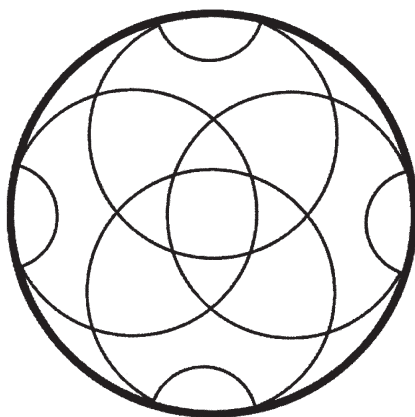

ISSN 2311-3065 (print)
ISSN 2311-3332 (online)



КОММУНИКОЛОГИЯ

COMMUNICOLOGY (RUSSIA)

Том 11 № 4 2023
Vol. 11 No 4 2023



КОММУНИКОЛОГИЯ

Международный научный журнал

DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4

ISSN 2311-3065 (print)

ISSN 2311-3332 (online)

Решением президиума Высшей аттестационной комиссии (ВАК) Министерства образования и науки РФ журнал «Коммуникология» включен в перечень рецензируемых научных изданий по следующим научным специальностям: 5.4.1. Теория, методология и история социологии (социологические науки); 5.4.2. Экономическая социология (социологические, экономические науки); 5.4.4. Социальная структура, социальные институты и процессы (социологические науки); 5.4.5. Политическая социология (социологические, политические науки); 5.4.6. Социология культуры (социологические науки); 5.4.7. Социология управления (социологические науки); 5.5.1. История и теория политики (политические науки); 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии (политические науки); 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (политические, социологические, филологические, философские науки); 5.10.1. Теория и история культуры, искусства (искусствоведение, культурология, философские науки).

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор): свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-54393 от 10.06.2013 г. Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering — ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN 2311-3065 (print), ISSN 2311-3332 (online).

«Коммуникология» предоставляет непосредственный открытый доступ к своему контенту исходя из следующего принципа: свободный открытый доступ к результатам исследований способствует увеличению глобального обмена знаниями. Включён в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ), Всероссийского института научной и технической информации Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), EBSCO, Ulrich's International Periodical Directory (UlrichsWeb), научной электронной библиотеки «КиберЛенинка», ICI Journals Master List (Copernicus).

Публикуемые материалы прошли процедуру рецензирования и экспертного отбора.

Категория информационной продукции «16+»

Том 11. № 4, октябрь-декабрь 2023 г.

Издается с 2013 г.

Выходит 4 раза в год

Почётный редактор:

Фламгольц Э. – доктор наук, профессор Школы менеджмента Университета Калифорнии в Лос-Анджелесе (UCLA), основатель и президент консалтинговой корпорации Management Systems Consulting Corporation, г. Лос-Анджелес, США.

Главный редактор:

Шарков Ф.И. – председатель редколлегии, доктор социологических наук, профессор, заместитель декана факультета журналистики, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИГСУ РАНХиГС), заслуженный деятель науки РФ, г. Москва, Российская Федерация.

Редакционная коллегия:

Кириллина Н.В. – заместитель главного редактора – выпускающий редактор, кандидат социологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИГСУ РАНХиГС), г. Москва, Российская Федерация.

Беллозо Х. – международный эксперт по корпоративной стратегии и стратегии развития территорий, брендингу и международному продвижению, основатель и глава консультационной компании «Future Places», г. Барселона, Испания.

Бука С. – доктор экономических наук, профессор, соучредитель Балтийской международной академии, г. Рига, Латвийская Республика.

Гарванов И. – доктор наук, профессор, проректор Университета библиотековедения и информационных технологий, г. София, Болгария.

Джафаров Д. – доктор наук, профессор, ректор Азербайджанского государственного педагогического университета, г. Баку, Азербайджан.

Кашаф Ш.Р. – научный сотрудник Центра изучения Центральной Азии, Кавказа и Урало-Поволжья Института востоковедения РАН, г. Москва; научный сотрудник Ресурсного центра по развитию исламского и исламоведческого образования Института международных отношений, истории и востоковедения Казанского федерального университета, г. Казань, Российская Федерация.

Ки Ён Су – профессор Университета иностранных языков Хангук, Президент Корейско-Российской Ассоциации (KORUSS), г. Сеул, Республика Корея.

Киричек П.Н. – доктор социологических наук, профессор кафедры журналистики Московского гуманитарного университета, г. Москва, Российская Федерация.

Кравченко С.А. – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой социологии Московского государственного института международных отношений (Университет), г. Москва, Российская Федерация.

Кузнецов В.Ф. – доктор политических наук, профессор кафедры связей с общественностью Института гуманитарного образования, г. Москва, Российская Федерация.

Ле Нгок Хунг – PhD (Soc.), заместитель директора Института социологии Государственной административно-политической Академии имени Хо Ши Мина, г. Ханой, Вьетнам.

Максимович Г. – PhD (Philos), профессор, декан Философского факультета Университета г. Ниш, Сербия.

Мамедов Н.М. – доктор философских наук, профессор, директор Института глобализации и устойчивого развития Московского независимого эколого-политологического университета, г. Москва, Российская Федерация.

Назарова Е.А. – доктор социологических наук, профессор, заместитель заведующего кафедрой общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Попов В.Д. – доктор философских наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Международного университета природы, общества и человека, г. Дубна. Российская Федерация.

Гвинн П. – профессор университета Клемсона, г. Клемсон, США.

Садохин А.П. – доктор культурологических наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, г. Москва, Российская Федерация.

Станишич В. – доктор филологических наук, профессор кафедры южнославянских языков филологического факультета Белградского университета, г. Белград, Республика Сербия.

Старк Е. – PhD, Почетный профессор Школы общественных дел и управления Университета Рутгерс, г. Вудбридж, США.

Сулейманова Ш.С. – доктор политических наук, профессор кафедры общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Танака Ю. – почетный профессор Университета Рюкоку, г. Рюкоку, Япония.

Уколова Л.Е. – доктор филологических наук, профессор, заведующая кафедрой «Реклама и связи с общественностью в высокотехнологичных отраслях», Институт иностранных языков Московского авиационного института (национального исследовательского университета), г. Москва, Российская Федерация.

Шубрт И. – доктор философии, профессор, заведующий кафедрой истории социологии факультета гуманитарных исследований Карлова университета, г. Прага, Чехия.

Сотрудник редакции:

Рюмшин С.А. – ответственный секретарь.

Журнал аффилирован с Международной академией коммуникологии и факультетом журналистики ИГСУ Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; декан факультета ИГСУ РАНХиГС – заместитель председателя редакционного совета журнала «Коммуникология», доктор политических наук, профессор В.В. Силкин.

Формат: 70x100/16, бумага: офсет №1 – 80г/м², тираж 500 экз.

© Оформление, макет, верстка: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°»

Журнал распространяется под открытой лицензией Creative Commons BY 4.0

Авторские права на публикации принадлежат авторам

Международная академия коммуникологии, г. Москва

Редакционный совет:***Председатель редакционного совета:***

Сафонов А.Л. – доктор экономических наук, профессор, проректор по стратегии и работе с органами власти Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация.

Заместители председателя редакционного совета:

Силкин В.В. – заместитель председателя редакционного совета, доктор политических наук, профессор, декан факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Шарков Ф.И. – заместитель председателя, доктор социологических наук, профессор, заместитель декана факультета журналистики, заведующий кафедрой общественных связей и медиаполитики ИГСУ РАНХиГС, заслуженный деятель науки РФ, г. Москва, Российская Федерация.

Алексеев Ю.В. – заместитель председателя, кандидат психологических наук, профессор, член-корреспондент РАН, г. Москва, Российская Федерация.

Члены редакционного совета:

Аверин А.Н. – доктор философских наук, профессор кафедры философии философско-социологического факультета Института общественных наук, РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Антипов К.В. – доктор экономических наук, профессор, проректор по интеграции, директор Высшей школы печати и медиаиндустрии Московского политехнического университета, г. Москва, Российская Федерация.

Астафьева О.Н. – доктор философских наук, профессор кафедры ЮНЕСКО, РАНХиГС, директор центра «Гражданское общество и социальные коммуникации», г. Москва, Российская Федерация.

Байменов А. – кандидат технических наук, Председатель Агентства Республики Казахстан по делам государственной службы, г. Астана, Республика Казахстан.

Богатырева Т.Г. – доктор культурологии, профессор, эксперт института «Высшая школа государственного управления» РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация.

Бочаров М.П. – доктор социологических наук, профессор, заместитель генерального директора Института региональных проблем, г. Москва, Российская Федерация.

Вукичевич С. – доктор философии, профессор философского факультета Университета Черногории, г. Подгорица, Черногория.

Евстафьев В.А. – доктор филологических наук, профессор, академик РАН, вице-президент Ассоциации коммуникативных агентств России (АКАР), г. Москва, Российская Федерация.

Запесоцкий А.С. – доктор культурологии, профессор, член-корр. РАН, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Зорин В.Ю. – доктор политических наук, профессор, заместитель директора Института этнологии и антропологии РАН, член Совета по межнациональным отношениям при Президенте Российской Федерации, г. Москва, Российская Федерация.

Ивченков С.Г. – доктор социологических наук, декан социологического факультета Саратовского государственного университета имени Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, Российская Федерация.

Казотаки-Гатополоу А. – профессор Афинского университета, доктор философии, г. Афины, Греческая Республика.

Минаева Л.В. – доктор филологических наук, заслуженный профессор МГУ им. М.В. Ломоносова, действительный член Академии педагогических и социальных наук, президент Ассоциации преподавателей по связям с общественностью, г. Москва, Российская Федерация.

Михайлов В.А. – доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой национальных и федеративных отношений ИГСУ РАНХиГС, заслуженный деятель науки РФ, г. Москва, Российская Федерация.

Пихоя Р.Г. – доктор исторических наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института российской истории РАН, г. Москва, Российская Федерация.

Чумиков А.Н. – доктор политических наук, профессор, главный научный сотрудник Института социологии РАН, профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета, генеральный директор Агентства «Международный пресс-клуб Чумиков PR и консалтинг», г. Москва, Российская Федерация.

Шабров О.Ф. – доктор политических наук, профессор, президент Академии политических наук, г. Москва, Российская Федерация.

By the decision of the Presidium of the Higher Attestation Commission (VAK) of the Ministry of Education and Science of Russia "Communicology" is included in the list of peer-reviewed scientific journals in the following scientific specialties: 5.4.1. Theory, methodology and history of sociology (sociology); 5.4.2. Economic sociology (sociology, economic sciences); 5.4.4. Social structure, social institutions and processes (sociology); 5.4.5. Political sociology (sociology, political sciences); 5.4.6. Sociology of culture (sociology); 5.4.7. Sociology of management (sociology); 5.5.1. History and theory of politics (political sciences); 5.5.2. Political institutions, processes, technologies (political sciences); 5.9.9. Mass communications and journalism (sociology, philosophy, political and philological sciences); 5.10.1. Theory and history of culture and art (art history, cultural studies, philosophy).

The journal is registered by the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technologies and Mass Media (Roskomnadzor): cert. No. FS 7754393, 06/10/2013 and by the International Center for Standard Serial Numbering (ISSN)) with assignment of the international standard number ISSN 2311-3065 (print), ISSN 2311-3332 (online).

"Communicology" provides immediate open access to the content based on the following principle: free open access to research results increases the global exchange of knowledge. Included in the databases of the Russian Science Citation Index (RSCI), the All-Russian Institute of Scientific and Technical Information of the Russian Academy of Sciences (VINITI RAS), EBSCO, Ulrich's International Periodical Directory (UlrichsWeb), the scientific electronic library "CyberLeninka", ICI Journals Master List (Copernicus) .

Information product category «16+»

Volume 11. No. 4. October-December 2023

Published since 2013

(4 issues per year)

Honorary Editor:

Eric G. Flamholtz – Ph.D., professor at UCLA Anderson School of Management, Founder and President of Management Systems Consulting Corporation. Los Angeles, United States.

Chief Editor:

Felix I. Sharkov – D.Sc. (Soc.), Prof., Head of the Editorial Board, Deputy Dean of Journalism Department, Head of the Public Relations and Media Policy Chair of the Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Honored Scientist of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

Editorial Board:

Natalia V. Kirillina – Executive Editor, Cand. Sc. (Soc.), associate prof. at the chair of Public Relations and Media Policy, RANEPA. Moscow, Russian Federation.

Juan C. Belloso – International Expert on Corporate Strategy and the Strategy of Territorial Development, Branding and International Promotion, Future Places agency Director & Founder, advisor to the City Council of Barcelona. Barcelona, Spain.

Stanislav A. Buka – D.Sc. (Econ.), Prof., Co-Founder of the Baltic International Academy. Latvia, Riga.

Le Ngoc Hung – Ph.D. (Soc.), Prof., Deputy Director of Sociology, Ho Chi Minh National Political Academy. Hanoi, Vietnam.

Jafar M. Jafarov – D.Sc., Prof., Rector of Azerbaijan State Pedagogical University. Baku, Azerbaijan.

Shamil R. Kashaf – research associate of the Center of studies of Central Asia, Caucasus and Ural-Volga region, Institute of Oriental Studies of Russian Academy of Sciences, Moscow; Researcher of the Resource Center for the Development of Islamic Studies of the Institute of International Relations, History and Oriental Studies, Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation.

Ki En Su – Prof., Hankuk University of Foreign Studies (HUFS), President of the Korean-Russian Association (KORUSS). Korea, Seoul.

Petr N. Kirichek – D.Sc. (Soc.), Prof. of the Department of journalism of the Moscow Humanitarian University. Moscow, Russian Federation.

Sergey A. Kravchenko – Dr. Sc. (Philos.), Prof., Head of Department of Sociology, Moscow State Institute of International Relations, Ministry of Foreign Relations (MGIMO – University). Moscow, Russian Federation.

Vadim F. Kuznetsov – D.Sc. (Pol.), Prof. of the Department of public relations of the Institute of humanitarian education. Moscow, Russian Federation.

Goran Maksimovich – Ph.D. (Philos.), Prof., Dean of Philosophy Department, University of Nis. Nis, Serbia.

Nizamy M. Mamedov – D.Sc. (Philos.), Prof., Director of the Institute of globalization and sustainable development, Moscow Independent Ecological-Political University. Moscow, Russian Federation.

Elena A. Nazarova – D.Sc. (Soc.), Prof., Deputy Head of Public Relations and Media Policy Chair, RANEPA. Moscow, Russian Federation.

Vladimir D. Popov – D.Sc. (Philos.), Prof. of chair of state and municipal management of International University of nature, society and man. Dubna, Russian Federation.

Gvynn Powell – Ph.D. (Pedag.), Professor of the Clemson University. Clemson, USA.

Aleksandr P. Sadokhin – D.Sc. (Cult.), Prof. at Journalism Department, RANEPA. Moscow, Russian Federation.

Vanja Stanishich – Ph.D., Prof. of South Slavic Languages Department of Philological Faculty of the University of Belgrade. Serbia, Belgrade.

Evan Stark – Ph.D. (Philos.), Prof. Emeritus, School of Public Affairs and Administration, Rutgers University. Woodbridge, CT, USA.

Shukran S. Suleymanova – D.Sc. (Pol.), Prof. at the chair of the Public Relations and Media Policy, RANEPA.

Yuso Tanaka – Prof. Emeritus Ryukoku University. Ryukoku, Japan.

Lidiya E. Ukolova – D.Sc. (Philol.), Professor, head of Department of advertising and public relations at the Institute of Foreign Languages, Moscow Aviation Institute (National Research University). Moscow, Russian Federation.

Jiri Subrt – D.Sc. (Philos.), Professor, head of chair of history of sociology of the faculty of humanitarian studies of Charles University. Prague, Czech Republic.

Organizational and management team of the editorial board

Sergey A. Ryumshin – executive secretary.

Editorial Council:

Chairman of the Editorial Council:

Aleksandr L. Safonov – D.Sc. (Econ.), Prof., Vice-Rector for strategy and government relations of the Financial University under the Government of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

Vice-Chairmen of the Editorial Council:

Vladimir V. Silkin – D.Sc. (Pol.), Prof., Deputy Chairman of the Editorial Council, Dean of Journalism Department (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Felix I. Sharkov – D.Sc. (Soc.), Prof., Deputy Chairman of the Editorial Council, Deputy Dean of Journalism Department, Head of the Public Relations and Media Policy Chair of the Institute of Public Administration and Civil Service, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Honored Scientist of the Russian Federation. Moscow, Russian Federation.

Yuriy V. Alekseev – Cand. Sc. (Psychol.), Prof., Corresponding Member of the Russian Academy of Natural Sciences. Moscow, Russian Federation.

Editorial Council:

Alexander N. Averin – D.Sc. (Philos.), Prof. at the chair of philosophy, Philosophy and Sociology Department, Institute of Social Sciences (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Konstantin V. Antipov – D.Sc. (Econ.), Prof., Vice-rector for integration, Director of the graduate school print and media industry of the Moscow Polytechnical University (Polytech Moscow). Moscow, Russian Federation.

Olga N. Astafieva – D.Sc. (Philos.), Prof. at UNESCO Dept. of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, head of Civil Society and Social Communications Centre. Moscow, Russian Federation.

Alikhan M. Baymenov – Cand. Sc. (Tech.), Chairman of the Agency of the Republic of Kazakhstan for Civil Service Affairs. Astana, Republic of Kazakhstan.

Tatiana G. Bogatyreva – D.Sc. (Cult.), professor, expert at Higher School of Public Administration, RANEPA, Moscow, Russian Federation.

Mikhail P. Bocharov – D.Sc. (Soc.), Prof., Deputy General Director of the Institute of Regional Problems. Moscow, Russian Federation.

Aleksandr N. Chumikov – D.Sc. (Pol.), Prof., Prof., Chief Researcher of the Institute of Sociology of Russian Academy of Sciences, professor of the Department of communication technologies at Moscow State Linguistic University, General Director of Chumikov PR and Consulting, Chairman of the Committee of Professional Education and Certification of the Russian Association of Public Relations. Moscow, Russian Federation.

Vladimir A. Evstafyev – D.Sc. (Philol.), Prof., Member of Russian Academy of Natural Sciences, Vice-President of the Association of Communicative Agencies of Russia. Moscow, Russian Federation.

Sergey G. Ivchenkov – D.Sc. (Soc.), Professor, Dean of the Faculty of Sociology, Saratov State University. Saratov, Russian Federation.

Argiro Kasotaki-Gatopoulou – D. Sc. (Philos.), Prof. of the University of Athens. Greece, Athens.

Ludmila V. Minaeva – D.Sc. (Philol.), Prof., Member of the Academy of Pedagogical and Social Sciences, President of the Public Relations Association. Moscow, Russian Federation.

Vyacheslav A. Mikhailov – D.Sc. (Hist.), Prof., Head of National and Federal Relations Department (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Rudolf G. Pihoya – D.Sc. (Hist.), Prof., Principal Researcher of the Institute of the Russian History, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russian Federation.

Oleg F. Shabrov – D.Sc. (Pol.), Prof. Head of the Politology and Policy Management Department (RANEPA). Moscow, Russian Federation.

Slobodan Vukicevic – D.Sc., Prof. University Crne Gore. Podgorica, Montenegro.

Aleksandr S. Zapesotskiy – D.Sc. (Cult.), Prof. Correspondent Member of the Russian Academy of Sciences. St. Petersburg, Russian Federation.

Vladimir Y. Zorin – D.Sc. (Pol.), Prof., Deputy Director of the Institute of Ethnology and Anthropology, Russian Academy of Sciences. Moscow, Russian Federation.

■ ■ ■ СОДЕРЖАНИЕ

■ Медиакommunikации и журналистика (политические науки)

Ли Инин

Феномен политического доверия в виртуальных сообществах
(на материалах сетевых медиа Китая во время пандемии Covid-19)
(статья на английском языке) 13

Лай Л.

Политическая ориентация как системная характеристика медиа:
на примере древних китайских газет. 25

■ Медиакommunikации и журналистика (социологические науки)

Андриянова Т.В.

Социологическое измерение медийных взаимодействий:
современное состояние и авторский дизайн изучения 39

Кириллина Н.В. Фабричных М.А.

Характеристики медиапространства: влияние на поляризацию
мнений аудитории 51

Авакова Э.Б., Кузнецов А.А.

Подготовка медиаспециалистов в области социальной
коммуникации 60

■ Медиакommunikации и журналистика (филологические науки)

Глуценко О.А., Наумов Т.А.

Мониторинг продвижения культурно-образовательного проекта
в цифровой среде 71

Половинкина О.С.

Специфика конфликтогенов в художественном дискурсе
(на материале романа В. Сорокина «Теллурия») 82

Зайцев А. В., Ахунзянова Ф. Т.

Типология фейков о спецоперации на Украине в цифровой
публичной сфере. 100

■ Социальная структура, социальные институты и процессы

Панова Е.В.

Роль коммуникации в устойчивом развитии территории
(на примере Байкальской природной территории). 113

Попов Д.Г., Холод А.В.

Комплексный анализ восприятия мест памяти жителями
Санкт-Петербурга 131

Баженов Е.Н.

Местные сообщества как основа сохранения культурного
многообразия современной России: подходы к исследованию 148

■ История и теория политики

Беляева Е.В.

Политическая карикатура в современном мире:
понятие и сущность 162

Биккинина Д.Д.

Дискурс политических взглядов Джорджи Мелони
в отношении семейных ценностей 171

Хубежова З.А.

Манипулятивные приемы в формировании медиаповестки
на примере телеканала Euronews 183

■ ■ ■ CONTENTS

■ Mediacommunications and Journalism (political science)

Li Y.

The phenomenon of political trust in virtual communities
(based on the materials of Chinese social networks during
the Covid-19 pandemic) (*in English*)14

Lai L.

Political orientation as a characteristic of media: on the example
of ancient Chinese newspapers36

■ Mediacommunications and Journalism (sociology)

Andriyanova T.V.

The sociological dimension of media Interactions:
current state and author's design of the study48

Kirillina N.V., Fabrichnykh M.A.

Characteristics of modern media: the influence on the polarization
of opinions in network communications

Avakova E.B., Kuznetsov A.A.

Training of media specialists in the field of social communication67

■ Mediacommunications and Journalism (philological sciences)

Glushchenko O.A., Naumov T.A.

Monitoring the promotion of cultural and educational projects
in digital environment79

Polovinkina O.S.

The specificity of conflict triggers in fine literature discourse
(based on Telluria novel by Vladimir Sorokin)96

Zaitsev A.V., Akhunzianova F.T.

Typology of fakes about the special operation in Ukraine in the digital
public sphere. 108

■ Social Structure, Social Institutions and Processes

Panova E.V.

The role of communication in sustainable development of the territory
(case of the Baikal natural territory) 127

Popov D.G., Kholod A.V.

Comprehensive analysis of the perception of commemoration sites by
St. Petersburg Residents 145

Bazhenov E.N.

Local communities as the basis for preserving the cultural diversity
of modern Russia: methodological approaches 157

■ History and Theory of Politics

Belyaeva E.V.

The concept and the essence of political cartoon in the modern world 168

Bikkinina D.D.

Discourse on family values in public policy
(content-analysis of the statements of Giorgia Meloni) 180

Khubezhova Z.A.

Manipulative techniques in shaping the political agenda
(on the example of Euronews channel) 191

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (политические науки)

MEDIACOMMUNICATIONS AND JOURNALISM (political science)

■ ■ ■ Феномен политического доверия в виртуальных сообществах (на материалах сетевых медиа Китая во время пандемии Covid-19)

Ли Инин

Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ), Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. Политическое доверие является барометром эффективности национального управления, связующим звеном в отношениях между народом и правительством и играет роль политического стабилизатора. Актуальность данной темы обусловлена тем, что сегодня сетевые виртуальные пространства, такие как Weibo и форумы, выполняя коммуникационные функции, способны рассеивать или восстанавливать доверие к правительству, предлагая аудитории для обсуждения форму вопросов и ответов, развеивая сомнения и отвечая на критику, что оказывает влияние на политическую медиазкологию. В статье представлены критический обзор литературы и результаты мониторинга СМИ (сетевых сообществ Китая). Проанализировано проявление «конфронтационного» (конфликтного) дискурса виртуальных сообществ в сетевых медиа в условиях пандемии нового коронавируса и инфодемии. Рассмотрены способы восстановления политического доверия сетевых виртуальных сообществ в контексте инфодемии: (1) включение правительством в сферу национального управления сетевого виртуального пространства и открытие двунаправленных каналов для эффективного взаимодействия с общественностью; (2) улучшение качества дискурса в сетевом пространстве; (3) выполнение сетевыми медиа своих социальных обязанностей, обеспечивая при этом качество сетевого информационного контента.

Ключевые слова: политическое доверие, виртуальные сообщества, конфронтационный дискурс, сетевые медиа, пандемия Covid-19

Для цитирования: Ли И. Феномен политического доверия в виртуальных сообществах (на материалах сетевых медиа Китая во время пандемии Covid-19) // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 13-24. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-13-24.

Сведения об авторе: Ли Инин – аспирант Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций», Санкт-Петербургский государственный университет. Адрес: 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9. E-mail: yingyingli2701@outlook.com. OCRID: 0000-0001-6444-7627.

Статья поступила в редакцию: 02.10.2023. *Принята к печати:* 12.11.2023.

■ ■ ■ The phenomenon of political trust in virtual communities (based on the materials of Chinese social networks during the Covid-19 pandemic)

Li Yingying

Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

Abstract. Political trust is a barometer of the effectiveness of national governance, a link in the relationship between the people and the Government, and plays the role of a political stabilizer. The relevance of this topic conditioned by the fact that in the Internet era, 'when everyone 'holds a microphone' on the network media in the context of the Covid-19 pandemic, communication in the network virtual spaces such as Weibo and forums is capable of dissipating and restoring trust in governments in the form of questions, doubts and criticism, which has an impact on political media ecology as a whole. The paper is based on the media monitoring of the network communities in China. The author analyses the forms of manifestation of the confrontational (conflict-prone) discourse of virtual communities in the context of the pandemic of the New Corona virus and the following 'infodemic', and considers the ways of restoring the political trust of network virtual communities within this context, whereas: (1) the government should include the network virtual space in the sphere of national governance in order to open bidirectional channels for good communication with the masses; (2) the quality of discourse in the network space of the virtual community should be improved; (3) the network media should fulfill their social responsibilities, while ensuring the quality of the content.

Keywords: political trust, virtual communities, confrontational discourse, network media, Covid-19 pandemic

For citation: Li Y. (2023). The phenomenon of political trust in virtual communities (based on the materials of Chinese social networks during the Covid-19 pandemic). *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 13-24. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-13-24.

Inf. about the author: Li Yingying – postgraduate student of the “Higher School of Journalism and Mass Communications”, Saint Petersburg State University. Address: 199034, Russia, Saint Petersburg, Universitetskaya emb., 7-9. E-mail: yingyingli2701@outlook.com. OCRID: 0000-0001-6444-7627.

Received: 02.10.2023. *Accepted:* 12.11.2023.

Introduction. The Covid-19 pandemic, which radically changed the life of the entire planet, has set new challenges for researchers. And every outbreak of infectious diseases in history caused infodemic at the same time. The most typical case is an

¹ Путин: Сила государства не в тотальном контроле и мощи армии, а в доверии граждан (Putin: The strength of the state is not in total control and the power of the army, but in the trust of citizens) // Комсомольская правда, 22.10.2020 [el. source]: <https://www.kp.ru/online/news/4056674/?ysclid=lq4wso5g84785323188> (accessed 22.10.2020).

example of the spread of the Ebola virus. There are rumors that those patients who enter the clinic for treatment will be directly executed and their organs will be shipped abroad. As a result, many patients are afraid to receive treatment. All kinds of true and false information are like another terrifying virus. When the Covid-19 pandemic reached the online media, the phenomenon of infodemic became even more noticeable. The online media were filled with a huge amount of both true and false information, and due to the government downturn, rumors began to surpass the truth, which excited the population and caused strong emotions [Wang, Ding]. The virus of distrust spread together with the Novel Corona Virus, and at the same time, Therefore, a game of official and civilian public opinion was launched in the Network media.

The relevance of this study is due to the need to study the political trust of the virtual online community in the context of the infodemic during the Covid-19 pandemic. In the problematic area, such a problem has arisen as the use of 'confrontational' discourse by people in online virtual spaces, such as Weibo and forums, to undermine trust in the state in the form of doubts, suspicions and criticism, which affects the entire political ecology, which cannot be ignored. The purpose of this study is to analyze the 'confrontational' discourse of virtual communities in the context of the pandemic, as well as ways to regenerate the government's trust in the virtual community in the context of the infodemic.

Research material and methods. This paper presents a critical review of the literature regarding the terms 'virtual community', 'confrontational discourse', and 'political trust'.

Based on the nature of society, people have always gathered into communities based on common goals and expectations to carry out life and labor, and participate in economic and political activities. With the progress of human society, human social nature is manifested everywhere, and the concept of human-centered community has undergone multiple evolutions, especially in today's society where Internet technology is changing with each passing day, it has broken through the boundaries of time and space, and a new existence that transcends traditional communities has emerged – virtual communities. Many international scholars have defined the concept of virtual communities from different angles. According to Howard Rheingold, a virtual community is a "social education that is formed on the basis of computer-mediated communication, when a certain number of people maintain communication for a long time, and at the same time human emotions and a network of interpersonal relationships arise" [Rheingold]. Through a comparison of virtual and real, Manuel Castells answered the question about the virtuality and reality of online communities. He believes that although virtual communities are not as realistic as traditional ones, online communities are indeed communities. Such communities are "mostly based on weak bonds, extremely diverse and specialized, but they can also generate reciprocity and support due to the dynamics of continuous interaction" [Castells 2000: 21]. M. Castells believed that virtual network communities are "self-organizing electronic networks

of interactive communications that are united around people with common interests or goals, although sometimes communication becomes an end in itself" [Castells 2001: 55]. The web implies not only information but also participation, i.e. inclusion in communities, as is evident from blogs, forums, Twitter and all the other social networks [Sharkov, Kirillina: 237]. Chinese scholar Du Junfei also supports a similar view. He downplayed the physicality of the community's existence space, arguing that the virtual community is an online community formed by people from all sides based on common interests and needs [Du Junfei]. All in all, virtual communities are formed by relying on the vigorous development of the Internet and various communication technologies. They are social groups formed by people based on common topic cognition, hobbies, knowledge structure, etc. and gathered in the online virtual space. Compared with real communities, virtual communities have characteristics such as virtual nature, spontaneity, looseness, and uncertainty.

'Dominant' discourse is a kind of universally recognized discourse that is empowered and empowered. This kind of discourse has enough power to legitimize specific policies and practices [Liu: 38]. 'Confrontational' discourse, that is, untamed discourse, is a process of confrontational expression in which subordinate communities influence dominant discourse by questioning, doubting, criticizing, etc. based on their interests. It is usually embodied as challenging the shared norms that provide the basis for public rationality. The specificity of the confrontational strategy lies in the fact that it is directed against the communication partner: the communicant strives to achieve his goals by acting actively and independently, not paying attention to the goals and interests of the communication partners [Gulakova]. Therefore, when, in the conditions of the Covid-19 pandemic, everyone is a recipient of information and its distributor in the online media, confrontational discourse spreads massively in online virtual spaces such as Weibo and forums, dissipates and restores trust in the authorities through questions, generating doubts and criticism, which has an impact on the entire political ecology that is impossible to ignore it.

