

ФЕДОРОВ В. Г.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЧАСТОТЫ УПОМИНАНИЙ ПОНЯТИЙ «ФАШИЗМ»,
«НАЦИЗМ» И «НЕОНАЦИЗМ» В ИНФОРМАЦИОННОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

Аннотация. В работе рассматривается частота запросов таких ключевых слов, как «фашизм», «нацизм» и «неонацизм»; поднимается вопрос о том, возможно ли искажение и обесценивание академической сущности понятий при экспоненциальном возрастании частоты упоминания в информационном пространстве. Кроме того, затрагивается проблематика корреляции уровня употребления ключевых слов с законом Годвина.

Ключевые слова: фашизм, нацизм, неонацизм, ультраправые идеологии, закон Годвина, психология масс.

FEDOROV V. G.

**FREQUENCY OF REFERENCES TO THE CONCEPTS OF FASCISM, NAZISM
AND NEO-NAZISM IN INFOMEDIA: A COMPARATIVE ANALYSIS**

Abstract. The article examines the frequency of queries for such keywords as fascism, Nazism and neo-Nazism. The author raises the question of whether it is possible to distort and devalue the academic essence of concepts with an exponential increase in the frequency of mention in infomedia. In addition, the problems of correlation of the level of use of keywords with Godwin's law are touched upon.

Keywords: fascism, Nazism, neo-Nazism, ultra-right ideologies, Godwin's law, psychology of masses.

На протяжении последних десятилетий в отечественном информационном пространстве все громче звучит тема реабилитации фашистских, нацистских, неонацистских, ксенофобских постулатов. Проблема является серьезным основанием для ее систематического анализа, так как любое нацистское или околонацистское мировоззрение – деструктивный изъян общественной системы. На уровне информационного пространства, наполненного симулякрами, параллаксами и субъективными интерпретационными кейсами, возникает вопрос правильного понимания тех явлений, которым под силу вызвать бурный коллапс общественного переустройства, аномию и рост националистического холизма.

Источником информации большинства современных людей являются медиа-ресурсы: печатные и электронные периодические издания (газеты, афиши, статьи и др.), телевещательные ресурсы, глобальная сеть Интернет (социальные сети, форумы, базы данных и т.д.). Кроме того, каждый индивид обладает уникальным опытом, нормативно-аксиологическим ориентиром, собственной оценкой, градация которых соответствует

критериям мировоззренческой картины человека. В целом, человеческие представления выстраиваются на фундаменте уже существующей системы ценностей, культуры и коммуникативной сети, что ограничивает возможности к расширенному познанию за границами конкретного общественного союза. Таким образом, создаются установочные и стереотипные видения, нацеленные на манипулирование сознанием. Репрезентация частных случаев на общую систему порождает коренные искажения. Возникшие пробелы заполняются иными формами агрессивного и деструктивного характера. С распространением Интернета исконный вариант «правдивой» информации начал теряться в общем потоке информационного шума, искажаться, интерпретироваться и выходить в массы абсолютно в искаженном виде. Информационные войны создали целые не существующие вселенные: в трактовке Ж. Бодрийера – симулякры [1]. Во всей информационной ризоме, где любые эквиполетные и градуальные связи могут создаваться из ничего и становиться оплотом экземплификации, с дальнейшим обсуждением, дискурсом, полемикой возникает проблема поиска исконных и научно обоснованных трактовок.

На данный период времени была аккумулированная обширная база научных трудов, ориентированных на изучение вопроса генерализации антигуманных идеологий, в частности, ультраправых течений, к которым относятся фашизм, нацизм и неонацизм. Поиски ответов на акт принятия массами режима Б. Муссолини и А. Гитлера нашли свое отражение в работах классиков психологической мысли, а именно, З. Фрейда [5], В. Райха [3], К. Г. Юнга, Э. Фромма. Формы социального насилия, манипулятивные приёмы управления толпой, которые использовали ультраправые идеологии как первооснову своей философии, были описаны Г. Лебоном, В. Троттером, Л. Мартином, Р. Линтоном и др. Сущность тоталитарного режима нацистов интересовала Ф. Хайека, Х. Арндт, Х. Ортегу-и-Гассета [2]. Анализ виртуальной реальности, символических и нарративных искажений, транскоммунитивных сетей выражен в работах Ф. Гваттари, Ж. Делеза, Ж. Бодрийера [1], С. Жижека и др.

