

Критико-социологический анализ пропагандистских аспектов социологического дискурса Украины: постановка проблемы

Артём Литовченко –

кандидат социологических наук,
доцент кафедры политической
социологии, Харьковский
национальный университет
имени В. Н. Каразина, Харьков,
Украина.

E-mail: s.and.s@mail.ru;

Оксана Нехаенко –

студентка специальности
«Социология», Харьковский
национальный университет имени
В. Н. Каразина, Харьков, Украина.

E-mail: s.and.s@mail.ru

Received: February, 2016

1st Revision: March, 2016

Assepted: April, 2016

В статье обосновывается необходимость рассмотрения понятия идеологии в рамках социологического подхода с целью выявления механизмов ее функционирования. Социологический дискурс рассматривается авторами как один из потенциально эффективных инструментов политического воздействия и пропаганды. Отмечается, что для социологического дискурса характерен особый набор пропагандистских и манипулятивных техник и технологий, что приводит к пропагандистскому воздействию социологического дискурса на массовое политическое сознание. Особое внимание уделяется анализу усиления пропагандистских свойств социологического дискурса; критическому осмыслению подвергается ряд исследований в сфере политики, которые проводились известными исследовательскими центрами Украины.

Ключевые слова: политическая пропаганда, идеология, научный дискурс, технологии информационно-психологического воздействия, политическое сознание.

Lytovchenko Artem, Nekhaienko Oksana. Critical-Sociological Analysis of the Propaganda Aspects of Sociological Discourse in Ukraine: the Problem's Designation. The article emphasizes the importance of investigating the concept of ideology within the sociological approach. This will provide an opportunity to identify the mechanisms of its functioning. Sociological discourse is considered by the authors as one of the potentially effective tools of political influence and propaganda. It is noted that the sociological discourse is characterized by a specific set of propaganda and manipulative techniques and technologies, which leads to the propaganda impact of sociological discourse on mass political consciousness. Particular attention is paid to the analysis of the properties of the gain propaganda sociological discourse; critical reflection is subject to a number of studies in the sphere of politics, which were carried out well-known research centers of Ukraine. The authors conclude that under a divided society sociological discourse is gradually becoming a source and an effective tool for enhancing social separateness, forming a gap between social groups. Naturally, the decision of the contradictions that exist in the system of sociological knowledge it is a long and complex process, so the authors only outlined the existing problems, not predicting future trends in the development of social science.

Key words: political propaganda, ideology, scientific discourse, information and psychological warfare technologies, political consciousness.

Литовченко Артём, Нехаенко Оксана. Критико-соціологічний аналіз пропагандистських аспектів соціологічного дискурсу України: постановка проблеми. У статті обґрунтовано необхідність розгляду поняття ідеології в межах соціологічного підходу з метою виявлення механізмів її функціонування. Соціологічний дискурс розглянуто як один із потенційно ефективних інструментів політичного впливу й пропаганди. Відзначено, що для соціологічного дискурсу характерний певний набір пропагандистських та маніпулятивних технік і технологій, що завдає пропагандистського впливу на масову політичну свідомість. Особливу увагу приділено розгляду посилення пропагандистських властивостей соціологічного дискурсу в Україні; критичному осмисленню піддається низка досліджень у сфері політики, що проводилися відомими дослідницькими центрами України.

Ключові слова: політична пропаганда, ідеологія, науковий дискурс, технології інформаційно-психологічного впливу, політична свідомість.

Постановка научной проблемы и ее значение. Актуальность исследования как пропагандистских технологий, так и социологического дискурса, в украинском случае представляется достаточно очевидной. С одной стороны, обострение социально-политической борьбы в 2013–2014 гг.,