Trust is a complex concept. Different people have different interpretations of trust in different contexts. G. Simmel assigns a central place to this type of trust in the creation and maintenance of social ties of modern society [Simmel]. President of the Russian Federation Vladimir Putin at a meeting of the international discussion club "Valdai" on October 22, 2020 rightly noted that "the strength of the state is not in total control and the power of the army, but in the trust of citizens"¹. Some Chinese scholars believe that political trust is an interaction between the public and political organizations [Xiong], some believe that political trust is the public's positive

¹ Борьба с инфодемией на фоне пандемии COVID-19: поощрение ответственного поведения и уменьшение пагубного воздействия ложных сведений и дезинформации (Fighting infodemic against the background of the COVID-19 pandemic: encouraging responsible behavior and reducing the harmful effects of false information and misinformation) // Всемирная Организация Здравоохранения, 23.09.2020 [el. source]: <https://www.who.int/ru/news/item/23-09-2020-managing-the-covid-19-infodemic-promoting-healthy-behaviours-and-mitigating-the-harm-from-misinformation-and-disinformation> (accessed: 23.09.2020).

expectation of the government's trustworthiness [Xu], some believe that political trust is the dynamic process of cooperation between the public and the government [Tang, Wei], and others advocate that political trust is the public's positive evaluation of government capabilities and optimism [Yang: 34]. It can be summarized that the concept of political trust includes basically three elements: the main part of political trust is the people and the government, and the content of political trust is the people's trust in government policies, organizations, and officials. Political trust is embodied as a *dynamic psychological expectation*.

The empirical part of research is based on the analysis of comments on Weibo from Sina News, CCTV News and Xinhua in the early stages of the Covid-19 pandemic (from January 23, 2020 to April 5, 2020). The study showed that the confrontational discourse of the virtual community manifested itself in the following forms: (1) doubt about the high level of national health services; (2) doubt about the government's ability to respond to the health crisis; (3) criticism of the character and behavior of civil servants.

Research results. Since the outbreak of the pandemic, the Network media has become the mainstream channel for disseminating information about the pandemic. On the one hand, governments of various countries have released relevant information on fighting the epidemic through social networks for the first time; on the other hand, a large number of false information has also spread rapidly through social networks, exponentially amplifying people's panic, splitting social consensus and harming the reputation of governments and international organizations. For example: the stigmatization of the Chinese pandemic, the demonization of Bill Gates, and the unprovoked accusations against the World Health Organization, etc. The World Health Organization pointed out that the 'infodemic' refers to the rapid spread of a large amount of information, including rumors and gossip, through mobile phones, social media, the Internet and other communication technologies in the context of infectious disease epidemics, which makes it difficult for people to find trustworthy sources of information and reliable guidance, and hinders effective measures for epidemic prevention and control¹. The most intuitive consequence of the infodemic is to cause irrational fear among the public, and even large-scale social panic, and ultimately have a destructive impact on social stability. When faced with rumors that threaten information security, such as prevention and treatment, people spread rumors, guided by the fear of "I'd rather believe". The higher the panic of the recipient of the rumor, the more widely the rumors that are more in line with their vital interests spread. In this context, under the technological empowerment and discourse empowerment of the Network media, the confrontation of virtual communities against official dominant discourse in an abnormal state has become more prominent. Overall, during the Covid-19 pandemic, questioning, doubt, and criticism were the main manifestations of confrontational discourse in the

¹ Wuhan time: 20 days from the arrival of the expert group to the mystery of the city closure // Eeo.com, 7 Feb. 2020 [el. source]: http://www.eeo.com.cn/2020/0207/375826.shtml?bsh_bid=5481008559 (accessed 10.08.2023).

virtual community, while deconstructing mainstream discourse and dissolving political trust were derivatives of 'confrontation' that could not be resolved in time.

Questioning the level of national public health services

Doubts about the level of public health services mainly occur in the early stages of pandemic prevention and control. When the external environment cannot meet the individual's expectations, it will arouse anger, and when the individual finds that he cannot control the development of things, it will lead to panic [Adikari et al.]. The criticism of Chinese netizens pointed directly at the Wuhan Health and Health Commission and other functional departments and the first group of experts appointed by the National Health and Health Commission to Wuhan. In the face of the confusing pandemic, people's confrontational emotions are fierce, and various doubts, criticisms, and accusations have emerged on Weibo, circles of friends, and various forums. For example, in the comment area of "Wuhan Time: 20 days from the arrival of the expert group to the closure of the city" reposted by Sina News on its official Weibo, as of April 5, 2020, more than 38,000 people participated in the comments, and nearly 600 hot comments were displayed¹. Analyzing these hot reviews, it was found that most of the hot reviews were aimed at the criticism and accusations of the first batch of experts who went to Wuhan. When the public encounters a sudden event, they usually show a lack of awareness and ability to deal with it due to the inability to find real information in the massive amount of information, and they have a fear of the pandemic. Infodemic has led to the fact that people will not be able to make the right decisions because of fears and will blindly follow false information.

Under the dominance of fear, people are prone to make irrational judgments. At the level of discourse expression, they may go to two extremes, either silent or passionate confrontation². Fear will stimulate the confrontational nature of public discourse to a certain extent. Rational confrontation is a positive display of people's emotions. When the doubts are answered in a timely manner, it will help to enhance the country's political trust and promote the prevention and control of the pandemic. On the contrary, irrational confrontation is a negative display of people's emotions. If it is not guided and dealt with in time, it will dissolve the country's political trust and lead to a secondary crisis of trust.

Doubt in the government's ability to respond to the public health crisis

In order to prevent the epidemic from continuing to spread and cause uncontrollable disastrous consequences, timely and effective public health crisis management must be carried out. The public health crisis should be managed by the government, that

¹ Пандемия не смягчила конфронтацию, а стала одной из ее арен (The pandemic did not soften the confrontation, but became one of its arenas) // Коммерсантъ, 7 апреля 2020 [el. source]: <https://www.kommersant.ru/doc/4315911> (accessed 10.08.2023).

² The director of Huanggang Health Commission was removed from office // CCTV.com, 31 Jan. 2021 [el. source]: <http://api.cportal.cctv.com/api/newsInsert/ywnr.html?id=Arti4IB74L5m1NMmaZWb6EIQ200130&preview=1&version=724> (accessed 10.08.2023).

is, the government adopts countermeasures and management activities to the crisis in accordance with the crisis management plan and procedures [Kutyrev et al.]. Crisis management is a full range of management, including risk monitoring, crisis early warning, crisis intervention, damage control, crisis resolution, post-mortem feedback and other measures. Responding to major emergencies is one of the public management functions of the government. The government plays the role of manager, decision maker, and organizer in the whole process of crisis management. Political trust is the people's positive psychological expectations of government officials, policies, organizations, and abilities. In the case of the Covid-19 pandemic, whether the people trust the government is essential to resolve the crisis in a timely and effective manner and maintain social stability. On the contrary, the timely and effective resolution of the crisis will help to regenerate, strengthen, and enhance the people's political trust in the government.

During the pandemic, everyone is at risk of health damage, and the public is more sensitive to the government's response ability and the effectiveness of its measures. Due to the needs of epidemic prevention and control, all citizens are quarantined at home and reduce social activities to reduce the risk of infection. At this time, cyberspace has become the main field for people to communicate with the outside world, and the Network virtual community's discourse on the pandemic is particularly active. The people have placed high expectations on the pandemic prevention and control measures. Once the government's performance is not fully realized, all kinds of doubts will immediately arise, and political trust will either be eliminated or reconstructed. For example, on February 26, 2020, Hu Xijin, a commentator of the Global Times, on his Weibo posted a short video about the incident of a woman surnamed Huang who had been released from prison breaking through the pandemic prevention and control line and leaving Wuhan and entering Beijing. Then the virtual space instantly set off a storm of public opinion. The virtual community expressed the hope that Wuhan officials and prison management agencies will explain the matter in a timely manner. Otherwise, it will affect people's confidence that Wuhan's city closure is still being implemented seriously. In addition, some netizens believe that the pandemic has exposed problems in administrative management capabilities.

In the difficult stage of pandemic prevention and control, the people supervise the government's prevention and control measures through rational confrontational discourse, which helps to improve the government's policy performance, contributes to good interaction between the people and the government, and strengthens the people's confidence in the government.

Criticism of the behavior of civil servants

In addition to questioning the level of national public health services and doubting the government's ability to respond to the public health crisis, the character and behavior of government staffs are also important influencing factors in the formation of political trust. The character and behavior of government staffs are the professional abilities

and professional ethics that they must possess in the performance of their duties. Civil servants are concrete executors of the government's political decisions, are open to the people and express the image of the government. The ethics, service level, and work efficiency of the civil service group will directly affect the people's perception and evaluation of the government, thereby further affecting the people's political trust in the government.

In the Internet era, the Network media technology empowers people to influence the entire the Network public opinion market. In the prevention and control of the new crown pneumonia pandemic, the confrontation of the virtual community's discourse is not only reflected in questioning the level of public health services and the effectiveness of crisis response, but also in the criticism and accountability of the character and behavior of government staffs. For example, on January 2020, the Chinese Central Supervision team went to Huanggang city to supervise the prevention and control of the pandemic. Tang Zhihong, director of the Municipal Health and Construction Commission of Hubei Province, could not answer any questions when asked about the situation of the epidemic. Then dissatisfaction of netizens poured out on the Internet. In a high-pressure environment where the whole society is engaged in a pandemic prevention war, the people can no longer tolerate the slightest vague facts, nor can they tolerate any inaction of cadres¹.

The virtual community's criticism of the character and behavior of civil servants to a certain extent contributed to the implementation of the control function over them by the private sector. But it cannot be denied that the negative psychological emotions released by people in cyberspace are extremely contagious. People affected by the non-fulfillment of duties by individual civil servants may downplay or ignore the work of the most diligent and responsible employees, label groups of civil servants as violators of official duties, and even express irrational assumptions caused by imagination. This causes great damage to political trust and may even cause a crisis of public opinion.

Discussion. In a public health emergency, the government needs to dialectically treat the "confrontational" discourse of the online virtual community, neither deny it nor allow it to grow barbarously, and build a good relationship of trust between the government and the masses. The generation of political trust is a dynamic process of good interaction between the government, the people and the media. The regeneration of political trust in the Covid-19 pandemic prevention and control stage is not only the responsibility of the government, but the joint regeneration path of government self-shaping, people's self-discipline and media self-control.

Firstly, the government is the leading force in the regeneration of political trust in the pandemic prevention and control stage. It is necessary to embed the online virtual

¹ The director of Huanggang Health Commission was removed from office // CCTV.com, 31 Jan. 2021 [el. source]: <http://api.cportal.cctv.com/api/newsInsert/ywnr.html?id=Arti4IB74L5m1NMmaZWb6ElQ200130&preview=1&version=724> (accessed 10.08.2023).

space in the modernization of national governance, communicate well with the people, and enhance the ability to respond to major public health emergencies.

Chinese President Xi Jinping mentioned in his speech at the symposium on cybersecurity and working with information technologies that Internet users are ordinary people, their public opinion is also represented on the Internet. We must carefully study and learn from the well-meaning criticisms on the Internet and the supervision of the Internet, whether it is for the work of the party and the government or for leading cadres. In the early days of the epidemic, due to the need for prevention and control, the virtual space became the main platform for people to express their attitudes and vent their emotions. Facts have proved that at this stage, the government listens to different voices and accurately grasps public opinion, which is conducive to the timely detection of problems in the prevention and control of the pandemic, the timely adjustment of pandemic prevention and control measures, and the prevention of the spread of infodemics.

During the epidemic prevention and control period, whether it is the formulation or specific implementation of epidemic prevention and control countermeasures, such as 'isolation' or 'tracking of personal activities' due to epidemic prevention and control, these measures are inseparable from the support of the consensus of the government and the masses. The key to achieving consensus between the government and the masses lies in effective communication. Those in power should change their communication methods and communicate with the people in easy-to-understand words. In the prevention and control of the new crown pneumonia pandemic, advertising methods such as "Don't go outside, put on a mask when you go outside" not only allow the masses to be aware of epidemic prevention measures and policies, but also reduce the anxiety of people affected by the epidemic and create a favorable atmosphere. A good atmosphere for political and mass communications contributes to the formation of political trust. When responding to public crises, the government must demonstrate the ability to be responsible that matches its behavioral ability, and a responsible government can more easily win the trust of the people [Wu, Fu].

Secondly, it is necessary to avoid the negative effects of confrontational discourse in virtual communities that affect political trust. In addition to the government's self-shaping of trust, it also depends on the improvement of the discourse quality of the virtual community in cyberspace.

The Internet provides people with a wider space for expressing opinions than in real society, and people have received unprecedented opportunities and channels for creating discourse. The rapid development of new online media such as Weibo and Tik Tok has stimulated people's interest in discourse. The expression of people's discourse in the virtual online space is connected not only with the receipt and dissemination of information, but also with the defense of interests and their rights and the emotional expression of their views. The right of people to express their opinions is an important right to participate in political discussions and social governance. However, in the face of a highly uncertain, unstable, and hidden virtual network space, as well as

the overwhelming and uneven flow of information under the infodemic, the virtual community should remain rational, have a good quality of discourse, and express their words impartially and objectively. The Network is imperceptibly changing the dissemination path, expression carrier and discourse field of ideological discourse [Kochetkov]. Users get and actively use the possibility to choose the format, the channel and the content based on their personal experience, psycho-emotional state, socio-cultural characteristics. However, the users choice is not always conscious, and besides that, the users self-identification and further choice of channel and content is often based on 'friend-or-foe' principle, which leads to an increase in social and political polarization in the process of media consumption [Kirillina: 177].

The Internet era is an era of a big explosion of information. The information varies greatly, the authenticity is different, and the sources are diverse. Compared with the period of traditional media, the network media is an information environment that has lost its context, bringing together a large amount of information without context. In the network virtual space, it is actually difficult to find credible, useful, and usable information. It is necessary for people on the Internet to improve their information recognition capabilities and avoid falling into the information cocoon.

Thirdly, the network new media strictly adheres to industry standards to ensure the quality of online information content.

The value concept of journalism requires the media to report news truthfully, objectively and impartially, with the core goal of serving the public. The social responsibility of the Network media is mainly reflected in the performance of social services and the promotion of mainstream values [Li]. Every responsible media should stick to the bottom line of the industry, ensure the quality of online information content for the regeneration of political trust. False news, such as rumors, not only prevents people from accessing the truth, but also consumes the resources of social trust. Network media must strictly control information and filter out from the huge flow of information that is true, reliable and meaningful for transmission to users.

Conclusions. During the development of human civilization, major emergencies have always arisen, including those related to diseases that claimed thousands of lives (plague, smallpox, SARS, Ebola virus, coronavirus pneumonia, etc.). Pandemics are characterized by high suddenness, contagiousness and destructiveness. They not only lead to the death of a large number of people, but also block economic development, affect the international situation and even cause rapid social and cultural changes. The future development and direction of the development of human society depends on whether it will be possible to effectively control the epidemic.

The prevention and control of the new crown pneumonia epidemic is a challenge to the governance systems and capabilities of various countries. Political trust is an important factor affecting the level of national governance ability. Confrontational discourse contains rational and irrational factors, which may have both positive and negative effects on national governance. During the Covid-19 pandemic, although the

virtual community's confrontational discourse expression in the virtual public opinion field played a certain role in supervising government work, the savage and disorderly growth of discourse "confrontation" also dissipated political trust and blocked the implementation of public policies. It is not conducive to the prevention and control of the epidemic, is not conducive to the country's economic development, is not conducive to social security and stability, and is more likely to erode the authority of national governance. Therefore, in the context of the new crown epidemic, the regeneration of political trust in the virtual community requires the joint efforts of the government, the people and the media.

References / Источники

- Adikari A., Nawaratne R., De Silva D., Ranasinghe S., Alahakoon O., Alahakoon D. (2021). Emotions of COVID-19: Content Analysis of Self-Reported Information Using Artificial Intelligence. *Journal of Medical Internet Research*. Vol. 23(4). e27341.
- Castells M. (2000). Materials for an exploratory theory of the network society. *British Journal of Sociology*. Vol. 51 (1). P. 5-24.
- Castells M. (2001). *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press.
- Du J. (2004). Existence in nothingness: An Analysis of the social reality of Virtual Communities. *Modern Communication*. Vol. 1. P. 73-77.
- Gulakova I.I. (2004). Communicative strategies and tactics of speech behavior in the conflict situation of communication: dis. thesis (philol.). Orel (In Rus.).
- Kirillina N.V. (2022). Fragmentation of Media Audience: from global village to global theater. *Communicology*. Vol. 10. No. 2. P. 170-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-170-179 (In Rus.).
- Kochetkov V.V. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on global politics. *The Age of Globalization*. Vol. 4 (44). P. 73-84 (In Rus.).
- Kutyrev V.V., Shcherbakova S.A., Karnaukhov I.G., Kasyan Zh.A., Shiyanova A.E., Gorbunov V.A., Krasko A.G., Leshkevich A.L., Fedorovich E.V., Semizhon P.A., Rustamova L.M., Petkevich A.S., Yerubaev T.K., Ayazbaev T.Z., Turegeldieva D.A., Kovaleva G.G., Berdiev S.K., Usenbayev N.T., Kazybayeva Zh.S. (2022). A system for monitoring and responding to public health emergencies of a sanitary and epidemiological nature in the CIS countries. *Problems of particularly dangerous infections*. Vol. 3. P. 95-106 DOI: 10.21055/0370-1069-2022-3-95-10 (In Rus.).
- Li Y. (2022). A Study of the Value of Network Media in Covering the COVID-19 Epidemic. *Humanitarian Vector*. Vol. 17, No. 4. P. 157-164. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-4-157-164 (In Rus.).
- Liu T. (2011). *Environmental Communication: Discourse, Rhetoric and Politics*. Peking University Press.
- Rheingold H. (2000). *The Virtual Community*. MIT Press.
- Sharkov F., Kirillina N. (2022). The convergence of real and virtual communities in the digital space: a sociological review. *Russian Sociological Review*. Vol. 21. No.3. P. 229-249. DOI: 10.17323/1728-192x-2022-3-229-249. EDN: UMBUAS (In Rus.).
- Simmel G. (1990). *The Philosophy of Money*. L.: Routledge. DOI: 10.4324/9780203828298.
- Tang R., Wei S. (2016). The characteristics of the times, evolution trends and practical revelations of our government's trust in the transition period. *Introduction to Theory*. Vol. 3. P. 20-25.
- Wang Y., Ding X. (2020). A brief analysis of the spread of rumors in the era of new media – Taking related rumors during the new crown pneumonia epidemic as an example. *Audiovisual*. Vol. 07. P. 138-139.

Wu L., Fu H. (2019). The rheological mechanism and construction strategy of local government credibility in the virtual society. An analysis based on the background of the era of micro-communication. *Seeking truth*. Vol. 04. P. 44-53.

Xiong M. (2010). Theoretical review of Political Trust Research. *Public Administration Review*. Vol. 6. P. 153-180.

Xu B. (2013). Restoration of government trust after a public crisis. *China Administrative Management*. Vol. 2. P. 31-35.

Yang J. (2016). Research on the differences in the level of trust in Contemporary Chinese government: dis. thesis (philol.). Shandong University Press.

Источники на русском языке:

Гулакова И.И. (2004). Коммуникативные стратегии и тактики речевого поведения в конфликтной ситуации общения: дисс. канд. филол. наук 10.02.01. Орел.

Кириллина Н.В. (2022). Фрагментация аудитории медиа: от глобальной деревни к глобальному театру. Том 10. № 2. С. 170-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-170-179.

Кочетков В.В. (2022). Влияние пандемии COVID-19 на глобальную политику // Век глобализации. № 4. С. 73-84. DOI: 10.30884/vglob/2022.04.05.

Кутырев В.В., Щербактова С.А., Карнаухов И.Г., Касьян Ж.А., Шиянова А.Е., Горбунов В.А., Красько А.Г., Лешкевич А.Л., Федорович Е.В., Семижон П.А., Рустамова Л.М., Петкевич А.С., Ерубаев Т.К., Аязбаев Т.З., Турегелдиева Д.А., Ковалева Г.Г., Бердиев С.К., Усенбаев Н.Т., Казыбаева Ж.С. (2022). Система мониторинга и реагирования на чрезвычайные ситуации в области общественного здравоохранения санитарно-эпидемиологического характера в странах СНГ // Проблемы особо опасных инфекций. № 3. С. 95-106. DOI: 10.21055/0370-1069-2022-3-95-10.

Ли И. (2022). Ценность сетевых медиа как источника информации об эпидемии // Гуманитарный вектор. Т. 17. № 4. С. 157-164. DOI: 10.21209/1996-7853-2022-17-4-157-164.

Шарков Ф., Кириллина Н. (2022). Конвергируемость реальных и виртуальных сообществ в цифровом пространстве: социологический обзор // Социологическое обозрение. Т. 21. № 3. С. 229-249. DOI: 10.17323/1728-192x-2022-3-229-249. EDN: UMBUAS

■ ■ ■ Политическая ориентация как системная характеристика медиа на примере древних китайских газет

Лай Л.

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия.

Благодарность: автор выражает глубокую признательность научному консультанту – профессору кафедры цифровых коммуникаций СПбГУ Галине Сергеевне Мельник за помощь и ценные рекомендации в процессе работы над настоящим исследованием, а также рабочему коллективу кафедры международной журналистики СПбГУ за научное вдохновение и поддержку.

Аннотация. Рукопись посвящена выявлению типов и политических характеристик древних китайских газет. Исследование истории журналистики является важной частью исследования истории Китая и, вместе с тем, способствует ясному пониманию процессов современных. В научном дискурсе обсуждаются исторические и культурные факторы, влияющие на особенности развития современной журналистики. Между тем, изучение истории древнекитайской журналистики не менее важно, чем изучение современной журналистики данной страны. В статье анализируются социально-политические условия зарождения газет в древнем Китае, деятельность их издателей, политические цели и содержание газет, аудитория, взаимодействие с правящей властью. Дан сравнительный анализ древнекитайских официальных, частных легальных и нелегальных изданий. Автор анализирует научные источники, опираясь на принцип историзма, такие общенаучные методы, такие как анализ, синтез, дедукция, индукция. Основными методами исследования являются историко-генетический и историко-типологический.

Ключевые слова: Китай, история журналистики, характеристики медиа, политические характеристики медиа, древние китайские газеты, нелегальные народные газеты, легальные народные газеты

Для цитирования: Лай Л. Политическая ориентация как системная характеристика медиа: на примере древних китайских газет // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 25-37. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-25-37.

Сведения об авторе: Лай Линчжи – кандидат политических наук, доцент кафедры международной журналистики Санкт-Петербургского государственного университета. Адрес: 199164, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9. E-mail: 1169478672@qq.com;

Статья поступила в редакцию: 27.09.2023. *Принята к печати:* 22.11.2023.

Введение. Внимание к истории позволяет выявить закон исторического развития, уловить исторические тенденции, лучше понять сегодняшний день, предсказать будущее. Чтобы понять Китай сегодняшний, необходимо систематически изучать китайскую историю и культуру. Исследование истории журналистики

ки является важной частью исследования истории Китая и, вместе с тем, способствует ясному пониманию процессов современных.

Новейшая история современной китайской журналистики началась с выходом в 1815 году на китайском языке ежемесячного журнала «Ежемесячный обзор основных событий из биографии общества» («*察世俗每月统记传*»). Журнал издавался английским миссионером Вильямом Мильнем в Малайзии. Исследования ученых Китая по истории отечественной журналистики начались практически одновременно с зарождением современной китайской журналистики. Стоит отметить, что начало Первой опиумной войны и далее подписание Нанкинского мирного договора (1842) означало переход Китая от автономной феодальной империи к полуфеодальной и полуколониальной стране, что в свою очередь ознаменовало и переход Китая из древности в новую историю. С того момента западные ученые начали интенсивно изучать все аспекты общественной жизни Китая, включая, конечно, историю публичной коммуникации в этой стране. Однако в целом до 1927 года исследования истории китайской журналистики как в отечественных, так и в зарубежных академических кругах все еще находились в разрозненном и бессистемном состоянии. В конце 1927 года была опубликована книга Гэ Гунчжэнем «История китайской журналистики» [Гэ Гунчжэнь]. Это первая систематизированная монография по истории журналистики в Китае. В ней всесторонне представлена и обсуждена история развития журналистики в Китае с древнего времени до двадцатых годов XX в. Ее выход положил начало систематическому изучению истории китайской журналистики. Более полувека спустя вышел в свет еще один значимый труд под редакцией Фан Ханьци «Всеобщая история китайской журналистики» [Фан Ханьци 1999], что ознаменовало новый пик в изучении истории китайской журналистики.

В данный момент, хотя в Китае признана необходимость изучения истории отечественной журналистики и сами академические изыскания в данной сфере весьма плодотворны, число работ по исследованию древней журналистики страны всё ещё незначительно. В поле зрения автора попали следующие работы, вышедшие за последние годы и оказавшиеся в открытом доступе по указанной теме: «Новостные каналы или коммуникация государственных дел – Исследование медиапарадигмы древних китайских газет», «Представление прав интеллектуалов и граждан самим себе – переосмысление и интерпретация концепции “новость” в Древнем Китае», «Ценностная ориентация журналистики в Древнем Китае», «Некоторые мнения о деятельности по распространению новостей в древнем Китае» и так далее [Цуй Линь, Чжу Си; Чжао Шан; Ван Жунцзэ; Чжоу Гуанмин].

Российские академические круги также проявляют интерес к изучению истории китайской журналистики. Профессор Санкт-Петербургского государственного университета С.А. Михайлов вместе с китайскими коллегами выпустил монографию, посвященную истории китайской журналистики [Михайлов, Ли Динсинь, Чжан Хэфэн]. Сведения об истории китайской журналистики содержатся

и в учебном пособии для бакалавров, выполненном доцентом кафедры международной журналистики СПбГУ А.Ю. Быковым совместно с доцентом Е.С. Георгиевой и профессором С.А. Михайловым [Быков и др.].

Методы исследования. В работе использовались историко-генетический, хронологический, историко-системный, историко-сравнительный метод, историко-типологический методы. Автор исследует научные источники, опираясь на принцип историзма и такие общенаучные методы, такие как анализ, синтез, дедукция, индукция.

Появление официальной (правительственной) газеты и институционализация режима новостной проверки в древнем Китае

Неоспоримым в среде представителей социальных и гуманитарных наук является тот факт, что именно в Китае раньше всех появилась первая газета [Фан Ханьци; Черкасова]. Вместе с тем, ученые не перестают спорить по поводу времени ее выхода. Некоторые ученые пришли к выводу, что газеты в Китае появились еще во времена династии Хань (202 гг. до н.э. – 220 гг. н.э.). Эту точку зрения отстаивает известный ученый Гэ Гунчжэнь. Другой авторитет по истории китайской журналистики Фан Ханьци предполагает, что газеты в Китае начали появляться в период династии Тан (618 – 907) [Фан Ханьци]. Большинство современных ученых придерживается этой точки зрения, которую разделяет и автор данной статьи.

Появление официальных газет было тесно связано с развитием института «Правления окраинных районах Фаньжэнь» (藩镇制度) при династии Тан. С середины правления Тан центральное правительство в некоторых отдаленных районах страны начало создавать специальные военно-административные регионы с целью предотвращения вторжения пограничных этнических групп на территорию Китая. Со временем эти феодальные власти местного уровня начали набирать силу, что позволило им бросить вызов центральной власти страны. И правители этих военно-административных регионов один за другим открывали представительства в тогдашней столице Чанъань (Нынешний город Сиань) и называли его «Ди» (邸). С 777 г. н.э. представительство местного правителя такого рода в столице было переименовано в «Шанду Чжи Цзинцзиуань» (上都知进奏院), или упрощено «Цзинцзиуань» (进奏院). Дословный перевод на русский язык означал «палата по приёму докладов на высочайшее имя», а лицо, ответственное за документацию, именовалось «Чиновник Цзиньцзоуяуань» или «Цзиньцзоуяуань» (进奏官) или в переводе на русский – «чиновник палаты по приёму докладов на высочайшее имя». Эти чиновники Цзинцзоуяуань династии Тан были отправлены местными властями в столицу, именно поэтому изначально они были ответственны только перед главами местных феодальных окраинных регионов, которые их послали с обозначенной миссией, и не признавали юрисдикцию центрального императорского двора. Различные новости и письменные отчеты,

направленные этими чиновниками в окраинные регионы Фаньчжэнь своим местным правителям для ознакомления их с политическими событиями при императорском дворе, считаются прототипом самых ранних официальных газет в Китае.

Такие ранние официальные газеты в тогдaшнее время не имели определенного названия, именовались по-разному: «Цзиньцзоучжуан» (进奏状), «Чжуанбао» (进奏状), «Баочжуан» (报状). Хотя названия были разные, все сообщения исходили из столицы от носителя информации – чиновника Цзиньцзоу – и передавались местным правителям.

Информация, в таких официальных газетах, в основном касалась повседневной деятельности императора, императорских указов, назначения и смещения должностных лиц, служебной деятельности чиновников и других важных военно-политических новостей. Издания обладали следующими характеристиками: в тексте сохранялись следы определенных официальных документов, но, в отличие от обычных официальных документов, новости, которые они предоставляли местному правителю, часто появлялись раньше чем публикации официальных документов правительства; подавляющее большинство новостей в них относилось к политической жизни правительств, императорского двора, и некоторые из сообщений напрямую связаны с читателями, то есть местными феодальными окраинными правителями, а некоторые нет; часть новостей собиралась самими чиновниками Цзиньцзоуянь по своим каналам и связям. То, на чем они сосредотачивали свое внимание, часто являлось частью контента, который в какой-то мере волнует их местных правителей. То есть информация в этих прототипах газет были выборочной.

Самым ранним письменным упоминанием таких прототипов официальных газетах династии Тан является статья, озаглавленная «Чтение газет Кайюаня» (读开元杂报). Дословный перевод на русский: «Чтение разных газет в период правления Кайюаня». Газеты собраны в 3-м томе «Коллекции Цзиньвэя» (经纬集) писателем Династии Тан Сунь Цяо. Оригинальный экземпляр газеты Кайюань давно утерян. Две страницы Цзиньцзоуяньчжуан Династии Тан, обнаруженные в гротах Могао в Дуньхуане в 1900 году, являются единственными сохранившимися на сегодняшний день экземплярами таких прототипов газет. Историографическое сообщество называет его «Дуньхуан Цзиньцзоуяньчжуан» (敦煌进奏院装). Из-за утраты прототипных газет Кайюаня именно эти две сранины, признаются сегодня учеными единственными самыми ранними газетами не только в Китае, но во всем мире. В данный момент экземпляры хранятся в библиотеке Лондонского университета в Соединенном Королевстве и Парижской библиотеке во Франции [Фан Ханьци].

После распада династии Тан, пережив период небольшого разделения, при следующей династии Сун (960 – 1279) централизация власти в стране была значительно усилена, что значительно изменило среду новостной коммуникации в стране.

В 981 году нашей эры с целью дальнейшей централизации власти императорский двор Династии Сун реорганизовал разбросанные по столице палаты Цзиньцзоуянь местного уровня и упорядочил их: была создана общая столичная палата Ду Цзиньцзоуянь (都进奏院). Чиновник палат Цзиньцзоуянь единолично назначался императорским двором. После реорганизации палаты Цзиньцзоуянь ее основной рабочей задачей по-прежнему является передача и копирование официальных документов между центральными и местными властями. Однако палата Цзиньсяньюань и чиновники Цзиньцзоу перешли под контроль императора и центрального правительства и начали представлять позицию и интересы этого правительства, а не местных властей, как это было во время династии Тан.

