НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ СТАТЬЯ
УДК 32.070

АБСУРДИЗМ ПОЛИТИКИ «НА» ТЕАТРЕ МЕДИА

АЛЕКСАНДР АЛЬБЕРТОВИЧ КАЛМЫКОВ [1, 2]

[1] Академия медиаиндустрии, Москва, Россия, *alex.kalmykov@gmail.com*
[2] Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия

Аннотация. *Современное медийное пространство в условиях информационной войны все чаще использует абсурдистские утверждения при освещении актуальных политических событий. Показано, что этим достигается формирование пространства постправды и некритичность восприятия информации аудиториями.*

Ключевые слова: *медиа, абсурдизм, постправда, культура отмены, здравый смысл, информационная война*

Для цитирования: *Калмыков А. А. Абсурдизм политики «на» театре медиа // Вестник Академии медиаиндустрии. М. : Академия медиаиндустрии, 2022. № 4 (32). С. 58–70.*

THE ABSURDISM OF POLITICS “ON” THE MEDIA THEATER

ALEXANDER A. KALMYKOV [1, 2]

[1] Academy of Media Industry, Moscow, Russia, *alex.kalmykov@gmail.com*
[2] Russian State University, Moscow, Russia

Abstract. *The modern media space in the conditions of the information war is increasingly using absurdist statements when sanctifying current political events. It is shown that this achieves the formation of a post-truth space and uncritical perception of information by audiences.*

Keywords: *Media, absurdism, Post truth, Cancellation culture, Common sense, the information war*

For citation: *Kalmykov A. A. The Absurdism of Politics “on” the Media Theater // Bulletin of the Academy of Media Industry. Moscow : Academy of Media Industry, 2022, No 4 (32). P. 58–70.*

В 2014 году автор этих строк опубликовал в Вестнике РГГУ в рамках тематической подборки «Экстрасоциальные феномены в коммуникации и политике» статью «Логика абсурда в современной

© Калмыков А. А., 2022
© Академия медиаиндустрии, 2022

политике»[1]. В этой работе была предпринята попытка оценить возможность использования абсурдистской логики в исследовании социокультурных, политических и коммуникативных феноменов в целях анализа и прогнозирования будущего. Таким образом, в работе была означена задача выработки новых абсурдистских методологических ориентиров производства гуманитарного знания с учетом того, что форматы его представления в научно-образовательных практиках стремительно меняются.

Логика абсурда действительно все в большей степени становится системным свойством политики в эпоху постмодерна. Помимо научного дискурса, особо актуальным являются отображения событийности на таком глобальном перцептивном экране, как медиа, или, точнее, это формирование в информационно-коммуникативном пространстве новых токсичных образований типа «постправды» «культуры отмены», которые вместе с традиционными инструментами информационной войны создают пласты инобытийной реальности в массовом сознании. Следует отметить, что подобная информационная и мировоззренческая агрессия, как правило, носит абсурдистский характер и поэтому требует соответствующего абсурдистского анализа.

Одним из самых последних примеров является развернутая дискуссия в западных медиа на тему «Применит ли Путин на Украине тактическое ядерное оружие? Как этому помешать и что делать, если это действительно произойдет?». Абсурдистский характер этой дискуссии достаточно очевиден. Хотя бы потому, что она основана на фактах, не существовавших в действительности: Президент РФ ни разу не говорил о возможности применения тактического ядерного оружия. Более того, любой здравомыслящий человек поймет, что локальное применения ядерного оружия на Украине не в интересах России. России не нужна отравленная мертвая территория по соседству. Не нужно больших мыслительных усилий, чтобы прийти к выводу, что если и возникнет необходимость ядерной атаки, то атака эта будет не тактическими, а стратегическими средствами и отнюдь не по Украине.