приведшее к началу затяжного конфликта, осуществлялось в значительной степени (а возможно и в первую очередь) информационно-пропагандистскими средствами. Причём использование этих средств не ограничивалось и не ограничивается сферой государственно-политической; достаточно отметить огромную роль СМИ, как профессиональных (телевидение, пресса и т. д.), так и сетевых (блогосфера, социальные сети и т. д.). С другой стороны, актуальность критического анализа социологического дискурса в известной степени априорна; о необходимости социологического «самоанализа» в рамках «социологии социологии» или «критической социологии» заявляли такие учёные, как А. Гоулднер, Ч. Р. Миллс, представители Франкфуртской школы, такие отечественные учёные, как И. Попова, В. Танчер, А. Ручка и др. Вышеупомянутое социально-политическое обострение 2013–2014 гг., а также последовавшие за ним конфликтные события также не обошлись без заметного участия украинских социологов. Социологический же дискурс оказался подвержен насыщению пропагандистскими элементами ничуть не менее журналистского, выступая порою в качестве эффективного инструмента внедрения идеологием и идеологических шаблонов. При этом, подчеркнём, речь идёт не только о более привычной для неполитических дискурсов манипулятивности, но и о прямом пропагандистском воздействии. Таким образом, исследование идеологических аспектов социологического дискурса Украины, его анализ как инструмента пропаганды представляется чрезвычайно и многогранно актуальным. Что же касается критико-социологической призмы, сквозь которую мы намерены анализировать объект нашего исследования, то именно она позволяет социологу рефлексировать в отношении социологии, оставаясь при этом в социологических рамках. Кроме того, выявление идеологических и пропагандистских свойств неполитических дискурсов – одна из основных задач, выдвигавшихся критической социологией как образца Франкфуртской школы, так и более поздних образцов (в частности, критическим дискурс-анализом). Соответственно, критико-социологический анализ социологического дискурса Украины представляется весьма уместным в современных условиях.

Цель нашего исследования – охарактеризовать пропагандистские аспекты социологического дискурса в Украине, изучить его как потенциальный и реальный инструмент пропагандистского воздействия. Для достижения поставленной цели необходимо раскрыть сущность политической пропаганды, операционализировать понятие пропаганды (важно реинтерпретировать его в социологическом ключе), определить используемые в социологическом дискурсе Украины приемы и формы пропаганды.

Соответственно, **предметом** нашего исследования является социологический дискурс как инструмент идеолого-пропагандистского воздействия, его пропагандистские свойства в конкретном функционировании.

Основная гипотеза может быть сформулирована следующим образом: социологический дискурс в Украине функционирует как инструмент (и как эффективный инструмент) политического воздействия, в частности, политической пропаганды, используя при этом особый набор приёмов и техник внедрения идеологием, пропагандистских и манипулятивных штампов в общественно-политическое сознание.

Говоря о степени **научной разработанности темы**, стоит отметить, что особое значение в развитии тематики дискурсивного влияния на массовое сознание и вопросов манипулирования имело становление информационного общества и бурное развитие средств массовой информации, которое началось во второй половине XX в. В свою очередь, технологии пропагандистского воздействия и манипулирования массовым и индивидуальным сознанием рассматривались в работах таких известных зарубежных исследователей масс-медиа, как Г. Лассвелл, М. Макклэун, Ю. Хабермас, Н. Луман, Э. Тоффлер. Интересными для нас также могут быть труды С. Г. Кара-Мурза, Г. А. Березиной, Т. В. Науменко, И. Н. Панарина, В. Л. Оссовского, Е. Я. Дугина, В. Д. Попова.

Изложение основного материала и обоснование полученных результатов исследования. Нам для реализации поставленных задач необходимо дать социологическую интерпретацию понятия «пропаганда».

Некоторыми исследователями пропаганда рассматривается как основная форма одностороннего влияния, представленная информационными потоками. Пропаганда как транслятор идеологии формируется без учета мнений реципиента и основывается на острокритическом отношении коммуникатора к позициям своих потенциальных конкурентов [8, с. 100].

Но каким бы исчерпывающим не казалось данное определение, оно порождает ряд вопросов, которые могут стать почвой для дискуссии. Предложенное определение больше подходит

политическому просвещению как таковому, а не пропаганде. Пропаганда же – это, в первую очередь, особый тип принудительного влияния, направленный напрямую на сознание людей, с целью формирования мнения и заданных моделей поведения. Несомненно, что это происходит посредством информационных потоков, но предоставление информации здесь осуществляется при помощи особых приёмов и техник. Поэтому исследователю важно понимать, *что* пропагандируется, каков посыл той или иной информации, но гораздо важнее понимать, *как* эта информация подаётся в массы. Именно этот фактор отличает пропагандистскую деятельность, например, от политической рекламы, которая не является жёсткой системой и представляет сообщения в значительно меньшем объеме.