Фактически, такая столичная палата Ду Цзиньцзоуянь была первая правительственная редакция / издательство официальной газеты в Древнем Китае, которая «выполняла приказ и прямо сообщала низам волю верхов». Выпущенная газета данной палатой обобщенно называлась «Дибao» (邸报) и считалась первой издаваемой правительством официальной газеты в Китае [Цзян Хун].

В то же время с целью усиления контроля над содержанием газеты «Дибao», и с тем самым, чтобы защищать интересы феодальной династии с 999 г. нашей эры центральное правительство начало реализовать так называемый режим «Динбэнь» (定本制度), что в переводе на русский язык означает: режим «Утверждения экземпляра/ образца». Конкретный подход заключается в следующем: Столичная палата Цзиньцзоуянь должна сначала представить подготовленный черновик газеты «Дибao» Тайному совету на рассмотрение. получает статус «Утвержденного экземпляра/ образца», а столичная палата Цзиньцзоуянь, в свою очередь, копировала газеты «Дибao» в нужных количествах по образцу данного утвержденного экземпляра и распространяла их правителям местного уровня и чиновникам по всей стране. В содержание газеты «Дибao» нельзя было что-то добавить или удалить что-либо без официального разрешения. Во времена династии Сун даже были специальные должностные лица, отвечающие за детальную проверку новостей в газетах «Дибao». Принято считать, что система проверки/ цензуры новостей в газетах древнего Китая началась именно с реализации режима «Динбэнь» во время династии Сун. Появление данного режима ознаменовало институционализацию проверок новостей в древних газетах Китая со стороны власти. Впоследствии подобная практика продолжалась во время следующих династий. Стоит отметить, что в древнем Китае не существовало специального закона, определяющего объем, содержание, процедуры проверки новостей в газетах. Обычно стандартом являлся приказ императора [Юй Чжи: 183].

Режим «Динбэнь» был реализован с целью защиты интересов феодальных правителей и объективно в определенной степени сыграл определяющую роль в усилении существующего правящего порядка и укреплении феодального общества [Юй Чжи].

Нелегальная народная пресса как альтернативный источник политической информации в Древнем Китае

Во всем мире изданные правительством официальные газеты появились раньше, чем народные. И Китай не исключение. Для централизованной империи, такой, как древний Китай, официальные правительственные газеты были с первого дня их зарождения необходимым и важным средством коммуникации, исходящей сверху вниз. Каждая династия поддерживала и централизовала власть с помощью этого канала. Династия могла распасться в случае потери контроля над потоком новостей, и дальше общество было вынуждено перейти к процессу создания новой династии через мучительный процесс. Исходя из этого каждая династия придавала большое значение контролю над информацией. Однако автократическая информационная политика, предпочитающая в распространении новостей монополию, противоречила желанию народа получать относительно всестороннюю информацию. И это создало почву для появления нелегальных неофициальных газет.

Стоит отметить, что правление Династии Сун разделяется на два этапа: этап северной Сун и Южной Сун. С конца династии северной Сун усилились социальные противоречия в стране и были постоянные военные конфликты с пограничными этническими меньшинствами. Как и всегда случилось в истории, при нестабильной обстановке в обществе правители усиливали контроль за информацией, в том числе, как было сказано выше, за сообщениями в газетах «Дибao» и режимом «Динбэнь», а в результате в обществе еще более повышался спрос на военно-политическую информацию. В данных социально-политических условиях зародились первые в истории страны нелегально изданные неофициальные газеты, которые в древнем Китае обобщенно назывались «Сяобао» (小报 – в переводе на русский язык «маленькая газета»). Следует отметить, что «маленькая газета» – это не название конкретной газеты, а обобщенное название всех газет такого рода. По сути, в современном смысле синонимом является понятие, нелегальная «частная газета». Современные ученые такого типа издания также называют «Нелегальной народной газетой» (非法民报) [Фан Ханьци; Чжао Фэнь].

В таких «Сяобао» в основном опубликовались «утечки или упущенная информация в официальных газетах «Дибao». То есть, в таких газетах в основном появлялась та информация, которую не опубликовали в официальных газетах, или же заранее публиковали в закрытых источниках до публикации их в официальных газетах. Источник информации для них – это либо чиновники той же столичной палаты Цзиньцзоуянь, либо люди, у которых тесные личные отношения с ними. Кроме того, иногда этими источниками были и государственные служащие – скрыто нанятые газетами «Сяобао». По сути, информаторы выполняли шпионские функции в пользу «Сяобао», используя свое служебное положение [Чжао Фэнь].

Исходя из источника информации понятно, что содержание опубликованных в таких «Сяобао» материалов имеет политический характер и в значительной степени совпадает с позицией официальных газет.

Народные газеты типа «Сяобао» в свое время были дополнением к официальным газетам «Дибao». Они в определенной степени удовлетворяли потребности общества в альтернативной информации о политических делах страны. Поэтому такие газеты и приветствовались в обществе. Однако их вызов официальным газетам «Дибao» был не так уж велик. Причина заключается в следующем:

Появление нелегальных «Сяобао», безусловно, нарушило «запрет на обсуждение» правителей династии и «запрет на утечку новостей» при феодальном правлении. Стоит отметить, что, как и в официальных газетах, в самих «Маленьких газетах» не было представлено открытое мнение или комментарии, но издания выражали позицию через публикацию специально выбранной информации [Цзэн Цзяньсюн].

Распространяя конкретные новости, «Сяобао» часто использовались оппозиционной стороной для публикации новостей о текущей политике, неблагоприятной для власти имущих. Такие скрытые обвинения или нападки «Сяобао» на феодальную правящую группу и ее деятелей, находящихся у власти, сделали их еще более невыносимыми в глазах правителей. Поэтому издателей «Сяобао» с самого начала обвиняли в «предательстве», «беспринципности» и «нарушении порядка». «Сяобао» также обвинялись в том, что они являются незаконными публикаторами новостей, которые «обманывают общественность», «распространяют хаос» и «возбуждают народные слухи», и потому запрещались феодальными династиями и чиновниками, находившимися у власти в различные периоды. Само название «Сяобао» или дословно переведенное на русский язык – «маленькая газета» – отражает презрительное отношение к ней со стороны официальной газеты и стоящих за ней правителей. Феодальные правители династии Сун также издали множество эдиктов и указов о запрете нелегальных «Сяобао». При династии Северная Сун уже существовало множество нормативных актов, которые ограничивали публикацию «Сяобао». В отношении газет такого рода проводились расследования, а издатели в их результате нередко наказывались. Запрещая «Сяобао», феодальные правители династии Сун также усилили надзор за чиновниками, чтобы они не разглашали информацию. Однако неофициально издаваемые «Сяобао» никогда не были полностью уничтожены и не исчезали совсем, а продолжали подпольно существовать. Это в очередной раз подтверждает спрос общества на такого типа издания [Чжао Фэнь].

Легально изданная частная газета как компромисс между информационными интересами власти и народа

С середины правления династии Мин (1368 – 1644) в Китае начали появляться частные газетные дома и разрешенные правительством частные газеты. Появление таких газет также было обусловлено социально-политической средой того времени. С развитием общества спрос людей на новости становился все более очевидным. Как выше сказано, читателями официальных правительственных газет «Дибao» являлись в основном феодальные чиновники и интеллигенты;

а «Сяобао», которые могут в определенной степени удовлетворять потребности людей в широком освещении событий, не имели легального статуса, и правительству трудно было уничтожить их до конца. Исходя из политических соображений, правительство династии Мин разрешало частным лицам создавать свои собственные газетные дома, перепечатывать некоторые официальные газетные рукописи и продавать их публично. Изданные газеты такими частными газетными домами современные ученые также называют «Легальные народные газеты» (合法民报). [У Тинцзюнь; Фан Ханьци].

Очевидно, что легальным народным газетам было разрешено публиковать в основном официальные новости от императорского двора. Положительным моментом в их бытовании была независимая издательская база частных газетных домов, и распространялись эти газеты среди более широкой публики. С одной стороны, частные издатели, могли открыто оглашать приказы императора и распространять благоприятные для власти новости для более широкой аудитории, но и с другой стороны, приносили себе и прибыль. Таким образом, такого рода легальная народная газета была политическим компромиссом и служила противовесом в процессе противостояния властей с нелегальной народной газетой «Сяобао». Частные газетные дома, издававшие легальные народные газеты, в основном находились в Пекине и его окрестностях. Легальные народные газеты, издаваемые Пекинскими народным газетным домами, потом стали широко известны как «Пекинский вестник» (京报).

Результаты исследования. Анализируя социально-политические условия зарождения газет в древнем Китае, рассматривая деятельность их издателей, основное содержание, цель издания, аудиторию, взаимодействие изданий с правящей властью, мы пришли к следующим выводам:

1) Газеты в древнем Китае разделяются на три типа: официальные/ правительственные газеты, нелегальные народные газеты и легальные народные газеты. Издания зарождались в следующем порядке: официальные правительственные газеты – нелегальные народные газеты – легальные народные газеты. Среди них правительством изданная официальная газета всегда занимала абсолютно доминирующее место.

2) Политические новости всегда являлись мейнстримом во всех трех типах газет древнего Китая.

Все типы газет древнего Китая имели политические гены с момента их зарождения. Содержание коммуникации, субъект и объект коммуникации, эффекты и цель коммуникации в газетах древнего Китая тесно связаны с политикой.

В официальных газетах и позднее появившихся легальных народных изданиях в основном публиковали информацию политической жизни страны, высказывания императора, выборочные служебные записки чиновников, конкретные правительственные постановления и новости о государственных делах из официальных документов с целью ознакомления их с чиновниками всех уровней и

сословием интеллигенции. А объективные условия появления нелегальных народных газет определяли их ориентированность на политическое содержание. К тому же, публикация конкретной информации в нелегальных народных газетах «Сяобао» была тесно связана с политической борьбой и даже была инструментом политической борьбы разных политических сил и деятелей. Во времена ожесточенной политической борьбы политическая группировка или конкретные политики сознательно распространяли полезную для себя или вредную для политического оппонента информацию. Конечно, в трех типах газет древнего Китая были и новости по экономике, дипломатическим отношениями с пограничными вассальными странами и сообщения о военных делах т. п. Однако все они в той или иной мере связаны с политикой и имели конкретные политические контексты и потому могут восприниматься как политические новости.

3) Тексты в газетах древнего Китая отвечали стилю официальных документов, лишённых эмоциональной окраски (за исключением таких банальных текстов, которые восхваляли, например, заслуги императора), отличались сухостью, строгостью, лаконичностью.

Содержание официальных газет «Дибao» включало: императорские приказы, распоряжения, информацию о назначении и отстранении от должности конкретного чиновника и т.п. Поскольку все исходило непосредственно от правительственных органов, стиль речи в них, безусловно, всегда носил следы официальных документов; легальные народные газеты в принципе были копией официальных газет и отличались от последних лишь формальным владельцем. Разумеется, в них текст неизбежно имел стиль официальных правительственных документов; а текст нелегальных народных газет «Сяобао» также находился под сильным влиянием такого же стиля, потому что, как уже изложено, в них опубликовались в основном упущенные или неразрешенные в официальных газетах политические новости.

4) В газетах древнего Китая не было выражено явное мнение и отсутствовали комментарии. Во всех трех типах газет публиковали в основном сухую информацию. А позиция при необходимости в них была завуалирована, т.е. изложена туманным образом.

Официальные газеты «Дибao» древнего Китая могли лишь пассивно публиковать ограниченное количество одобренных новостей, не могли самостоятельно создавать, редактировать материалы, а тем более мнения и делать комментариев; легальные народные газеты как массовая копия официальных газет не имела пространства для открытого выражения каких-либо мнений против правящей власти; а нелегальные народные газеты, с начала и до конца не получали официального признания, работали подпольно, и всегда находились под строгим контролем и давлением. В общем, все это, прежде всего, связано с политикой «контроля над информацией/новостями» правителей разных династий в древнем Китае. Само собой разумеется, что отсутствовали политические условия для существования открытого мнения или комментариев в газетах древнего Китая.

Стоит отметить, что выражение общественного мнения в газетах древнего Китая дозированно передавались через определенные специальные новостные публикации, особенно через сообщения о различных стихийных бедствиях, странностях, «знамениях» и других событиях, выражающих определенные мнения. Поэтому что в древнем Китае необычные стихийные бедствия, странности и т.п. связывались с нарушениями моральных норм государственного правителя, выраженные в его в словах и поступках. Считалось, что это наказание правителя от высших сил за его отступления от нравственных и моральных норм.

5) Главной ценностью и конечной целью газет в древние времена было служение правящей власти феодальных династий.

С точки зрения основных атрибутов, официальные газеты и легальные народные газеты были продуктом автократического общества, воплощением воли феодального правящего класса и инструментом, служившим поддержанию и упрочению феодального правления. Коммуникации представляла собой вертикальный тип, т.е. информация распространялась сверху вниз. Читателями первоначально являлись чиновники всех уровней, а позже широкий круг образованных людей. Интересно, что даже информация в нелегальных народных газетах «Сяобао» не ориентировалась на информационные потребности простого народа. «Сяобао» в древнем Китае никогда не занимали достойного места и не могли функционировать, открыто выступая против правящей власти.

Сохранить социальный порядок, управляемость общества и укрепить власть – это коммуникационные ценности, к которым стремились правители разных династий древнего Китая. Исходя из этого каждая династия строго контролировала содержание газет. Газеты в древнем Китае были под строгим контролем или запретом правящей власти. Это и есть одна из причин того, что современная журналистика как специальный социальный институт зародилась, как считается, впервые в Европе, а не в Китае, хотя в данной стране гораздо раньше всех появилась газета.

Заключение. На самом деле, многие характеристики, проявляемые в журналистской индустрии сегодняшнего Китая связаны не только с действующей политической и идеологической системой. После длительного периода развития древнекитайские газеты сформировали относительно стабильную и зрелую систему, которая взаимодействовала по мере развития с обществом, и стала неотъемлемой частью истории и культуры страны. Журналистика сегодняшнего Китая в соответствии с традициями и многолетним опытом освещения событий, остается по-прежнему политически ориентированной.

Китай, обладающий великолепной цивилизацией, насчитывающей 5000 лет, располагает множеством средств и каналов обмена информацией. Официальные газеты, легальные или нелегальные народные газеты – это не единственные средства коммуникации в древнем Китае. Еще более важно отметить, что существуют и другие важные характеристики информационно-коммуникационной де-

тельности Древнего Китая. Среди многих характеристик древних китайских газет не только ее политические характеристики влияет на современную журналистику Китая. Однако это будет возможно предметом следующего обсуждения в работах автора.

Источники

Быков А.Ю., Георгиева Е.С., Михайлов С.А. (2023). История зарубежной журналистики: учебник для вузов, 2-е изд. Москва: Изд-во Юрайт.

Ван Жунцзе (2013). Ценностная ориентация журналистики в Древнем Китае // Международный журналистский круг. № 11. С. 141-150. DOI: 10.3969/j.issn.1002-2295.2014.02.018 (на кит. яз.).

Гэ Гунчжэнь (1927). История китайской журналистики. Шанхай: Шанхайская коммерческая пресса (на кит. яз.).

Михайлов С.А., Ли Динсинь, Чжан Хэфэн (2006). Журналистика Китая / С.А. Михайлов, Ли Динсинь, Чжан Хэфэн [и др.]. Санкт-Петербург: Изд-во Михайлова В.А.

У Тинцзюнь (2008). Истории китайской журналистики: учебник для вузов. Шанхай: Издательство университета Фудань. С. 22-23 (на кит. яз.).

Фан Ханьци, ред. (1992-1999). Всеобщая история журналистики Китая. Пекин: Народный Ун-т Китая (на кит. яз.).

Фан Ханьци, ред. (2014). История журналистики и массовых коммуникаций Китая, 3-е изд. Пекин: Народный Университет Китая (на кит. яз.).

Цзэн Цзяньсюн (1994). Причины отсутствия новостных комментариев в древних китайских газетах – одно из исследований по истории китайских новостных комментариев // Вестник ун-та Гуанси (Издание по философии и социальным наукам). № 2. С. 91-93. DOI: CNKI:SUN:GXZD.0.1994-02-017 (на кит. яз.).

Цзян Хун (2005). Древнекитайская официальная газета – Дибэо // Публикация исторических материалов. № 3. С. 124-125. DOI: CNKI:SUN:CBSL.0.2005-03-033 (на кит. яз.).

Цуй Линь, Чжу Си (2020). Новостные каналы или коммуникация государственных дел – Исследование медиапарадигмы древних китайских газет // Социальные науки. № 11. С. 150-159. DOI: 10.13644/j.cnki.cn31-1112.2020.11.015 (на кит. яз.).

Черкасова А.А. (2022). К вопросу о роли, значении и основных этапах развития китайской периодики. Путь длинной в века – от 邸報 Dǐ Bào до 人民日报 Rénmín Rìbào // Orients. Т.3. № 10. С. 104-111. DOI: 10.24412/2181-1784-2022-21-104-111.

Чжао Фэнь (2010). Сравнение древнекитайских официальных газет и таблоидов // Молодой журналист. № 3. С. 74-75. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2010.03.023 (на кит. яз.).

Чжао Шан (2020). Представление прав интеллектуалов и граждан самому себе – переосмысление и интерпретация концепции “новость” в Древнем Китае // Журналистский форум. № 5. С. 121-124. DOI: 10.19425/j.cnki.cn15-1019/g2.2020.05.042 (на кит. яз.).

Чжоу Гуанмин (2007). Некоторые мнения о деятельности по распространению новостей в древнем Китае // Обзор журналистики и коммуникаций. №1. – С. 40-45. DOI: CNKI:SUN:XWCP.0.2007-Z1-007 (на кит. яз.).

Юй Чжи (2011). Исследование и размышления о древнекитайской системе цензуры новостей // Молодой журналист. 2011. № 16. DOI: CNKI:SUN:QNWJ.0.2011-16-137 (на кит. яз.).

Ян Цзыхэн (2002). Предварительное исследование самых ранних газет Китая и древних новостей // Журнал Цзюцзянского пед. ун-та. № 3. С. 45-47. DOI: 10.19717/j.cnki.jjus.2002.03.009 (на кит. яз.).

■ ■ ■ Political orientation as a characteristic of media (on the example of ancient Chinese newspapers)

Lai Lingzhi

St. Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

Acknowledgment: the author expresses deep gratitude to the scientific consultant Galina Sergeevna Melnik, DSc, Professor of the Department of Digital Communications of St. Petersburg State University, for valuable recommendations and assistance in the preparation of this paper, as well as to the Department of International Journalism of St. Petersburg State University for scientific inspiration and support.

Abstract. The manuscript is devoted to identifying the types and political characteristics of ancient Chinese newspapers. The study of the history of journalism is an important part of the study of Chinese history and, at the same time, contributes to a clear understanding of modern processes. The scientific discourse discusses historical and cultural factors influencing the development of modern journalism. Meanwhile, studying the history of ancient Chinese journalism is no less important than studying modern journalism in a given country. The article analyzes the socio-political conditions of the birth of newspapers in ancient China, the activities of their publishers, the political goals and content of newspapers, the audience, and interaction with the ruling authorities. A comparative analysis of ancient Chinese official, private legal and illegal publications is given. The author analyzes scientific sources based on the principle of historicism, such general scientific methods as analysis, synthesis, deduction, induction. The main research methods are historical-genetic and historical typological.

Keywords: China, history of journalism, characteristics of media, political characteristics of media, ancient Chinese newspapers, official media, illegal media, people's media

For citation: Lai L. (2023). Political orientation as a characteristic of media: on the example of ancient Chinese newspapers. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 25-37. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-25-37.

Inf. about the author: Lai Lingzhi – CandSc (Polit.), associate professor of the department of international journalism at St. Petersburg State University. Address: 199164, Russia, St. Petersburg, Universitetskaya emb., 7/9. E-mail: 1169478672@qq.com.

Received: 27.09.2023. *Accepted:* 22.11.2023.

References

Bykov A.Yu., Georgieva E.S., Mikhailov S.A. (2023). History of foreign journalism, 2nd ed. Moscow: Yurayt Publishing House (in Rus.).

Cherkasova A.A. (2022). On the question of the role, significance and main stages of development of Chinese periodicals. A century-long path – from 邸报 Dǐ Bào to 人民日报 Rénmín Rìbào // *Orients*. Vol. 3. No. 10. P. 104-111. DOI: 10.24412/2181-1784-2022-21-104-111.

Cui Lin, Zhu Xi (2020). News Media or Imperial Ruling Communication Research on the Media Paradigm of Chinese Ancient Newspapers. *Journal of Social Sciences*. No. 11. P.150-151. DOI: 10.13644/j.cnki.cn31-1112.2020.11.015 (In Chinese).

- Fan Hanqi, ed. (1992-1999). The Universal History of Journalism in China. Beijing: People's University of China (in Chinese).
- Fang Hanqi, ed. (2014). The History of Journalism and Mass Communications in China, 3rd ed. Beijing: People's University of China (in Chinese).
- Ge Gongzhen (1927). The history of Chinese journalism. Shanghai: Shanghai Commercial Press (in Chinese).
- Jiang Hong (2005). Ancient Chinese Official Newspaper-Dibao. *Publication Archives*. No. 3. P. 124-125. DOI: CNKI:SUN:CBSL.0.2005-03-033 (In Chinese).
- Mikhailov S.A., Li Dingxin, Zhang Hefeng (2006). Journalism of China. St. Petersburg: Publishing house Mikhailov (in Rus.).
- Wang Runze (2013). Value Orientation of Chinese Ancient Journalism. *Journalism and Media*. No. 11. P. 141-150. DOI: 10.3969/j.issn.1002-2295.2014.02.018 (In Chinese).
- Wu Tingjun (2008). History of Chinese Journalism: textbook for universities. Shanghai: Fudan University Press (in Chinese).
- Yang Ziheng (2002). A preliminary study on China's earliest newspapers and ancient news. *Journal of Jiujiang Teacher's College*. No. 3. P. 45-47. DOI: 10.19717/j.cnki.jjus.2002.03.009 (In Chinese)
- Yu Zhi (2011). Exploration and reflection on the ancient Chinese News Censorship System. *Youth Liberator*. No.16. P. 183. DOI: CNKI:SUN:QNWJ.0.2011-16-137 (In Chinese).
- Zeng Jianxiong (1994). Why ancient Chinese newspapers have nothing to do with news commentary – One of the Studies on the History of Chinese News Commentary. *Journal of Guangxi University (Philosophy and Social Science)*. No. 2. P.91-93. DOI: CNKI:SUN GXZD.0.1994-02-017 (In Chinese).
- Zhao Fen (2010). Comparison of ancient Chinese Official Newspapers and tabloid Newspapers. *Youth Journalist*. No.3.P. 74-75. DOI: 10.15997/j.cnki.qnjz.2010.03.023 (In Chinese).
- Zhao Shang (2020). The self-empowerment of scholars and citizen Groups – A Re-examination and interpretation of the Concept of "News" in ancient China. *News Tribune*. No. 5. P. 121-124. DOI:10.19425/j.cnki.cn15-1019/g2.2020.05.042 (in Chinese).
- Zhou Gunagming (2007). Viewpoints of the Activities of Ancient China News Communication. *Journalist and Communication Review*. No. 1. P. 40-45. DOI: CNKI:SUN:XWCP.0.2007-Z1-007 (In Chinese).

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (социологические науки)

MEDIACOMMUNICATIONS AND JOURNALISM (sociology)

■ ■ ■ Социологическое измерение медийных взаимодействий: современное состояние и авторский дизайн изучения

Андриянова Т.В.

Курский государственный университет, Курск, Российская Федерация.

Аннотация. В исследованиях современного цифрового общества на первый всё чаще выходит интеракция с помощью различных каналов и средств медиа, как «набирающая обороты» тенденция общественного развития. Между тем, несмотря на обилие эмпирических данных в этой области, научное осмысление взаимодействий, понимаемых как медийные, находится в стадии становления, что особенно заметно, с точки зрения социологического дискурса. В нем достаточно основательно представлены взаимодействия традиционного типа, то есть, социальные, в работах Э. Дюркгейма, М. Вебера, Г. Зиммеля, Т. Парсонса, Дж. Хоманса, Дж. Мида, П. Бурдьё и других классиков социологической мысли. Не остается в стороне и отечественная социологическая наука, начиная с П.А. Сорокина и до наших дней, в которой взаимодействия составляют суть всех общественных процессов. Собственно, медийные взаимодействия рассматриваются зарубежными социологами, начиная с 70-х годов XX века, в русле взаимодействия аудитории со средствами массовой информации и социальными сетями (Дж. Нордлунд, П. Робинсон, Я. Бломмаерт). Для создания авторского дизайна изучения медийных взаимодействий использован социалингвистический и социо-коммуникационный подходы, позволяющие наиболее точно выявить их сущность.

Ключевые слова: медийные взаимодействия, социальные медиа, средства массовой информации, общество, интеракция

Для цитирования: Андриянова Т.В. Социологическое измерение медийных взаимодействий: современное состояние и авторский дизайн изучения // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 39-50. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-39-50.

Сведения об авторе: Татьяна Владимировна Андриянова – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Курского государственного университета. Адрес: 305004, Россия, г. Курск, ул. Радищева, 29. E-mail: andriyanova.tv@gmail.com. ORCID: 0000-0002-3632-9778.

Статья поступила в редакцию: 02.10.2023. *Принята к печати:* 10.11.2023.

Взаимодействие как социальная категория в социологии

Взаимодействие является одной из основных общих социологических категорий и понимается как феномен влияния, общения, перехода, развития субъекта и объекта в процессе взаимного воздействия. Оно позволяет осознать любое явление, объект и состояние по отношению к другим, потому что все в мире взаимосвязано и взаимозависимо. При условии, что субъект и объект действуют друг на друга одновременно, взаимодействие означает, что каждый из них так-

же находится в общем контакте с другими феноменами социума, то есть: «взаимодействие социальное – система взаимообусловленных социальных действий, связанных циклической зависимостью, при которой действие одного субъекта является одновременно причиной и следствием ответных действий других субъектов» [Фролов].

Исследование феномена взаимодействия имеет свою развитую теоретико-методологическую основу в социологическом знании, где мы хотели бы остановиться на его ключевых характеристиках.

Для понимающей социологии М. Вебера [Вебер], основой взаимодействия выступает концепт социального действия с осознанностью, рациональностью и ориентированностью на поведение других индивидов. Целью его концепции является понимание социального действия как каузального объяснения происходящего процесса и воздействия. Оно представляет собой рационализированную форму поведения, целью которой является достижение максимально возможной эффективности с опорой на информацию, рациональность и ориентацию на других, характерных для каждого из входящих в него социальных действий.

В тоже время у П.А. Сорокина социология, в целом, изучает «явления взаимодействия людей друг с другом, с одной стороны, и явления, возникающие из этого процесса взаимодействия, с другой» [Сорокин]. Уточняя далее это определение и предлагая объективный метод, он отмечает, что в процессе взаимодействия поведение одного индивида является функцией поведения другого, что называется «моделью социальной группы» [Сорокин: 45]. Характеризуя социум, в отличие от многих ученых, Сорокин представляет его как наличное взаимодействие индивидов, тогда как социальное взаимодействие предполагает и взаимодействие различных социальных групп, социальных институтов, народов, общностей.

В теории социального обмена взаимодействие рассматривается Дж. Хомансом [Хоманс], исходя из созданной им системы дескриптивных терминов и переменных. Под первыми понимаются наблюдаемые виды поведения индивидов, а под вторыми – количественно меняющиеся свойства поведения. Он отмечает, что наша повседневная практика всегда тяготеет к разделению дефиниций «блага» и «услуги» в процессе обмена, которые могут выступать факторами и поощрения, и наказания. Ведущим стимулом взаимодействия здесь будет выступать социальное одобрение как дескриптивный термин, в значении социального поведения.

В русле символического интеракционизма [Мид] взаимодействие осуществляется в смысле значащих символов, ориентированное не только на других, но также и на самого индивида, который переживает самого себя как такового в опыте не непосредственно, а косвенным образом, с точки зрения, других членов определенной социальной группы. В свой собственный опыт он входит постольку, поскольку сначала становится объектом для самого себя. Также входят в его опыт как объекты другие индивиды. Для себя самого индивид становится объектом посредством принятия установок других индивидов по отношению к нему

в той социальной среде, контексте поведения и опыта, в которые они включены. Благодаря взаимодействию индивидов, особенно в речевой деятельности (отставании своего мнения), с одной стороны, происходят осмысленные общественные изменения, а, с другой – индивид посредством взаимодействий становится гражданином, то есть принимает общественные установки.

Символический интеракционизм, как отмечает Н. Смелзер, дает более реалистическое представление о взаимодействии, чем теория обмена, так как здесь для индивидов имеет место «непрерывный диалог, в процессе которого они наблюдают, осмысливают намерения друг друга и реагируют на них» [Смелзер: 137].

В теории социального капитала П. Бурдье [Бурдье] взаимодействие трактуется как поле приложения сил различных агентов, занимающих определенные позиции и обладающих различными видами власти, авторитета и капитала. Как считает в этой связи Э. Гоффман [Гоффман], законные ожидания и средства достижения индивидом авторитета, связаны с тем, что вклад, вносимый им в доминирование и статус в иерархии, будет поддерживаться на высоком уровне.

Отечественная социология рассматривает взаимодействие как явление разных сфер общества¹, так как оно всегда имеет социальный характер и выражает отношения между индивидами и группами в целенаправленном общении всех заинтересованных сторон. Вместе с тем, каждая сфера общественной жизни определяет соответствующий уровень взаимодействия согласно принципу единства мира и универсального объединения явлений. Ю.Е. Волков [Волков] в контексте идей М. Вебера и П. Сорокина отмечает, что социальное действие неизбежно порождает социальное взаимодействие, указывая, что иногда социальное действие, может остаться без ответа, становясь односторонним актом.

По В.С. Барулину [Барулин], взаимодействия и их причинно-следственные связи не только разнообразны и сложны, но, в некоторой степени, зависят от принципа управления: строго регулируются в консервативном обществе, стихийно развиваются в либеральном обществе, а также могут способствовать улучшению социальных отношений при проведении определенных согласительных процедур. На уровне социальной сферы современного общества взаимодействие чаще носит «ситуационный» характер и основано на удовлетворении определенных, чаще материальных, потребностей отдельных индивидов или групп. Доминирование массовой культуры в обществе обеспечивает удовлетворение именно материальных потребностей, что выражается в ориентировании взаимодействий на реализацию индивидуальной свободы.

Таким образом, отечественная диалектическая методологическая традиция, принимающая концепцию взаимодействия как образа реальности, основана на принципе единства мира, на методах диалектической логики и субъективной диалектики. Взаимодействие, основанное на взаимопонимании социальных ак-

¹ Российская социологическая энциклопедия / под общ. ред. Г.В. Осипова. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА, 1998. С. 146.

торов, является здесь условием преодоления социальной энтропии на всех уровнях сферы общественной жизни [Черноусова] и может, в данном случае, способствовать совершенствованию общественных отношений.

В контексте нашего исследования уточним понимание взаимодействия с точки зрения его медийного измерения, представив его явлением разных сфер общественной жизни и их подсистем, так как все они взаимосвязаны не только по происхождению, но и по системным и структурным связям: причинно-следственной, функциональной и т.п. Так как эти области дополняют и дают импульсы в развитии друг друга, обеспечивают развитие общества как целостной системы [Барулин: 154], то они определяют и соответствующий характер медийного взаимодействия в информационном обществе.