Тут, скорее всего, все и закончится, поскольку ядерное оружие, строго говоря, и оружием-то не является, так как не может служить средством победы, поскольку приведет к гарантированному уничтожению всех противоборствующих сторон. Получается, что само по себе ядерное оружие, если кто-то считает его на самом деле оружием, —

[1] *Калмыков А. А.* Логика абсурда в современной политике // Вестник РГГУ. 2014. № 1 (123). С. 37–46.

это воплощенный в расщепляющемся материале технологически совершенный абсурд. Его задача угрожать войной, но всячески ей противодействовать. Так зачем же, спрашивается, так активно муссируется в СМИ тема тактического ядерного оружия и его возможного применения?

Как известно, абсурд происходит от *лат.* ad absurdum, в исходном понимании — «исходящий от глухого», т. е. подразумевает ответ на вопрос, который не был задан или не был услышан. Уже в снятом виде абсурд это просто нелепость, нелогичность, нечто противоречащее так называемому здравому смыслу. Это его особенность абстрагироваться от «здравого смысла» обыденности, готовности «посмотреть на предмет голыми глазами»[2] оказалась весьма продуктивной для литературы и искусства в основном первой половины XX века. Однако при знакомстве с пластом абсурдистской литературы начала прошлого века возникает ощущение ее крайней актуальности. Создается впечатление, что эстетический абсурдизм XX века более адекватен реальности XXI веку. Он переступил рамки художественного вымысла и прописался в политической, социокультурной и, конечно же, медийной реальности.

Более того, абсурдистский информационный вброс, или, точнее, абсурдистский фрейм, инструментально может привести к вполне реальным политическим последствиям, хотя, как покажем далее, эти последствия скорее являлись побочным эффектом, а не его целью. Вспомним инцидент в британском Солсбери с псевдоотравлением Скрипалей, загадочным и смертоносным ядом «новичек». Несмотря на абсурдность обвинения, этот инцидент спровоцировал крупный международный скандал. В начале 14 марта 2018 года тогдашний премьер-министр Великобритании Тереза Мэй инициировала высылку из королевства 23 российских дипломатов, что составило более трети сотрудников Российского посольства, одновременно по инициативе Великобритании был заморожен ряд двусторонних контактов с Россией. В знак солидарности к этому подключились лидеры стран ЕС, которые в заявлении по инциденту в Солсбери практически согласились с оценкой правительства Британии, а точнее — с беспрецедентной формулой доказательства: «ответственность России весьма вероятна в связи с отсутствием иного правдоподобного объяснения (highly likely)».

Можно предположить, что рождение этой формулы «доказательства» и являлось основной целью прописки абсурдного события в простран-

[2] Из «Декларации ОБЭРИУ», опубликованной в 1928 году в № 2 журнала «Афиши Дома печати».

стве постправды. Во всяком случае, она пополнила арсеналы информационной войны и до сих пор активно используется.

Репутации России был нанесен серьезный урон. Некоторые страны Евросоюза, а также Канада, Норвегия, Украина и другие также осуществили высылку российских дипломатов. 60 российских дипломатов, в том числе 12 сотрудников миссии при ООН, были высланы из США.

Россия ответила симметрично, объявив persona non grata соответствующее количество сотрудников дипучреждений.

Естественно, это событие не обошла вниманием пресса. Долгое время случай со Скрипалями не сходил с первых полос газет, новостных передач радио и телевидения и, конечно, бурно обсуждался в социальных сетях всего мира. Событие при этом расцвечивалось множеством дополнительных красок и оттенков, полученных посредством не названных инсайдерских источников из недр Британских спецслужб. Так, например, откуда-то появились «былинные богатыри-кэгэбэшники» Петров и Баширов, назначенные прессой исполнителями этого теракта. Тот факт, что Петров и Баширов оказались на самом деле случайными туристами, имевшими несчастье в день «отравления» снять номер в отеле Солсбери, не нашел широкого отражения в прессе. Среди новых медийных феноменов отметим распространение в мире русского слова «новичок», ставшего столь же популярным, как когда-то «спутник».