Пропаганда – это своего рода ментальный стимулятор, который работает в рамках заданной модели сообщения и в той или иной форме принуждает реципиента к восприятию переданной информации, а главное, и в соответственной реакции на неё. Можно утверждать, что пропаганда – это совершенно особый вид коммуникации, и тезис о её полной монологичности неприемлем.

Итак, политическая пропаганда может рассматриваться нами как деятельность групп, обладающих дискурсивной властью, действия которых направлены на распространение конкретных идей и нацелены на формирование определенных настроений. Пропагандистские действия призваны закрепить в общественном сознании необходимые действующей власти наборы ценностей и представлений, главная задача пропаганды – максимально расширить круг сторонников и, соответственно, укрепиться во властных позициях.

Выведенное нами определение не может быть исчерпывающим: современные толкования понятия различны, и вопрос операционализации понятия пропаганды представляют собой отдельную тему для дискуссии. Но важно отметить, что все подходы сходятся в том, что основной целью пропагандистской деятельности является влияние на систему идейных, общественных и политических установок людей, которые трансформируются путем создания новых установок или через усиление (ослабление) функционирующих. Это и берется нами в качестве отправной точки анализа.

Задача пропаганды – сформировать в индивидуальном, а позже и в массовом сознании миф, который будет способен встраивать в механизмы восприятия человека своеобразную призму, сквозь которую и будет преломляться информация, получаемая человеком. Выражаясь менее метафорично, миф является наиболее удобным инструментом пропаганды, поскольку именно при помощи мифа реализуется идеологически-дискурсивная власть. Об этом говорит и Э. Лакло, который рассматривает миф как бытие особого рода, как «набор искаженных представлений действительности», и здесь же автор отмечает, что «искажение неизбежно, потому что оно устанавливает необходимый горизонт для наших действий» [1, с. 54].

Так из совокупности мифов рождается предпосылка для формирования идеологии как системы мифов, связанных одним посылом, а пропаганда, в свою очередь, рассматривается нами как инструмент реализации, воплощения идеологии. Нам важно разграничивать эти понятия и понимать, что на уровне праксиса идеология и пропаганда принципиально различны. В данном случае об этом необходимо упомянуть отдельно, поскольку значение данных понятий на практическом уровне в современной Украине сегодня размыто, более того, нередко происходит подмена понятий с замещением одного другим. Идеология – это, в первую очередь, способ реализовать некий сценарий действий в рамках определенной социальной группы (в данном случае – нации). Пропаганда же – распространение идей, взглядов и мнений с целью влияния на аудиторию и стимуляции ее реакции в желательном ключе. Исходя из этого, можно сказать, что обязательными элементами любой пропаганды является: 1) наличие главного тезиса, 2) легкость и простота восприятия для наилучшего понимания и принятия пропаганды целевой аудиторией, 3) сложность для не-экспертной критики (со стороны неспециалистов).

В Украине же с 90-х годов складывается ситуация, когда государство, получив независимость, не смогло определиться с идеологической линией. Сегодня мы не можем говорить о том, что в Украине хоть на каком-то этапе ее развития существовала некая чётко сформулированная, выраженная и преобладающая (над другими вариантами) идеология. Это и стало одним из факторов разворачивания событий, свидетелями которых мы являемся на протяжении последних полутора лет. Идеология в украинском социуме подавлена и в значительной степени замещена пропагандой.

В этой ситуации отчётливо просматривается частичное сходство с такой характеристикой дискурса (прежде всего, но не исключительно, политического), как декларативность [6]. Понимая

под дискурсом сложное динамическое единство языка и социального контекста его употребления (в какой контекст включаются не менее трех составляющих: социальные характеристики дискурсивного сообщества или носителей / трансляторов дискурса, социальные характеристики потенциальной аудитории и характеристики конкретной ситуации), декларативность дискурса мы трактуем как нарушение связи между языковым и контекстным уровнем и в то же время как направленность дискурса на активизацию соответствующего свойства сознания, на концентрацию внимания аудитории лишь на формальном, номинальном аспекте дискурса [5, с. 115]. Безусловно, сходство здесь скорее внешнее, поскольку разница между идеологией и пропагандой отнюдь не сводится к разнице между содержанием и формой; однако схематичность и технологическая выхолощенность пропаганды делают даже поверхностную параллель вполне уместной. Поскольку связь между идеологиями и дискурсами представляется, благодаря исследованиям французских структуралистов и представителей Франкфуртской школы, достаточно ясной, то использование терминологии дискурсивной теории (в частности, термина «декларативность») в анализе идеологий и пропаганды также выглядит непротиворечивым (достаточно вспомнить применимость альтюссерянского тезиса о невозможности не-ложных идеологий к дискурсам [3]).