Социологическое измерение медийных взаимодействий: современное состояние

Осмысление медийных взаимодействий как феномена интеракции было принято в 70-80 годы XX века в зарубежной социологии для анализа вовлеченности членов аудитории в контент средств медиа и их контактов с «медийными личностями»/«персонажами медиаконтента», под которыми понимались значимые в медиа персоны. Концепция медийного взаимодействия подразумевала, что при взаимодействии члена аудитории с персонажами медиаконтента, во многих случаях, происходит идентификация с ними [Nordlund]. В основе эмпирического анализа медийных взаимодействий лежала модель индивидуального использования средств медиа, которая «объединяла социально-психологические структуры, влияющие на возможности удовлетворения потребностей, соотнося их с воздействием медиа в процессе взаимодействия, включая некоторые его последствия» [Nordlund: 171]. Результате показали, что медийное взаимодействие может быть связано с определенными характеристиками индивидуальной и социальной ситуации члена аудитории, а также с определенными моделями потребления различных видов медиа-услуг. Оно может привести к усилению зависимости от них, а также к склонности использовать их для компенсации одиночества и отказу в поиске других источников «компании».

Исследования медийных взаимодействий в эти годы основывались на довольно широкой теоретической и эмпирической базе теории обмена и вознаграждения [Blumler, Katz]. Переменная взаимодействия с медиа представляла собой попытку сосредоточить внимание на подсознательном опыте медийного взаимодействия индивида и/или его идентификации с особыми персонажами медиаконтента. Для её измерения использовались индексы из серии утверждений, с которыми респондентов просили согласиться полностью или частично или не согласиться, значения которых затем были суммированы. В качестве одного из примеров индекса можно привести показатели, измеряющие медийные взаимодействия с телевизионными сериалами в виде утверждения: «Можно познакомиться с различными персонажами сериала и принять участие в их пробле-

мах», который затем переводится в ряд других утверждений, отражающих различные аспекты медийных взаимодействий, связанных с личностью, например, «Воспринимать «их» (персонажей) как живых людей, друга или знакомого» [Nordlund: 173]. Надежность каждого показателя, с точки зрения внутренней согласованности, измерялась α -коэффициентом: все они продемонстрировали приемлемую степень надежности в вариации от 0,74 до 0,97 по Э. МакКенеллу [McKennel].

В начале XXI века исследования медийных взаимодействий активно проводились в политической жизни с целью выявления случаев влияния медиа и характеризовались как «политико-медийные» [Robinson]. Предлагались их конкретные модели, изучающие, например, влияние освещения событий в медиа на политические решения о вмешательстве/ невмешательстве в события гуманитарного кризиса. Одна из них, получившая название «эффект CNN», должна была выявить «влияние медиа в ситуации, когда политика является неопределенной, а освещение событий в медиа представлено с целью критики правительства и сопереживания страдающему населению» [Robinson: 615]. Модель протестировали в двух случаях: вмешательство США в Боснию в 1995 году и операция Союзных сил НАТО в Косово в 1999 году. Было показано, что, в первом случае, критическое освещение событий в средствах медиа и политическая неопределенность повлияли на политические решения, а, во втором, критические газетные репортажи не смогли изменить уже определенную политику администрации США, что выявило пределы влияния медиа.

Следующие десятилетия изучения медийных взаимодействий посвящены активному освоению новых медиа и их возможностей, в частности, большое внимание уделяется социальным сетям как самому распространенному средству медиа. Показательным здесь стало исследование медийных взаимодействий в социальных медиа поляков, проживающих в Нидерландах [Szabla, Blommaert], вполне в духе «Польского крестьянина» У. Томаса и Ф. Знанецкого. Современные последователи знаменитых американских авторов выявили в медийных взаимодействиях, так называемый, «Коллапс контекста» (далее CC) [Jenny, Jurgenson], относящийся к явлениям социальных сетей: «различные аудитории, собирающиеся вокруг отдельных коммуникативных актов в новых сетевых сообществах, вызывают замешательство и беспокойство среди других пользователей социальных сетей» [Jenny, Jurgenson: 479]. Понятие CC является ключевым в переосмыслении социальной жизни, как следствие технологий медиации, связанное с Web 2.0. Исследование его пределов позволяет сместить аналитический фокус с онлайн-коммуникации, в целом, на конкретные формы социальных действий, выполняемых не заранее определенными членами группы, а субъектами, участвующими в новых видах совместного использования, основанных на существующих нормах взаимодействия.

Данный подход представляет поворот к выбору действия, а не актора, восходящий к символическому интеракционизму Дж. Мида и А. Штрауса [Мид, Strauss] и связанный с современной лингвистической этнографией и интеракционной со-

циолингвистикой [Rampton, Goodwin]. Применяя его к чрезвычайно сложной дискуссии в социальных сетях среди поляков как набору данных, которые были выбраны в качестве вероятного места для наиболее удобного размещения контента, авторам удалось подробно проанализировать все фрагменты дискуссии в сетях. Они показали, что, несмотря на сложности, присущие таким интерактивным, глубоко опосредованным взаимодействиям в сетях, их участники оказываются способными к «нормальным» способам взаимодействия и выбору участников. Выводы данного исследования таковы: «сетевая общественность», по-видимому, редко встречается на практике; контексты взаимодействия не разрушаются, а постоянно расширяются, не вызывая серьезных проблем с контекстуализацией, что дает основание для решения проблем крупнейшего нового социального пространства на Земле – пространства онлайн-культуры.

Исследования медийных взаимодействий, со временем, переместились на сайты, блоги и дневники отдельных компаний и лидеров мнений, преимущественно в прикладном применении¹. Медийные взаимодействия на сайтах социальных сетей стали ценным инструментом для брендов и специалистов по контенту, так как они позволяют творчески вовлекать аудиторию, а пользователям – взаимодействовать со своими любимыми брендами, создавая от их имени контент и делаясь им. Бренды проявляют инициативу и начинают включать в свою стратегию в социальных сетях интерактивные кампании посредством игр, опросов, конкурсов и рекламных акций. Компании, использующие такой интерактивный подход, могут получить ценную информацию, наладить отношения и стимулировать органический рост. Изучение медийных взаимодействий в социальных сетях позволяет обобщить некоторый имеющийся опыт в четырех выводах.

1. Поощрение участия аудитории важно, так как пользователям нравится участвовать в процессе «рассказывания историй» бренда, а не быть просто еще одним зрителем, например, включаясь во взаимодействие в режиме реального времени, проголосовать за результат рекламного ролика.

2. Увеличение распространения информации в межличностном взаимодействии с помощью стимулов посредством репостов и других инструментов не только привлекает имеющихся пользователей, укрепляет уже сложившиеся отношения, но и привлекает новых потенциальных потребителей, способствуя органическому росту с помощью цифрового «сарафанного радио».

3. Поощрение контента, созданного пользователями, простимулированными с помощью ценных призов и подарков, начиная от простого размещения определенного заданного контента, до создания авторского по заданию бренда делает их влиятельными представителями бренда.

4. Установление эмоциональной связи посредством искусства «рассказывания историй» с целью активизации контактов с пользователями и дальнейшим «премированием» за это позволяет людям стать частью истории бренда.

¹ The Power of Social Media Interaction [el. source]: <https://www.copypress.com/blog/the-power-of-social-media-interaction/> (дата обращения: 10.09.2023).

Авторский дизайн изучения медийных взаимодействий

С точки зрения представления авторского дизайна изучения медийных взаимодействий, выделим несколько теоретических подходов, составляющих его основу.

Интерес для нас представляет социолингвистическое переосмысление в XXI веке идей Э. Дюркгейма о развитии социологического воображения [Blommaert]. Подчеркивая решающее значение нормативности и рассматривая саму нормативность как социальный факт, Дюркгейм указывал, что она была коллективной и необходимой и, таким образом, служила связующим звеном, удерживающим различные сегменты общества вместе, в формах социальной сплоченности и интеграции. Я. Бломмаерт переосмысливает концепцию социального факта двумя способами. Во-первых, современные социолингвистические эмпирические данные демонстрируют новое понимание социального факта, так как сама природа языка как социолингвистической системы, «вращающейся» вокруг упорядоченных по смыслу паттернов, делает невозможным какой-либо методологически индивидуальный подход в коллективной нормативно организованной социальности. Во-вторых, современная социолингвистика может предложить ряд новых теорий, основанных на растущем объеме данных онлайн / офлайн взаимодействий – см., например, концепцию языковой глобализации А. Аппадурай [Appadurai].

В отечественных исследованиях медийных взаимодействий мы также не обнаружили большого разнообразия подходов, а в имеющихся преимущественно представлен филологический или журналистский, как наиболее соответствующий их описанию. Медийные взаимодействия представлены в нем как социальные информационные взаимодействия или медиа-контакты в виде определенных теоретических абстракций, так как информационное взаимодействие в обществе, по сути, является структурированным, личностно выраженным, протекает по каналам, установленным в социуме и организовано по дискурсу [Сидоров: 58]. Личностное измерение медийного взаимодействия касается того текста (вербального или иконографического), который актер вносит в медиасферу, обладая необходимыми способностями и знаниями, а также пониманием проблемы. Всеобщность доступа к свободному социальному информационному обмену нередко оказывается под вопросом, так как каждый канал медийного взаимодействия действует в определенной социально-политической системе, где существуют группы с доминирующим отношением к реальной власти и распределению этих каналов. Такой подход, в частности, рассматривается в работах, посвященных формированию сообществ в цифровых медиа [см. Шарков] и фрагментации сетевого пространства [см., например: Назаров; Кириллина]. Т. Дейк выделяет «активный» доступ к публичному и медиадискурсу в медиасфере для властных групп и «пассивный» для общества в целом [Дейк: 28]. В результате возникающая информация несет в себе, с одной стороны, информационный результат освоения действительности с элементами новизны, а, с другой, –

повторяет в модифицированном виде уже достигнутые результаты и вызывает к жизни новый стандарт освоения индивидом окружающего мира.

Не давая определения взаимодействиям в медиасфере как медийным, отечественные исследователи трактуют их как новые модели взаимодействия с аудиторией в двух плоскостях [Чижик]. Первая – это проекты порталов средств массовой информации (далее СМИ), имеющие в Сети контент, не совпадающий с основным каналом их коммуникации, с включением расширенной, за счет разделения на возрастные сектора, аудитории и созданием для каждого индивидуального контента с необходимыми формами представления. Вторая – спроектированные СМИ сайты для прибавления к стандартному сектору (35+) более молодых категорий населения с различными методиками структурирования информации, обеспечивающие доступ к PDF-версии основных текстов.

Интересующая нас социологическая интерпретация медийных взаимодействий и авторский дизайн изучения представляет их как интеракцию между коммуникантами, структурированную и организованную по темам и смыслам и протекающую по каналам коммуникации конкретного социума [Андриянова]. Осуществление функций медийного взаимодействия подразумевает контроль каналов взаимодействия с объектом и доступа к нему, что приводит к медийному результату освоения действительности и формированию новых стандартов и алгоритмов взаимодействия, отличительным свойством которого является стабильность и устойчивость его ядра. Это приводит к необходимости изучения соотношения традиционных и появившихся медиа форматов для выявления перспектив разных средств медиа и поисков эффективных каналов коммуникации информационного контента с аудиторией потребителей.

Выводы. Новые форматы взаимодействия в медиасфере, возникающие в информационном обществе, требуют своего осмысления на разных уровнях научного знания. С точки зрения социологического подхода, их можно охарактеризовать как медийные, принимая во внимание, что среди задач выделяются: транслирование информации в разных средствах медиа для сокращения времени связи с аудиторией и ретрансляция контента, появившегося в момент первого этапа обработки информационного повода. Таким образом, мы имеем дело с дюркгеймовской нормативностью, предоставляющей возможность исследования различных коллективных представлений, складывающихся в процессе медийных взаимодействий.

Источники

Андриянова Т.В. (2022). К концептуализации понятия «медийная инклюзия»: управленческий аспект // Коммуникология. Том 10. № 3. С. 137-146. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-3-137-146.

Андриянова Т.В. (2022). Медиасфера как пространство взаимодействия пользователей социальных сетей // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия:

Экономика. Социология. Менеджмент. Т. 12. № 2. С. 219-231. DOI: 10.21869/2223-1552-2022-12-2-219-231.

Барулин В.С. (2002). Дialeктика сфер общественной жизни. М.: Изд-во МГУ.

Бурдые П. (1993). Социальное пространство и символическая власть. THESIS. вып. 2. С. 137-150.

Вебер М. (2019). Хозяйство и общество: очерки понимающей социологии / пер. с нем.; сост., общ. ред. и предисл. Л.Г. Ионина. М.: Изд. Дом Высшей школы экономики.

Гоффман Э. (2009). Ритуал взаимодействия: Очерки поведения лицом к лицу / пер. с англ.; под ред. Н.Н. Богомоловой, Д.А. Леонтьева. М.: Смысл.

Дейк Т. (2013). Дискурс и власть. Репрезентация доминирования в языке и коммуникации: пер. с англ. М.: Книжный дом.

Кириллина Н.В. (2021). О роли пользователя и фрагментации сети // Коммуникология. Т. 9. № 2. С. 41-49. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-41-49. EDN KZQSNQ.

Кириллина Н.В. (2021). Фрагментация цифрового пространства и социокультурные аспекты развития цифровой дипломатии // Россия и мир: диалоги. Материалы Пятой международной научно-практической конференции 18-19 марта 2021 г. С. 88-95. EDN AKTGBU.

Кириллина Н.В. (2022). Фрагментация аудитории медиа: от глобальной деревни к глобальному театру // Коммуникология. Т. 10. № 2. С. 170-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-170-179. EDN RRCCIO.

Мид Дж.Г. (1997). Разум, я и общество (главы из книги). Пер. В.Г. Николаева // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал. № 4. С. 135-200.

Назаров М.М. (2018). Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация // Социологические исследования. № 8 (412). С. 54-64. DOI: 10.31857/S013216250000762-1. EDNYCNEMX.

Сидоров В.А. (2015). Медийное взаимодействие как область соприкосновения ценностей // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Сер.: Гуманитарные и социальные науки. № 5. С. 57-64.

Смелзер Н. (1994). Социология. М.: Феникс.

Сорокин П.А. (2008). Система социологии. Питирим Александрович Сорокин / вступ. статья, сост. и комментарии В.В. Сапова. М.: Астрель.

Фролов С.С. (1994). Социология. Учебник. М.: Наука.

Хоманс Дж.К. (2001). Социальное поведение: его элементарные формы (главы из книги). Пер. В.Г. Николаева // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: Реферативный журнал. № 4. С. 88-132.

Черноусова Л.Н. (2012). Социальное взаимодействие: понятие, уровни, методологические традиции Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение // Вопросы теории и практики. № 12. Ч. 1. С. 214-216.

Чижик А.В. (2014). Новые медиа форматы в современной России // Технологии информационного общества в науке, образовании и культуре: сборник научных статей. Материалы XVII Всероссийской объединенной конференции «Интернет и современное общество» IMS-2014, Санкт-Петербург, 19-20 ноября 2014 г. С. 164-171.

Шарков Ф., Кириллина Н. (2022). Конвергируемость реальных и виртуальных сообществ в цифровом пространстве: социологический обзор // Социологическое обозрение. Т. 21. № 3. С. 229-249. DOI: 10.17323/1728-192x-2022-3-229-249. EDN UMBUAS.

Шарков Ф.И., Кириллина Н.В. (2022). Дихотомия личного и общественного в виртуальных сообществах // Коммуникология. Том 10. № 4. С. 23-33. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-4-23-33. EDN NUYYMI.

Appadurai A. (1996). Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. University of Minnesota Press.

- Blommaert J. (2018). *Durkheim and the Internet: Sociolinguistics and the Sociological Imagination*. London: Bloomsbury.
- Blumler J.G., Katz E., ed. (1974). *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- Goodwin Ch. (2007). Participation, stance and affect in the organization of practice. *Discourse and Society*. № 18 (1). P. 53-73.
- Jenny D., Jurgenson N. (2014). Context collapse: Theorizing context collusions and collisions. *Information, Communication & Society*. № 17 / 4. P. 476-485. DOI: 10.1080/1369118X.2014.888458
- McKenna A.C. (1970). Attitude measurement: use of coefficient alpha with cluster or factor analysis. *Sociology*. № 4. P. 227-245.
- Nordlund J.-E. (1978). Media Interaction. *Communication Research*. № 5(2). P. 150-175. DOI: 10.1177/009365027800500202.
- Rampton B. (2006). *Language in late modernity: Interactions in an urban school*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Robinson P. (2000). The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power during Humanitarian Crisis. *Journal of Peace Research*. № 3 (5). P. 613-633.
- Strauss A. (1993). *Continual permutations of action*. N.Y.: Routledge.
- Szabla M., Blommaert J. (2018). Does context really collapse in social media interaction? *Applied Linguistics Review*. № 11 (2). P. 251-279.

■ ■ ■ The sociological dimension of media interactions: current state and author's design of the study

Tatyana V. Andriyanova

Kursk State University, Kursk, Russia.

Abstract. In the research of modern digital society, interaction through various channels and media is increasingly coming to the fore as a “|gaining momentum” trend of social development. Meanwhile, despite the abundance of empirical data in this area, the scientific understanding of interactions understood as media is in the process of formation, which is especially noticeable from the point of view of sociological discourse. It thoroughly represents the interactions of the traditional type, that is, social, in the works of E. Durkheim, M. Weber, G. Simmel, T. Parsons, J. Homans, J. Mead, P. Bourdieu and other classics of sociological thought. The Russian sociological science, starting with P.A. Sorokin and up to the present day, in which interactions form the essence of all social processes, does not stand aside either. Actually, media interactions have been considered by foreign sociologists since the 70s of the twentieth century, in line with the interaction of the audience with the media and social networks (J. Nordlund, P. Robinson, J. Blommaert). The paper is intended to represent the author's vision media interactions studies design and is based sociolinguistic and socio-communication approaches allowing to most accurately identify essence of these processes.

Keywords: media interactions, social media, mass media, society, interaction

For citation: Andriyanova T.V. (2023). The sociological dimension of media interactions: current state and author's design of the study. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 39-50. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-39-50.

Inf. about the author: Andriyanova Tatyana Vladimirovna – CandSc (Law), associate professor at the Department of Sociology, Kursk State University. Address: 305004, Russia, Kursk, Radishchev st., 29. E-mail: andriyanova.tv@gmail.com. ORCID: 0000-0002-3632-9778.

Received: 02.10.2023. *Accepted:* 10.11.2023.

References

- Andriyanova T.V. (2022). Towards the conceptualization of the concept of “media inclusion”: a managerial aspect. *Communicology*. Vol. 10. No. 3. P. 137-146. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-3-137-146 (in Rus.).
- Andriyanova T.V. (2022). Media sphere as a space of interaction between users of social networks. *News of the South-West State University. Series: Economics. Sociology. Management*. Vol. 12, No. 2. P. 219–231. DOI: 10.21869/2223-1552-2022-12-2-219-231 (in Rus.).
- Appadurai A. (1996). *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press.
- Barulin B.S. (2002). *Dialectics of spheres of public life*. M.: Moscow State University Publishing House (In Rus.).
- Blommaert J. (2018). *Durkheim and the Internet: Sociolinguistics and the Sociological Imagination*. London: Bloomsbury.
- Blumler J.G., Katz E., ed. (1974). *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- Bourdieu P. (1993). Social space and symbolic power (transl.). *THESIS*. Issue 2. P. 137-150 (In Rus.).
- Chernousova L.N. (2012). Social interaction: concept, levels, methodological traditions. Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. *Questions of theory and practice*. No. 12. Part 1. P. 214-216 (In Rus.).
- Chizhik A.V. (2014). New media formats in modern Russia. In: Technologies of the information society in science, education and culture: collection of scientific articles. Proceedings of the 17th All-Russian joint conference “Internet and modern society” IMS-2014, St. Petersburg, November 19-20, 2014. P. 164-171 (In Rus.).
- Dyck T. (2013). Discourse and power. Representation of dominance in language and communication (transl.). M.: Book House (In Rus.).
- Frolov S.S. (1994). *Sociology. Textbook*. M.: Nauka (In Rus.).
- Goffman E. (2009). *Ritual of interaction: Essays on face-to-face behavior* (transl., ed. N.N. Bogomolova, D.A. Leontyev). M.: Smysl (In Rus.).
- Goodwin Ch. (2007). Participation, stance and affect in the organization of practice. *Discourse and Society*. № 18 (1). P. 53-73.
- Homans J.K. (2001). Social behavior: its elementary forms (transl. V.G. Nikolaeva). *Social and humanitarian sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 11. Sociology*. No. 4. P. 88-132 (In Rus.).
- Jenny D., Jurgenson N. (2014). Context collapse: Theorizing context collisions and collisions. *Information, Communication & Society*. № 17 / 4. P. 476-485. DOI: 10.1080/1369118X.2014.888458
- Kirillina N.V. (2021). Fragmentation of the digital space and sociocultural aspects of the development of digital diplomacy. In: Russia and the world: dialogues. Proceedings of the 5th International Scientific and Practical Conference, March 18-19, 2021. P. 88-95. EDN AKTGBU (In Rus.).
- Kirillina N.V. (2021). On user roles and fragmentation of global network. *Communicology*. Vol. 9. No. 2. P. 41-49. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-2-41-49. EDN KZQSNQ.
- Kirillina N.V. (2022). Fragmentation of the media audience: from a global village to a global theater. *Communicology*. Vol. 10. No. 2. P. 170-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-170-179. EDN RRCCIO (In Rus.).

- McKennel A.C. (1970). Attitude measurement: use of coefficient alpha with cluster or factor analysis. *Sociology*. № 4. P. 227-245.
- Mead J.G. (1997). Mind, self and society (transl. V.G. Nikolaeva). *Social and humanitarian sciences. Domestic and foreign literature. Ser. 11. Sociology*. No. 4. P. 135-200 (In Rus.).
- Nazarov M.M. (2018). Modern media environment: diversity and fragmentation. *Sociological Studies*. No. 8 (412). P. 54-64. DOI: 10.31857/S013216250000762-1. EDN YCNEMX (In Rus.).
- Nordlund J.-E. (1978). Media Interaction. *Communication Research*. № 5(2). P. 150-175. DOI: 10.1177/009365027800500202.
- Rampton B. (2006). Language in late modernity: Interactions in an urban school. Cambridge: Cambridge University Press.
- Robinson P. (2000). The Policy-Media Interaction Model: Measuring Media Power during Humanitarian Crisis. *Journal of Peace Research*. № 3 (5). P. 613-633.
- Sharkov F., Kirillina N. (2022). Convergence of real and virtual communities in the digital space: a sociological review. *Russian Sociological Review*. Vol. 21. No. 3. P. 229-249. DOI: 10.17323/1728-192x-2022-3-229-249. EDN UMBUAS (In Rus.).
- Sharkov F.I., Kirillina N.V. (2022). Dichotomy of the Personal and the Public in Virtual Communities. *Communicology*. Vol. 10. No. 4. P. 23-33. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-4-23-33. EDN NUYVMI.
- Sidorov V.A. (2015). Media interaction as an area of contact between values. *Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Ser.: Humanities and social sciences*. No. 5. P. 57-64 (In Rus.).
- Smelser N. (1994). *Sociology* (transl.). M.: Phoenix (In Rus.).
- Sorokin P.A. (2008). System of sociology. Pitirim Aleksandrovich Sorokin (into, ed. V.V. Sapova). M.: Astrel (In Rus.).
- Strauss A. (1993). *Continual permutations of action*. N.Y.: Routledge.
- Szabla M., Blommaert J. (2018). Does context really collapse in social media interaction? *Applied Linguistics Review*. № 11 (2). P. 251-279.
- Weber M. (2019). *Economy and society: essays on understanding sociology* (transl., ed. and preface L.G. Ionina). M.: Publishing house of the Higher School of Economics (In Rus.).

■ ■ ■ Характеристики медиапространства: влияние на поляризацию мнений аудитории

Кириллина Н.В., Фабричных М.А.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Развитие так называемых новых медиа и перенос массовых и межличностных коммуникаций в цифровое пространство с одной стороны открывает возможность для взаимодействия и получения информации вне зависимости от географических, социокультурных и временных факторов, с другой стороны – формирует новые паттерны как взаимодействия с медиа, так и социального взаимодействия в целом. Благодаря возможности быстрого доступа к большому массиву информации у пользователя развивается ощущение свободы выбора ее источника. Вместе с тем, несмотря на, казалось бы, открытость медиапространства и неограниченный доступ к информации, ее восприятие различными группами пользователей неоднородно. Наблюдение весьма эмоциональных дискуссий в сети по некоторым вопросам повестки дня позволяет сделать предположение о наличии взаимосвязи между характером распространения информации в медиасообществах и ростом поляризации мнений в отношении того или иного медиаконтента. Эти предположения актуализируют потребность в выявлении характеристик медиапространства, которые (1) влияют на восприятие информации пользователями и (2) способны усиливать резонанс между различными группами пользователей и подписчиков медиа.

Ключевые слова: медиа, медиапространство, сетевые сообщества, интернет-сообщества, сетевые коммуникации, поляризация общественного мнения

Для цитирования: Кириллина Н.В., Фабричных М.А. Характеристики медиапространства: влияние на поляризацию мнений аудитории // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 51-59. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-51-59.

Сведения об авторах: Кириллина Наталья Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики, факультет журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС. ORCID: 0000-0003-3506-7558. E-mail: nata.kirillina@gmail.com. Фабричных Мария Александровна – магистрант факультета журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС. Адрес: 119571, Россия, Москва, пр-т Вернадского, 84. E-mail: marfa1997.07@rambler.ru.

Статья поступила в редакцию: 04.11.2023. *Принята к печати:* 12.12.2023.

Введение. На сегодняшний день нет общепринятого определения термина «медиапространство», несмотря на то, что корпус междисциплинарных исследований в этой области весьма обширен и в последние годы пополняется значительным количеством научных работ. Тем не менее, мы можем отталкиваться от исследований, закрепляющих понимание медиапространства как системы, социальное взаимодействие в которой осуществляется опосредованно через ме-

диа в их современном понимании – то есть, подразумевает помимо передачи сообщений электронными СМИ [McLuhan 1962], онлайн взаимодействие и распространение контента в онлайн сообществах.

Анализ практик взаимодействия в социальных системах актуализирует поиск опорных точек в социологии, в том числе в работах Э. Дюркгейма, Г. Зиммеля, Ф. Тенниса, Т. Парсонса, Г. Тарда, П. Бурдьё, Э. Гидденса и др. [см., в частности: Тард; Теннис; Парсонс; Гидденс; Бурдьё]; поиск источников социальных конфликтов и непримиримых противоречий между участниками социального взаимодействия – в работах Л. Козера и Р. Дарендорфа [Козер; Дарендорф].

Медиапространство, являясь частью социального пространства [Филиппов] и его продолжением [McLuhan 1964], обладает характеристиками социального пространства и имеет ряд дополнительных характеристик, присущих современным медиа.

Взаимодействия, опосредованные современными медиа, во многом осуществляются по законам и правилам, работавшим в социальных системах и до появления электронных и цифровых каналов. Изучение и определение характеристик медиапространства в работах современных авторов как системы является логичным и на сегодняшний день более или менее общепринятым [см.: Шарков; Бузин; Юдина; и др.]. Так, В.Н. Бузин определяет медиапространство как перенос социальных отношений в виртуальную сферу [Бузин 2012: 10] и утверждает, что медиапространство является таким же реальным, как и социальное пространство, так как большую часть времени человек проводит именно в пространстве медиа, коммуницируя в нем. Также автором декларируется открытость системы: отсутствие выраженных границ (национальных и культурных) медиапространства [Бузин 2020: 172]. Часть авторов наделяют характеристиками субъекта собственно медиа: Ф.И. Шарков и В.В. Силкин подчеркивают, что «медиапространство существует лишь благодаря восприятию медиасообщений получателями информации, что возможно лишь при проявлении активности субъектов, представляющих медиаисточники» [Шарков, Силкин]. Е.Н. Юдина говорит о медиапространстве как результате, возникающем при взаимодействии средств массовой коммуникации и аудитории [Юдина: 151].

Методология настоящего исследования в продолжение работ ведущих исследователей в этой сфере основана на изучении системных характеристик медиапространства. Социальные взаимодействия в системе рассматриваются с точки зрения характеристик и факторов, влияющих на процессы и результаты распространения сообщений в современных медиа и их последствий для субъектов системы. Основой для настоящей работы является обзор научных публикаций по теме исследования. Отталкиваясь от предположения об относительной открытости системы и выраженной тенденции к саморазвитию и обеспечению системного равновесия [Бузин 2012], а также стиранию географических, культурных и временных границ социального взаимодействия, мы попытаемся выявить, какие из ее характеристик способствуют формированию полярно различных мнений и социальных паттернов, то есть *поляризации мнений*.

Причины поляризации мнений. Закрепление полярных точек зрения в различных сегментах медиапространства определяется набором характеристик, природа которых определяется как социальными закономерностями, так и особенностями функционирования современных медиа. Понимание неизбежности противоречий между участниками социального взаимодействия не является новым и интерпретируется различными авторами с различных сточек зрения и раскрывается в трактовке общинных и общественных связей у Ф. Тенниса [Теннис], теории социальных полей П. Бурдьё [Бурдьё], теории социального действия Т. Парсонса [Парсонс 2018 а,б], теории социальных конфликтов Л. Козера [Козер], и многих других.

Перенос социального взаимодействия в медиа привносит новые факторы, способствующие поляризации мнений. Фрагментация аудитории медиа, обусловлена, помимо социальных причин, работой поисковых алгоритмов и фильтров. Аудитория распределяется не только по виду медиа, но и отдельным каналам и блогам, что ведет к поляризации мнений и усилению социального конфликта. Медиапространство, которое должно способствовать разрушению барьеров границ, приводит к формированию отдельных обособленных сегментов, сообществ [Назаров; Кириллина].

Характеристики медиапространства. Как было выявлено ранее, медиапространство проявляет себя в социальных взаимодействиях, опосредованных медиа. Если раньше коммуникация могла осуществляться через СМИ в одностороннем порядке, то в медиапространстве, в сегодняшнем понимании термина, коммуникация распространяется с участием медиа от многих к многим. В *интерактивной коммуникации* пользователь вовлечен в коммуникационный процесс, непосредственно влияет на характер и содержание передаваемых сообщений и ее восприятие другими пользователями – с помощью социальных сетей сообщение может приобретать совершенно отличные от исходного материала формы. Информация, которая передается в медиапространстве через социальные сети или мессенджеры, дополняется комментариями и оценками пользователей, что неизбежно ведет к изменению восприятия исходного содержания. Таким образом, оценить, насколько правдива или уникальна информация, которую мы находим в медиапространстве, довольно сложно, особенно учитывая то, что массив данных в Интернете растет постоянно. Это предполагает, во-первых, сложности в верификации распространяемого контента, во-вторых, отсылает нас к специфическим характеристикам коммуникации внутри социальных сообществ и между ними [Шарков, Кириллина].

