**Алексей Владимирович Старков**

Журналист, Эстония

rinnovato@mail.ru

**На войне как на войне (эстонский ресурс по борьбе с российской пропагандой «Пропастоп»)**

Рассматривается один из участков информационной войны Запада и России в Эстонии. Выявляются особенности борьбы Эстонии с «российской пропагандой» как деятельности, сопоставимой с военной, обозначена также одна из негативных тенденций для работы российских СМИ в Прибалтике.

Ключевые слова: инфовойна, пропаганда, военизация.

Важнейшая часть сегодняшнего общественно-политического дискурса Эстонии – борьба с российским информационным влиянием, часто представляемая как «борьба с российской пропагандой». Среди тех, кто эту борьбу ведёт особенно активно, – сайт-блог «Пропастоп», примечательный тем, что его ведут добровольцы ополчения «Кайтселийт», являющегося частью вооружённых сил Эстонии (<https://www.propastop.org/rus/>).

Сайт действует на четырёх языках, в том числе на эстонском – с 2015 года и на русском – с 2017 года. Целевой аудиторией можно считать как внутриэстонскую (эстонцы и неэстонцы), так и зарубежную, в том числе российскую. К полезным сторонам сайта можно отнести, например, то, что он вскрывает ошибки российских СМИ, которые несомненно должны бы быть учтены последними, и даёт некоторые важные рекомендации с точки зрения медиаграмотности, в целом же «Пропастоп» исходит из того, что внутренняя и внешняя деятельность СМИ РФ (кроме оппозиционных) абсолютно зловредна и заслуживает всяческого противодействия. К примеру, на языковом уровне это противодействие проявляется в обилии экспрессивно-оценочной лексики и ярлыков в публикациях сайта.

Представляется, что прямая связь «Пропастопа» с военной машиной Эстонии и НАТО не случайна и является одним из проявлений тенденции на усиление «военизации» в ментально-психологической сфере информационных войн (киберсфера военизирована давно). В Эстонии и Прибалтике такой подход коррелирует с политикой всеобщего участия населения в обороне от пресловутой потенциальной «российской агрессии».

Упомянутая военизация в случае «Пропастопа» проявляется, кроме заявленной связи с ополчением: а) в схожести информационных тактик с военными (контратаки, разбор тактики и оружия противника, укрепление духа войска, организация тыла и др.); б) в семантике и психологии противостояния, войны. Блоговый тип ведения сайта, а также присутствие его же в социальных сетях задачам ведения инфовойны вполне отвечают (небольшие порции контента, быстрота реакции, чем при необходимости можно оправдать в том числе и собственные ярлыки, штампы, скрытые манипуляции и т.п.).

В части ментальной и психологической мобилизации стоит выделить усилия «Пропастопа» по составлению «чёрных» и «белых», с точки зрения пророссийскости, списков СМИ, укреплению эстонской контрпропаганды как системы и борьбе с тем, что мы назовём информационным коллаборационизмом (ИК). Всё это, по сути, тоже является параллелями к военно-полицейской деятельности. Инфоколлаборационизм – это проблема того, что в условиях инфовойны местное население является не только потребителями, но и источниками и распространителями информации нежелательных медиа, и эта проблема, строго говоря, актуальна не только для Эстонии, в Эстонии же она волнует не только «Пропастоп» [3, 4].

На наш взгляд, цели борьбы с ИК идут дальше, чем только «воспитание» аудитории. Фактор успешности журналистики - хорошее знание описываемых реалий, а в сегодняшних инфовойнах «значение оперативной составляющей в отражении информационных атак противника стремительно возрастает» [1]; лишение же российских СМИ компетентных местных источников (что уже сделано с эстонским вариантом «Спутника») объективно ухудшит качество контента этих СМИ по Эстонии, что было бы только на руку борцам с российской пропагандой. Продолжая военные аналогии, это примерно то же, что вынудить врага воевать старым оружием и вслепую.

Следует признать, что выражающие российскую точку зрения СМИ своими материалами об Эстонии и Прибалтике порой дают поводы для фактологической критики. В то же время контент-анализ выборки публикаций «Пропастопа» на русском показал, что в 60% случаев сайт не опровергал чужой контент, а скорее конвертировал его в свою пользу или предлагал контрнарративы. Борьба, таким образом, часто идёт на уровне ценностей и оценок. Прескриптивная, валюативная и нормативная часть контента [2] – это, по сути, и есть ставшая жупелом пропаганда, и ведётся она с обеих сторон. В этом противостоянии и медиадеятелям, и аудитории рано или поздно надо выбирать свою сторону.

Литература

1. Манойло А. В. Технологии современных информационных войн // Политическая наука. 2017. Спецвыпуск. С. 324 (доступ: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-sovremennyh-informatsionnyh-voyn>).

2. Прохоров Е. П. Введение в теорию журналистики: Учебник. М: Аспект Пресс, 2009. (доступ: <http://www.hi-edu.ru/e-books/xbook714/01/part-003.htm#i177>).

3. Рийсик М. Как отражали учения «Весенний шторм 2019» в российских СМИ // Солдат (журнал вооружённых сил Эстонии). 2019. N 4 (108). С. 47-49 (на эстон. яз., доступ: <https://issuu.com/sodur/docs/sodur0419>);

4 Теперик Д., Сенькив Г., Бертолин Г., Кононова Е., Дек А. Виртуальный русский мир в Балтии. 2018 (доступ: <https://kaitsen.ee/research/psiholingvisticheskij-analiz-profilej-i-publichnyh>).