

© 2023 *А.Н. Новоселова, А.А. Зайцева*

Национальный исследовательский
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В статье анализируется лингвистическая сущность явлений призыва и пропаганды, делается попытка выяснить соотношение этих понятий с точки зрения лингвоэкспертного анализа. Данное исследование значения понятий «призыв» и «пропаганда», а также особенностей их употребления позволяет объективизировать интуитивное отнесение экспертом тех или иных сообщений к различным категориям. Предметом исследования выступает правовой анализ таких понятий, как «пропаганда» и «призыв», а также их соотношение на уровне нормативного регулирования в действующем российском законодательстве. На основе использования диалектического, сравнительного, формально-юридического, лингвистического методов авторы проанализировали основные категории и понятия, необходимые для осуществления правильной квалификации публичных призывов к осуществлению террористической деятельности и публичной пропаганды терроризма.

Ключевые слова: судебно-лингвистическая экспертиза, пропаганда, призыв, лингвистические признаки коммуникативных актов пропаганды, призыва.

А.Н. Новоселова

Доцент кафедры судебной экспертизы
Национального исследовательского
Нижегородского государственного
университета им. Н.И. Лобачевского,
кандидат филологических наук

А.А. Зайцева

Студент 5-го курса кафедры судебной экспертизы
Национального исследовательского
Нижегородского государственного
университета им. Н.И. Лобачевского

Все формы поддержки террористической деятельности противоречат общепризнанным принципам и нормам международного права, создают угрозу социальному, экономическому развитию государств, жизни населения. Несмотря на принимаемые правоохранительными органами меры антитеррористического характера, уровень такого вида преступности во всем мире остается высоким. Отличительными чертами терроризма являются публичность, гласность и пропагандистский характер. Одна из нерешенных проблем – противодействие пропаганде идеологии терроризма, которое требует совершенствования всей профилактической системы. Призывы и пропаганда представляют реальную и серьезную опасность как для отдельной личности, так и всего государства в целом.

Для объективных ответов на вопросы, поставленные перед экспертом-лингвистом, необходимо различать понятия «призыв» и «пропаганда». Сложность квалификации состоит в смежности этих понятий: в юридической науке окончательно не решен вопрос об их соотношении, поэтому нашей целью становится выявление различий в понятиях «призыв» и «пропаганда».

Часть 1 ст. 205.2 УК РФ предусматривает три состава: публичные призывы к осуществле-

нию террористической деятельности, публичное оправдание терроризма и пропаганду терроризма. Дефиниции пропаганды терроризма и публичного призыва к осуществлению террористической деятельности нормативно определены Постановлением Пленума ВС РФ¹.

Статья УК РФ предусматривает ответственность за призывы и пропаганду к осуществлению террористической деятельности лишь в том случае, если они совершены публично. Публичный способ является обязательным признаком объективной стороны рассматриваемого преступления. На сегодняшний день в доктрине уголовного права предлагаются различные критерии публичности призывов к осуществлению террористической деятельности. Согласно пункту 19 Постановления, названного выше, вопрос о публичности должен разрешаться судами с учетом места, способа, обстановки и других обстоятельств дела. Например, обращение к группе людей в общественных местах, на собраниях, митингах, демонстрациях, распространение листовок, вывешивание плакатов, распространение обращений путем массовой рассылки сообщений абонентам мобильной связи и т.п.

Публичность призывов и пропаганды к осуществлению экстремистской и террористиче-

ской деятельности предполагает их открытый характер с целью побудить массы людей совершать действия экстремистского или террористического характера, что означает: действие происходит в присутствии публики (не менее двух человек). В.П. Кашепов², А.В. Лагодин³ делают акцент на том, что призыв и пропаганда должны осуществляться именно в отношении неопределенного круга лиц. При этом, по нашему мнению, к публичным следует относить призывы и пропаганду, которые хотя и совершаются тайно, но публикуются с расчетом на последующее ознакомление с ними неограниченного круга лиц. Так, публичными призывами могут считаться: изготовление настенных надписей, оскорбительных по смыслу, содержащих призывы к изгнанию представителей какой-либо нации, этнической группы из города; размещение материалов в Интернете и т.п. Таким образом, вопрос о количестве лиц, которым доводится информация, содержащая призывы и пропаганду, решается неоднозначно как в теории, так и на практике.

С точки зрения законодателя, под пропагандой следует понимать деятельность по распространению материалов и (или) информации, направленных на формирование у лица нужной распространителю идеологии, убежденности в ее привлекательности или допустимости. С точки зрения лингвистики, определение пропаганды обладает важными языковыми признаками: односторонность коммуникативного акта, определенность цели коммуникации (формирование у адресатов положительного мнения о распространяемой идеологии).

Публичный призыв к осуществлению террористической деятельности – «выраженные в любой форме (например, в устной, письменной, с использованием технических средств) обращения к другим лицам с целью побудить их к осуществлению террористической деятельности», то есть к совершению преступлений, предусмотренных определенными законом статьями УК РФ⁴. Исходя из этого, призыв может выражаться в любой форме, публично, с целью побуждения к осуществлению противоправной, выгодной призывающему лицу деятельности. Это юридическое определение содержит следующие лингвистические признаки призыва: односторонность коммуникативного акта; использование жанра обращения; формы общения (устная, письменная); публичность; использование канала передачи информации (опосредованность). Цель коммуникации – побуждение к действиям, которые являются противоправными.