Теория ограниченных эффектов. Более полувека тому назад П. Лазарсфельд выдвинул теорию двухступенчатого потока коммуникации (two steps flow) или теорию ограниченных эффектов [Lazarsfeld et al.]. Основной идеей являлось то, что предпочтения избирателей во время предвыборной кампании формируются не с помощью СМИ, а с помощью лидеров мнений. Первая ступень потока коммуникации – СМИ оказывают влияние на лидеров мнений, вторая – лидеры мнений

на аудиторию. При этом влияние собственно СМИ на аудиторию ограничено, так как в зависимости от ряда факторов – демографических, социальных, культурных, представители аудитории будут склонны прислушиваться к тому или иному лидеру мнений и игнорировать других. Сообщения в медиапространстве могут распространять все пользователи, но с большей вероятностью внимание привлечет информация, исходящая от лидеров мнений, функции которых в современных медиа распределены между публичными политиками, селебрити и сетевыми блогерами. Появившаяся впоследствии теория многоступенчатого потока информации менее категорична в разделении акторов на «лидеров» и «не лидеров», предполагает интерактивное взаимодействие между теми и другими, то есть включает в себя межличностные коммуникации [Schramm: 7]. Количество субъектов взаимодействия в данном случае увеличивается, а информация при многократном повторении становится все более субъективной. Если когда-то лидерами мнений могли стать единицы, то сейчас – любой, у кого есть доступ в медиапространство. Грань между информацией от СМИ и информацией, распространяемой лидерами мнений в сети, стирается, так как источник зачастую невозможно определить. При этом пользователи выбирают именно те блоги и страницы, которые подтверждают их точку зрения о чем-либо (по Лазерсфельду) – этот выбор осуществляется как осознанно, так и автоматически на основе предложений, формируемых системой на основе данных куки, информации в профиле в социальной сети, предшествующего опыта пользователя или приоритетов в выборе подписок. Это формирует относительно закрытые сообщества пользователей, и в этом смысле медиапространство далеко не однородно. Таким образом подтверждается предположение, что даже при возможности доступа к огромному пласту информации, человек остается под влиянием ограниченного круга лидеров мнений и с ограниченным доступом к другим источникам. Почему человек остается закрытым к другим источникам объясняют другие характеристики медиапространства, которые мы рассмотрим далее.

Эффект фрейминга. Фрейминг, отталкиваясь от первоначального значения этого англоязычного термина, – это выбор определенных, не всех, аспектов информации, которые будут представлены в медиа. В каком-то смысле, фрейминг связан с теорией ограниченных эффектов, так как лидер мнений руководствуется информационными потребностями аудитории с одной стороны и потребностями стейкхолдеров, чьи интересы он представляет, с другой. У каждого пользователя есть шаблон восприятия информации, который определяет его ожидания в той или иной тематике. Если публикуемый контент не совпадает с ожиданиями, то возрастает вероятность потери подписчиков [Шипунова, Коломейцев: 184]. Подача информации в ракурсе и формате, интересном аудитории, ведет к искажениям. То же верно и в отношении отбора информации в соответствии с интересами тех или иных стейкхолдеров и заинтересованных лиц. При этом, если информация «фреймируется» под целевую аудиторию, то вполне закономерно, что поляризация мнений между разными аудиториями будет углубляться. Также

стоит отметить, что в медиапространстве люди склонны более свободно выражать свои взгляды, которые в реальной жизни бы оставались скрытыми. Коммуникация может иметь агрессивные и манипулятивные тенденции [Шарков: 102]. И если информацию не только подстраивают под определенную целевую аудиторию, но и наполняют содержание радикальными тенденциями, то неприятие к чужой точке зрения только возрастает.

Эхо-камеры. Одним их элементов системы, определяющим функционирование медиапространства в его современном понимании, являются так называемые «эхо-камеры» и «пузыри фильтров». В их основе лежат технологические и социальные факторы, способствующие формированию относительно закрытых друг от друга сетевых сообществ / виртуальных групп. На основе запросов в поисковой системе, переходов по тем или иным ссылкам и рекламным объявлениям, подписок в мессенджерах, данных профилей, репостов и лайков в социальных сетях, пользователь формирует определенный алгоритм, который в дальнейшем будет использоваться для предоставления ему похожей информации. Таким образом, поле видимых источников сужается, и пользователь «прищипывает» к пользователям с похожими взглядами. Многократное повторение сообщений внутри определенной аудитории вызывает эффект «эхо-камеры» – сообщение начинает восприниматься как единственно верное и общепринятое. Термин «эхо-камера» заимствован из акустики и описывает ситуацию отражения звуком в полый оболочке. В нашем случае же это метафора закрытой аудитории, процесс поиска той информации, которая усиливает уже существующие у пользователей взгляды [Русаков: 11]. Таким образом, пользователь окружает себя только виртуальными единомышленниками со схожими взглядами, очень часто при этом не желая воспринимать иную точку зрения. «Эхо-камеры – достаточно эффективный инструмент для формирования культурных и идеологических изоляторов, что может иметь негативные последствия для гражданского дискурса и выстраивания системы солидарности между различными социальными слоями и политическими силами» [Русаков: 14]. Из-за создания «эхо-камер» в медиапространстве люди дистанцируются друг от друга в реальной жизни. Информация, подкрепляемая одобрением и пониманием единомышленников в медиапространстве, создает иллюзию владения единственно правильной точкой зрения, что ведет к неприятию противоположных взглядов, даже если именно они и являются наиболее объективными. Е.Л. Вартанова определяет медиа такой средой, которая сама порождает конфликты, которые изначально отсутствовали либо присутствовали скрыто в социальной среде [Вартанова и др.: 7].

Пузыри фильтров – понятие, разработанное интернет-активистом Э. Паризер и основанное на том, что интернет предоставляет пользователям только релевантную для них информацию, но, к сожалению, сквозь фильтры, которые создаются посредством алгоритмов, невозможно увидеть полную картину происходящего. Когда разные люди делают запрос в поисковике на одну и ту же тему, им предоставляются различные результаты поиска, которые основаны на их пред-

ыдущих действиях в сети. Таким образом создается стена фильтров, доступ за которую найти довольно сложно. Отличие от эхо-камер заключается в том, что стена фильтров отделяет пользователей друг от друга в принципе, ведь вся получаемая информация персонализирована. И если эхо-камеры представляют собой группы единомышленников, которые разделяют даже если и ложные, но одни и те же взгляды, то стена фильтров отделяет людей друг от друга не только в реальности, но даже и в виртуальном пространстве – медиапространстве. Столкновение взглядов и идей часто является позитивным, но персонализация в сети крадет возможность случайных открытий. Сейчас человек остается в пузыре знакомой и удобной ему информации [Паризер]. Таким образом, несмотря на, казалось бы, большой потенциал для объединения и формирования новых связей, медиапространство остается системой с огромным количеством фильтров, которая способствует поляризации мнений.

Выводы. Рукопись основана на наблюдении усиливающейся поляризации общественного мнения в отношении того или иного медиаконтента по различным вопросам повестки дня. Такой резонанс, по изначальному предположению авторов, во многом обусловлен характеристиками медиапространства, а именно особенностями функционирования современных медиа на стыке массовой коммуникации и социального взаимодействия внутри и между различными сообществами пользователей. Это предположение подтверждается проведенным обзором источников: закрепление полярных точек зрения в различных сегментах медиапространства определяется набором характеристик, природа которых определяется как социальными закономерностями, так и особенностями функционирования современных медиа.

Источники

Бужин В.Н. (2012). Медиапространство в структуре социального пространства // Социум и власть. № 2 (34). С. 9-13.

Бужин В.Н. (2020). Гуманизация социума как императив управления медиапространством // Коммуникология. Том 8. № 2. С. 169-180. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2020-8-2-169-181>

Бурдьё П. (2001). Практический смысл / пер. с французского Н.Л. Шматко. СПб.: Алетейя; М.: Институт экспериментальной социологии (Bourdieu P. (1994). *Raisons pratiques. Sur la theorie de l'action*. Paris: Seuil).

Вартанова Е.Л., Дунас Д.В., Гладкова А.А. (2021). Медиа и конфликты: Исследование взаимовлияния в актуальном академическом дискурсе // Вестник московского университета. № 4. С. 3-30.

Гидденс Э. (2003). Устройство общества: Очерк теории структуриации. М.: Академический проект.

Дарендорф Р. (2002). Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы / Пер. с нем. Л.Ю. Пантиной. М.: Росспэн.

Зиммель Г. (2006). Избранные работы. Москва.

Кириллина Н.В. (2020). Источники неопределенности и применение итеративного подхода в управлении интерактивной коммуникацией в сети // Коммуникология. Том 8. № 4. С. 172-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-4-172-179.

Кириллина Н.В. (2022). Фрагментация аудитории медиа: от глобальной деревни к глобальному театру // *Коммуникология*. Том 10. № 2. С. 170-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-170-179.

Козер Л. (2000). *Функции социального конфликта* / пер. с англ. О. Назаровой; под общей редакцией Л.Г. Ионина. М.: Идея-Пресс.

Назаров М.М. (2018). Современная медиасреда: разнообразие и фрагментация // *Социологические исследования*. № 8. С. 54-64.

Паризер Э. (2012). За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас? / Пер. с англ. А. Широкова. М.: Альпина Бизнес Букс. (Pariser E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. NY: The Penguin Press).

Парсонс Т. (2018а). *Социальная система*. М.: Академический проект.

Парсонс Т. (2018b). О структуре социального действия / под ред. В.Ф. Чесноковой, С.А. Белановского. М.: Академический проект.

Русаков А.Ю. (2019). Эхо-камеры в современной массовой культуре // *Вестник СПбГИК*. № 2 (39). С. 11-15. DOI: 10.30725/2619-0303-2019-2-11-15.

Тард Ж.-Б. (2011). *Законы подражания*. М.: Академический проект.

Теннис Ф. (2002). *Общность и общество. Основные понятия чистой социологии = Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der reinen Soziologie*. М.: Фонд Университет; СПб.: Владимир Даль.

Филиппов А.Ф. (2008). *Социология пространства*. СПб: Владимир Даль.

Шарков Ф.И. (2016). Визуализация политического медиапространства // *Полис. Политические исследования*. № 5. С. 97-107. DOI: 10.17976/jpps/2016.05.08.

Шарков Ф., Кириллина Н. (2022). Конвергируемость реальных и виртуальных сообществ в цифровом пространстве: социологический обзор // *Социологическое обозрение*. Т. 21. № 3. С. 229-249.

Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2021). Генезис социологии медийного пространства // *Вестник Российского университета дружбы народов*. Серия: Социология. Том 21. № 3. С. 557-566. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-557-566. EDN: CLXBBO.

Шипунова О.Д., Коломейцев И.В. (2019). Специфика управления массовым сознанием в информационном поле Е-Культуры // *Векторы благополучия: экономика и социум*. № 1 (32). С. 177-188.

Юдина Е.Н. (2008). Медиапространство как новая социологическая категория // *Преподаватель XXI век*. № 2. С. 151-154.

Giddens A. (1991). *Living in the World: dilemmas of the self*. In: *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, StanfordUniversity Press. P. 187-201.

Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press.

McLuhan M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.

McLuhan M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.

Schramm W. (1971). *The Nature of Communication between Humans*. In: W. Schramm, D.F. Roberts (eds.), *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

■ ■ ■ Characteristics of Mediaspace: influence on the polarization of public opinion

Kirillina N.V., Fabrichnykh M.A.

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), Moscow, Russia.

Abstract. The development of the new media and the transfer of mass and interpersonal communications into the digital space, on the one hand, opens up the opportunity for interaction and obtaining information regardless of geographical, sociocultural and time factors, on the other hand, it creates new patterns of interaction with and within the media, as well as social interaction in general. By virtue of the ability to quickly access a large amount of information, a media user develops a sense of freedom to choose its source. At the same time, despite the seemingly openness of the media space and unlimited access to information, its perception by different groups of users is not heterogeneous. Observation of very emotional discussions on the network on some issues on the agenda allows us to search for a relationship between the nature of the dissemination of information in media communities and the growing polarization of opinions on media content. These assumption actualizes the need to identify characteristics of the media space that may (1) influence the perception of information by users and (2) increasing the resonance between different groups of media users and subscribers.

Keywords: media, media space, network communities, online communities, polarization of public opinion

For citation: Kirillina N.V., Fabrichnykh M.A. (2023). Characteristics of mediaspace: influence on the polarization of public opinion. *Communicology (Russia)*. Vol.11. No. 4. P. 51-59. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-51-59.

Inf. about the authors: Kirillina Natalya Vladimirovna – CandSc. (Soc.), associate professor of the Department of Public Relations and Media Policy, Faculty of Journalism, Institute of Public Service and Management, RANEPA. *ORCID:* 0000-0003-3506-7558. *E-mail:* nata.kirillina@gmail.com. Fabrichnykh Maria Aleksandrovna – graduate student at the Faculty of Journalism of the Institute of Public Service and Management, RANEPA. *Address:* 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 84. *E-mail:* marfa1997.07@rambler.ru.

Received: 04.11.2023. *Accepted:* 12.12.2023.

References

- Bourdieu P. (1994). *Raisons pratiques. Sur la theory de l'action*. Paris: Seuil (in Fr.).
- Buzin V.N. (2012). Media space in the structure of social space. *Society and power*. No. 2 (34). P. 9-13 (In Rus.).
- Buzin V.N. (2020). Humanization of society as an imperative for managing the media space. *Communicology*. Vol. 8. No. 2. P. 169-180. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-2-169-180 (In Rus.).
- Dahrendorf R. (2002). *Modern social conflict. Essay on the politics of freedom* (transl. L.Y. Pantina). M.: Rosspan (in Rus.).

- Giddens A. (1991). Living in the World: dilemmas of the self. In: *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford, StanfordUniversity Press. P. 187-201.
- Giddens A. (2003). The constitution of society: outline of the theory of structuration (transl.). M.: Academic project (in Rus.).
- Kirillina N.V. (2020). Sources of uncertainty and the use of iterative approach to managing interactive communication on the network. *Communicology*. Vol. 8. No. 4. P. 172-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2020-8-4-172-179 (In Rus.).
- Kirillina N.V. (2022). Fragmentation of the media audience: from global village to global theater. *Communicology*. Vol. 10. No. 2. P. 170-179 (In Rus.). DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-170-179 (In Rus.).
- Koser L. (2000). Functions of social conflict (transl. O. Nazarova, ed. L.G. Ionin). M.: Idea-Press (in Rus.).
- Lazarsfeld P., Berelson B., Gaudet H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press.
- McLuhan M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
- Nazarov M.M. (2018). Modern media environment: diversity and fragmentation // *Sociological Studies (Socis)*. No. 8. P. 54-64.
- Pariser E. (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. NY: The Penguin Press.
- Parsons T. (2018). The social system (transl.). M.: Academic project (in Rus.).
- Parsons T. (2018). The structure of social action (transl., ed. V.F. Chesnokova, S.A. Belanovsky). M.: Academic project (in Rus.).
- Rusakov A.Yu. (2019). Echo chambers in modern mass culture. *Bulletin of St. Petersburg State Institute of Cinematography*. No. 2 (39). P. 11-15. DOI: 10.30725/2619-0303-2019-2-11-15 (In Rus.).
- Schramm W. (1971). The Nature of Communication between humans. In: W. Schramm, D.F. Roberts (eds.), *The Process and Effects of Mass Communication*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Sharkov F.I. (2016). Visualization of the political media space. *Polis. Political studies*. No. 5. P. 97-107. DOI: 10.17976/jpps/2016.05.08 (In Rus.).
- Sharkov F., Kirillina N. (2022). The convergence of real and virtual communities in the digital space: a sociological review. *Russian Sociological Review*. Vol. 21. No. 3. P. 229-249 (in Rus.).
- Sharkov F.I., Silkin V.V. (2021). Genesis of the sociology of media space. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 21. No. 3. P. 557-566. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-557-566. EDN: CLXBBO (In Rus.).
- Shipunova O.D., Kolomeytshev I.V. (2019). Specifics of managing mass consciousness in the information field of E-Culture. *Journal of Wellbeing Technologies*. No. 1 (32). P. 177-188 (In Rus.).
- Simmel G. (2006). *Selected works*. Moscow (in Rus.).
- Tarde G. (2011). The laws of imitation (transl., ed.). M.: Academic project (in Rus.).
- Tonnies F. (2002). Community and society. Basic concepts of pure sociology = Gemeinschaft und Gesellschaft. Grundbegriffe der reinen Soziologie. M.: University Foundation; SPb.: Vladimir Dal (in Rus.).
- Vartanova E.L., Dunas D.V., Gladkova A.A. (2021). Media and conflicts: Study of mutual influence in current academic discourse. *Bulletin of Moscow University*. No. 4. P. 3-30 (In Rus.).
- Yudina E.N. (2008). Media space as a new sociological category. *Teacher of the 21st century*. No. 2. P. 151-154 (In Rus.).

■ ■ ■ Подготовка медиаспециалистов в области социальной коммуникации

Авакова Э.Б.¹, Кузнецов А.А.²

1. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ), Санкт-Петербург, Российская Федерация.

2. Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна (СПбГУПТД), Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. Статья посвящена проблемам подготовки медиаспециалистов в контексте совершенствования системы высшего образования в России. На основе анализа теоретических материалов и эмпирических данных авторы обосновывают назревшую необходимость трансформации системы медиаобразования в России с целью подготовки профессиональных коммуникаторов новой формации. Основываясь на результатах собственного социологического опроса, а также результатах, полученных другими исследователями, авторы подтверждают наличие определенных сложностей, которые испытывают студенты, обучающиеся по образовательным программам, неразрывно связанным медиа. Так, можно говорить о среднем уровне медиаграмотности студентов, часто их неосознанном поведении как потребителей информации, трудностях с верификацией информации. Игнорирование обозначенных сложностей в процессе обучения может приводить к тому, что ряды будущих медиаспециалистов в области социальной коммуникации пополняют кадры, не соответствующие этой деятельности эмоционально и профессионально. Дальнейшая непрофессиональная деятельность может оказывать существенное влияние на уровень доверия общества к любой информации, распространяемой в медиапространстве. Логика исследования позволяет авторам прийти к выводу о том, в России сформировался явный общественный запрос на медиаспециалистов высокого профессионального уровня, правдиво и ответственно формирующих современную общественную повестку.

Ключевые слова: система высшего образования, медиаобразование, медиаспециалисты, медиапространство, социальная коммуникация

Для цитирования: Авакова Э.Б., Кузнецов А.А. Подготовка медиаспециалистов в области социальной коммуникации // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 60-69. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-60-69.

Сведения об авторах: Авакова Элина Борисовна – кандидат социологических наук, доцент Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью СПбПУ. Адрес: 195251, Россия, г. Санкт-Петербург ул. Политехническая, 29. E-mail: elina_avaakova@mail.ru. ORCID: 0000-0002-5305-5748. Кузнецов Артем Александрович – преподаватель кафедры рекламы и связей с общественностью СПбГУПТД. Адрес: 191186, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Большая Морская, 18. E-mail: artsmith@inbox.ru. ORCID: 0000-0002-0995-8405.

Статья поступила в редакцию: 18.09.2023. *Принята к печати:* 03.11.2023.

Введение. Обеспечение экономического роста, социального благополучия и национального суверенитета с необходимостью предполагает наличие ресурсов – финансовых, информационных, инфраструктурных, социальных, которые позволят не только соответствовать мировым тенденциям, но играть на опережение, проявлять инициативность и инновационность в стратегически важных вопросах¹. С точки зрения обеспечения интересов и реализации стратегических целей государства особое значение приобретает развитие человеческого капитала. Соответственно, на первый план выступают задачи по повышению уровня качества кадрового обеспечения [Strogetskaia et al.]. Современные экономические, политические и социокультурные условия актуализируют острую потребность государства в молодых компетентных профессионалах, отличающихся высокой культурой мыслительной деятельности и гражданско-патриотическими ценностями [Стукалова]. Именно от молодого поколения зависит вектор будущего развития государства. Молодые специалисты, обладающие современными знаниями, умениями и навыками, мотивированные включаться в решение вопросов реализации национальных целей и приоритетов – один из ключевых стратегических ресурсов [Авакова].

В контексте вышесказанного большая ответственность возлагается на систему образования, которая сегодня претерпевает существенные изменения, назревшие, в том числе, вследствие обновляющихся требований к специалистам во всех сферах жизни общества.² От качества функционирования системы образования (внедрения современных форм и методов обучения и воспитания, уровня содержательной подготовки выпускников, степени их мотивации к личностному и профессиональному саморазвитию и обучению и пр.) зависит решение первоочередных социально-экономических проблем общества [Кузнецов]. Образование в сложившихся условиях, вслед за другими социальными институтами, меняет некоторые свои акценты, смысловые и ценностные ориентиры, доминирующую роль приобретает ориентация на достижение национальных целей [Богданова].

¹ Стратегия научно-технологического развития РФ (утверждена Указом Президента РФ 01.12.2016 № 642), Стратегия национальной безопасности РФ (утверждена Указом Президента РФ 02.07.2021 № 400), Прогноз социально-экономического развития РФ на период до 2036 г. (одобрен на заседании Правительства РФ 22.11.2018) // Официальный сайт Минэкономразвития России [эл. ресурс]: https://www.economy.gov.ru/material/directions/strateg_planirovanie/dokumenty_strategicheskogo_planirovaniya/ (дата обращения: 14.08.2023); Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Официальный сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/41460> (дата обращения: 04.08.2023); Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г.» // Официальный сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45726> (дата обращения 10.08.2023).

² Послание Президента Федеральному Собранию // Официальный сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/70565> (дата обращения 10.08.2023).

Уровень образования определенно влияет на жизнеспособность и эффективность общественных процессов в государстве. Эффективной представляется система опережающего высшего образования, гибкая и подвижная образовательная система, учитывающая в реальном времени потребности как рынка труда, так и науки, обеспечивающая баланс между узкой профессиональной специализацией, междисциплинарностью и персонализацией [Константинова и др.].

Подписанный в мае 2023 г. Указ Президента¹ о совершенствовании системы образования видится отправной точкой изменений, призванных вывести процесс подготовки национальных кадров на новый, качественно более высокий уровень, что является необходимым условием обеспечения устойчивого развития отечественной экономики.

На повестке дня одновременно и вопросы трансформации системы медиаобразования. Роль, которую играет медиаобразование в обеспечении устойчивого развития государства и повышении его конкурентоспособности в современных условиях, актуализирует новые аспекты его развития [Сетраков, Абдурахманова: 35.]. Так, например, востребованность вопросов подготовки профессионалов, создающих качественные медиапроекты, чувствующих повестку и умеющих ее адаптировать под актуальную ситуацию, регулярно обсуждается в рамках «Мастерской новых медиа».² Вопросам подготовки квалифицированных и ответственных специалистов для сферы медиа, формирующих современную информационную среду и создающих качественный контент, запрос на который остро назрел у общества и государства, были посвящены дискуссии в рамках прошедшего в июне 2023 г. Петербургского Международного Экономического Форума (ПМЭФ).³ Еще одной площадкой для обсуждения различных стратегических вопросов (развитию сферы образования в области медиа и технологий, достижению показателей медийной и информационной грамотности граждан, формированию образовательных программ, связанных с медиаобразованием и др.) должна стать XIV Всероссийская конференция им. Ирины Жилавской «Медиаобразование 2023».⁴

¹ Указ Президента РФ от 12 мая 2023 г. N 343 «О некоторых вопросах совершенствования системы высшего образования» // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ [эл. ресурс]: <https://www.garant.ru/hotlaw/federal/1623647/> (дата обращения 10.08.2023).

² Необходимость подготовки кадров для обеспечения цифрового суверенитета России обсудили на «Мастерской новых медиа» // Россия – страна возможностей [эл. ресурс]: <https://rsv.ru/news/1/4662/> (дата обращения 10.08.2023).

³ Медиаобразование как доминирующий фактор в сфере формирования системы ценностей современного общества обсудили в рамках ПМЭФ [эл. ресурс]: <https://rsv.ru/news/1/5499> (дата обращения 10.08.2023); На страже интересов страны: на ПМЭФ обсудили способы эффективной борьбы с фейками в интернете [эл. ресурс]: <https://rsv.ru/news/1/5501> (дата обращения 10.08.2023).

⁴ Медиаобразование 2023. Конференция им. Ирины Жилавской [эл. ресурс]: <https://mediasc.ru/mediaeducation2023> (дата обращения 10.08.2023).

Вышесказанное подтверждает, что на данном этапе в России сформировался явный общественный запрос на медиаспециалистов высокого профессионального уровня, способных эффективно работать в информационном пространстве, правдиво и ответственно формирующих современную общественную повестку.

По мнению авторов настоящей статьи, трансформации в системе высшего образования предоставляют возможности внести назревшие коррективы, направленные на совершенствование подготовки будущих медиаспециалистов. Так, уже после первого года реализации пилотного проекта,¹ направленного на изменение уровней профессионального образования, предусмотрено внесение необходимых изменений в образовательные стандарты и соответствующие им образовательные программы.

Материал и методы исследования. Информационной базой исследования послужили нормативно-правовые акты и документы стратегического планирования РФ, научные публикации российских и зарубежных исследователей, посвященные проблемам развития системы высшего образования, медиаобразования и функционирования медиaprостранства, а также эмпирический материал. В качестве эмпирической базы для написания статьи использованы результаты опросов ведущих социологических служб России – ВЦИОМ и Фонда «Общественное мнение» (ФОМ). Авторы также использовали некоторые результаты собственного социологического исследования на тему медиаграмотности будущих специалистов по связям с общественностью, проведенного в июне-июле 2023 г. (N=96) среди студентов направления «Реклама и связи с общественностью» двух университетов г. Санкт-Петербург (СПбПУ и СПбГУПТД), и результаты аналогичных исследований других российских авторов, проведенных среди студентов направления подготовки «Журналистика».

Результаты исследования и обсуждение

Российские и зарубежные исследователи давно признают, что медиа не просто стали неотъемлемой составляющей частью других институтов (таких как политика, работа, семья, религия и пр.) [Hjarvard: 105.], но отмечают глубинную взаимосвязь медиа и пространства – трудно говорить о пространстве, не говоря при этом о медиа – и наоборот [Couldry, McCarthy]. Справедливо говорить о взаимовлиянии общественных процессов – культурных, социальных и политических – и медиа, [Reinhold] Так, медиaprостранство включает в себя практически любые социальные события, явления и процессы [Шарков, Силкин]. При этом оно непрерывно расширяется и структурно усложняется, в нем тесно переплетается контент экономического, социокультурного и политического характера [Шарков].

¹ Постановление Правительства РФ от 9 августа 2023 г. N 1302 «О реализации пилотного проекта, направленного на изменение уровней профессионального образования» // Информационно-правовой портал ГАРАНТ.РУ [эл. ресурс]: <http://static.government.ru/media/files/fNFeJiaAAPeJ13UeiAjRsXU2CM0MZ0FA.pdf> (дата обращения 19.08.2023).

И здесь важно понимать, что одновременно с широкими возможностями медиапространство включает в себе и серьезные информационные риски и медиаугрозы [Челышева: 159-160].

Так, именно на грамотных медиаспециалистов возлагается задача «помощи» аудитории в ситуации ежедневно обрушивающейся на нее лавинообразным потоком противоречивой информации, с которой часто не понятно, что делать. Такие специалисты, в частности, должны отделять правдивую информацию и грамотную аналитику от фейков, после чего уже транслировать ее в информационном поле.¹

Результаты социологических опросов свидетельствуют о масштабах проблемы восприятия фейковых новостей в обществе. Согласно данным ВЦИОМ почти половина россиян (42%) признают, что им трудно отличить достоверные новости от недостоверных, при этом 31% опрошенных из тех, кто сталкивался с недостоверной информацией, изначально даже не заподозрили об этом.² Обратим внимание, что это проблема не только рядовых граждан.

К сожалению, как в профессиональной, так и в научной среде сохраняется критика уровня подготовки выпускников «медийных» профессий, среди которых, например, журналистика, реклама и связи с общественностью [Смеюха, Армаш]. Результаты проводимых исследований подтверждают необходимость совершенствования образовательных программ подготовки специалистов, которые в скором будущем будут участвовать в наполнении информационного пространства и формировании общественной повестки. Речь идет о студентах правлений подготовки, связанных с медиакоммуникациями, журналистикой, рекламой и связями с общественностью, для которых медиаграмотность – один из основополагающих факторов формирования профессиональной компетентности.

Так, по признанию самих же студентов-журналистов во время их обучения вопросам медиаграмотности уделяется очень мало времени и внимания [Наговицина]. Н.С. Авдониная и Л.В. Зайцева в своем исследовании студентов направления «Журналистика» характеризуют уровень медиаграмотности респондентов как средний. Например, определение фейковой новости в рамках предпринятого педагогического эксперимента оказалось трудной задачей как для первокурсников, так и для студентов выпускного курса. Успешно с поставленной задачей респонденты справились примерно наполовину [Авдониная, Зайцева].

Авторы настоящей статьи в своем исследовании студентов направления «Реклама и связи с общественностью» пришли к схожим выводам – обоснованно говорить об их среднем уровне медиаграмотности. Так, показательны ответы

¹ На страже интересов страны: на ПМЭФ обсудили способы эффективной борьбы с фейками в интернете [эл. ресурс]: <https://rsv.ru/news/1/5501> (дата обращения 10.08.2023).

² «Фейк-нюс»: масштаб проблемы // ВЦИОМ [эл. ресурс]: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/fejk-nyus-masshtab-problemy-> (дата обращения: 20.08.2023).

респондентов на вопрос о том, хорошо ли они знакомы с понятием «медиаграмотность». Только чуть больше, чем половине опрошенных (53,1%) знаком этот термин, о содержательных его аспектах хорошо осведомлено еще меньшее количество. При этом в целом, ответы на заданные респондентам вопросы свидетельствуют о наличии у них критического восприятия информации. Так опрошенные склонны проверять полученную информацию в разных источниках (56,3% часто, 25% всегда) и не склонны реагировать на поступающую информацию стихийно (65,6% будут ее перепроверять на достоверность), они достаточно хорошо осведомлены об используемых манипулятивных приемах подачи информации, а также признаках фейков. При этом среди опрошенных есть и те, чье поведение в медиапространстве нельзя назвать осознанным. Так, например, 17,7% респондентов изучают информацию спонтанно и не могут дать однозначный ответ на вопрос, будут ли проверять ее или нет. Только треть опрошенных (33,3%) всегда или часто стараются проверить первоисточник. В рамках предоставленной респондентам в конце опроса возможности самостоятельно оценить свой уровень медиаграмотности большинство (73,9%) определило его как средний. Высоким свой уровень посчитали только 20,3% опрошенных студентов.

Исследование, проведенное В.В. Смеюхой, показало, что студенты-журналисты также невысоко оценивают уровень собственной медиаграмотности, в частности респонденты испытывают сложности с верификацией информации. Большинство (81%) не всегда может самостоятельно определить, является ли информация ложной. 74% опрошенных при этом связывают увеличение количества недостоверной информации в медиапространстве с последствиями непрофессиональной работы журналистов, блогеров, использующих непроверенные источники информации [Смеюха].

Согласно данным ФОМ более 60% россиян уверены, что СМИ их часто обманывают – дают заведомо ложную или непроверенную информацию. Некоторые эксперты солидарны с мнением, что это происходит во многом по вине самих СМИ, которым «не хватает социальной ответственности за предоставляемые сведения».¹ Четверть участников другого опроса ФОМ, проведенного в январе 2023 г., не склонны доверять вообще никаким источникам информации².

При этом, распространение журналистом фейковой новости приводит не только к таким последствиям, как например репутационные издержки для него самого и для его редакции [Кульчицкая]. Качество контента, посредством которого происходит информирование граждан о текущих событиях, напрямую отра-

¹ Выжutowич В.В. Граждане способны отличить правдивую информацию от ложной // Российская газета – Федеральный выпуск: №20 (8074) [эл. ресурс]: <https://rg.ru/2020/01/30/vyzhutovich-grazhdane-sposobny-otlichit-pravdivuiu-informaciiu-ot-lozhnoj.html> (дата обращения 19.08.2023).