Данное исследование строится на основе сравнительного анализа объема употребления таких ключевых слов, как «фашизм», «нацизм», «неонацизм» в крупных отечественных электронных изданиях, а также популярности запросов в сети Интернет. Гипотеза исследования опирается на следующий тезис: частота употребляемых ключевых слов искажает и обесценивает академическую трактовку понятий, в результате чего слова «нацизм», «фашизм», «неонацизм», «нацист», «фашист» превратились больше в завуалированное ругательство, так как укоренившиеся в сознании человека зверства нацистов (Холокост, геноцид, антигуманизм) воспринимаются конструктом беспрецедентного «абсолютного зла».

В современном информационном пространстве можно наблюдать некорректное сравнение любых диктатур, военных хунт и автократий (а иногда и конституционно-правовых демократических режимов) с политикой Третьего Рейха. Такое отношение человека связано в первую очередь с особенностью психики: перцепция функционирует на основе уже имеющегося опыта. В результате у человека отсутствует мотивации фиксировать обновленный эмпирический материал, так как есть устоявшийся, соответствующий человеческой картине мира конструкт представлений. Здесь уместно упомянуть закон Годвина, сформулированный программистом М. Годвином в 1991 году и гласивший следующее: «По мере разрастания дискуссии вероятность употребления сравнения с нацизмом или Гитлером стремится к единице» [7].

Динамика средств транскомуникации, которая привела к глобальной и мгновенной передаче массивов разнородной информации, стала причиной рассеяния черт сущности ультраправых идеологии. Одни элементы подчеркивались очень ярко, иные, не представляющие интереса, упоминались гораздо реже, а некоторые вовсе не привлекали внимания массового потребителя. Через значительный промежуток времени складывался образ ультраправых, базированный не на фактологии, а на эмоциях, категоризации и на усвоенном информационном шуме, который воспринимается как пережитый лично социальный опыт, хотя самом деле – услышанный и зафиксированный в памяти от третьих лиц. Человек, окруженный потоками информационных волн, сталкивается с нагромождением мыслительных конструкций, от которого сознание стремится избавиться, в связи с чем подключается бессознательный механизм фильтрации. Фильтрация информации искажает исходный вариант, гипертрофирует до неузнаваемости, на выходе получается расщепленная картина. Индивид впадает в фрустрацию, атрибутирует информацию, достраивает по своему представлению исходный вариант образа, который никак не мог иметь подлинник. Если человек не способен достроить его самостоятельно, ему в этом помогает сторонние информационные шумы: окружение, газеты, телевизор, глобальные сети и многое другое.

Исходя из этого мы получаем примитивное, эмоциональное и искаженное видение самого страшного и опасного явления прошлого столетия в сознании масс. На практике данная гипотеза подтверждается законом Годвина. В 2005 г. англоязычный новостной ресурс «Slashdot» отметил действие данного закона в споре между финно-американским программистом Л. Торвальдсом и разработчиками GNOME [8]. Еще одним прогремевшим случаем подтверждающим закон Годвина была дискуссия, произошедшая в Твиттере 12 августа 2019 года: полемика дошла до того, что пользователь @DownTwist вынес «обвинительный приговор» самому М. Годвину и сравнил его с фигурой А. Гитлера [6].

