В. А. Сидоров

Санкт-Петербургский государственный университет

**Синдром «русофобия», или Культивация агрессии в медийном пространстве**

В статье сопоставляются результаты анкетирования студентов СПбГУ (в рамках Международного проекта «Коммуникативные агрессии XXI века»), с итогами анализа публикаций в СМИ. Русофобия рассматривается как средство подготовки полномасштабной коммуникативной агрессии.

Ключевые слова: коммуникативные агрессии, русофобия, аудитория СМИ, общественное сознание.

V. A. Sidorov

St. Petersburg State University

**The "Russophobia" syndrome, or Cultivation of aggression in the media space**

The article compares the results of the questionnaire survey of St. Petersburg State University’s students with the results of the analysis of publications in the media (in the context of the International Project "Communicative Aggression of the 21st Century"). Russophobia is seen as a means of preparing a full-scale communicative aggression.

Keywords: communicative aggression, Russophobia, mass media audience, public consciousness.

В рамках проекта феномен коммуникативных агрессий изучается в двух аспектах – общественного сознания и функционирования медиа. Отправной точкой стал первый, представленный в мнениях будущих журналистов и политологов (анкетирование 400 студентов СПбГУ, декабрь, 2017). Подтверждена гипотеза, согласно которой молодые люди склонны черпать политическую информацию из динамично обновляемых Интернет-ресурсов (68,5%). При этом регулярными читателями газет остаются 19,8% опрошенных, составив квалифицированную часть Интернет-аудитории.

На центральный вопрос анкеты о языке ненависти и агрессивности в российских СМИ утвердительно ответили 55,2% опрошенных. Содержание ответа шире зоны ответственности журналистики, но не исключает ее. Также молодежь уверена (32,2%), что в вопросах российско-польских отношений в СМИ слышны интонации недоброжелательства и враждебности, а 72,2% респондентов утверждают, что позиция авторов медийных выступлений значительно воздействует на аудиторию. Результаты опроса, безусловно, важны, но возникло непонимание, на каком основании отвечавшие утверждают наличие агрессивности в российских СМИ: сомнительно, чтобы она находила лобовое выражение в виде призыва к насилию. Сомнение оправдалось в ходе пилотного знакомства с содержанием публикаций, и возникла коллизия в противоречии между эмпирическими данными из разных источников, которая устраняется на более тонких уровнях анализа. В связи с чем и встал вопрос о корреляции результатов анализа Интернет-версий газет и сетевых изданий с данными опроса. Непосредственное сопоставление исключено, поэтому для корректной интерпретации комплекса информации следовало установить связи между итогами анкетирования студентов и анализа журналистских произведений.

В углублении нуждался анализ текстов, в которых, по гипотезе, содержатся не замечаемые без специальных инструментов анализа латентные проявления агрессивности. С этой целью следовало определить маркеры агрессивности, так как их ценностное содержание воздействует на аудиторию, которая, в свою очередь, подсознательно уверяет себя в агрессивности СМИ. Таким маркером стал концепт «русофобия», а его конкретизацией – поисковый запрос в Интернете «Польша русофобия».

Русофобия понимается как феномен политики, берущей начало, во-первых, в политических теориях, согласно которым Россия и Запад противопоставлены враждующими геополитическими субъектами («русофобия элит»); во-вторых, в «массовой культуре», находящейся под влиянием политической повестки дня, – «русский медведь и культурная Европа» («русофобия низов»); в-третьих, в искусственно поддерживаемых русофобских настроениях европейских СМИ («русофобия как конструкция политической пропаганды»). Появление в медийных текстах упоминаний русофобии отмечает начальную стадию коммуникативных агрессий. И не важно, отрицает ли автор публикации наличие русофобии где бы то ни было или утверждает его, важно, что концепт уже «вброшен» в политический медиадискурс, а его участники испытывают потребность в соответствующей рефлексии.

Таким образом, «русофобия» – маркер объективных / искусственно создаваемых политических процессов, эксплуатирующих этнокультурные предубеждения и формирующих всеобщую медийную агрессивность. По дате ее появления в печати можно судить о начале деструктивных процессов в социуме. Поэтому в процедуре анализа газетных текстов предусмотрена опция «глубина источника»: поисковая система конкретной газеты или сетевого издания, сообщая перечень совпадений по запросу, тем самым определяет первое из них по дате публикации.

Были проанализированы Интернет-версии четырех федеральных газет (*Известия, Литературная газета, Независимая газета, Новая газета*), а также два Интернет-издания (*Газета.ru* и *Лента.ru*). Наибольшую «глубину источника» (1999 и 2001 гг.) показали «Независимая газета» и «Известия» – политически несхожие между собой издания, подходы которых к феномену русофобии не тождественны. Однако дело не в тождественности, а в факте присутствия маркера в медиасфере. Общее число публикаций, содержащих в себе концепт «русофобия», более 1800; более всего в «Независимой газете» и «Известиях», 34,4% и 24,1% от совокупности соответственно. Близки к ним по значению и показатели Интернет-изданий. В целом тенденция нарастания медийной агрессивности в российских СМИ присутствует.

Конкретизация маркера «русофобия» добавлением символа «Польша» показало, что в СМИ присутствует восприятие геополитического соседа как агрессивного, недружественного к России. Наличие в текстах этого маркера означает журналистскую рефлексию на политическую конъюнктуру, а в восприятии аудитории накопление негативной информации, оставляющей после себя ощущение агрессии самих медиа. Поэтому впечатление студентов о доминировании агрессивности в российских СМИ не выглядит случайным.

Таким образом, в российской прессе культивация русофобии создает предпосылки к наращиванию агрессивного ведения политической полемики как метода полномасштабных коммуникативных агрессий.