² Источники информации: предпочтения россиян // ФОМ [эл. ресурс]: <https://fom.ru/SMI-i-internet/14835> (дата обращения 19.08.2023).

жается на состоянии общества, общественных настроениях, установках, и, как следствие, отражается на развитии государства в целом.

Выводы. Одна из приоритетных целей происходящих сегодня преобразований в системе высшего образования – существенное повышение качества высшего образования, максимальное соответствие запросам времени при подготовке высококвалифицированных кадров¹.

В результате проведенного исследования представляется справедливым утверждать, что сегодня сформировался четкий общественный запрос на подготовку медиаспециалистов, обладающих необходимыми профессиональными компетенциями для обеспечения высокого качества контента, широким набором базовых знаний и гибкими навыками, мотивацией и ответственностью за то влияние, которое они оказывают своей деятельностью на аудиторию.

Согласимся с тезисом о том, что назрела необходимость подготовки коммуникатора нового типа – инженера смыслов, который интерпретирует контекст социальной реальности формированием новой значимости, который способен, в том числе, менять общественное сознание и поведение целевых аудиторий, помогать людям обретать ценностно-смысловую картину мира [Арканникова и др.]

Разработка компетентностной рамки медиаспециалиста, который по роду своей деятельности принимает участие в формировании системы ценностей современного общества и создании новой общественной повестки должна стать ответом на актуальные запросы общества, государства и рынка труда. Это и есть новая задача системы образования в вопросе подготовки специалистов сферы медиа.

Источники

Авакова Э.Б. (2022). Мотивационные факторы профессионального выбора абитуриентов как основа коммуникационной стратегии университета // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. № 3. С. 40-46. DOI: 10.24412/1994-3776-2022-3-40-46.

Авдониная Н.С., Зайцева Л.В. (2022). Анализ медиаграмотности у студентов направления «Журналистика» // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. №3 (36). С. 141-146. DOI: 10.36809/2309-9380-2022-36-141-146.

Богданова В.П. (2023). Трансформация образовательных парадигм в дискурсе ценностных ориентаций современного российского общества // Вестник педагогических наук. № 1. С. 227-229.

Арканникова М.С. и др. (2022). Инженеры смыслов в новой реальности: тренды и практики коммуникационной индустрии: коллективная монография. СПб: Политех-ПРЕСС.

Константинова Л.В., Петров А.М., Штыхно Д.А. (2023). Переосмысление подходов к уровневой системе высшего образования в России в условиях выхода из Болонского процесса // Высшее образование в России. Т. 32. № 2. С. 9-24. DOI: 10.31992/0869-3617-2023-32-2-9-24.

¹ ПМЭФ-2023: Валерий Фальков ответил на вопросы студентов о формировании новой системы высшего образования // Официальный сайт Минобрнауки России [эл. ресурс]: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/main/69206/> (дата обращения 19.08.2023).

Кузнецов А.А. (2022). Ценностные ориентации и практико-ориентированный подход в контексте эффективности образовательного процесса // Современное образование: традиции и инновации. № 1. С. 26-31. DOI: 10.51623/23132027_122_26.

Кульчицкая Д.Ю. (2021). Нормы и правила поведения журналистов в социальных сетях (анализ редакционных стандартов ведущих англоязычных СМИ) // Меди@льманах. № 5 (106). С. 88-95. DOI: 10.30547/mediaalmanah.5.2021.8895.

Наговицина Т.А. (2022). Медиаграмотность студентов-журналистов и развитие у них коммуникативных навыков // Журналистика цифровой эпохи: антропологический поворот. Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Екатеринбург: Изд-во УрФУ. С. 82-85.

Сетраков А.Н., Абдурахманова И.В. (2022). Роль медиаобразования в обеспечении медиабезопасности личности и государства // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. № 5 (144). С. 32-37.

Смеюха В.В. (2021). Недостоверная информация в оценке будущих журналистов // MEDIAОбразование: медиавключенность vs медиаизоляция: Материалы VI Международной научной конференции, Челябинск, 23-25 ноября 2021 года / Под редакцией А.А. Морозовой. Часть 1. Челябинск: Челябинский государственный университет. С. 103-107.

Смеюха В.В., Армаш В.В. (2022). Современное медиапространство в оценке преподавателей направлений подготовки «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью» // Вопросы журналистики, педагогики и языкознания. № 41 (1). С. 27-37. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-1-27-37

Стукалова А.С. (2023). Роль критического мышления в снижении роста манипулятивного воздействия на молодежь // Пути совершенствования организационной и учебно-методической работы вуза в условиях пандемии: опыт и перспективы: Материалы межрегиональной учебно-методической конференции преподавателей высшей школы, Хабаровск, 27 апреля 2023 года / Отв. редактор С.Н. Киселев. Хабаровск: Дальневосточный государственный медицинский университет. С. 176-179.

Челышева И.В. (2019). Проблема формирования межнациональной толерантности студенчества и риски современного медиапространства // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. № 2. С. 156-170.

Шарков Ф.И. (2022). Ноосферная парадигма глобализации политического медиапространства // Век глобализации. № 3(43). С. 33-44. DOI: 10.30884/vglob/2022.03.03

Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2021). Генезис социологии медиапространства // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. Т. 21. № 3. С. 557-566. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-557-566.

Hjarvard S. (2008). The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*. No. 29.

Couldry N., McCarthy A. (2004). *MediaSpace: Place, Scale and Culture*. New York: Routledge.

Reinhold H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier* (revised ed.). Cambridge, Mass.: MIT University Press.

Strogetskaia E.V., Avakova E.B., Betiger I.B. (2022). Digital Turn in Communication Strategies for Motivating Modern University Applicants. In: *Proceedings of the 2022 Communication Strategies in Digital Society Seminar 2022, ComSDS 2022, St. Petersburg, 13 April 2022*. P. 83-90. DOI: 10.1109/ComSDS55328.2022.9769169.

■ ■ ■ Training of media specialists in the field of social communication

Avakova E.B.¹, Kuznetsov A.A.²

1. Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University (SPbPU), St. Petersburg, Russia.
2. Saint Petersburg State University of Industrial Technologies and Design (SPbSUITD), St. Petersburg, Russia.

Abstract. The article is devoted to the problems of training of media specialists in the context of improving the system of higher education in Russia. Based on the analysis of theoretical and empirical materials, the authors substantiate the need to transform the media education system in Russia in order to train professional communicators of a new formation. Based on the results of their own sociological research and the results obtained by other researchers, the authors confirm the presence of certain difficulties in educational media programs. E.g., students show average level of media literacy, unconscious behavior as consumers of information, and difficulties with information verification. Failure to overcome all that difficulties may lead to the fact that the ranks of future media specialists in the field of social communication will be replenished with personnel who does not correspond to this activity emotionally and professionally. The activities of such non-professionals significantly affects the level of public trust in any information in the media. The logic of the research allows the authors to come to conclusions that in Russia there is a clear public demand for media specialists of high professional level, truthfully and responsibly forming the modern public agenda.

Keywords: higher education system, media education, media specialists, media space, social communication

For citation: Avakova E.B., Kuznetsov A.A. (2023). Training of media specialists in the field of social communication. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 60-69. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-60-69.

Inf. about the authors: Avakova Elina Borisovna – CandSc (Soc.), associate Professor of the Graduate School of Media Communications and Public Relations of SPbPU. Address: 195251, Russia, St. Petersburg, Polytechnicheskaya st., 29. E-mail: elina_avakova@mail.ru. ORCID: 0000-0002-5305-5748. Kuznetsov Artem Aleksandrovich – lecturer at the Department of Advertising and Public Relations of SPbSUITD. Address: 191186, Russia, St. Petersburg, Bolshaya Morskaya st., 18. E-mail: artsmith@inbox.ru. ORCID: 0000-0002-0995-8405.

Received: 18.09.2023. *Accepted:* 03.11.2023.

References

- Arkannikova M.S. et al. (2022). Engineers of meaning in the new reality: trends and practices of the communication industry: collective monograph. SPb: Polytech-PRESS (in Rus.).
- Avakova E.B. (2022). Motivational factors of professional choice of applicants as the basis of the university's communication strategy. *Telescope: journal of sociological and marketing research*. No. 3. P. 40-46. DOI: 10.24412/1994-3776-2022-3-40-46 (in Rus.).

- Avdonina N.S., Zaitseva L.V. (2022). Analysis of media literacy among students of the Journalism programs. *Bulletin of the Omsk State Pedagogical University. Humanities studies*. No. 3 (36). P. 141-146. DOI: 10.36809/2309-9380-2022-36-141-146 (in Rus.).
- Bogdanova V.P. (2023). Transformation of educational paradigms in the discourse of value orientations of modern Russian society. *Bulletin of Pedagogical Sciences*. No. 1. P. 227-229 (in Rus.).
- Chelysheva I.V. (2019). The problem of forming interethnic tolerance among students and the risks of the modern media space. *Crede Experto: transport, society, education, language*. No. 2. P. 156-170 (in Rus.).
- Couldry N., McCarthy A. (2004). *MediaSpace: Place, Scale and Culture*. New York: Routledge.
- Hjarvard S. (2008). The Mediatization of Society A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*. No. 29.
- Konstantinova L.V., Petrov A.M., Shtykhno D.A. (2023). Rethinking approaches to the level system of higher education in Russia in the conditions of exit from the Bologna process. *Higher education in Russia*. Vol. 32. No. 2. P. 9-24. DOI: 10.31992/0869-3617-2023-32-2-9-24 (in Rus.).
- Kulchitskaya D.Yu. (2021). Norms and rules of conduct for journalists in social networks (analysis of editorial standards of leading English-language media). *Medi@lmanakh*. No. 5 (106). P. 88-95. DOI: 10.30547/mediaalmanakh.5.2021.8895 (in Rus.).
- Kuznetsov A.A. (2022). Value orientations and a practice-oriented approach in the context of the effectiveness of the educational process. *Modern education: traditions and innovations*. No. 1. P. 26-31. DOI: 10.51623/23132027_122_26 (in Rus.).
- Nagovitsina T.A. (2022). Media literacy of student journalists and the development of their communication skills. In: Journalism of the digital era: an anthropological turn. Materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation. Ekaterinburg: UrFU Publishing House. P. 82-85 (in Rus.).
- Reinhold H. (2000). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier* (revised ed.). Cambridge, Mass.: MIT University Press.
- Setrakov A.N., Abdurakhmanova I.V. (2022). The role of media education in ensuring media security of the individual and the state. *Science and education: economy and economics; entrepreneurship; law and management*. No. 5 (144). P. 32-37 (in Rus.).
- Sharkov F.I. (2022). Noospheric paradigm of globalization of the political media space. *Century of Globalization*. No. 3(43). P. 33-44. DOI: 10.30884/vglob/2022.03.03 (in Rus.).
- Sharkov F.I., Silkin V.V. (2021). Genesis of the sociology of media space. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 21. No. 3. P. 557-566. DOI: 10.22363/2313-2272-2021-21-3-557-566 (in Rus.).
- Smeyukha V.V. (2021). Unreliable information in the assessment of future journalists. In: MEDIA Education: media inclusion vs media isolation: Proceedings of the 4th International Scientific Conference, Chelyabinsk, November 23-25, 2021. Chelyabinsk: Chelyabinsk State University. P. 103-107 (in Rus.).
- Smeyukha V.V., Armash V.V. (2022). Modern media space in the assessment of teachers of the training areas "Journalism", "Advertising and Public Relations". *Questions of journalism, pedagogy and linguistics*. No. 41 (1). P. 27-37. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-1-27-37 (in Rus.).
- Strogetskaia E.V., Avakova E.B., Betiger I.B. (2022). Digital Turn in Communication Strategies for Motivating Modern University Applicants. In: Proceedings of the 2022 Communication Strategies in Digital Society Seminar 2022, ComSDS 2022, St. Petersburg, 13 April 2022. P. 83-90. DOI: 10.1109/ComSDS55328.2022.9769169.
- Stukalova A.S. (2023). The role of critical thinking in reducing the growth of manipulative influence on youth. In: Ways to improve the organizational, educational and methodological work of a university in a pandemic: experience and prospects: Materials of the interregional educational and methodological conference of higher school teachers, Khabarovsk, April 27, 2023. Khabarovsk: Far Eastern State Medical University. P. 176-179 (in Rus.).

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (филологические науки)

MEDIACOMMUNICATIONS AND JOURNALISM (philological sciences)

■ ■ ■ Мониторинг продвижения культурно-образовательного проекта в цифровой среде¹

Глущенко О.А.¹, Наумов Т.А.²

1. Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация.

2. Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. В статье поднимается проблема применения инструментов цифрового маркетинга к оценке эффективности продвижения культурно-образовательного проекта. Рукопись подготовлена на основе открытых данных проекта «Профильные смены», который реализует государственная организация дополнительного образования детей «Академия талантов» с целью выявления и поддержки одаренной и талантливой молодежи Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Проект является частью регионального проекта «Успех каждого ребенка», реализуемого в рамках национального проекта «Образование». На примере проекта описаны результаты информационного и коммуникационного мониторинга, выявлены лакуны в популяризации проекта, даны авторские рекомендации. Результаты мониторинга продвижения культурно-образовательного проекта рассматриваются в аспекте репутационного аудита.

Ключевые слова: культурно-образовательный проект, продвижение проекта, управление репутацией, цифровая среда, коммуникационный мониторинг, информационный мониторинг

Для цитирования: Глущенко О.А., Наумов Т.А. Мониторинг продвижения культурно-образовательного проекта в цифровой среде // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 71-81. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-71-81.

Сведения об авторах: Глущенко Олеся Анатольевна – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций Северо-Западного института управления РАНХиГС. Адрес: 199178, Россия, г. Санкт-Петербург, Васильевский остров, Средний проспект Васильевского острова, 57/43. E-mail: glushchenko-oa@ranepa.ru. ORCID: 0000-0001-6365-0981. Наумов Тарас Александрович – магистрант международной образовательной программы «Реклама и коммуникации в международной сфере» Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого. Адрес: 194021, Россия, г. Санкт-Петербург, ул. Политехническая, д. 19. E-mail: taras.naumov.2001@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 06.10.2023. Принята к печати: 12.11.2023.

¹ Исследование выполнено в рамках НИОКТР Северо-Западного института управления РАНХиГС № 122112800092-6.

Введение. Проектная деятельность в сфере образования зарекомендовала себя как результативная и системообразующая. Большую популярность у региональных образовательных организаций приобрел формат гибридного культурно-образовательного проекта [Поляков: 36], в процессе подготовки и реализации которого органично формируется среда для воздействия на мировоззрение участников совместной созидательной деятельности. Полезные для реализации государственной политики проекты, в которые вовлечена молодежь, получают разнообразное ресурсное обеспечение и определенную информационную поддержку извне, а за процесс продвижения проекта, как правило, отвечает сама организация-исполнитель, выбирая стратегию и инструменты для реализации и метрики для проверки эффективности продвижения. В связи с этим наше исследование будет интересно, прежде всего, организациям в сфере культуры, образования и воспитания, социального обеспечения, которые создают и продвигают культурно-образовательные проекты.

Качественные проекты имеют хороший репутационный след, но вопрос о поддержании и формализации критериев, индикаторов для измерения репутации проекта открыт [Янбухтин; Караулова; Пинаева, Фарахутдинов; Мороз]. Репутация – нематериальный актив, и он обеспечивает успех следующих проектов при системной работе. Если репутационный капитал монетизируется в финансовые активы, то репутация принимает формы социального успеха и направляющей общественной оценки, воплощается в эмотивно-ассоциативных характеристиках носителя-обладателя репутации [Eisenegger; Тендит; Абрамкина; Коньков, Сарбаа]. Формирование репутационного капитала организации-исполнителя начинается уже на этапе продвижения проекта, поэтому мониторинг эффективности продвижения значим для прогнозирования репутационного эхо-эффекта. Продвижение проектов в большинстве случаев просматривается по интенсивности информирования общественности, при этом результативность продвижения измеряется преимущественно в информационной проекции – по частотности и плотности публикаций о проекте [Лисенко; Сарбаа]. Эффективность культурно-образовательных проектов устанавливается в координатах качественных и количественных показателей с доминированием последних, как при оценке инвестиционных проектов, тогда как культурно-образовательные проекты не замыкаются исключительно на получении финансовой выгоды, а направлены на развитие личности и ее компетенций в определенной сфере, трансформацию системы ценностей и т.п. [Наумов: 115] Если культурно-образовательный проект представить как продукт организационно-рекламной деятельности организации, то вполне логично привлечение инструментов интернет-маркетинга для информационного и коммуникационного контрольного наблюдения (мониторинга) за продвижением этого специфического продукта.

Объект исследования – процесс продвижения культурно-образовательного проекта в цифровой среде. Предмет исследования – инструменты интернет-

маркетинга для органического продвижения культурно-образовательного проекта.

Цель исследования – проверка эффективности применения информационного мониторинга и мониторинга коммуникационных инструментов в цифровой среде для объективной оценки процесса продвижения культурно-образовательного проекта.

Материал и методы исследования. В качестве материала для исследования использованы открытые данные по проекту «Профильные смены» (далее – профильные смены), который реализует государственная организация дополнительного образования детей «Академия талантов»¹ в Санкт-Петербурге. Целью проекта является выявление и поддержка одаренной и талантливой молодежи Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Профильные смены являются частью крупного регионального проекта «Успех каждого ребенка» в рамках национального проекта «Образование». В профильных сменах на безвозмездной основе участвуют школьники не только города и области, но и других регионов России. Среднегодовое количество участников достигает 3,5 тыс. человек. Каждая профильная смена рассчитана на 5-10 дней, представляет собой образовательно-культурный интенсив с лекциями, мастер-классами, практикумами от ведущих экспертов в определенной области знаний². Большинство смен завершается защитой авторских или групповых проектов в соответствии с профилизацией, которые в дальнейшем продвигаются для участия в конкурсах различного уровня. В 2020–2021 учебном году Академия талантов провела 76 профильных смен по направлениям «Наука», «Искусство», «Спорт», в 2021–2022 учебном году – 101, в 2022–2023 учебном году – 102. Материалы Академии талантов проанализированы с применением общенаучных методов наблюдения, сопоставления и интерпретации.

¹ Государственное бюджетное нетиповое образовательное учреждение «Академия талантов» Санкт-Петербурга образовано в 2014 г., учредитель – Комитет по образованию Санкт-Петербурга. Официальный сайт: <https://www.academentalant.ru>. Эта региональная организация продвигает разные профильные программы дополнительного образования для детей: технические и естественные науки (большие данные, IT-технологии, химия, биология, физика, математика, когнитивные исследования, робототехника, астрономия), искусство (digital art, новые медиа, кросс-культурная коммуникация, урбанистика, акустический дизайн, литературное творчество, визуальное искусство), спорт и здоровье (фитнес, йога, танцы, спортивные игры).

² Проект реализуется при поддержке Национального исследовательского университета ИТМО, Санкт-Петербургского государственного университета, федеральной сетевой программы «Школьная лига РОСНАНО» (оператор – автономная некоммерческая организация «Школьная лига»), Французского института в Санкт-Петербурге, Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Русского музея, Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена, общероссийской общественной организации «Союз писателей России», литературно-мемориального музея Ф.М. Достоевского, музыкального коллектива «Терем-квартет» и др.

Результаты исследования. Информационный мониторинг культурно-образовательного проекта направлен на анализ материалов в СМИ и новых медиа для составления медиапортрета проекта. Мы опираемся преимущественно на системы открытого доступа (Google, Яндекс и др.), а также привлекаем ресурсы компании «Медialogия». «При помощи анализа вышедших материалов в средствах массовой информации и постов в социальных сетях появляется возможность формировать имидж, учитывающий настроения общественности и основные тренды» [Аржанова, Старостин: 46]. Мониторинг коммуникационных инструментов продвижения проекта проводился при помощи сервисов анализа социальных сетей LiveDune, Popsters, JagaJam, SEO-продвижения SimilarWeb, MegaIndex, Seolik, Яндекс Wordstat. Результаты такого комплексного наблюдения позволят проанализировать маркетинговую эффективность [Мухтасаров: 116] проекта и скорректировать работу по конкретным аспектам продвижения. Вопросы экономической эффективности культурно-образовательного проекта мы не затрагиваем.

Для коммуникации со своей аудиторией и продвижения проекта профильных смен Академия талантов использует в качестве основных два канала – официальный сайт¹ и социальную сеть ВКонтакте² (более 21 тыс. подписчиков на 01.09.2023). Дополнительными каналами передачи информации выступают Telegram-канал³ (около 2 тыс. подписчиков на 01.09.2023) и каналы на YouTube и RuTube (менее 1 тыс. подписчиков).

Общее количество посещений сайта Академии талантов как организатора культурно-образовательного проекта составило порядка 15,6 тыс. Показатель отказов (процент посетителей, которые покинули ресурс с момента входа или посмотрели не больше 1 страницы) – 37,70% (это предельный показатель, его нежелательно увеличивать). Средняя продолжительность сеанса – около 90 секунд. Рейтинг сайта с сентября 2022 года растет (за год прибавил 235%), что связано именно с реализацией проекта. При этом чаще всего на сайт заходили с мобильных устройств, однако usability-аудит показывает, что сайт имеет ограниченный функционал, некоторые страницы не загружаются, поэтому целесообразно создать адаптивную версию сайта для мобильных устройств. «Особое значение для результатов продвижения имеют поведение пользователей, удобство интерфейса и скорость загрузки сайта» [Землянская и др.: 26]. Регулярный анализ и отладка технических аспектов сайта позволит своевременно выявлять и устранять ошибки, увеличивать скорость загрузки страниц, включая оптими-

¹ Государственное бюджетное нетиповое образовательное учреждение «Академия талантов», официальный сайт: <https://academtalant.ru/> (дата обращения: 29.08.2023).

² Государственное бюджетное нетиповое образовательное учреждение «Академия талантов», страница ВКонтакте: <https://vk.com/academtalant> (дата обращения: 29.08.2023).

³ Государственное бюджетное нетиповое образовательное учреждение «Академия талантов», канал в Telegram: <https://t.me/academtalant> (дата обращения: 29.08.2023).

зацию изображений, минимизировать CSS (Cascading Style Sheets для визуального оформления веб-страниц). Для такого анализа можно использовать сервисы Google PageSpeed Insights, GTmetrix. В ходе SEO-продвижения проекта необходимо провести оптимизацию мета-тегов, в том числе заголовков страниц (title tags) и описания страниц (meta descriptions), чтобы они были максимально релевантны для ключевых слов и привлекательны для пользователей.

Аналитика сервиса SimilarWeb показывает, что сайт посещают преимущественно женщины в возрасте 25-35 лет. Логично предположить, что это родительская аудитория сайта и молодые преподаватели, заинтересованные в результативности проекта. Школьники – вторая по массовости аудитория сайта. Чаще всего люди целенаправленно ищут сайт в строке с поисковым запросом по ключевым словам, 16% пользователей попадают на сайт из другого источника, 10% заходит на сайт через социальные сети, и только 6% переходят на сайт из электронно-почтовой рассылки (элемент email-маркетинга). Следовательно, инструменты email-маркетинга для продвижения проекта задействованы неэффективно.

Поиск по ключевым словам «профильные смены», «академия талантов», «Санкт-Петербург» с 01.09.2022 до 08.05.2023 гг. выдал 180 сообщений. Анализ динамики сообщений показывает, что увеличение их количества связано исключительно с запуском новой смены. Большинство (140 из 180) сообщений нейтрального информационного характера, 40 публикаций оценочные позитивные, негативных публикаций нет.

С помощью сервиса Яндекс Wordstat мы определили, что в семантическом ядре проекта разные вариации с базовым сочетанием «профильная смена»: профильная смена для детей, профильная смена в лагере, программа профильной смены, летние профильные смены, профильная смена в школе и т.п. В информационных сообщениях в социальных сетях в качестве ключевых слов используются «смена», «академия», «талант» и «образование». Ключевые слова в SMM-рассылках не совпадают с ключевыми словами для поисковой оптимизации, поэтому для информационно-кумулятивного эффекта целесообразно ввести именно базовое сочетание «профильная смена» в посты. В публикациях о профильных сменах нужны ключевые слова семантического ядра – это поможет увеличить видимость проекта в поисковых системах. «Плотность ключевых слов должна адекватно определять семантическое ядро сайта (набор слов, наиболее точно характеризующий предлагаемую услугу или товар)» [Кики: 30].

В поисковых запросах жителей Санкт-Петербурга и Ленобласти сопрягаются понятия «Академия талантов» и «профильная смена», следовательно, проект уже выполняет функцию моделирования репутации для организации-исполнителя. Репутационные характеристики проекта «Профильные смены» провоцируют «в своей целевой аудитории желание поделиться информацией дальше по цепочке социальных контактов» [Шарков: 167].

Популяризации проекта поможет создание карты сайта, чтобы ускорить индексацию в поисковых системах, повысить рейтинг и увеличить трафик на сайт.

Самый успешный канал коммуникации с целевой аудиторией проекта – социальная сеть ВКонтакте. «Основными способами продвижения продукции посредством социальных сетей являются: баннерная реклама; контекстная реклама; медиа (анимационная) реклама; видеореклама; прямой маркетинг – ведение дискуссий онлайн, в режиме реального времени; вирусный маркетинг; создание групп, сообществ и др.» [Амирова, Запорожец: 5]. Среди перечисленных используются преимущественно органические способы продвижения.

Аналитика сервиса LiveDune показывает плавный рост количества участников социальной сети ВКонтакте: в среднем 19 новых подписчиков ежедневно. Именно в данной социальной сети появляется порядка 70% самой свежей информации о проекте с хэштег-рубрикатором «#профильнаясменаат». Использование дополнительных хэштегов «#профильныесмены» и «#профильнаясмена» будет способствовать росту вовлеченности аудитории новых медиа.

Мессенджер Telegram Академия талантов начала использовать с 2022 года, по приросту подписчиков он уступает сети ВКонтакте, хэштеги не используются – в целом этот канал продвижения недооценен на фоне роста популярности и расширения инструментов коммуникации у мессенджера.

Остальные площадки продвижения проекта – влоги и новые медиа, где было размещено не более 30 сообщений за год. По данным Медиалогии, это сообщества Центра олимпиад Санкт-Петербурга, Дайджеста петербургского образования, Комитета по образованию Санкт-Петербурга, Дополнительно-го образования Санкт-Петербурга. За 6 месяцев перед активной фазой проекта в 2023 году (01.09.2022 по 08.05.2023) на YouTube не было опубликовано ни одного видео. На канале в RuTube проект профильных смен не продвигается, но организация изредка размещает интервью с сотрудниками и обучающие видеолекции без привязки к профильным сменам («Подготовка сценарной заявки», «Сценарное мастерство для педагогов», «3D-моделирование», мастер-класс «Композиция кинокадра» и т.д.).

Основными инструментами продвижения выступают SMM-маркетинг и SEO-оптимизация. Одним из показателей успеха SMM-кампании является коэффициент вовлеченности аудитории (engagement rate, ER), что информирует, насколько аудитория заинтересована в определенном контенте и насколько получается попасть в поле потребностей и запросов подписчиков и пользователей социальной сети. Средняя вовлеченность на отдельный пост о проекте (ERpost) в ВКонтакте составляет 0,3763% (это среднестатистический показатель), коэффициент вовлеченности за день (ERday) – 0,0675% (низкий показатель), коэффициент вовлеченности по просмотрам (ERview) – 44,2767% (удовлетворительный показатель для такого проекта, что говорит о хорошем качестве контента). Чтобы увеличить охват и вовлеченность аудитории в течение дня, необходимо размещать посты в определенное время. Как показало исследование в сервисах LiveDune и JagaJam, лучшим для публикации будет обеденное время (13.00-15.00) и вечернее время (19.00-20.00) в рабочие дни и обеденное время в субботу и воскре-

сенье. Появление виджетов (например, «Вопрос-ответ», «Подать заявку на участие...», «Обратная связь», «Программа Профильных смен» и т.д.) дольше удержит аудиторию в информационное поле проекта.

На привлечение и удержание аудитории повлияет развитие аккаунтов в других российских сетях (например, «Yappy!»). Выход на такие площадки для продвижения, как Maps, Google Maps, Яндекс.Карты, Google My Business, 2GIS, Дзен, Яндекс.Бизнес, Яндекс.Кью, отраслевые образовательные ресурсы, так называемые сайты-отзовики и регистрация сайта Академии талантов в региональных и тематических агрегаторах будет работать на максимальную оптимизацию поискового пространства и расширит присутствие организации на разных ресурсах поисковой выдачи.

Информационный мониторинг продвижения проекта. В течение суток Академия талантов размещает 6-8 постов в социальной сети ВКонтакте преимущественно с информационным контентом, среди них есть и материалы о проекте: новости о сменах, фотографии и видеоматериалы, отзывы школьников и преподавателей профильных смен. Исследование на платформе JagaJam показало, что сообщения, как правило, содержат именно оптимальное количество слов (от 190 до 600) для пользователей социальной сети. Мы проанализировали страницы сообщества Академии талантов ВКонтакте за период с 01.09.2022 по 08.05.2023 с помощью сервиса статистики и аналитики контента социальных сетей Popsters и установили, что непосредственно проекту было посвящено 125 публикаций. Эти тексты вызывают отклик у аудитории ВКонтакте: общее количество лайков у публикаций – 6439, комментариев – 485, просмотров записей – 797381, репостов – 2905. Среднее количество лайков у 1 публикации – 51, среднее количество репостов – 23, среднее количество комментариев – 3, среднее количество просмотров – 6379. Больше всего лайков под публикациями информационно-организационного и оценочного типа – это объявления о начале приема заявок на профильную смену и отзывы участников проекта. Основной контент постов в Telegram – информация о начале приема заявок на профильные смены. За полгода (с 01.09.2022 по 08.05.2023) было опубликовано 42 поста о проекте, всего дано 65 комментариев, поставлено 235 положительных «реакций», публикации посмотрели 66739 человек.

Рекомендации. Для контент-маркетинга в новых медиа необходимо расширять модуль развлекательного, вовлекающего жанра (VK-клипы, видеointервью с участниками профильных смен, сюжеты о «внутренней кухне» любого сезона профильной смены), проводить опросы и организовывать конкурсы. Также можно публиковать отчеты или резюме самых удачных авторских проектов участников профильных смен. Применение онлайн-инструментов: трансляций мастер-классов и лекций непосредственно во время профильной смены, прямых эфиров с экспертами проекта – будет способствовать повышению известности проекта. Материалы таких трансляций можно продвигать в партнерских

программах на платформах для дополнительного образования и детей, и взрослых. Минисюжеты из трансляций имеют перспективы в вирусном маркетинге.

В публикации в ВКонтакте следует вводить ссылки на другие ресурсы Академии талантов, что укрепить публичный капитал организации-исполнителя проекта [Пурганова]. Для поддержки репутационной оценки проекта необходимо наращивать в СМИ публикации о результативности смен, о повышении успешности конкретных проектов участников профильных смен и достижениях авторов-разработчиков.

Расширение партнерских отношений с другими профильными организациями и структурами, которые организуют близкие по тематике (образование, культура, общество) и ориентации на целевую аудиторию (школьники, преподаватели, родительское сообщество) культурно-образовательные проекты, позволит масштабировать проект профильных смен. Найти родственные сообщества в социальной сети можно при помощи ресурсов сервиса Pepper.ninja.