Перейдем непосредственно к анализу крупных электронных изданий РФ. В качестве таковых были выбраны «Известия», «РИА Новости», «РТ», «Лента.ру», «Русская Газета», «Коммерсантъ» и «Ведомости». В этих СМИ в рамках убеждающей коммуникации используются понятия «нацизм», «фашизм», «неонацизм» и др. В целом, можно выделить 4 группы по упоминанию тех или иных формулировок: а) первая группа ссылается в своих речах на «фашизм»; б) вторая группа преимущественно опирается на «нацизм»; в) третья группа акцентирует внимание на «неонацизм»; г) четвертая группа способна употреблять ключевые слова рядом, смешивать категориально непохожие понятия, что провоцирует утрату отличительных черт, размывание границ между понятиями, когнитивный диссонанс в массовом сознании (реципиентов информации).

В таблице 1 собрана частота упоминаний в электронных СМИ терминов «фашизм», «нацизм», «неонацизм» за все время допустимой прослеживаемой динамики. В таблице 2 представлена частота упоминаний в электронных СМИ ключевых слов за последний год (01.02.2022–01.02.2023 гг.). Также в таблицы были включены такие второстепенные, но тесно связанные понятия, как «ксенофобия» и «расизм».

Таблица 1

Частота (v) упоминаний ключевых слов в материалах электронных СМИ (за все время)

| СМИ | Частота (v) упоминаний в материалах электронных СМИ по ключевым словам | | | | |
|----------------|--|--------|-----------|------------|--------|
| | фашизм | нацизм | неонацизм | ксенофобия | расизм |
| Известия | 1894 | 2257 | 336 | 711 | 1545 |
| РИА Новости | 7827 | 6139 | 1241 | 2829 | 5057 |
| РТ | ≤ 300 | ≤ 300 | 258 | ≤ 300 | ≤ 300 |
| Лента.ру | 1617 | 1746 | 235 | 101 | 2502 |
| Русская Газета | 3801 | 2715 | 481 | 1151 | 1622 |
| Коммерсантъ | ≤ 1000 | ≤ 1000 | 262 | ≤ 1000 | ≤ 1000 |
| Ведомости | 412 | 486 | 58 | 434 | 390 |

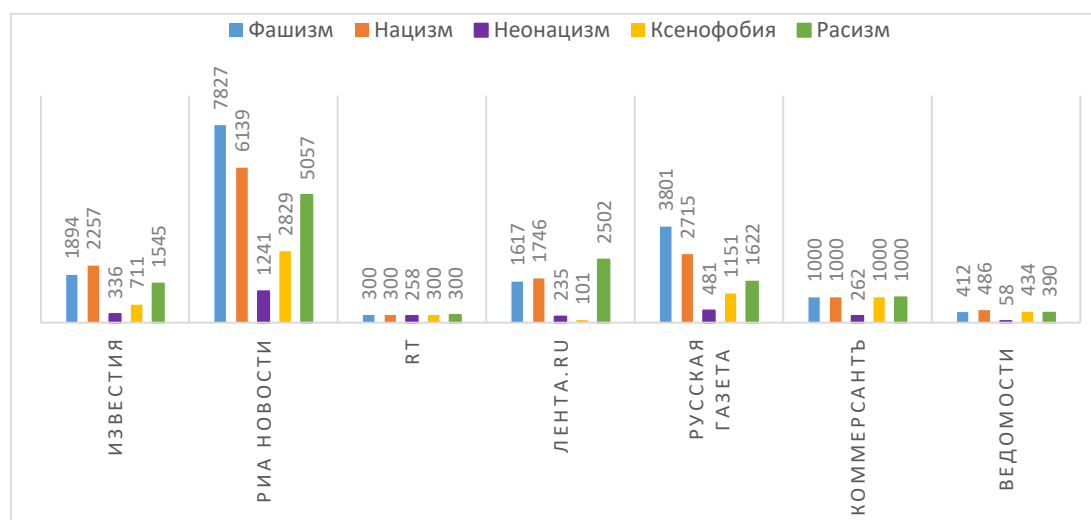


Рис. 1. Частота (v) упоминаний ключевых слов в материалах электронных СМИ (за все время).