Однако, по нашему мнению, нормативные определения недостаточно подробно раскрывают сущность рассматриваемых понятий, не отражают лингвистическую сторону явлений. Обратимся к научным источникам.

Официальный сайт Института судебных экспертиз и криминалистики⁵ приводит четыре типа значения слова «пропаганда», на одном из которых мы и остановимся: «пропагандистское сообщение в рамках пропагандистской кампании, своего рода «квант» пропагандистской кампании». Выделим из него важный признак пропаганды – неоднократность, системность, комплексность осуществляемых действий, проводимых не однократно, а в рамках некоей программы.

Пропаганда – целенаправленный, то есть не случайный, не ситуативный коммуникативный акт, в котором не учитываются интересы адресата. Она рассчитана на большее количество адресатов, воздействует на сознание адресатов, отвергает позицию оппонентов. Кроме того, пропаганда отличается использованием образительно-выразительных средств, простых формулировок, оперированием известными образами, обращением к «общественной мифологии». Пропаганда часто выглядит как совокупность простых, не противоречащих друг другу тезисов, в которых повторяются ключевые моменты идеологии, сопровождающиеся идентичной или видоизмененной аргументацией.

Источник пропагандистских высказываний – какая-либо пропагандистская кампания. Иными словами, высказывания, не соответствующие задачам кампании, не могут считаться пропагандистскими. При этом зачастую источник пропагандируемой идеологии является рассредоточенным. Например, пропаганда гомосексуализма или враждебности к представителям иных национальностей не имеет единого центра, источника, организации, группы, формирования, которые являлись бы инициатором и идейным вдохновителем.

Обратимся к определению понятия агитации. Оно близко пропаганде по целям, методам, содержанию. Агитация – распространение каких-либо идей (в том числе с помощью средств массовой информации) в целях воздействия на сознание, настроение, общественную активность широких масс⁶. Другое определение: «активная деятельность по распространению политических идей средствами массовой информации, устных выступлений с целью оказать воздействие на широкие массы»⁷. Исходя из анализа определений, считаем, что цель агитации – доведение до целевой аудитории определенной идеи, побуждающей население к активным действиям. Пропаганда и агитация, кроме того, что являются элементами психологического воздействия на людей, имеют такие общие черты, как воздействие на широкий круг людей; стремление изменить сложившиеся отношения для решения определенных задач; активное использование средств массовой коммуникации.

Отличием являются следующие факторы. Если пропаганда информирует о чем-либо для достижения необходимой цели адресантов, то агитация направлена на то, чтобы сформировать у граждан определенное мнение и подтолкнуть к тому или иному варианту поведения. В то время как пропаганда часто осуществляется скрытно, внешне выглядит как информирование о событиях, агитация очевидна для населения, имеет четко определенные объекты воздействия и конкретные, отчетливые цели.

И.А. Стернин⁸ отмечает, что призыв – «это речевой акт, обращенный к адресату с целью побудить его выполнить некоторое действие или совокупность действий, осмысляемых как важная часть общественно значимой деятельности». Сам речевой акт рассматривается им как часть общественно-политической коммуникации, как деятельность, способствующая достижению идеалов, где говорящий и адресат являются политическими субъектами. Призыв характеризуется наличием адресата и общественно значимой, проблемной, с точки зрения адресанта, темы коммуникативного акта.

Целью призыва является побуждение адресата к выполнению действий, нужных адресанта, формирование в сознании адресата некоего идеала и функционирование его в общественно-политическом дискурсе. Успешный призыв, с когнитивной точки зрения, формирует в сознании адресата речи картину действия, к которому направлен призыв (субъект – действие – объект). Важным условием успешности призыва как коммуникативного события является согласие адресата речи с ролью исполнителя действия, к которому направлен призыв, при осознании способа совершения действия и объекта действия. Речевая формула призыва – «я хочу, чтобы ты сделал X», в которой присутствуют опора на пресуппозицию при совершении акта призыва, возможное наличие затекстового смысла, ориентированность действий на будущее.

Законодатель в ч. 1 ст. 205.2 УК РФ указывает на призыв и пропаганду как отдельные, но схожие противоправные деяния. Разницу он видит в том, что пропаганда представляет собой формирование у адресатов определенной идеологии, а призыв – побуждение адресатов к каким-либо деструктивным действиям. И.А. Стернин⁹ указывает на то, что призыв «подталкивает», подстрекает к действиям, которые пропагандируются. Мы считаем, что призыв можно рассматривать в нескольких аспектах.

1. Призыв как один из способов осуществления пропаганды. Пропаганда имеет цель сформировать в сознании адресатов определенную идею, донести которую можно с помощью осуществления призыва.

2. Призыв как конечная фаза осуществления пропаганды. Пропаганда является цельной, подробно разработанной кампанией. Внедряя идею в сознание адресата, она может иметь логическое завершение в виде призыва.