Обычно принято связывать пропагандистскую деятельность и средства массовой коммуникации, что вполне объяснимо, поскольку эффективность политической пропаганды зачастую определяется совокупностью её медийных и содержательных характеристик. Существует целый ряд исследований и теорий, которые ставят своей целью выявление специфики связей СМК и идеологической составляющей и тема взаимодействия СМК, а пропаганда является не новой и подвергалась анализу неоднократно. Можно даже говорить о том, что вследствие участия в жёстких информационных войнах украинские СМК несколько утратили свой изначальный авторитет. Во-первых, потому что не раз были самодискредитированы, а во-вторых, почти за два года массивной пропаганды у аудитории накопилась некоторая усталость, которая усугубляется расхождениями между декларируемой информацией и действительностью. В этом контексте пропагандистский характер дискурса СМИ представляется самоочевидным. Гораздо более актуален на сегодня анализ дискурсов других сфер социальной жизни на предмет пропагандистских аспектов. Социологический дискурс в этом плане представляется нам особенно интересным.

Логика выбора социологического дискурса в качестве предмета анализа объясняется и тем, что научное знание обладает бесспорным авторитетом в глазах обывателя. Это наделяет науку некой особой властью над сознанием, поскольку в меньшей степени поддается критическому осмыслению. Проще говоря, создается определенный стереотип: «научно – значит истинно». В свою очередь, социология сегодня, как ни одна другая отрасль социогуманитарного знания, декларирует свою беспристрастность и внеидеологичность, повсеместно проповедуя веберовскую максиму о свободе от оценки. Некогда Джонатан Тернер предположил, что социологическая теория представляет собой словесный «образ общества» [9, с. 37], и мы можем принять данный тезис, но с той оговоркой, что социология сначала этот образ формирует и только потом отражает. Именно поэтому так важно обратиться к анализу дискурса социологической науки в целом. Социология открывает широкое поле для пропаганды и манипуляций и не только потому, что представляет собой особую языковую систему, которая формируется и развивается на периферии естествознания и философии (отсюда берут свое начало дискуссии о категориально-понятийном аппарате науки), но и потому что может использовать в манипуляторных целях математический аппарат.

Социологический дискурс требует высокого профессионализма и компетентности. Предполагается, что результатом взаимодействия социологического сообщества является согласование позиций, которое должно достигаться в ходе открытого конкурса аргументов, выступающих продуктами критической мысли. Фактически же социологические исследования и развитие науки в Украине в целом развиваются в едином ключе, который в значительной степени задается государственной пропагандой.

Прежде чем переходить к анализу конкретных кейсов, отметим, что о декларативности социологического дискурса (как минимум, отечественной его разновидности) говорят такие его характеристики, как: 1) постулирование научной самостоятельности и исключительности социологии (с претензией на вытеснение и замещение всех иных форм социального знания и отрицанием идеологических корней социологии); 2) сакрализация социологической терминологии, парадоксально архаизирующая социологию как науку; 3) мода на концепции (веберовские, хабермасовские, штомпкианские и т. д.), тематики и направления исследований («трансформа-