При всей плотности информационного наступления как в самом событии, так и в его освещении было что-то театральное, даже шутовское. При ближайшем взгляде легко было увидеть множество нестыковок, алогичностей и несуразностей строго в соответствии с абсурдистской эстетикой. Например, вспоминается фотография, где люди в фантастических защитных скафандрах от Armani, которые должны были по идее вызвать страх и трепет у читателя и зрителя, подчеркивая смертоносность боевого отравляющего вещества — пресловутого «новичка», которым была измазана скамейка. Но совсем рядом с «космонавтами» стоят полицейских, не только без защитных костюмов, но и без перчаток и масок.

То, что все это в целом является спектаклем, не вызывает сомнений, остается только один вопрос: почему на родине Шекспира нельзя было сыграть получше, без очевидных проколов. Может быть, британские спецслужбы потеряли профессионализм, или факт достижения результата оправдал все недочеты, ведь результат был достигнут, а грубость этим результатом оправдывалась.

Думаю, подобные предположения лишены оснований — вряд ли МИ-6 (*англ.* Military Intelligence, MI6) утратил профессионализм, маловероятно также, что при подготовке столь масштабной информационно-психологической операции можно было допустить откровенную халтуру. Похоже, целью являлась сама по себе абсурдность события и информации о событии, то есть запуск в информационное поле абсурдистского фрейма. Этим достигался целый ряд полезных следствий:

- во-первых, алогичность и нелепость в контрасте с растиражированными по единому стандарту заявлениями в формате «авторитетное мнение» создавало эффект неубиваемости транслируемой информации;
- во-вторых, происходила популяризация формулы доказательства: «ответственность весьма вероятна в связи с отсутствием иного правдоподобного объяснения или с высокой долей вероятности (хáйли лáйкли от *англ.* highly likely)». Она успешно прошла апробацию, и значит ее можно использовать во всех случаях, когда возникало желание обвинить кого-то при отсутствии каких-либо доказательств. Так, собственно и делалось многократно — обвиняли Россию в бомбардировке собственных городов, атомной станции, трубопровода и так далее и тому подобное;
- в-третьих, абсурдизм в данном случае позволяет осуществлять дебилизацию и зомбирование аудиторий, вынужденных соглашаться с ложными утверждениями, поскольку любые попытки логического анализа невозможны вследствие абсурдности предлагаемого фрейма.

Последнее похоже на то, что Маршалл Маклюэн называл ампутацией медиа — то есть необходимость приятия очевидного бреда вследствие невозможности его отрицания посредством анализа приводит к ампутации органов чувств, ответственных за осуществление анализа.

Медиа или внешние расширения органов чувств человека превращаются в технические продолжения его тела. Информационная технология человеческих сообществ оказывается сопряженной с последовательной «ампутацией» различных человеческих способностей, в том числе способностей к критическому мышлению и анализу, Маклюэн дает такое физиологическое объяснение этого явления. Через перегретые медиа и многократные расширения одного из его чувств нервная система человека переходит в состояние оцепенения, которая и приводит к ампутации соответствующего органа чувств.

Поскольку при постоянном раздражении какого-либо органа или чувства организм оказывается не в силах устранить источник раздражения, он отключает ответственный за раздражение орган. Так нервная система защищает себя посредством изоляции или ампутации «ненормального» органа, чувства или функции.

В цифровую эпоху механизм ампутации и автоампутации затрагивает и социальный опыт, который агрегируется в глобальном информационно-коммуникативном пространстве, оказываясь для нервной системы человека слишком агрессивным. Медиа в этом случае успешно подменяют собой органы чувств, и сами выступают в роли органов чувств. Что и позволяет с помощью медиа проектировать реальность с произвольными, кому-то выгодными свойствами. Абсурдизм в этой реальности оказывается очень удобным инструментом управления индивидуальным и массовым сознанием, а также подсознанием и даже коллективным бессознательным.