Выводы. Если репутацию понимать как оценочное суждение, общественно значимое мнение о товаре, услуге, организации, персоне [Прохоров: 33], то репутационный бонус культурно-образовательного проекта начинает формироваться уже на этапе продвижения проекта, а окончательно оформляется как своеобразный эхо-эффект от реализованного проекта. Поскольку проект «Профильные смены» серийный, атрибутивные эффект репутации завершенного сезона эксплуатируется в маркетинговых коммуникациях вокруг нового сезона, а когнитивный репутационный эффект проецируется на Академию талантов в целом.

Комплексный коммуникационный и информационный мониторинг показывает общую эффективность используемых организацией-исполнителем инструментов интернет-маркетинга для контрольного наблюдения за процессом продвижения культурно-образовательного проекта в цифровой среде. Для каждого канала интернет-продвижения существуют свои метрики, индикаторы эффективности, которые в наиболее упрощенной форме дают возможность отслеживать результативность позиционирования проекта в интернете. Благодаря таким показателям можно корректировать тактики продвижения и оценивать обоснованность применения той или иной стратегии продвижения.

Источники

Абрамкина О.М. (2020). Институт репутации в современной России. Перспективы развития // Вопросы студенческой науки. № 5 (45). С. 123-126.

Амирова Д.Р., Запорожец О.И. (2019). Социальный медиа-маркетинг как эффективный инструмент продвижения // Вестник Евразийской науки. Т. 11. № 2. <https://esj.today/PDF/36ECVN219.pdf> (дата обращения: 30.09.2023).

Аржанова К.А., Старостин В.С. (2022). Основные инструменты проведения информационного аудита вуза // Вестник университета. № 11. С. 42-47.

Землянская Н.Б., Михайлова Л.В., Сазонов А.А. (2019). Исследование технологии поисковой оптимизации как одной из основных составляющих инструмента маркетинга // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Экономика. № 1. С. 25-34.

Караулова Л.В. (2016). О построении интегральной оценки эффективности инновационных образовательных проектов // Вестник Марийского государственного университета. № 2 (22). С. 245-247.

Кики Ф.Ф. (2014). Методы и принципы поисковой оптимизации в контент-маркетинге // Вестник университета. № 15. С. 30-32.

Коньков А.Т., Сарбаа Л.Н. (2020). Соотношение понятий «репутация», «имидж», «бренд» и «паблисити» // Гуманитарный научный вестник. № 10. С. 244-250.

Лисенко А.А. (2022). Управление цифровой репутацией учреждения культуры // Вестник МГУКИ. № 6 (110). С. 106-112.

Мороз М.В. (2021). Теоретические вопросы реализации инновационных образовательных проектов // Известия СПбГЭУ. № 2 (128). С. 153-177.

Мухтасаров А.Ф. (2017). Классификация и продвижение различных типов информационного продукта методами интернет-маркетинга в малом и среднем бизнесе // Вестник Московского финансово-юридического института. № 2. С. 112-127.

Наумов Т.А. (2023). К вопросу об оценке эффективности культурно-образовательного проекта // Управление инновациями в условиях цифровой трансформации: сборник докладов Всероссийской студенческой учебно-научной конференции, 7-8 апреля 2023 года. СПб. С. 115-118.

Пинаева И.Ф., Фарахутдинов Ш.Ф. (2019). Методика оценки эффективности социальных проектов: синергетический подход // Известия вузов. Социология. Экономика. Политика. № 1. С. 33-42.

Поляков Е.В. (2016). Культурно-образовательный проект как средство развития ценностных ориентаций обучающихся основной школы // Вестник Томского государственного педагогического университета (TSPU Bulletin). № 8 (173). С. 35-39.

Прохоров А.В. (2022). Управление репутацией вуза и медийные риски // Коммуникативные исследования. Т. 9. № 1. С. 29-46. DOI: 10.24147/2413- 6182.2022.9(1).

Пурганова Е.В. (2019). Современные методы связей с общественностью в сети Интернет // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». Т. 7. № 2. (26). <http://esj.pnzgu.ru> (дата обращения: 30.09.2023).

Сарбаа Л.Н., Коньков А.Т. (2023). Методы и технологии формирования репутации организации сферы образования // Социально-гуманитарные знания. № 1. С. 40-45.

Тендит К.Н. (2013). Основы репутационного менеджмента: учеб. пособие. Комсомольск-на-Амуре: ФГБОУ ВПО «КНАГТУ».

Шарков Ф.И. (2010). Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы: учебное пособие. М.: Дашков и К.

Янбухтин Э.Х. (2007). Коммуникации в системе связей с общественностью как фактор формирования репутационного капитала / Автореф. дис... канд. филол. н. 10.01.10. Москва.

Eisenegger M. (2009). Trust and reputation in the age of globalization. In: Reputation Capital. Building and Maintaining Trust in the 21st Century. P. 11-22.

■ ■ ■ Monitoring the promotion of cultural and educational projects in digital environment¹

Glushchenko O.A.¹, Naumov T.A.²

1. North-Western Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), St. Petersburg, Russia.

2. Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia.

Abstract. The article raises the problem of using digital marketing tools to assess the effectiveness of promoting a cultural and educational project. The manuscript was prepared on the basis of "Profile Shifts" project, which is implemented by the state organization of additional education for children "Academy of Talents" with the aim of identifying and supporting gifted and talented youth in St. Petersburg and the Leningrad region. The project is part of the regional project "The Success of Every Child", implemented within the framework of the national project "Education". Based on the study of the specific project the authors describe the process and results of information and communication monitoring, identify the gaps in project popularization, and provide the recommendations. The results of monitoring the promotion of cultural and educational project are considered in the aspect of reputation audit.

Keywords: cultural and educational project, project promotion, reputation management, digital environment, communication monitoring, information monitoring

For citation: Glushchenko O.A., Naumov T.A. (2023). Monitoring the promotion of cultural and educational projects in digital environment. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 71-81. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-71-81.

Inf. about the authors: Glushchenko Olesya Anatolyevna – DSc (Philol.), professor of the Department of Journalism and Media Communications of the Northwestern Institute of Management of the RANEPA. Address: 199178, Russia, St. Petersburg, Vasilyevsky Island, Sredny Avenue of Vasilyevsky Island, 57/43. E-mail: glushchenko-oa@ranepa.ru. ORCID: 0000-0001-6365-0981. Naumov Taras Aleksandrovich – graduate student of Advertising and PR in International communication – International Educational Program, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. Address: 194021, Russia, St. Petersburg, st. Politekhnikeskaya, 19. E-mail: taras.naumov.2001@mail.ru

Received: 06.10.2023. *Accepted:* 12.11.2023.

References

Abramkina O.M. (2020). Institute of reputation in modern Russia. Development prospects. *Questions of student science*. No. 5 (45). P. 123-126 (In Rus.).

¹ The study was carried out within the framework of R&D of the North-West Institute of Management of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration No. 122112800092-6.

- Amirova D.R., Zaporozhets O.I. (2019). Social media marketing as an effective promotion tool. *Bulletin of Eurasian Science*. Vol. 11. No. 2 [el. source]: <https://esj.today/PDF/36ECVN219.pdf> (accessed: 09/30/2023) (In Rus.).
- Arzhanova K.A., Starostin V.S. (2022). Basic tools for conducting an information audit of a university. *Bulletin of the University*. No. 11. P. 42-47 (In Rus.).
- Eisenegger M. (2009). Trust and reputation in the age of globalization. In: *Reputation Capital. Building and Maintaining Trust in the 21st Century*. P. 11-22.
- Karaulova L.V. (2016). On the construction of an integral assessment of the effectiveness of innovative educational projects. *Bulletin of the Mari State University*. No. 2 (22). P. 245-247 (In Rus.).
- Kiki F.F. (2014). Methods and principles of search engine optimization in content marketing. *Bulletin of the University*. No. 15. P. 30-32 (In Rus.).
- Konkov A.T., Sarbaa L.N. (2020). The relationship between the concepts of “reputation”, “image”, “brand” and “publicity”. *Humanitarian Scientific Bulletin*. No. 10. P. 244-250 (In Rus.).
- Lisenko A.A. (2022). Managing the digital reputation of a cultural institution. *Bulletin of MGUKI*. No. 6 (110). P. 106-112 (In Rus.).
- Moroz M.V. (2021). Theoretical issues of implementation of innovative educational projects. *News of St. Petersburg State University of Economics*. No. 2 (128). P. 153-177 (In Rus.).
- Mukhtasarov A.F. (2017). Classification and promotion of various types of information products using Internet marketing methods in small and medium-sized businesses. *Bulletin of the Moscow Financial and Legal Institute*. No. 2. P. 112-127 (In Rus.).
- Naumov T.A. (2023). On the issue of assessing the effectiveness of a cultural and educational project. In: *Innovation management in the context of digital transformation: collection of reports of the All-Russian student educational and scientific conference, April 7-8, 2023*. St. Petersburg. P. 115-118 (In Rus.).
- Pinaeva I.F., Farakhutdinov Sh.F. (2019). Methodology for assessing the effectiveness of social projects: a synergetic approach. *News of universities. Sociology. Economy. Politics*. No. 1. P. 33-42 (In Rus.).
- Polyakov E.V. (2016). Cultural and educational project as a means of developing value orientations of primary school students. *Bulletin of the Tomsk State Pedagogical University (TSPU Bulletin)*. No. 8 (173). P. 35-39 (In Rus.).
- Prokhorov A.V. (2022). University reputation management and media risks. *Communication studies*. V. 9. No. 1. P. 29-46. DOI: 10.24147/2413-6182.2022.9(1) (In Rus.).
- Purganova E.V. (2019). Modern methods of public relations on the Internet. *El. scientific journal “Science. Society. State”*. Vol. 7. No. 2. (26) [el. source]: <http://esj.pnzgu.ru> (date of access: 09/30/2023) (In Rus.).
- Sarbaa L.N., Konkov A.T. (2023). Methods and technologies for forming the reputation of an educational organization. *Social and humanitarian knowledge*. No. 1. P. 40-45 (In Rus.).
- Sharkov F.I. (2010). Goodwill constants: style, publicity, reputation, image and brand of a company: textbook. M.: Dashkov and K (In Rus.).
- Tendit K.N. (2013). Fundamentals of reputation management: textbook. Komsomolsk-on-Amur: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Professional Education “KnAGTU” (In Rus.).
- Yanbukhtin E.Kh. (2007). Communications in the public relations system as a factor in the formation of reputational capital. Diss. Thesis (philol.). Moscow (In Rus.).
- Zemlyanskaya N.B., Mikhailova L.V., Sazonov A.A. (2019). Research of search engine optimization technology as one of the main components of a marketing tool. *Bulletin of the Moscow State Regional University. Series: Economics*. No. 1. P. 25-34 (In Rus.).

■ ■ ■ Специфика конфликтогенов в художественном дискурсе (на материале романа В. Сорокина «Теллурия»)¹

Половинкина О.С.

Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Российская Федерация.

Аннотация. Русская культура всегда была литературоцентрична. Обращение к художественному тексту как способу познания себя и общества остается частью воспитательного и образовательного процесса. Социальные конфликты находят отражение в российской прозе. Статья посвящена исследованию понятия конфликта и специфики его реализации в художественном дискурсе на примере романа В.Г. Сорокина «Теллурия». Полагаем, что зарождение конфликта происходит в той точке, когда один из субъектов лишает другого субъектности и начинает навязывать свою точку зрения. Отличительной чертой конфликтов подобного рода дискурса является наличие дополнительных фигур в коммуникации – авторской и читательской. Кроме того, благодаря ахроничности по отношению к реальному времени художественные тексты более долговечны и устойчивы к изменяющейся повестке, а также способны влиять на реальность даже по прошествии времени. Немногие современные российские авторы описывают современные реалии и пытаются их осмыслить. Сорокин – один из самых известных и влиятельных писателей современной России, которого знают далеко за ее пределами. Некоторая фантастичность сюжетов Сорокина на дальнем расстоянии оказывается довольно точна в постановке диагноза современности. В статье рассматриваются лексические единицы, способные стать абсолютными конфликтогенами. Все они относятся к субъекту, его признаку или деятельности. В художественном тексте конфликтогенами могут стать и нейтральные слова: на это влияет контекст. Исследование конфликтов в разных дискурсах позволит вычлнить общую конфликтогенную лексику, характерную для русского культурного поля.

Ключевые слова: художественный дискурс, конфликтогенная лексика, язык вражды, конфликт в литературе, современная российская проза, Теллурия

Для цитирования: Половинкина О.С. Специфика конфликтогенов в художественном дискурсе (на материале романа В. Сорокина «Теллурия») // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 82-99. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-82-99.

Сведения об авторе: Половинкина Ольга Сергеевна – преподаватель, Южный федеральный университет. Адрес: 344006, Российская Федерация, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 105/42. E-mail: opolovinkina@sfedu.ru. ORCID: 0009-0005-0232-1734.

Статья поступила в редакцию: 11.10.2023. *Принята к печати:* 01.12.2023.

¹ Словарь конфликтолога [эл. ресурс]: <https://slovar-konfliktologa.slovaronline.com/514-конфликт> (дата обращения: 25.02.2023).

Введение. Современная коммуникация в различных ее проявлениях, как представляется, выглядит пространством конфликтным: нарушение речевых, этикетных, статусных, поведенческих норм влекут за собой конфликт в общении, о чем говорят лингвоконфликтологи, например М.А. Кронгауз и Е.С. Кара-Мурза [Кронгауз; Кара-Мурза]. Истоки этого процесса, по-видимому, произрастают не сколько из злонамеренности, необразованности, языковой нечувствительности коммуникантов (что также имеет место быть), а из того, что устоявшиеся нормы перестают удовлетворять группы людей, в то время как нормы новые еще не выработались в достаточной мере и не закрепились в качестве таковых. Кроме того, в цифровую эпоху коммуникация стала гораздо прозрачней: любой конфликт, происходящий в публичном пространстве или вынесенный на публику, практически моментально становится достоянием общественности. Часто конфликтное, агрессивное поведение как бы «предписывается» современному поколению, однако оно может быть обусловлено социально-психологическими эффектами СМИ [см., например, Дзялошинский]. Влияние характеристик медиасреды на формирование конфликтов между участниками информационного обмена также находит отражение в целом ряде работ, посвященных экологии медиапространства как пространства социального взаимодействия [см., например: Глущенко и др; Шарков и др.; Шарков, Кириллина; Кириллина]

Пространство художественной литературы является частью коммуникативного пространства, включено в него, а, значит, в исследовательском плане представляет интерес к осмыслению авторского наблюдения над современными реалиями и переосмыслением в художественной форме. Как пишет И.В. Кондаков в статье «По ту сторону слова. Кризис литературоцентризма в России XX-XXI веков» [Кондаков], литература находится на стыке искусства и идеологии, одновременно и объединяя эти понятия и противопоставляя. Существовая как диалог двух культурно-семантически, идеологически, контекстуально, прагматически разных словесностей (художественной речи, включенной в литературу и язык внелитературной культуры и общественной жизни), русская литература показывает, что при всех разногласиях этих двух языков возможно не только их взаимопонимание, но и вербальное взаимопроникновение.

Для русской культуры всегда был характерен литературоцентризм: русский читатель продолжает ждать от художественного текста некоего урока, объяснения, подсказки, что делать дальше и как нужно жить, а если текст абсурден, непонятен и неприменим в реальной жизни, то с точки зрения неискушенного читателя это плохой текст.

Материал и методы. Термин «конфликт» многомерен и междисциплинарен и в настоящий момент вышел за пределы своей первоначальной области изучения. Интуитивно понимая, что такое конфликт, исследователи из разных областей научного знания вкладывают свои акценты в интерпретацию термина. Ана-

лиз языковых конфликтов предполагает выявление образцов и моделей, которые проявляются в разных видах дискурса. Но, если в других видах дискурса (таких как блогосфера, публицистика, социальные сети) проявление языковой вражды сиюминутно по отношению к возникшей конфликтной ситуации, то в дискурс художественной прозы оно попадает не сразу, а только пройдя авторскую переработку. Сложность представляет и выбор литературного текста, в котором отражались бы современные реалии.

Рукопись является частью исследования в рамках реализации проекта Программы стратегического академического лидерства («Приоритет 2030»), поставленного перед Южный федеральным университетом и другими ведущими университетами страны, результатом работы над которым должна стать стратегия формирования когерентной среды.

В рукописи представлены результаты анализа конфликтов в произведениях художественной прозы на примере романа «Теллурия»¹ и выделение их особенностей по отношению к другим разновидностям дискурса. Так как само произведение представлено текстом, состоящим из слов, для нас важным будет вычленить лексику, которая имеет потенциал вызвать конфликты, и проанализировать ее. Методом выборки в ходе проведенного исследования нами было выделено 309 лексических единиц, которые могут стать конфликтогенами, проведена их классификация, затем с помощью интерпретационного метода и метода сопоставления со схемой анализа дискурса, разработанного коллегами, выделены особенности литературного дискурса.

Результаты исследования. Словари определяют конфликт как наиболее острое противоречие и столкновение противоположностей (интересов, целей, позиций, мнений, взглядов или самих оппонентов) в результате взаимодействия². Сложности с определением конфликта, как справедливо указано в «Большом психологическом словаре»³ связаны, с одной стороны, с различиями дисциплин, его изучающих, а с другой с разнообразием самих конфликтов.

В «Словаре конфликтолога» подчеркивается, что деструктивность конфликта выливается и в его завершительную фазу. В то же время другие ученые, прежде всего западные, занимающиеся исследованиями конфликтов, говорят не только о деструктивной стороне конфликта, но и о позитивной стороне, при которой появляются возможности конструктивного разрешения противоречий [Гришина: 51-52]. Например, Дж. Гараедаги в «Системном мышлении» рассуждает о боль-

¹ Сорокин В.Г. (2013). Теллурия. Москва: АСТ; CORPUS.

² Словарь конфликтолога [эл. ресурс]: <https://slovar-konfliktologa.slovaronline.com/514-конфликт> (дата обращения: 25.02.2023).

³ Большой психологический словарь [эл. ресурс]: <https://spbguga.ru/files/03-5-01-005.pdf>. С. 213 (дата обращения: 01.03.2023).

шой вариативности результатов вместо традиционной дихотомии «выиграл / проиграл» [Гараедаги: 109-114]. Такое уточнение показывает, что в конфликте существует возможность перенаправить его, сделав менее взрывоопасным, погасить его отрицательный потенциал и направить в конструктивное русло. В самом деле: когда говорят о конфликте, предполагается, что есть некая правда у одной стороны и неправда у другой. Если же взять за точку отсчета, что каждая сторона имеет свою собственную правду (т.е. абсолютной правды не существует или если и существует, то надконфликтно), то мы получим поле для переговоров с каждой из сторон.

В связи с этим в настоящем исследовании со ссылкой на «Большой психологический словарь» и «Психологию конфликта» Н.В. Гришиной [Гришина: 26-27], конфликт будет трактоваться как противостояние по меньшей мере двух субъектов, проявляющееся в активности сторон в выражении своей позиции и направленное на преодоление противоречий.

Полагаем, что столкновение в конфликте стоит понимать не просто как противостояние полярных точек зрения без пересечения границ и демаркационных линий, но их пересечение, и даже наложение друг на друга, так как именно из-за захода противоборствующих сторон на «чужую территорию», возможно появление ответной реакции, которая оказывается взаимно недоброжелательной. Иными словами, можно сказать, что суть конфликта есть лишение другого субъекта субъектности: я «навязываю» тебе свое представление о тебе, которое не соответствует твоему собственному представлению о тебе.

Сложность в понимании представляет и понятие «конфликтоген». Оно имеет достаточно размытое представление и широкую трактовку: это слово, которое несет в себе потенциал вызвать конфликтную ситуацию, имеющее в себе порождающее начало раздора. Знакомство с научными материалами и диссертациями [Белозерова; Куликова; Макаренко; Хроменков 2016], позволяет описать круг возможных абсолютных лексических вербальных конфликтогенов (то есть, тех, которые всегда потенциально конфликтны вне зависимости от контекста): это лексика с негативной коннотацией, сленговая, обценная, сниженная, жаргонная, эмоционально-экспрессивная лексика, агнонимы, пейоративы, этнофолизмы, инвективы, авторские неологизмы со снижено-негативным оттенком, императивы, использование глагольных форм второго лица единственного числа вместо множественного. Из этих данных видно, что конфликтогены связаны с переходом чужой границы: если потенциальный адресат сообщения воспринимает эту информацию, как заход на его приватную территорию, если он психологически чувствителен к комментариям или непрошенной оценке другого, может возникнуть конфликт.

Взгляд на современную отечественную прозу дает понять, что авторы в подавляющем большинстве склоны к осмыслению событий прошлого: средневековые, революционные годы, советский период. Тематические издания, специализирующиеся на книжных изданиях, образовательном и развлекательном кон-

тенте: «Полка»¹, «Теории и практики»², блог Storyport³ и Ridero⁴, журнал Собака.ru⁵ – тому подтверждение. Это, по-видимому, является симптоматичным: авторы ищут первопричины современности, осмысливают травматический опыт предыдущих лет. Кроме взгляда в прошлое авторы устремились в будущее: в первое десятилетие XXI века появилось много антиутопий. Так, А.Д. Степанов [Степанов] отмечает, что бум на антиутопические произведения – новая тенденция для русской литературы нового века – при этом связана она с происходившими в России социальными сдвигами в общественной структуре. Немногие авторы пытаются описать события сегодняшних дней, хотя прошла почти четверть века. Как пишет А.Д. Степанов, те сценарии, в которых предвиделось усиление автократии и шло возвращение к архаическим тенденциям, оказались устойчивыми. Стоит отметить, что часть тех предсказаний действительно стала частью российской реальности в 2023 году.

Важной фигурой в русской литературе почти все без исключения литературные критики и литературоведы называют Владимира Сорокина. Слова литературного обозревателя Н.Ю. Ломыкиной как нельзя лучше иллюстрируют это утверждение: «Совершенно очевидно, что если из всего списка современных русских писателей надо будет оставить одно имя, то останется Владимир Сорокин, как бы кто ни относился к его текстам»⁶. Каждый его выходящий текст до сих пор остается под пристальным вниманием литературной общественности.

Фигура создателя художественного произведения, на наш взгляд, имеет влияние на вкладываемые смыслы: автор может, как осознанно, так и неосознанно транслировать свои установки в ткань текста. Здесь нельзя не согласиться с точкой зрения М.М. Бахтина, писавшего, что: «Автора нельзя отделять от образов и персонажей, так как он входит в состав этих образов

¹ 100 главных русских книг XXI века [эл. ресурс]: <https://polka.academy/materials/748> (дата обращения: 07.05.2023).

² Карась Л. Современная русская литература, которую стоит прочитать // Теории и практики [эл. ресурс]: <https://theoryandpractice.ru/posts/19070-sovremennaya-russkaya-literatura-kotoruyu-stoit-prochitat> (дата обращения: 07.05.2023).

³ Ломыкина Н.Ю. 10 современных российских романов, без которых трудно представить отечественную литературу. Часть 1 [эл. ресурс]: <https://storyport.online/vybrat-sovremennuyu-knigu/10-sovremennykh-rossiyskikh-romanov-chast-1/> (дата обращения: 1.05.2023).

⁴ Мильчин К.А. Тенденции в современной русской прозе // Ridero [эл. ресурс]: <https://ridero.ru/blog/?p=5683> (дата обращения: 07.05.2023).

⁵ Гладких Д. Лучшей книгой десятилетия в России стал роман Владимира Сорокина [эл. ресурс]: <https://www.sobaka.ru/rnd/entertainment/books/102877> (дата обращения: 09.03.2023).

⁶ Ломыкина Н.Ю. 10 современных российских романов, без которых трудно представить отечественную литературу. Часть 2 [эл. ресурс]: <https://storyport.online/vybrat-sovremennuyu-knigu/10-sovremennykh-rossiyskikh-romanov-chast-2/> (дата обращения: 1.05.2023).

как их неотъемлемая часть (образы двуедины и иногда двуголосы)» [Бахтин]. Однако при всем своем сращении с персонажами текста, автор-создатель всегда находится в позиции над текстом. И даже в бартовском смысле, принимая во внимание идею, что автор – это всего лишь субъект речи, а не личность и не творец, через автора как через рупор идет трансляция неких идей, суммой которых и является сам автор [Барт].

Имя Сорокина появилось на литературной арене в конце 70-х годов прошлого века: он был андерграундным писателем в своей стране, однако активно переводился и печатался за рубежом. С самых ранних работ магистральной линией его творчества стало рассмотрение отношений идеологического дискурса (власти, прежде всего, советской, в разных ее проявлениях) и личности. С.В. Панов¹ отмечает, что «Сорокин критически переосмысляет снятие этических запретов, проявления частного и коллективного насилия, характерные для нового общества потребления в его ритуалах поклонения безличному абсолюту». Несмотря на то, что в интервью, рассказывая о себе, писатель сравнивает себя с неким медиумом – машиной, просто пишущей на бумаге – «Я не предсказываю в своих книгах, я принимаю некие волны. То есть я пользуюсь некой внутренней антенной»², в которой больше интуиции, чем опыта, из других его ответов в том же интервью Тимуру Олевскому видно, что полученный изначально опыт насилия стал для него основной творческого пути. Сорокин утверждает, что опыт проживания в тоталитарном советском государстве и регулярное столкновение с жестокостью и насилием, продолжают преследовать постсоветского человека.

Для творчества Сорокина уже с ранних рассказов и первых крупных форм и до последних произведений основополагающей становится работа с речью и языком, идиомами, метафорами и дискурсами – на это обращают внимание в своих публикациях, в частности, И.А. Калинин и М.Н. Липовецкий [Калинин; Липовецкий]. Зафиксируем здесь, что Владимир Сорокин начал свой творческий писательский путь в оппозиции к советской власти, вскрывая противоречия советского дискурса и стирая их, доводя до абсурда, переизобретая клише, вкладывая в них новый смысл.

Любопытно, что сорокинские тексты становятся объектом политических акций (например, акции провластной организации «Идущие вместе» в 2002 и 2005 годах³), выходя далеко за рамки книжного текста, и сами становятся зажигательной смесью, вызывая жаркие споры и битвы о нормах допустимости в художественном произведении.

¹ Панов С.В. Сорокин Владимир Георгиевич // Большая российская энциклопедия 2004–2017 [эл. ресурс]: <https://bre.mkrf.ru/literature/text/3637708> (дата обращения: 20.04.2023).

² Олевский Т. «В России палач и жертва превратились в кентавра, их трудно разделить». Интервью Владимира Сорокина. Настоящее время. URL: <https://www.currenttime.tv/a/29515088.html> (дата обращения: 20.04.2023).

³ Демидов В. Нервные импульсы народных бронтозавров. URL: <https://srkn.ru/criticism/nervnye-impulsy-narodnykh-brontozavrov.html> (дата обращения: 24.04.2023).

Мнение о том, что Сорокин является не только блестящим стилистом, но и провидцем, весьма распространено у журналистов, прозаиков, литературных критиков и деятелей культуры^{1,2,3,4}. Действительно, он как призма собирает все лучи нашей действительности, чтобы затем отразить их в своих мирах. А.Д. Степанов пишет, что, по сути, антиутопические произведения Сорокина – это гиперболизация современной реальности, а не просто ее фантастическое осмысление [Степанов]. Начав разрабатывать тему отгораживания России от остальных стран в «Дне опричника», Сорокин доводит ее до логического завершения (распада страны) в «Теллурии». Используя элементы различных дискурсов (советской пропаганды, советской публицистики, художественной прозы, риторики российской власти 2000-х годов и СМИ) как кубики для построения своих произведений, писатель создает новый дискурс; и уже готовый роман начинает жить собственной жизнью, порождая новые смыслы, которые кажутся гротескной пародией на реальность, переключаются в реальность, подхваченные журналистами, литературными критиками и т.п.

Обсуждение. «Теллурия» – десятый роман Сорокина. На основе этого текста рассмотрена лексика, которая потенциально может вызвать конфликт, и проанализированы особенности реализации конфликтов в литературном дискурсе.

Лексика становится конфликтогенной в контексте, что будет видно из примеров далее, поэтому рамках исследования учитывались слова, которые можно назвать конфликтогенами абсолютными: и вне контекста они имеют негативный оттенок. Среди них можно выделить четыре основные группы, в зависимости от того, что они описывают: (1) активное действующее лицо (субъект – 47 ед.); (2) пассивное лицо (субъект – 12 ед.); (3) действие (акция – 43 ед.) и (4) характеристика (адъектив – 23 ед.). Морфологически эта пропорция выглядит так: существительные – 60,5 %, прилагательные – 16 %, глаголы – 23,3 %. Такой расклад позиций кажется вполне закономерным, так как во главу угла любой конфликтной ситуации всегда ложится некое лицо, которое может быть охарактеризовано как активный деятель или пассивный ожидающий; далее идет характеристика его действия (с помощью глагола или отглагольного существительного) или характеристика его сущности (с помощью прилагательного).

¹ Иткин В. «Теллурия»: гвоздь в голове Владимира Сорокина. URL: <https://srkn.ru/criticism/telluriya-gvozd-v-golove-vladimira-sorokina.html> (дата обращения: 14.04.2023).

² Латынина А.Н. Crazy quilt Владимира Сорокина. URL: https://magazines.gorky.media/novyi_mi/2014/3/srazy-quilt-vladimira-sorokina.html (дата обращения: 14.03.2023).

³ Наринская А.А. Неумолимый пророк [Электронный ресурс] / А. Наринская. – Режим доступа: <https://www.kommersant.ru/doc/2320979> (дата обращения: 09.03.2023).

⁴ Пронин А. Марат Гацалов: «Сорокин — удивительный провидец. URL: <https://www.colta.ru/articles/theatre/4800-marat-gatsalov-sorokin-udivitelnyy-providets> (дата обращения: 14.03.2023).

Конфликтоген в номинации возникает тогда, когда адресант коммуникативно-го акта к адресату, и апеллирует к одной из характеристик:

- антиобщественный облик (88 лексических единиц) – самая обширная группа. По-видимому, в дискурсе власти быть антисоциальным элементом гораздо опаснее (прежде всего для самой власти и для тех, кого власть взяла под свою опеку и чьи волю она должна выражать), чем принадлежать к какой-либо другой категории. Слова-конфликтогены этой группы подчеркивают, что активный деятель выступает не просто, как отрицательное лицо для конкретного адресанта послания, но отрицательное лицо в квадрате, способное причинить вред окружающей среде, власти, государству, а потому этот маркера является наиболее ярким и количественно преобладающим.

- аморальный облик (9 лексических единиц) – по-видимому, отношение к морали не является таким ярким признаком для подрыва государственности, однако этих конфликтогенов достаточно для построения дихотомии «благочестивые мы» / «нечистые они»: присоединяться нужно к тем, кто морально чист, а кто нечист будет призраем, порицаем и исключаем из общества;

- лишенный сознания и (или) свободы (10 лексич. единиц) – указание на этот недостаток у оппонента лишает его свободной воли выражения, которая есть у каждого человека;

- указание на национальную принадлежность (7 лексич. единиц) – национальность при этом названа через негативную характеристику, т.е. отображает покровительственную, уничижительную установку адресанта послания;

- литературный / культурный общепризнанный антагонист (7 лексич. единиц) – эта группа лексики обращается к культурологическому уровню образования, связана с вредительством и злокозненностью существа (*упырь* – кровопийца, *Молох* – божество, требующее кровавых жертв, *Саурон* – главный отрицательный персонаж саги «Властелин колец», *шайтан* – в мусульманстве демон, приносящий вред). Вредители здесь подобраны довольно известные в широком культурном поле, однако этот набор все же предполагает владение хотя бы базовыми культурологическими знаниями;

- уподобление животному (9 лексических единиц). Каждое животное также несет в себе отрицательные признаки, будь то антиобщественный характер (*стервятник*, *волк*, *собака*) или аморальный (*гнида*) – с одной стороны. С другой стороны, эти образы понятны для большинства людей.