**Частота (v) упоминаний ключевых слов
в материалах электронных СМИ за год (01.02.2022–01.02.2023 гг.)**

| СМИ | Частота (v) упоминаний в материалах электронных СМИ по ключевым словам | | | | |
|----------------|--|--------|-----------|------------|--------|
| | фашизм | нацизм | неонацизм | ксенофобия | расизм |
| Известия | 250 | 589 | 158 | 53 | 169 |
| РИА Новости | 671 | 1121 | 358 | 137 | 368 |
| РТ | 235 | 268 | 90 | 25 | 166 |
| Лента.ru | 157 | 353 | 85 | 5 | 190 |
| Русская Газета | 379 | 528 | 176 | 64 | 165 |
| Коммерсантъ | 184 | 320 | 47 | 31 | 91 |
| Ведомости | 35 | 85 | 26 | 14 | 45 |

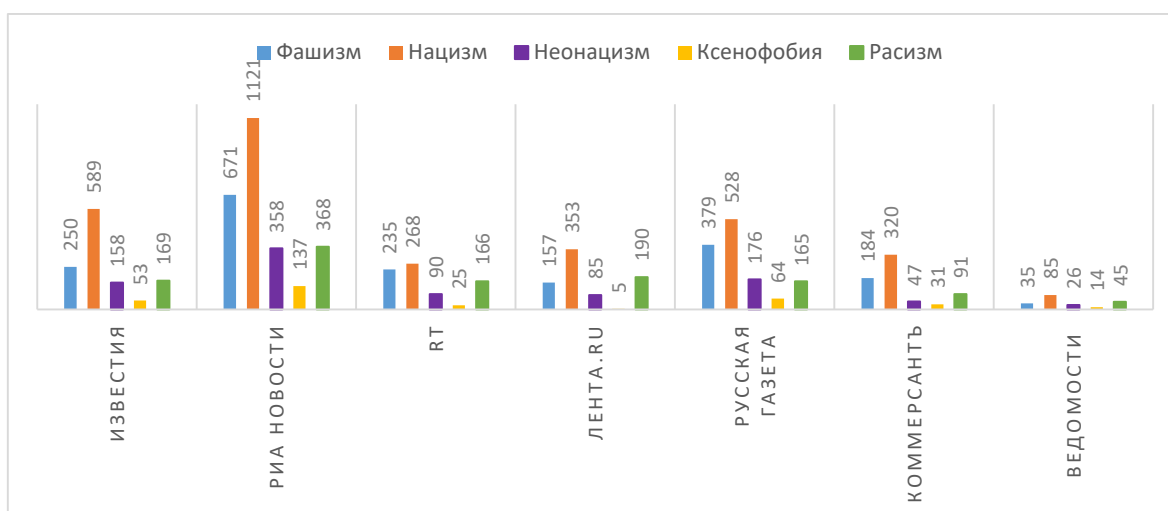


Рис. 2. Частота (v) упоминаний ключевых слов в материалах электронных СМИ
(01.02.2022–01.02.2023 гг.).

На фундаменте результатов, показанных на рис. 1, можно сформировать иерархию частоты упоминаний, где I – наибольшее количество упоминаний, а соответственно V – наименьшее количество упоминаний:

I. Фашизм; II. Нацизм; III. Расизм; IV. Ксенофобия; V. Неонацизм.

По аналогии с предыдущим примером отобразим иерархию частоты упоминаний, исходя из полученных данных диаграммы 2.

I. Нацизм; II. Фашизм; III. Расизм; IV. Неонацизм; V. Ксенофобия.

Таким образом, за ближайший год федеральные информационные ресурсы стали намного чаще использовать в своих материалах слово «нацизм», тогда как «фашизм» ушло на второе место. Также СМИ за предыдущий год стали уделять внимание больше «неонацизму», однако уровень упоминаний данного термина не превысил уровень «расизма». «Ксенофобия» опустилась с четвертого пункта до пятого.

Далее будет целесообразным рассмотреть уровень частоты поисковых запросов ключевых слов в сети Интернет среди жителей Российской Федерации. В качестве

основополагающего поискового сайта была выбрана платформа «Google». С помощью опции «Google Trends» возможно сравнивать между собой задаваемые поисковые индикаторы, отслеживать динамику их популярности: уровень интереса к теме по отношению к наиболее высокому показателю в таблице для определенного региона и периода времени. 100 баллов означают наивысший уровень популярности запроса, 50 – уровень популярности запроса, вдвое меньший по сравнению с первым случаем. 0 баллов означает местоположение, по которому недостаточно данных о рассматриваемом запросе.