Медиа таким образом захватывает антропное гуманитарное личностное пространство. В нем остается все меньше места для личного опыта. Его заполняет опыт, опосредованный медиа и навязанный медиа с помощью множества весьма изощренных и совершенных инструментов, заимствованных у культуры. Этот опыт сводится, по Ю. Хабермасу [3], к освоению заранее приготовленных интерпретаций.

М. Маклюэн объясняет этот процесс через понятие «имплозия» (взрыв внутрь) коммуникации, связывая его с распространением электронных медиа, способствующих доминированию устной коммуникации, как в «племенных» обществах. «Имплозия являет собой магическое заклинание и формулу племени, и семьи, которым люди с готовностью подчиняются»[4]. Этим М. Маклюэн практически отождествляет медиа с медиумом, ответственным за связь с надмирными пластами реальности. Магия медиа сводится к созданию инобытийной реальности и управления ею в глобальной деревне, выстроенной на территории коммуникационной сети. Имплозия коммуникации здесь предельное сжатие пространства и времени до состояния критической массы, симультанное со-бытийствование и со-переживание индивидуумом, сопряженного с обезличенным множеством иных.

[3] См. *Хабермас Ю.* Теория коммуникативной деятельности. Т. 1. Рациональность действия и социальная рационализация. Т. 1. К критике функционалистского разума / Пер. с нем. А. К. Судакова. М. : Весь Мир, 2022. 880 с. ISBN 978-5-7777-0856-4.

[4] *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. М. ; Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. С. 94. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).

Одновременно стираются границы между «центром» и «периферией», исчезает различие между «фигурой» и «фоном». Индивид обретает глобальную виртуальную телесность и целостность, которая постепенно вытесняет собой телесность индивидуального личностного сознания.

Имплозия приводит к объединению в нечто единое и целое всех форм коммуникативных практик, формируя таким образом некие специфичные формы медиапорядка, преобразуя реальность обыденности в медиареальность повседневности.

Эффект усиливается процессом мультиплексирования, при котором сообщение, продуцированное, например, телевидением, копируется и транслируется как традиционными СМИ, так и соцсетями, блогосферой, микроблогами и т. д. Следует добавить, что управляемый информационный хаос, порожденный абсурдистским фреймом, мультиплексируется в соответствии с темником, т. е. закрытой директивой, содержащей подробные инструкции относительно того, каким образом необходимо освещать в новостях те или иные события. Интересно, что этимология слова «темник» восходит к обозначению ордынского военноначальника, командующего тьмою, т. е. тысячью воинов. Вот почему не стоит удивляться тому, что то или иное абсурдное описание события освещается западными СМИ через разные каналы и издания весьма похожи как по стилю, так и по содержанию, как правило, в согласованной интерпретации.

Темник читается даже там, где медиапродукт имеет форму вируса, специально предназначенного для спонтанного размножения и распространения в благоприятной информационно-коммуникативной среде.

В этом контексте медиа становится не только медиумом, а приобретает черты Демиурга, способного создавать новые миры со своей автономной реальностью. В системе массовых коммуникация (СМК) структура информации, а не сама информация является условием коммуникации, поэтому событием в СМК становится порождение новых коммуникаций. Причем только таких, которые способны вызвать структурные изменения в самой СМК и в информационно-коммуникативном пространстве. Отсюда утверждаются новые критерии достоверности и верифицируемости информации, а также способов интерпретации через референцию структуры информации. Качество информации становится независимым от традиционных критериев новизны, полноты, логичности, ясности. Вот почему в современное информационно-коммуникативное легко вписываются абсурдистские фреймы. От них требуется только способность центрировать собой

порожденные ими коммуникативные структуры, что в свою очередь зависит от соответствия формы представления информации тем форматам, которые сложись на данный момент. Категориальное противопоставление «содержание – форма» снимается здесь через замещение его конструктами: «формат-контент» и «дизайн-контент».

