризующейся высоким уровнем агрессии, усилением как внешних, так и внутренних угроз экстремистского характера, сопровождающихся ростом влияния некоторых виртуальных сообществ, субъекты политики вносят существенные коррективы в тактику и стратегию пропагандистской деятельности, осуществляемой в Интернете. Так, в русле концепции обеспечения устойчивого развития национальной системы государственного управления на федеральном уровне происходит конструирование механизмов пропагандистского и контрпропагандистского воздействия в онлайн- и офлайн-среде.

Современное медиапространство как поле формирования новых смыслов является отражением состояния перехода и неопределенности в эпоху информационных войн, когда влияние на эмоции и убеждения людей имеет значение, сравнимое с объективным анализом реальных фактов, а силовые действия и военная мощь становятся не столь эффективны, как средства информационного влияния. Пропаганда использовалась в разные исторические периоды, но ее интенсивность обозначилась именно сейчас, благодаря возможности быстрой обработки информации и лакунам в информационном поле. В наше время пропаганда используется как средство противодействия техногенным, биогенным, социокультурным угрозам, терроризму и идеологическому экстремизму, а также киберугрозам и иным источникам опасности для общества, экономики и государства.

Исследование пропагандистского и контрпропагандистского контента, типологизация инструментов и методов формирования современного пропагандистского дискурса (прежде всего интернет-дискурса) позволяют также выявить виды экстремизма и неконвенционального политического поведения, которые еще не нашли своего научного обоснования.

Новизна этой книги связана с переосмыслением в ней устаревших дефиниций и концепций пропаганды и с разработкой новых определений (например, ментальная война).

Авторы надеются на то, что их вклад будет способствовать формированию современной теории пропаганды, а также устойчивому развитию государства в целом и росту доверия аудитории к политической информации.

В исследовании упомянуты запрещенные в России террористические и экстремистские организации: «Аль-Каида»*, «Джебхат-ан-Нусра»*, «Исламское государство Ирака и Леванта» (ИГИЛ)*, WAW «Белое арийское сопротивление»*, «Blood & Honor»*, «Реструкт»*, «Свидетели Иеговы»* и другие; использованы тексты, размещенные на платформах Facebook*, Instagram*, принадлежащих компании Meta Platforms Inc.*, признанной экстремистской и запрещенной в России; анализируются материалы журналистов на радио «Эхо Москвы» (в том числе Александра Невзорова*, признанного иностранным агентом); даются ссылки на информационные ресурсы, признанные в России иностранными агентами: радиостанции «Голос Америки»*, «Радио Свободная Европа/Радио Свобода (РСЕ/РС)*», Deutsche Welle*, а также «Аналитический центр Юрия Левады»* и «Информационно-аналитический центр «Сова»»* и заблокированные в 2022 г. информационные агентства BBC и CNN. Здесь и далее вышеупомянутые лица и организации помечены звездочкой.