3. Призыв как последствие пропаганды. Возникновение вражды, расширение её до государственных масштабов и формирование кампании (возможно, рассредоточенной, нецентрализованной) со своей более-менее устоявшейся идеологией – обдуманное продвижение идеологии путём создания пропагандистских текстов – выражение пропагандистских текстов в форме коммуникативного акта (обнародование), который может содержать и призывы.

Итак, отметим следующее: анализ положений уголовного законодательства позволил выявить основные проблемы, имеющие место при квалификации исследуемых преступных посягательств. Возможно, при дальнейшем толковании понятий «пропаганда» и «призыв» будет учтено мнение экспертов-лингвистов и расширено законодательное толкование этих понятий на основе лингвистических исследований.

Библиографический список

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 18.03.2023).
2. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 09.02.2012 № 1 (ред. от 03.11.2016) «О некоторых вопросах судебной практики по уголовным делам о преступлениях террористической направленности» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_125957/ (дата обращения: 18.03.2023).
3. Большой толковый словарь русского языка [Текст] / Гл. ред. С. А. Кузнецов. – Санкт-Петербург: Норинт; Москва: Рипол классик, 2008. – 1534 с.
4. Васюкова И. А. Словарь иностранных слов [Текст] / И.А. Васюкова. – М., 1998. – 720 с.
5. Кашепов В.П. Особенности квалификации преступлений экстремистской направленности [Текст] / В.П. Кашепов // Комментарий судебной практики. Вып. 13 / Под ред. К.Б. Ярошенко. – М., 2007. – 172 с.
6. Лагодин А.В. Объективная сторона публичных призывов к осуществлению террористической деятельности или публичного оправдания терроризма [Текст] / А.В. Лагодин // Общество и право. – 2009. – № 1(23). – С. 181–183.
7. Пропаганда в лингвистической экспертизе / Институт судебных экспертиз и криминалистики [Электронный ресурс]. URL: https://ceur.ru/library/articles/lingvisticheskaja_jekspertiza/item350359/ (дата обращения: 19.03.2023).
8. Стернин И.А. Выявление признаков возбуждения расовой и национальной вражды в лингвистической экспертизе текста: Методическое пособие / И.А. Стернин. Воронеж, 2010 [Электронный ресурс]. URL: <https://rusexpert.ru/public/guild/7.pdf> (дата обращения: 19.03.2023).

¹ Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 09.02.2012 № 1 (ред. от 03.11.2016) «О некоторых вопросах судебной практики по уголовным делам о преступлениях террористической направленности» // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_125957/ (дата обращения: 18.03.2023).

² Кашепов В.П. Особенности квалификации преступлений экстремистской направленности // Комментарий судебной практики. Вып. 13 / Под ред. К.Б. Ярошенко. М., 2007. 172 с.

³ Лагодин А.В. Объективная сторона публичных призывов к осуществлению террористической деятельности или публичного оправдания терроризма // Общество и право. 2009. № 1(23). С. 181–183.

⁴ Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/ (дата обращения: 18.03.2023).

⁵ Пропаганда в лингвистической экспертизе / Институт судебных экспертиз и криминалистики [Электронный ресурс]. URL: https://ceur.ru/library/articles/lingvisticheskaja_jekspertiza/item350359/ (дата обращения: 19.03.2023).

⁶ Васюкова И. А. Словарь иностранных слов. М., 1998. 720 с.

⁷ Большой толковый словарь русского языка / Гл. ред. С.А. Кузнецов. – СПб.: Норинт; М.: Рипол классик, 2008. – 1534 с.

⁸ Стернин И.А. Выявление признаков возбуждения расовой и национальной вражды в лингвистической экспертизе текста: Методическое пособие / И.А. Стернин. Воронеж, 2010 [Электронный ресурс]. URL: <https://rusexpert.ru/public/guild/7.pdf> (дата обращения: 19.03.2023).

⁹ Стернин И.А. Там же.

CORRELATION OF THE CONCEPTS OF PROPAGANDA AND APPEAL IN THE CONTEXT OF FORENSIC LINGUISTIC EXPERTISE

A.N. Novoselova

Associate Professor of the Department of Forensic Science of the Law Faculty of the Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod, Candidate of Sciences (Philology)

A.A. Zaitseva

5th year student of the Department of Forensic Examination of the Law Faculty of the Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

The article analyzes the linguistic essence of the phenomena of appeal and propaganda, an attempt is made to find out the relationship of these concepts from the point of view of linguistic expert analysis. This study of the meaning of the concepts of appeal and propaganda, as well as their features of use, allows us to objectify the intuitive attribution of certain messages to different categories by an expert. The subject of the study is the legal analysis of such concepts as propaganda and appeal, as well as their correlation at the level of regulatory regulation in the current Russian legislation. Methods: the use of dialectical, comparative, formal-legal methods allowed analyzing the main categories and concepts necessary for the correct qualification of public calls for terrorist activity and public propaganda of terrorism.

Keywords: forensic linguistic expertise, propaganda, appeal, linguistic signs of communicative acts of propaganda, appeal.