Следовательно, контент (содержание) полностью исчерпывается фактом установления коммуникации для передачи контента, вполне в соответствии со знаменитой формулой Маклюэна — «The Medium is the Massage».

В результате коммуникация как бы игнорирует содержание, и этот процесс становится знаком отчуждения смыслов, характерным для постмодернистского информационно-коммуникативного пространства. Размышляя над этим, Ж. Бодрийяр выделил следующее его аспекты [5]:

1. формирование (в т. ч. посредством СМИ) виртуальной реальности, произвольно конструирующей смысл тех или иных событий;
2. отрыв означаемого от означающего;
3. девальвация ценностей и норм;
4. неуправляемость и катастрофичность последствий научно-технического прогресса для человека.

Абсурдистский фрейм можно назвать концентрированной формой смыслоутраты, описываемой Бодрийяром. Действительно абсурд порождает виртуальную реальность конструирующего смысла, отчуждаемую от реального события. Одновременно провоцируется закрепление за событием симулякра и обретением симулякром самостоятельного бытования. Очевидно, что этот процесс не может проходить при сохранении традиционных ценностей и норм. И наконец, поскольку информационно-коммуникативное пространство реализуется с участием глобальной цифровой машины интернета, оказывается невозможным просчитать последствия ее участия в построении комплекса отношений в реальности.

Содержание (контент) в коммуникативном пространстве становится несущественным дополнением. Им, в случае необходимости, можно и пренебречь. Следовательно, для удержания коммуникации и содержащегося в ней контента нужны специальные средства, в частности специальная мотивация.

[5] См. *Baudrillard J.* Impossible Exchange / J. Baudrillard. New York : Verso, 2012. 160 p. ISBN 978-1-8446-7791-7.

Сообщение, абсурдное по форме, содержит в себе энергию новизны, некоторой загадки и недосказанности. Ее нелепость — на начальном этапе — становится ее преимуществом. Давно известно, что чем невозможней сообщение, тем скорее в него поверят. Подобной риторической, а точнее — пропагандистской уловкой не раз пользовались в течение истории. Здесь нарратив притворяется дискурсом, гарантируя иллюзию соучастия и причастности. Он, по меткому выражению Мишеля Фуко, по-прежнему остается тоталитарным. Медиа при внешней горизонтальной сетевой структуре на самом деле усиливает свою иерархичность, разворачивая тот самый тоталитарной дискурс в форме «совокупности структурирующих механизмов надстройки»[6], оставаясь основным законодателем этого структурирования. Удерживая иллюзию диалога, тоталитарный дискурс структурирует коммуникативное событие таким образом, что коммуникация не происходит между говорящим и слушающим, а осуществляется над слушающим в некотором медийном космосе. Космос предварительно создается демиургом-медиа, а аудитории объективируются, обрекаясь на пассивное потребление информационных сообщений, в том числе заранее заготовленных абсурдистских фреймов «в рамках естественного восприятия и иллюзорной причастности аудитории к общему „единосмотрению", „единоосмыслению" и „единочувствованию"»[7].

Необходимо отметить, что абсурдистский фрейм это не фейк, не дезинформация, не утка, как может показаться не первый взгляд, а гораздо более сложное комплексное явление. Абсурд, конечно, может включать в себя заведомо ложное утверждение и искажение фактов, но относительно абсурда невозможна постановка вопроса об истинности и ложности. Более того, в самой структуре абсурдистского фрейма закладывается, явно или скрытно, противоречие между логическими частями и противоречие (несовместность) с контекстом, в который этот фрейм помещается. Восприятие фрейма становится возможным лишь при расчленении его на части, каждая из которых атомизируется в форме целостного утверждения без соотнесения с другими частями фрейма и фреймом в целом. Каждый из выделенных частей обрабатывается с помощью клипового мышления, что исключает возможность поиска причинно-следственных каузальных отношений и логических оснований, а значит какого-либо анализа и ставит воспринимающего

[6] *Фуко М.* Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Вст. ст. Н. С. Автономовой ; пер. с фр. В. П. Визгина, Н. С. Автономовой / СПб. : A-cad, 1994. С. 26.