Индикаторами запроса для сравнения выступили ключевые слова: «фашизм», «нацизм», «неонацизм», «ксенофобия» и «расизм». Дополнительными, но значимыми основаниями сравнения выступили такие параметры как: страна, датировка охвата поиска, категория охвата поиска и форма поиска. В нашем случае: а) страна – РФ; б) датировка охвата поиска – за 12 месяцев; в) категория охвата поиска – все категории; г) форма поиска: веб-сайт (веб-поиск).

В ходе обработки сравнительных данных был сконфигурирован следующий график (рис. 3):

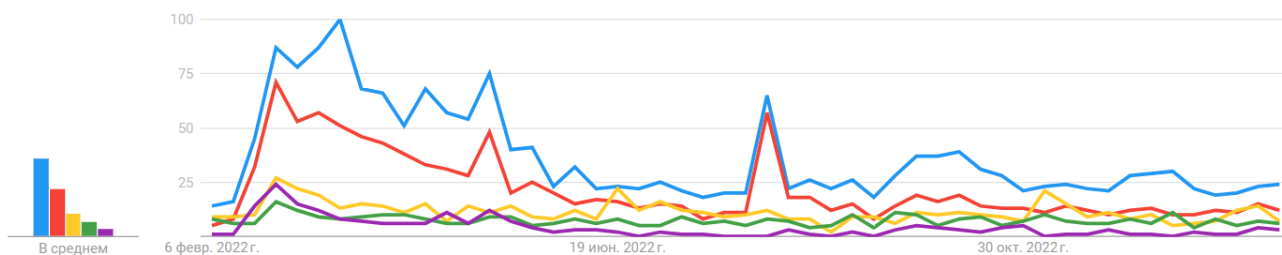


Рис. 3. График зависимости частоты поисковых запросов в темпоральной динамике (01.02.2022–01.02.2023 гг.).

Самым распространенным запросом на протяжении всего годового цикла у посетителей сети Интернет оставалось ключевое слово «фашизм», второе место занял «нацизм», третье – «ксенофобия», четвертое – «расизм» и пятое – «неонацизм». «Неонацизм» на момент февраля 2022 г. поднялся в частоте поисковых запросов на четвертое место, но в дальнейшей временной динамике опустился обратно на пятое место.

Кроме того, по каждому из ключевых слов есть «топ» схожих запросов. Для «топа» используется стобалльная шкала, где 100 – самые популярные темы, 50 – темы, которые ищут в два раза реже, чем самые популярные, и так далее.

– топ похожих запросов, связанных с «фашизмом»: 1. фашизм на Украине; 2. фашизм это простыми словами; 3. либералы; 4. Ильин; 5. Бандера; 6. нацизм значение; 7. современный фашизм; 8. фашизм 14 признаков; 9. необыкновенный фашизм; 10. 14 признаков фашизма.

– топ похожих запросов, связанных с «нацизмом»: 1. *нацизм на Украине*; 2. *Бандера*; 3. *демократия*; 4. *нацизм это значение*; 5. *Азов*; 6. *либералы это*; 7. *демократия это*; 8. *фашист*; 9. *Бандера это*; 10. *нацизм синоним*.

– топ похожих запросов, связанных с «неонацизмом»: 1. *неонацизм на Украине*; 2. *Азов*; 3. *что такое нацизм*; 4. *Бандера*; 5. *нацист это*; 6. *что такое неонацизм*; 7. *нацизм* [4].