ционные», «идентичностные», «гендерные» и т. д.); 4) претензии на объективность и беспристрастность, отягощённые идеологизированной опустощённостью этики «Кодекса социолога» [5, с. 124]. Будучи индикаторами декларативности социологического дискурса, эти характеристики одновременно могут рассматриваться как факторы углубления декларативности. Можно утверждать, что именно они играют заметную роль в вытеснении критического подхода из отечественного социологического мейнстрима¹, что само по себе способствует избыточной идеологизации² и догматизации любой научной дисциплины, а в случае социологии провоцирует переход значительной части социологического сообщества на пропагандистские позиции и придают социологическому дискурсу пропагандистский характер. Напомним, что именно критическая парадигма в социологии, отказываясь на методологическом уровне от ложной «объективации» социолога и предлагая социологам добровольно артикулировать свои идеологические позиции, позволяет избежать манипулятивного воздействия социологического дискурса на аудиторию. Социологическое знание претендует на рациональный характер, ссылается на логику доказательной аргументации, ему приписывается аналитичность и устремленность к исследованию совокупностей социальных фактов с дальнейшим включением их в общую картину социального мира как единого целого. Однако лишь в рамках критической социологии эти свойства не становятся фундаментом догматизации и элитаризации социологического знания. Отсутствие или маргинализация критической традиции, критических элементов в социологическом дискурсе минимизирует социологическую рефлексию и гипертрофируют идеологические аспекты социологического дискурса. А в условиях глубокого социального раскола, в разделённом обществе³, при фактическом господстве имитирующей идеологию набора пропагандистских клише и штампов попытки происходит неясное, негласное, однако интенсивное и порой безоговорочное принятие социологическим дискурсом вышеупомянутого пропагандистского набора в качестве нормативной догмы. Соответственно, противоречие этой догме (а иногда и попытки применить к ней критико-социологический подход, особенно если они сделаны публично, – вытесняется не просто в маргине, но в нелегальность [4].

В данной статье мы попытаемся продемонстрировать на нескольких примерах представления результатов социологических исследований, каким образом социологический дискурс в Украине в его публичном аспекте приобретает пропагандистский характер. В фокус исследовательского внимания попали материалы таких социологических компаний, как фонд «Демократические инициативы имени Илька Кучерива», Киевский международный институт социологии и Центр Разумкова⁴. Критерием отбора служила тематика исследований: рассматривались отчеты, публикации и пресс-релизы, которые содержат в себе анализ политической ситуации в Украине, то

¹ подробнее см.: Литовченко А. Критическая социология Франкфуртской школы: между наукой и идеологией / А. Литовченко // Соціологічні студії. – 2014. – № 1 (4). – С. 24–29.

² Именно «избыточной», поскольку социогуманитарные дисциплины идеологичны изначально и проблема заключается как раз в степени этой идеологичности, в том, ограничивается ли она «неизбежными» масштабами, обусловленными самой природой социогуманитарного знания.

³ Отдельно о применимости терминов «социальный раскол» и «разделённое общество» к Украине см.: Дубликаш Т. Н. Радикализм в идеологиях и практиках поддержки интеграционных и дезинтеграционных проектов в разделённых обществах / Т. Н. Дубликаш, А. Д. Литовченко, Е. С. Мурадян, В. С. Никулин // Методология, теория и практика социологического анализа современного общества, 2015; Литовченко А. Ценностная обусловленность радикализации разделённых обществ / А. Литовченко, Е. Мурадян // Держава та глобальні соціальні зміни: історична соціологія панування та спротиву в епоху модерну : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (м. Київ, 26–27 листоп. 2015 р.). – К. : Талком, 2015. – 652 с.; Litovchenko A. Preconditions for Regional Divisions in Ukraine and the Global Implications of the Ukrainian Crisis / A. Litovchenko, O. Muradyan // Uluslararası Politikada Ukrayna Krizi / Editörler Hasret Çomak, Caner Sancaktar, Zafer Yıldırım'ın yürüttüğü. – İstanbul : BETA, 2014. – 590 с. – С. 37–112.

⁴ Опираясь на данные, которые были получены в ходе исследования накануне выборов 2014 г., фонд «Демократические инициативы» провел опрос экспертов, аналитиков, общественных деятелей и журналистов на тему «Избирательная кампания-2014: взгляд экспертов», один из вопросов которого звучал так: «Каким социологическим компаниям Вы наиболее склонны доверять?». Результаты по голосам получились следующие: фонд «Демократические инициативы имени Илька Кучерива» – 43 %; Киевский международный институт социологии – 32 %; Центр Разумкова – 24 %. Более детально с результатами исследования можно ознакомиться в пресс-релизе фонда (см.: <http://kiis.com.ua/?lang=rus&cat=news&id=418&page=17>).

есть потенциально наиболее подверженные к гипертрофии пропагандистского аспекта. Мы разберём по одному кейсу от каждой социологической компании.