[7] *Дугин Е. Я.* К методологическим обоснованиям новой теории журналистики // Вестник электронных и печатных СМИ. М. : ИПК работников ТВ и РВ. № 1 (23). С. 14.

в положение ложного выбора. Он должен либо принять все, как есть, без критики, либо отбросить все, даже не пытаясь разобраться. Второй вариант, как правило, оказывается весьма некомфортным, поскольку предполагает выход из общепринятого социокультурного контекста. Каким бы бредовым не казалось сообщение, его психологически проще принять, чем отбросить.

Таков механизм формирования в медиапространстве постправды и технологии культуры отмены, исключающей все то, что может провоцировать сомнения и оправдать отказ от пользования клиповым мышлением при восприятии событий медиареальности.

В заключение необходимо отметить, что абсурдистская агрессия в медиапространстве представляет определенную социокультурную, цивилизационную и даже индивидуально-психологическую опасность, особенно на фоне разворачивающихся информационных войн. Вместе с тем пока не разработана соответствующая теория противодействия этому достаточно новому явлению, как, собственно, и развернутая теория абсурдистских информационных фреймов в рамках теории медиа. Не стоит доказывать высокую злободневность подобной научно-практической задачи.

Список источников

1. *Калмыков А. А.* Логика абсурда в современной политике. Вестник РГГУ. 2014. № 1 (123). С. 37–46.
2. Из «Декларации ОБЭРИУ», опубликованной в 1928 году в № 2 журнала «Афиши Дома печати».
3. *Хабермас Ю.* Теория коммуникативной деятельности. Т. 1. Рациональность действия и социальная рационализация. Т. 1. К критике функционалистского разума / Пер. с нем. А. К. Судакова. М. : Весь Мир, 2022. 880 с. ISBN 978-5-7777-0856-4.
4. *Маклюэн М.* Понимание Медиа: Внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева ; закл. ст. М. Вавилова. М. ; Жуковский : «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2003. С. 94. (Приложение к серии «Публикации Центра Фундаментальной Социологии»).
5. *Baudrillard J.* Impossible Exchange / J. Baudrillard. New York : Verso, 2012. 160 p. ISBN 978-1-8446-7791-7.

6. *Фуко М.* Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Вст. ст. Н. С. Автономовой ; пер. с фр. В. П. Визгина, Н. С. Автономовой / СПб. : A-cad, 1994. С. 26.
7. *Дугин Е. Я.* К методологическим обоснованиям новой теории журналистики // Вестник электронных и печатных СМИ. М. : ИПК работников ТВ и РВ. № 1 (23). С. 14.

References

1. Kalmykov A. A. Logika absurda v sovremennoy politike. Vestnik RGGU. 2014. № 1 (123). S. 37–46. (In Russ.).
2. Iz «Deklaratsii OB'ERIU», opublikovannoy v 1928 godu v № 2 zhurnala «Afishi Doma pechati». (In Russ.).
3. Khabermas Yu. Teoriya kommunikativnoy deyatel'nosti. T. 1. Ratsional'nost' deystviya i sotsial'naya ratsionalizatsiya. T. 1. K kritike funktsionalistskogo razuma / Per. s nem. A. K. Sudakova. M. : Ves' Mir, 2022. 880 s. ISBN 978-5-7777-0856-4. (In Russ.).
4. Maklyuen M. Ponimaniye Media: Vneshniye rasshireniya cheloveka / Per. s angl. V. Nikolayeva ; zakl. st. M. Vavilova. M. ; Zhukovskiy : «KANON-press-Ts», «Kuchkovo pole», 2003. S. 94. (Prilozheniye k serii «Publikatsii Tsentra Fundamental'noy Sotsiologii»). (In Russ.).
5. Baudrillard J. Impossible Exchange / J. Baudrillard. New York : Verso, 2012. 160 p. ISBN 978-1-8446-7791-7.
6. Fuko M. Slova i veshchi. Arkheologiya gumanitarnykh nauk / Vst. st. N. S. Avtonomovoy ; per. s fr. V. P. Vizgina, N. S. Avtonomovoy / SPb. : A-cad, 1994. S. 26. (In Russ.).
7. Dugin E. Ya. K metodologicheskim obosnovaniyam novoy teorii zhurnalistiki // Vestnik elektronnykh i pechatnykh SMI. M. : IPK rabotnikov TV i RV. № 1 (23). S. 14. (In Russ.).