Полученные данные можно интерпретировать с позиции того, что заинтересованных пользователей волнует сущностные и объяснительные аспекты, поэтому некоторые запросы звучат в виде вопросов «что это такое?», т.е. определяют значение явления, сравнение с другим явлением. Наименьшим распространением отличается термин «неонацизм». Аналогичная картина отношения к «неонацизму» отражена у федеральных СМИ, где ключевое слово пользуется низкой частотой упоминания. В связи с этим можно сделать вывод, что «неонацизм» мало кем точно воспринимаемое явление, которое стараются очень редко использовать в своих колонках или в целом не упоминать его.

На графике пятилетней динамики запросов в России видно, что наибольшей пик упоминания ключевых слов «нацизм» и «фашизм» пришел на 2022 год, что непосредственно связано с началом 24 февраля специальной военной операции. Неудивительно, что топ всех запросов открывают такие формулировки, как «фашизм на Украине», «нацизм на Украине» и «неонацизм на Украине». Подобные формулировки реципиенты восприняли из федеральных СМИ, но в условиях возникшей фрустрации и нехватки информации, стремясь самостоятельно достроить кусочки образа в своем сознании, люди, несомненно обращались к поиску данных в глобальной сети.

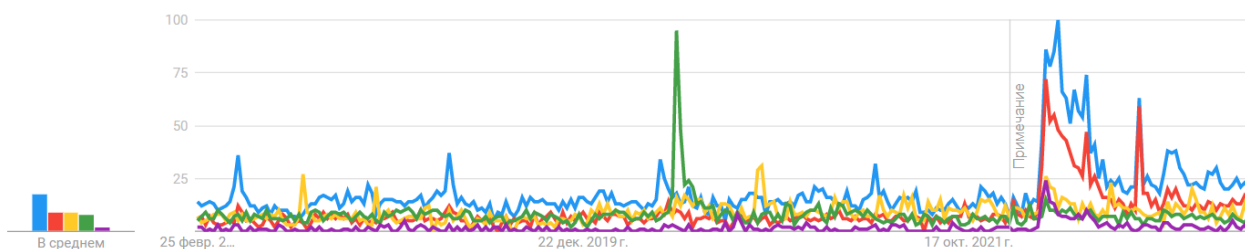


Рис. 4. График зависимости частоты поисковых запросов в темпоральной динамике (01.02.2018–01.02.2023 гг.).

В завершении требуется обобщить, что за последнее время интерес федеральных СМИ и рядовых пользователей сети Интернет к пониманию сущности фашизма, нацизма и неонацизма возрос, что нашло отражение в проведенном комплексном сравнительном

анализе. Однако не каждый человек склонен к подробному и глубокому анализу ультраправых идеологических течений и в большей степени принимает полученную информацию как единственно верную. Здесь уже закон Годвина будет функционировать не в рамках локального спора, а между индивидом и массами, между альтернативной точкой зрения и общепринятым фактом, между индивидуализацией (рационально обоснованной позицией) и коллективизмом (эмоционально преждевременным видением), в рамках которого границы допустимых сравнений могут быть стерты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / пер. А. Качалова. – М.: Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. – 240 с.
2. Ортега-и-Гассет Х. Восстание Масс. – М.: АСТ, 2001. – 509 с.
3. Райх В. Психология масс и фашизм. – М.: АСТ, 1997. – 379 с.
4. Сравнение индикаторов: фашизм, нацизм, неонацизм, расизм, ксенофобия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://trends.google.com/trends> (дата обращения 02.02.2023).
5. Фрейд З. Психология масс и анализ человеческого «Я». – М.: АСТ, 2018. – 320 с.
6. Godwin M. About comparing to Hitler [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://web.archive.org/web/20211007091837/https://twitter.com/sfmnemonic/status/1160921698142760961> (дата обращения 21.01.2023).
7. Godwin M. As a Usenet discussion grows longer, the probability of a comparison involving Nazis or Hitler approaches one [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://groups.google.com/group/rec.arts.sf-lovers/msg/84426456ad1724f2> (дата обращения 01.02.2023).
8. Godwin's Law Invoked in Linus/Gnome Spat [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://tech.slashdot.org/story/07/02/17/0219225/godwins-law-invoked-in-linusgnome-spat> (дата обращения 20.01.2023).