1. Центр экономических и политических исследований имени Александра Разумкова издаёт журнал под названием «Национальная безопасность и оборона». Для анализа выбран последний (на момент написания статьи) опубликованный номер издания, находящийся в свободном доступе⁵.

В журнале выделяются такие оценочно и идеологически нагруженные лексемы, как «экспансия», «аннексия Крыма», «агрессор», «сепаратисты», «разрушение государственности Украины Кремлем». Вне зависимости от конкретных результатов исследований, данные штампы изначально формируют вполне однозначную идеологическую картину у читателя. Поскольку при этом ни одна из лексем не переводится в статус термина (то есть не получает надлежащего обоснования), то в итоге эффект воздействия ближе к пропаганде, чем к идеологии. Уже на первоначальном этапе рассмотрения четко выделяется пропагандистская линия, которой придерживаются все авторы, опубликовавшие свои работы в данном выпуске журнала, которая полностью совпадает с государственной пропагандой, разрабатываемой и поддерживаемой, например, Министерством информационной политики Украины⁶. Отметим, что в данном случае речь о свободе от оценочных суждений не идет, однако ни в одной публикации журнала нет и прямой, открытой артикуляции ангажированной позиции исследователя, что позволило бы снять или минимизировать собственно пропагандистский эффект. Из этого мы делаем вывод, что подобной задачи авторы журнала перед собой и не ставили.

2. Фонд «Демократические инициативы», финансируемый Международным фондом «Возрождение», который входит в сеть фондов мультимиллиардера Джорджа Сороса, заслуживает особого внимания. Напомним, что именно фондом «Демократические инициативы им. Илька Кучерива» совместно с Киевским международным институтом социологии в 2013 г. осуществлялось исследование протестующих на Евромайдане, которое в известной степени заложило определённый пропагандистский «стандарт» в представлении данных социологических исследований. Отчет по данному исследованию, кроме введения новых номинаций (наподобие «Майдан-Сечь», отсылающей не столько к соответствующему элементу исторической памяти, сколько к пропагандистскому штампу), содержит также возвышенно-героическую метафорическую риторику, вряд ли уместную в научном дискурсе⁷. Даже если не упоминать о совершенно неverified методологии исследования, данный отчет представляет собой скорее пропагандистский продукт, а не объективный аналитический документ.

Однако обратимся к более свежему материалу. В октябре 2015 г. фондом «Демократические инициативы» проведено исследование, где респондентам предлагалось оценить изменения, произошедшие за последние два года с гражданами Украины и непосредственно с самими респондентами⁸. И исследование, и пресс-релиз, по его результатам, демонстрирует нам применение такого пропагандистского приёма, как морализация позиции. Когда речь идет о таких характеристиках, как честь и достоинство, взаимодоверие, толерантность и добросовестность общества, в первую очередь, возникает вопрос о том, какие индикаторы выделять для исследования категорий, которые связаны со сферой морали. Вследствие отсылки к нравственным категориям и заблуждений относительно «самоочевидности» понятий, возникают серьезные трудности при переходе на эмпирический уровень социологического исследования указанных категорий. Положив вместо необходимой концептуализации в основу исследования оценочные и аксиоматические суждения, «Деминициативы» вместо получения и анализа фактических данных о социальной ситуации в стране воздействуют на эту ситуацию путем создания нравственных клише. Эти клише

⁵ Издаётся с 2000 года. В статье анализируются данные выпусков № 8–9 (2015), (см.: http://www.uceps.org/ukr/files/category_journal/UA_Rosiy_8_9-2015-FINAL.compressed.pdf).

⁶ Отчет Министерства информационной политики Украины о деятельности за первые полгода существования и особенностях о контрпропагандистской деятельности (см.: [http://mip.gov.ua/files/Presentation/ninemonth_report_041%20\(111\).pdf](http://mip.gov.ua/files/Presentation/ninemonth_report_041%20(111).pdf)).

⁷ Пресс-релиз совместного исследования фонда «Демократические инициативы имени Илька Кучерива» и Киевского международного института социологии от 06.02.2014 г.: «Майдан-декабрь и майдан-февраль: что изменилось?» (см.: <http://www.kiis.com.ua/?lang=rus&cat=reports&id=226>).