Библиографический список

1. *Бодрийяр Жан.* Экстаз коммуникации. Jean Baudrillard. Ecstasy of Communication // The Anti-Aesthetic. Essays on Postmodern Culture / Ed. H. Foster. Port Townsend: Bay Press, 1983. P. 126–133. (Tr. John Johnston). (перевод Д. В. Михель)
2. *Гранин Ю. Д.* Угрозы национальной идентичности в эпоху современной глобализации // Вестник электронных и печатных СМИ. — Москва : Академия медиаиндустрии, 2013. — Вып. № 20.

3. *Гриняев С.* Концепция ведения информационной войны в некоторых странах мира // Pentagonus : сайт. — URL: http://pentagonus.ru/publ/22-1-0-196 (дата обращения: 05.11.2022).
4. *Громыко Ю. В.* Оружие, поражающее сознание, — что это такое? / Русский переплет : портал электронного периодического издания. — URL: http://www.pereplet.ru/text/grom0.html (дата обращения: 05.11.2022).
5. *Дзялошинский И. М.* Проблема эффективности пропагандистской деятельности, осуществляемой с помощью СМИ. Системные требования: Adobe Acrobat Reader. — URL: http://www.dzyalosh.ru/08-Uchebniki-Posobiya/Propaganda-Tolerantnosti.pdf. — С. 90–134.
6. *Клягин С. В.* Социально-антропологические вызовы современных информационно-коммуникативных практик // Сборник материалов XVI конференции «Наука, Философия, Религия»: Человек перед вызовом новейших информационных и коммуникативных технологий. Дубна, 21–22 октября 2013 г. — Москва : Фонд Андрея Первозванного, 2014. — 504 с. — С. 111–119.
7. *Хелемендик В. С.* Информационный глобализм и информационная идентичность // СМИ в эпоху глобализации. Материалы научно-практической конференции. Москва, 3 апреля 2012 года. — Москва : Академия медиаиндустрии, 2012. — С. 9.
8. *Шляго В. О., Калмыков А. А.* Телевидение: от зеркала и сцены к экрану интерфейса / Вестник Российского университета дружбы народов. — 2015. — № 3. — С. 115–123.

Информация об авторе

А. А. Калмыков — доктор филологических наук, кандидат педагогических наук, профессор кафедры печати и новых медиа ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», профессор кафедры теории и практики общественных связей РГГУ. 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д. 105, корп. 2.

Information about the author

A. A. Kalmykov — Doctor of Philology, Candidate of Pedagogical Sciences, Professor of the Department of Print Media and New Media

“Academy of Media Industry”, Professor of the Department of Theory and Practice of Public Relations of the Russian State University. 127521, Moscow, Oktyabrskaya str., 105, b 2.

Статья поступила в редакцию: 02.11.2022; одобрена после рецензирования: 08.11.2022; принята к публикации: 09.11.2022.

The article was submitted 02.11.2022; approved after reviewing 08.11.2022; accepted for publication 09.11.2022.