⁸ См. также : <http://www.kiis.com.ua/>

могут наделяться в рамках индивидуального сознания различным смыслом, однако абсолютно не препятствуют формированию представления о положительном характере происходящих в государстве изменений, ведь «повышается общий нравственный уровень социума, наблюдается рост патриотизма» и т. д. Здесь социологический анализ выводится в сферу иррационального за счёт акцента на морально-нравственный аспект социально-политических процессов.

3. Киевским международным институтом социологии (КМИС) в феврале 2015 г. проведено исследование, в рамках которого методом интервью опросили 2013 респондентов, проживающих в 108 населенных пунктах всех областей Украины (кроме АР Крым). При этом необходимо отметить, что в Донецкой и Луганской областях исследование проводилось как на подконтрольных, так и на неподконтрольных Украине территориях. Напомним, что известные украинские социологи резко критично отнеслись к социологическим исследованиям, которые в свое время проводились в Крыму, мотивируя это тем, что нельзя проводить исследование на оккупированной территории, во-первых, из соображений этического плана, а во-вторых – в силу затруднённости соблюдения правил построения выборки исследования. Тем не менее, исследование Донбасса, также затрагивавшее территории, считающиеся оккупированными, не вызвало у украинских социологов сомнений (по крайней мере, представленных в публичном социологическом дискурсе) относительно репрезентативности данных.

Одной из главных задач исследования задекларировано получение данных, которые позволили бы выработать технологию противодействия российской пропаганде на территории Украины (задача для социологического исследования сама по себе неоднозначная). В пресс-релизе заявлено, что вести контрпропаганду невозможно без оценки ее эффективности, под которой предлагается понимать «снижение результативности российской пропаганды на единицу затраченных ресурсов». Постулируется необходимость сформировать показатель (индекс) результативности российской пропаганды (ИРПП). По мнению авторов отчета по исследованию, индекс РРП может использоваться для оценки динамики процессов и для сравнения вреда, причиненного российской пропагандой, различным территориальным и социально-демографическим группам. Указывается конкретное значение индекса РРП для населения Украины в целом на момент проведения исследования, рассчитываются отклонения в индексе в зависимости от рода деятельности, возраста и гендерной принадлежности; не указывается лишь алгоритм построения индекса.

Критико-социологический анализ данного исследования в аспекте методологии – отдельная тема. Для наших же задач важно следующее: 1) поскольку совершенно непонятно, на что именно указывает индекс и на что следует опираться в его трактовке, можно сделать вывод о том, что как дискурсивная конструкция, «индекс результативности российской пропаганды» представляет собой пропагандистский (и манипулятивный) штамп; 2) даже если теоретически допустить, что, исходя из ответов на 15 основных вопросов, можно сформировать какие-то репрезентативные числовые значения, то чем можно подтвердить влияние именно российской пропаганды на формирование ответов респондентов? В исследовании изначально игнорируется возможность того, что тот или иной процент населения Украины попросту не согласен с проводимой политикой, занимает отличные от государственной линии идейные позиции и не является при этом «жертвой российской пропаганды». А вместе с такой возможностью игнорируются и носители альтернативной идейной позиции. Кризисная ситуация в Украине сводится к результатам враждебного стороннего вмешательства; тем самым априори исключается какое-либо воздействие на современное положение дел многолетней рассогласованности, разделённости украинского общества. Данная априорность не имеет ничего общего с нормальной для науки аксиоматикой; вряд ли можно счесть такую логику исследовательской и, тем более, социологической – это линейная императивная логика пропаганды, которая делит общество на «правильных» и «неправильных», «своих» и «чужих». Сам ИРПП выступает в качестве манипулятивного инструмента по отношению к общественно-политическому сознанию граждан Украины.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Три рассмотренных кейса являются, с точки зрения критико-социологического подхода, примерами того, как отечественный социологический дискурс сосредотачивается на сугубо пропагандистской задаче – манипулятивном поддержании образа внешнего врага в сочетании с позитивной моралистической схематизацией положения дел внутри страны. В условиях разделённого общества это приводит к превращению

самого соціологічного дискурсу в источник и инструмент углубления этой разделённости. Безусловно, рассмотренные кейсы – не более чем иллюстрация; для полноты критико-соціологічного аналізу соціологічного дискурсу України необхідно затронуть и такую проблемную сферу, как представление экзит-поллов, и академическую сторону соціологічного дискурсу. На данном этапе полученной информации достаточно лишь для того, чтобы актуализировать проблематику исследования пропагандистских аспектов соціологічного дискурсу. Парадигма критической социологии изначально исходит из того, что социология не может не влиять на общество, будучи неотъемлемой его частью. Однако можем ли мы считать «естественным» переход соціологічного дискурсу в пропагандистский статус? Где та грань, за которой заканчивается социология как социально ответственная и активная наука, и начинается пропаганда? Поиски ответов на эти вопросы представляются нам остро актуальной и перспективной соціологіческой задачей.

Источники и литература

1. Laclau E. *New reflections on the revolution of our time* / E. Laclau. – London ; New York : Verso, 1990. – 263 p.
2. Кара-Мурза С. Г. *Манипуляция сознанием* / С. Г. Кара-Мурза. – М. : Эксмо: Алгоритм, 2009. – 528 с.
3. Литовченко А. Д. Дискурс как социальный феномен: попытка соціологічного понимания / А. Д. Литовченко // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2003. – № 577. – С. 43–49.
4. Литовченко А. Д. «Единая страна»: критико-соціологіческий анализ обоснованности государственной пропаганды / А. Д. Литовченко // Методология, теория и практика соціологічного аналізу современного общества. – 2014. – С. 150–165.
5. Литовченко А. Д. Декларативность соціологічного дискурсу / А. Д. Литовченко // Альтруїзм, благодійність і демократія в сучасних соціокультурних контекстах : зб. наук. ст. за матеріалами міжнар. наук.-практ. конф. – Х., 2012. – С. 113–126.
6. Литовченко А. Д. Дискурсу політичного декларативність / А. Д. Литовченко // Соціологія політики : енцикл. слов. / автор та упоряд.: В. А. Полторака, О. В. Петрова, А. В. Толстоухов. – К. : Вид-во Європ. ун-ту. – 2009. – С. 106–107.
7. Патрахина Т. Н. Пропаганда: сущность научной дефиниции, подходы к классификации / Т. Н. Патрахина, Д. А. Шламова // Молодой ученый. – 2015. – № 4. – С. 305–308.
8. Петрунин Ю. Ю. *Политические коммуникации : учеб пособие для студ. вузов* / Петрунин Ю. Ю. [и др.] ; под ред. А. И. Соловьева. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 332 с.
9. Тернер Дж. *Структура соціологіческой теории* / Дж. Тернер ; пер. с англ., под. ред. Г. В. Осипова. – М. : Прогресс, 1985. – 377 с.

References

1. Laclau, E. (1990), *New reflections on the revolution of our time*, London ; New York : Verso, 263 p.
2. Kara-Murza, S. G. (2009), “*Manipulation of consciousness*”, Moscow : Eksmo: Algoritm, 528 p.
3. Lytovchenko, A. D. (2003), *Discourse as a social phenomenon: the attempt to the understanding sociological*, Kharkov V. N. Karazin National University Bulletin, No. 577, Pp. 43–49.
4. Lytovchenko, A. D. (2014), «A United Country»: Critical-Sociological Analysis of the Validity of State Propaganda, *Methodology, “Theory and Practice of Sociological Analysis of Contemporary Society”*, Pp. 150–165.
5. Lytovchenko, A. D. (2012), “A Declarative sociological discourse, *Altruism, charity and democracy in contemporary social and cultural contexts. The collection of scientific articles on materials of the international scientific conference*”, Pp. 113–126.
6. Lytovchenko, A. D. (2009), “Political discourse declarative, *Sociology of politics: encyclopedic dictionary*”, author and compiler.: V. A. Poltorak, O. V. Petrov, A. V. Tolstoukhov, Kyiv: Publisher of European University, Pp. 106–107.
7. Patrahina, T. N., Shlamova, D. A. (2015), “Propaganda: the essence of scientific definition, approaches to classification”, *Young Scientist*, No. 4, Pp. 305– 308.
8. Petrunin, Yu. Yu. et al. (2004), “*Political Communication: Textbook for university students*”, Moscow : Aspect Press, 332 p.
9. Turner, J. (1985), “*The Structure of Sociological Theory*”, Transl., ed. by G. V. Osipov, Moscow : Progress, 377 p.