В дополнение к вышесказанному, можно добавить, что использование метафор паразита, животного, нечистой силы для описания образа врага, как отмечает Даниэль Вайс [Вайс 2007; 2008; 2009], является одной из ярчайших черт тоталитарной пропаганды XX века, и обращает на себя внимание, что Сорокин в своем романе их вновь ретранслирует и актуализирует.

Конфликтогены-адъективы, часто усиливают номинатив или превращают его в устойчивое словосочетание, ассоциирующиеся с негативом (смертью, обманом, неполноценностью, жесткостью, аморальностью): *недружественный*,

варварский, звериный, подковерная (работа), лютый (враг), лютая (ненависть), кровавые (щупальца), второй (сорт), двуногий (зверь), бешеная (собака), дьявольский, пушечное (мясо), античеловеческий, жестокий (режим), жестокая (война), сучий (сын), деспотический, бесчеловечный, усатый (вождь), Всевидящее (Око, отсылка к магическому предмету в саге «Властелин колец», помогающему отрицательному персонажу), сталинский (режим), быдлая (лебеда), пятая (колонна) – то есть предатели среди своих граждан, опричный (пес) – верный опричнине, жестокий. Вновь обращает на себя связь этих характеристик с антигуманистическими ценностями, выступающими против индивида, его жизни и свободы.

Конфликтоген в глагольных формах, часто стилистически сниженных:

- угроза безопасности или физической расправы, насильственное вторжение в границы тела другого человека (примеры: *зверствовать, замочить, отметить, прогнать, опустить, наехать, чистить, выпотрошить, притеснять*) – 8 единиц;

- угроза присвоения свободы другому себе, посягательство на право распоряжаться чем-то свободно, т.е. вторжение в область права и свободной воли другого человека (примеры: *напасть, узурпировать, прибирать, притеснять, навязать, отжать*) – 10 единиц;

- негативная оценка другого, игнорирование чувства другого (примеры: *скалить (зубы)*, т.е. показывать недружелюбное расположение, *ненавидеть/возненавидеть, скурвиться, проморгать*) – 9 единиц.

Глагольные формы отражают ту же картину, о которой мы сказали выше по отношению к прилагательным.

Коллегами в статье «О конфликтном дискурсе, лексических маркерах конфликтогенности и их когнитивно-прагматическом потенциале» были выделены следующие позиции дискурсивного анализа для выявления индекса конфликтной напряженности текста и выявления «лексических прагматических маркеров», определения их когнитивно-прагматического потенциала: «сферы участников коммуникации, их интерперсональная сфера общения, контекстуальная сфера прохождения общения, психическое и эмоциональное состояние коммуникантов; градуируемость, частотность и плотность» [Карповская и др.]. Используем эти данные при анализе художественного дискурса.

Начнем с участников коммуникации. Отличительной чертой художественной прозы, на наш взгляд, представляется тот факт, что помимо конфликтантов, участвующих в непосредственной ткани художественной реальности, у любого произведения есть сторонний наблюдатель конфликта – читатель, который также является внешним оценщиком, а с другой стороны и дешифровщиком заложенной информации. То есть у литературного произведения есть две границы восприятия: внутри- и внетекстовая в виде внешнего адресата, который находится на надуровне по отношению к описываемым событиям в тексте и имеет пространство для собственных интерпретаций. Интерпретирование зависит от его культурологической подготовки, знания исторических фактов, его психологических и эмоциональных установок.

Говоря об интерперсональной сфере, помимо всего перечисленного (отношения между коммуникантами, их мотивами, целями, ценностями, формой общения и т.п.), нужно добавить еще одно звено. Художественная проза – плод мыслительной деятельности автора-создателя. Поэтому на интерперсональную сферу будут накладываться авторские представления, установки, идеи и идеалы, на мотивацию и поведенческую модель персонажей в теле художественного произведения. Знакомство с биографией и творческим путем Владимира Сорокина позволяет предположить, что у автора есть отрицательное отношение к проявлениям тоталитаризма во власти и прежде всего к советскому пропагандистскому стилю.

«Теллурия» – роман, сотканный из многоголосья разных взглядов и идей, своеобразная идеологическая война «всех против всех». Те, кто знакомы с творчеством писателя и отслеживали его выходящие книги, знают, что «Теллурия» является продолжением событий, которые описывались в «Дне опричника» и «Сахарном Кремле», то есть в романах можно проследить историю альтернативной России, развертывающуюся во времени, ее регресс. Роман «Теллурия» не имеет сквозных персонажей, каждая глава представляет собой законченную мини-историю. Сопоставив информацию в этих главах, читатель может сложить полную картину о той антиутопической реальности, которую предлагает автор-создатель. Благодаря художественной форме и умению Сорокина работать с малыми жанрами прозы (чему, безусловно, помог опыт работы над рассказами) конечному реципиенту не нужны дополнительные контекстуальные детали: внимательный читатель способен выстроить их по ходу прочитанного (например, в авторских ремарках). Кроме того, автор приобщает читателя к своей всеведущей внетекстовой позиции, поэтому читатель видит конфликтную ситуацию шире, чем непосредственные участники событий, контекстность создается всей тканью романа.

Примечательно на наш взгляд то, что в контексте даже нейтральные, лишённые какого-либо конфликтного потенциала слова могут приобретать негативный, иронически-издевательский окрас, как происходит со словом «философ», имеющим нейтральную коннотацию, и «господин пиит» – возвышенную соответственно.

В большой прозаической форме довольно трудно говорить о частотности и плотности лексических маркеров, так как конфликтогены рассеяны по всему художественному полотну, концентрируются в определенных точках и по большей части связаны с сюжетными коллизиями. В литературоведении «конфликт» существует как термин, обозначая противоборство, столкновение взглядов различных персонажей. Известно, что конфликт является двигателем литературного сюжета. Нам представляется, что проблема определения «конфликта» в литературных текстах еще более расширяется из-за наслаивания нескольких представлений конфликта из разных научных областей исследования.

Прозаическое произведение имеет тематику, общую идею всего текста, которой весь текст всецело подчиняется. В «Теллурии» таким общим местом становится война как перманентное состояние общества: многочисленные конфлик-

ты, возникающие на религиозной, национальной, территориальной, расовой почве (расы здесь ирреальные) – все это тяготит текст.

Проиллюстрируем вышеизложенное и обратим внимание на еще некоторые особенности конфликтов в художественной прозе.

Глава XXVI представляет собой агитационное объявление, имеющее конкретного адресата – неких граждан, поддерживающих прежнюю власть (курсив – О.П.): *«Православные! Товарищи! Граждане! Узурпатор, захвативший власть в родном Подольске, пьет вашу кровь. Как Молох восседает он на троне, безвременно покинутом светлым князем нашим Станиславом Борисовичем. Ноги узурпатора попирают спину трудового народа, руки его вцепились в княжий трон мертвой хваткой. Узурпатор окружен кровавыми опричниками, приведшими его к власти в результате тайного переворота. Токмо Бог един ведает, сколько крови православной пролили эти изверги рода человеческого, расчищая дорогу узурпатору. Руки этих зверей двуногих по локти в крови»*.¹ Отрывок текста демонстрирует, что новый правитель представлен, во-первых, как незаконный (узурпатор, который обманом захватил власть), во-вторых, на метафорическом уровне его действия и действия его соратников сравнивают с фольклорным вурдалаком, пьющим кровь, обескровливающих граждан (то есть, лишаящих не только свободы, но и жизни). Обращение к сверхъестественному также является одной из ярких черт тоталитарной пропаганды, что замечает Д.В. Питолин [Питолин]. Сравнение с Молохом дает отсылку к требованию новых человеческих жертв. Причем распознавание этого персонажа связано с библейским текстом, в «Теллурии» в целом довольно много околорелигиозной лексики. Несмотря на декларативность миролюбия многих, религиозные тексты обильны конфликтогенной лексикой, что довольно убедительно доказывает П.Н. Хроменков [Хроменков 2014], указывающий на важность оппозиции свой/пришлый, чистый/нечистый в сакральных текстах. Обилие религиозно насыщенной лексики в тексте «Теллурии», видимо, произрастает из двух предпосылок: во-первых, в романе заявлен религиозный конфликт, а во-вторых, в России религиозный дискурс начинает сражаться с дискурсом власти.

Прагматика приведенной выше цитаты одна: создать образ «врага», противопоставить «хороших нас» «плохим им», «расчеловечить» противника / оппонента, чтобы сделать его недостойным понимания или сострадания, договориться, прийти к консенсусу с ним невозможно в силу того, что он не человек.

Конфликт в рамках главы герметичен и замкнут, он заявлен, но продолжения глава не имеет, однако непосредственный реципиент художественного текста может сопоставлять разные главы и выстраивать цельное сюжетное полотно, развешивающееся перед ним на протяжении всего романа.

Еще примеры замкнутого конфликта найдем в главах VIII и XXI: одно и то же событие – конфликт на религиозной почве (одна глава полностью посвящена за-

¹ Сорокин В.Г. (2013). Теллурия. Москва: АСТ; CORPUS. С. 261.

щитникам христианства, другая – мусульманства) – рассматривается здесь из двух противоборствующих лагерей. Тем не менее, этот конфликт двигает сюжетную линию.

Глава VIII: «Айя! О старая Европа, колыбель лукавого человечества, оплот грешников и прелюбодеев, пристанище отступников и расхитителей, приют безбожников и содомитов. Гром джихада да сотрясет твои стены. Айя! О трусливые и лукавые мужи Европы, променявшие веру на рутину жизни, правду на ложь, а звезды небесные – на жалкие монеты. Да разбежитесь вы в страхе по улицам вашим, когда тень священного меча падет на вас».¹

Глава XXI: «Братья во Христе! Рыцари ордена! Враги христианского мира не уgomонились. Сокрушенные нами в Марселе, они отступили, обливаясь своей черной кровью. Но их ненависть к христианской Европе не иссякла. Избежавший плена Гази ибн Абдаллах снова собирает войско, чтобы напасть на нас. Как и прежде, враги тщатся поработить Европу, разрушить наши храмы, попать святыни, огнем и мечом навязать свою веру, установить свой жестокий режим, превратить европейцев в послушное стадо рабов. До сегодняшнего дня мы только отражали их удары. Но каждый раз они, разбитые воинами Христа, снова собирались с силами и шли на нас войной. Так стоит ли нам, защитникам веры Христовой, сидеть в ожидании нового нападения варваров? <...> Они не ждали нападения мусульман, а шли на восток, дабы защитить христианские святыни, дабы сокрушить варваров и осквернителей, дабы утвердить границы христианской цивилизации. Так последуем же их примеру!»²

Выстраивается дихотомия нехорошие «они» (указание на их аморальность, антинародность, демоничность), придерживающиеся ложных идей, и хорошие, невиновные «мы». Как видим и те, и другие обращаются к похожей лексике для дискредитации противника.

Конфликт в главе XXII задан некой ситуацией, начало которой читателю не показывают, но он способен ее реконструировать из диалога полемизирующих. Роман, комментируя действия Фомы, обвиняет его в безумстве, пустяковых ритуалах, заметно демонстрирует свое недовольство. В целом сдержанный диалог (участники обращаются к друг другу на «вы» и используют витиеватый стиль) дополняется описанием невербалики и паравербалики, которая сопровождает действия персонажей:

«Фома. Не надо смотреть на меня с такой ненавистью.

Роман (раздраженно). По вашей милости мы занимаемся бредовым ритуалом.

Фома. Это не ритуал, а процесс.

Роман. Это безумие. Ваше.

Фома. Досточтимый Роман Степанович, химические реакции еще никто не отменял.

¹ Сорокин В.Г. (2013). Теллурия. Москва: АСТ; CORPUS. С. 76.

² Там же. С. 199.

Роман. Демагогия! Вы самоутверждаетесь по пустякам.

Фома. Мир держится на порядке вещей.

Роман. Ваша риторика не заставит эту чертову воду закипеть.

Фома. Зато она хотя бы напомнит вам о терпеливости.

Роман (решительно тянется к рюкзаку). С меня довольно, черт возьми!

В конце концов, хватит заниматься символической чепухой...

Фома (предупредительно поднимает четырехпалую руку, покрытую гладкой черной шерстью, с серебряным перстнем на третьем пальце). Pacta sunt servanda, господин пиит. Настоятельно прошу вас не совершать непоправимого. Отказавшись от моего рецепта приготовления супа, вы не только лишитесь питательно-го блюда, но и глубоко раните меня.

Роман (с раздражением хватая рюкзак, кидает в ноги Фоме). Да делайте вы что хотите... (презрительно) Философ!»¹

Уточняющие описания в авторском комментарии, данном здесь как в ремарке пьесы, помогают читателю увидеть сцену конфликта более ярко. Роман проявляет не только вербальную агрессию, утверждая, что ритуал приготовления блюда Фомой абсурден, но и дополняется усиливающими действиями (раздражением и презрением в голосе, раздраженными манипуляциями с рюкзаком). Фома продолжает оставаться невозмутимым, но жестово (поднимает руку) усиливает свои реплики, видя, что собеседник не прислушивается к словам.

О потенциальных ситуативных конфликтогенах «господин пиит» и «философ» уже говорилось ранее.

Похожая ситуация складывается в глава IX. Указание на тон, с каким персонажи произносят фразы (угрюмо, зло-удивленно), резкие жесты (ткнул, шлепнула ладонью, хлопнул), недружелюбный взгляд (холодный и усталый), повышение голосовой громкости (выкрикнул) накаляют конфликт между персонажами. Однако конфликт продолжается и после острой фазы, уже без непосредственного участия главного его виновника.

« – Ни в чем она не виновата! – стоя у окна, почти выкрикнул Малахов, резко ткнув большим пальцем через плечо в сторону Кима. – Вот кто виноват! Во всем!

– Конечно я, конечно я-я-я! – почти пропел Ким, складывая крест-накрест руки на груди и придавая своему широкому загорелому лицу плаксивое выражение. – И договор с нижегородцами заключал я, и в Тулу ездил я, и пожар запалил я, и квартальный план без угла утверждал я!

– Квартальный план утверждался здесь! – Соловьева сильно шлепнула ладонью по столу, отчего мормолоновые жуки в ее прическе зашевелились. – Вы тоже поднимали руку! Где был ваш дар, ваше яс-но-ви-дение?!

– Он все ясновидел, – угрюмо хохотнул грузный Гобзев. – Все, что ему надо для перхушковской стройки, он проясновидел прекрасно. Теперь там небоскреб. Никаких демонстраций, никакого ОПОНа. Результат, так сказать, ясновидения!

¹ Сорокин В.Г. (2013). Теллурия. Москва: АСТ; CORPUS. С. 207.

– Товарищи, мне подать в отставку? – зло-удивленно спросил Ким. – Или продолжать строить бараки для рабочих? Что мне делать, я не по-ни-маю!»¹

Через показ сцены действия автор наделяет читателя способностью к всеведению, приобщая к своей точке зрения, чего нельзя сделать в любом другом дискурсе:

« – Я могу идти? – спросил Ким.

– Иди, Виктор Михалыч. – Соловьева холодно и устало посмотрела на него. Он резко повернулся и вышел, хлопнув дверью.

– Гнать эту гниду надо из партии, – угрюмо заговорил долго молчавший Муртазов.

– Гнать к чертовой матери! – тряхнул массивной головой Гобзев».²

Выводы. Итак, конфликт – это всегда конфликт представлений одного субъекта о другом субъекте, это нарушение личной границы. В зазоре этих представлений о том, каким должен быть другой по представлениям его оппонента и неприятию этого представления, и появляется конфликт.

В отличие от других типов дискурсов – публицистического, блогерского, дискурса социальных сетей – художественный дискурс не так подвижен в моменте, но он более аккумулятивен и стабилен в перспективе. Он долго накапливает примеры конфликтогенов, переосмысляя реальность прошлого и строя реальность новую.

Личность автора здесь приобретает большее значение, так как образцы текстов хранятся дольше и автор имеет больше возможностей влиять на культурное пространство страны (тем более, если он становится классиком русской литературы и начинает изучаться в учебных заведениях). За почти 40 лет творческой деятельности Владимир Сорокин стал влиятельным писателем, которого воспринимают как сотворца новой реальности: сюжеты его книг с пугающим сходством начинают сбываться.

Кроме автора появляется фигура читателя, без которой не произойдет дешифрования литературного текста. За счёт асинхронности литературного произведения читатель может увидеть реалии с большого расстояния. Обращение к художественному тексту обогащает читательский опыт, показывая неожиданные интерпретации современности, развивает и научает, даже если само произведение не создавалось с целью кого-то чему-то обучить. Смыслы вычленяет только любопытный и активный субъект процесса чтения.

Конфликтогены-номинации субъекта – самый распространенный из всех видов конфликтогенов, т.к. они довольно легко распознаются как сигнал нарушения личностных границ оппонента. Остальные конфликтогены примыкают к субъекту: они либо описывают его качество, либо деятельность. Лексика строит упро-

¹ Сорокин В.Г. (2013). Теллурия. Москва: АСТ; CORPUS. С. 79-80.

² Там же. С. 83.

щенный черно-белый мир с четким противопоставлением на «своих» и «чужих», маркируя их через асоциальность, вредность, антогоничность, последний из которых подвергаются дегуманизации: несмотря на простоту и тривиальность этот способ оказывается достаточно действенным в пропаганде до сих пор.

Исследование конфликтных ситуаций и осмысление конфликтогенной лексики дает пищу для размышлений о допустимости использования некоторых слов в речи, аккуратности в выборе их при построении фраз. Помимо этого, исследования различных видов дискурса дает большой огромный языковой материал, в котором можно искать пересечения. Благодаря этому станет возможным отыскать те слова, которые в русской культуре всегда связаны с конфликтом.

Источники

- Барт Р. (1989). Избранные работы. Семиотика. Поэтика. Москва: Прогресс. С. 384-392.
- Бахтин М.М. (1986). Литературно-критические статьи. Москва: Художественная литература. С. 473-501.
- Белозерова А.В. (2016). Языковая репрезентация коммуникативного поведения инициатора конфликта в англоязычном художественном тексте (гендерный аспект): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Иваново.
- Вайс Д. (2007). Сталинистский и национал-социалистический дискурсы пропаганды: сравнение в первом приближении // Политическая лингвистика. № 3(27). С. 34-60.
- Вайс Д. (2008). Паразиты, падаль, мусор. Образ врага в советской пропаганде // Политическая лингвистика. № 1(24). С. 16-22.
- Вайс Д. (2009). Животные в советской пропаганде: вербальные и графические стереотипы (часть 2) // Политическая лингвистика. № 1(27) С. 39-46.
- Гараедаги Дж. (2010). Системное мышление: как управлять хаосом и сложными процессами. Минск: Гревцов Букс.
- Глущенко О.А., Гришанин Н.В., Кириллина Н.В. (2021). Экология коммуникации: факторы токсичности в медийных текстах // Коммуникология. Т. 9. № 4. С. 160-178. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-4-160-178. EDN EIPXEV.
- Гришина Н.В. (2008). Психология конфликта. 2-е издание. СПб.: Питер.
- Дзялошинский И.М. (2019). Российские СМИ: как создается образ врага. Статьи разных лет. Чебоксары: Среда. С. 162-230.
- Калинин И.А. (2013). Владимир Сорокин: ритуал уничтожения истории // Новое литературное обозрение. № 2 (120). С. 254-269.
- Кара-Мурза Е.С. (2014). Лингвоконфликтология как направление в духе экологии языка // Экология языка и коммуникативная практика (сетевое научное издание). № 2. С. 55-68.
- Карповская Н.В., Абкадырова, И.Р., Давтянц, И.И. (2022). О конфликтном дискурсе, лексических маркерах конфликтогенности и их когнитивно-прагматическом потенциале // Бюллетень гуманитарных исследований в междисциплинарном научном пространстве. № 1(2). С. 14-25.
- Кириллина Н.В. (2017). Символический обмен как системная характеристика коммуникативных практик // Материалы VII международной социологической Грушинской конференции "Навстречу будущему. Прогнозирование в социо-логических исследованиях", Москва, 15–16 марта 2017 года / ред. А.В. Кулешова. Москва: Всероссийский центр изучения общественного мнения. С. 1701-1704. EDN XORNYL.
- Кондаков И.В. (2008). По ту сторону слова. Кризис литературоцентризма в России XX-XXI веков // Вопросы литературы. № 5. С. 5-44.

Кронгауз М.А. (2015). Вырабатываются специальные слова ненависти (интервью Ксении Кнорре-Дмитриевой) // Словарь перемен (сборник статей) / сост. М. Вишневецкая. М.: Три квадрата.

Куликова В.А. (2020). Словообразовательные средства выражения негативной оценки (на материале новообразований в заголовках электронных СМИ XXI в.): диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук. Нижний Новгород.

Липовецкий М.Н. (2013). Сорокин-троп: карнализация // Новое литературное обозрение. № 2 (120). С. 225-242.

Макаренко Г.С. (2018). Конфликтный текст как объект лингвистического исследования: структурно-семантический и прагматический аспекты: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Уфа.

Питолин Д.В. (2014). Метафорическое моделирование концептуальной диады «Свой чужой» в романе В. Сорокина «Теллурия» // Политическая лингвистика. № 2(48). С. 251-253.

Степанов А.Д. (2014). Созидание через разрушение: русская литература 2000-х годов // Современные проблемы науки и образования (электронный журнал). № 6 [эл. ресурс]: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=16852>.

Хроменков П.Н. (2014). Конфlikтообразующие темы в сакральных текстах // Ученые записки Национального общества прикладной лингвистики. № 3(7). С. 7-15.

Хроменков П.Н. (2016). Лингвопрагматика конфликта (исследование методом количественного анализа): автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Москва.

Шарков Ф., Кириллина Н. (2022). Конвергируемость реальных и виртуальных сообществ в цифровом пространстве: социологический обзор // Социологическое обозрение. Т. 21. № 3. С. 229-249. DOI: 10.17323/1728-192x-2022-3-229-249. EDN UMBUAS.

Sharkov F.I., Silkin V.V., Abramova I.E., Kirillina N.V. (2018). Violation of information ecology in media space. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 18. No. 4. P. 765-775. DOI: 10.22363/2313-2272-2018-18-4-765-775. EDN YNAKGD.

■ ■ ■ The specificity of conflict triggers in fine literature discourse (based on Telluria novel by Vladimir Sorokin)¹

Polovinkina O.S.

Southern Federal University, Rostov-on-Don, Russia.

Abstract. Russian culture has always been literary-centric. The appeal to the literary text as a way of understanding oneself and social reality remains up till now a significant part of the educational process. Social conflicts are reflected in Russian prose. The paper is devoted to the study of the concept of conflict and the specifics of its implementation in the discourse of literature using based on the novel by Vladimir Sorokin "Telluria". We believe that the emergence of a conflict occurs at the point when one of the subjects deprives the other of his subjectivity and begins to impose his point of view. A distinctive feature of conflicts of this kind of discourse is the in communication – author's and reader's. Besides due to achronicity in relation to real time literary texts are more durable and resistant to changing agendas, and are also able to influence reality even after time. Few modern Russian authors describe modern realities. Sorokin is one of the most famous and influential writers of modern Russia,

¹ The study was carried out within the framework of the project of Strategic Academic Leadership Program of the Southern Federal University (Priority 2030).

who is known far beyond its borders. Some of the fantastic nature of Sorokin's plots at a long distance turns out to be quite accurate in diagnosing modernity. The article examines lexical units that can become absolute conflict triggers. All of them relate to the subject, its attribute or activity. In a literary text, neutral words can also generate conflict that is influenced by the context. The study of conflicts in different discourses will allow us to identify common conflict-prone vocabulary characteristic for the Russian cultural field.

Keywords: discourse in literature, conflict-prone vocabulary, hate speech, conflict triggers, conflict in literature, modern Russian prose, Telluria

For citation: Polovinkina O.S. (2023). The specificity of conflict triggers in fine literature discourse (based on Telluria novel by Vladimir Sorokin). *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 82-99. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-82-99.

Inf. about the author: Polovinkina Olga Sergeevna – lecturer at Southern Federal University. Address: 344006, Russia, Rostov-on-Don, Bolshaya Sadovaya st., 105/42. E-mail: opolovinkina@sfsu.ru. ORCID: 0009-0005-0232-1734.

Received: 11.10.2023. *Accepted:* 01.12.2023.

References

- Bakhtin M.M. (1986). Literary critical articles. Moscow: Fiction. P. 473-501 (In Rus.).
- Barth R. (1989). Selected works. Semiotics. Poetics (transl.). Moscow: Progress. P. 384-392 (In Rus.).
- Belozerova A.V. (2016). Linguistic representation of the communicative behavior of the conflict initiator in an English-language literary text (gender aspect): diss. thesis, philol. Ivanovo (In Rus.).
- Dzyaloshinsky I.M. (2019). Russian media: how the image of the enemy is created. Coll. papers. Cheboksary: Sreda. P. 162-230 (In Rus.).
- Gharaedaghi J. (2010). Systems thinking: how to manage chaos and complex processes (transl.). Minsk: Grevtsov Books (In Rus.).
- Glushchenko O.A., Grishanin N.V., Kirillina N.V. (2021). Ecology of communication: toxicity factors in media texts. *Communicology*. Vol. 9. No. 4. P. 160-178. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-4-160-178. EDN EIPXEV (In Rus.).
- Grishina N.V. (2008). Psychology of conflict. 2nd ed. SPb.: Peter (In Rus.).
- Kalinin I.A. (2013). Vladimir Sorokin: ritual of destroying history. *New Literary Review*. No. 2 (120). P. 254-269.
- Kara-Murza E.S. (2014). Linguistic conflictology as a direction in the spirit of language ecology. *Ecology of language and communicative practice (online scientific publication)*. No. 2. P. 55-68 (In Rus.).
- Karpovskaya N.V., Abkadyrova, I.R., Davtyants, I.I. (2022). On conflict discourse, lexical markers of conflict potential and their cognitive-pragmatic potential. *Bulletin of Humanitarian Research in the Interdisciplinary Scientific Space*. No. 1(2). P. 14-25 (In Rus.).
- Khromenkov P.N. (2014). Conflict-generating themes in sacred texts. *Scientific notes of the National Society of Applied Linguistics*. No. 3(7). P. 7-15 (In Rus.).
- Khromenkov P.N. (2016). Linguistics and pragmatics of conflict (research using quantitative analysis): diss. thesis philol. Moscow (In Rus.).
- Kirillina N.V. (2017). Symbolic exchange as a systemic characteristic of communicative practices. In: Kuleshova A.V., ed. Materials of the 7th International Sociological Grushin Conference "Towards

the Future. Forecasting in sociological research", Moscow, March 15–16, 2017. Moscow: All-Russian Center for the Study of Public Opinion. P. 1701-1704. EDN XORNYL.

Kondakov I.V. (2008). On the other side of the word. The crisis of literary centrism in Russia of the 20–21st centuries. *Questions of literature*. No. 5. P. 5-44 (In Rus.).

Krongauz M.A. (2015). Special words of hatred are being developed (interview with Ksenia Knorre-Dmitrieva). In: M. Vishnevetskaya, ed. Dictionary of Changes (coll. papers). M.: Tri kvadrata (In Rus.).

Kulikova V.A. (2020). Word-formation means of expressing a negative assessment (based on new formations in the headlines of electronic media of the 21st century): diss. theses philol. Nizhny Novgorod (In Rus.).

Lipovetsky M.N. (2013). Sorokin-trop: carnalization. *New literary review*. No. 2 (120). P. 225-242 (In Rus.).

Makarenko G.S. (2018). Conflict text as an object of linguistic research: structural-semantic and pragmatic aspects: diss. thesis philol. Ufa (In Rus.).

Pitolin D.V. (2014). Metaphorical modeling of the conceptual dyad "Stranger" in V. Sorokin's novel "Telluria". *Political linguistics*. No. 2 (48). P. 251-253 (In Rus.).

Sharkov F., Kirillina N. (2022). Convergence of real and virtual communities in the digital space: a sociological review. *Russian Sociological Review*. Vol. 21. No. 3. P. 229-249. DOI: 10.17323/1728-192x-2022-3-229-249. EDN UMBUAS (In Rus.).

Sharkov F.I., Silkin V.V., Abramova I.E., Kirillina N.V. (2018). Violation of information ecology in media space. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 18. No. 4. P. 765-775. DOI: 10.22363/2313-2272-2018-18-4-765-775. EDN YNAKGD.

Stepanov A.D. (2014). Creation through destruction: Russian literature of the 2000s. *Modern problems of science and education (electronic journal)*. No. 6: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=16852> (In Rus.).

Weiss D. (2007). Stalinist and National Socialist propaganda discourses: a first approximation comparison. *Political linguistics*. No. 3 (27). P. 34-60 (In Rus.).

Weiss D. (2008). Parasites, carrion, garbage. The image of the enemy in Soviet propaganda. *Political linguistics*. No. 1 (24). P. 16-22 (In Rus.).

Weiss D. (2009). Animals in Soviet propaganda: verbal and graphic stereotypes (part 2). *Political linguistics*. No. 1 (27). P. 39-46.

■ ■ ■ Типология фейков о спецоперации на Украине в цифровой публичной сфере¹

Зайцев А. В., Ахунзянова Ф.Т.

Костромской государственный университет, Кострома, Российская Федерация.

Аннотация. Статья является результатом анализа распространяемой в интернет-пространстве фейковой информации. Авторы анализируют политический дискурс в цифровой публичной сфере, выделяя в нем наличие значительное количества контента о специальной военной операции на территории Украины. Объектом исследования является характер дискурсивного взаимодействия агентов политической коммуникации в цифровой публичной сфере в процессе транслирования своих взглядов и мнений. В качестве источников для изучения заявленной темы исследования используются тексты, размещенные преимущественно в социальной сети «ВКонтакте». Важнейшим критерием для отбора материала, включенного в сферу проведенного исследования был его фейковый, то есть недостоверный, искаженный контент. В результате осуществлённого анализа авторы делают попытку классифицировать транслируемые в рамках данной тематики фейковые нарративы и подчеркнуть их особенности. Понимание перечисленных особенностей, с одной стороны, позволит более критично относиться к распространяемым в сфере публичного цифрового дискурса сведениям и диагностировать фейковую информацию как таковую, и, с другой стороны, при выявлении подобного контента облегчит его правовую оценку.

Ключевые слова: цифровая коммуникация, цифровая публичная сфера, интернет-пространство, политический дискурс, фейковые нарративы, типология фейков, специальная военная операция, коммуникативные особенности фейков

Для цитирования: Зайцев А. В., Ахунзянова Ф. Т. Типология фейков о спецоперации на Украине в цифровой публичной сфере // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 100-111. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-100-111.

Сведения об авторах: Зайцев Александр Владимирович – доктор политических наук, профессор кафедры философии, культурологии и социальных коммуникаций, Костромской государственной университет. Адрес: 156005, Россия, г. Кострома, ул. Дзержинского, 17. E-mail: aleksandr-kostroma@mail.ru. ORCID: 0000-0003-4977-8828. Ахунзянова Фарида Тагировна – кандидат культурологии, доцент кафедры философии, культурологии и социальных коммуникаций, Костромской государственной университет. Адрес: 156005, Россия, г. Кострома, ул. Дзержинского, 17. E-mail: farida.ahunzyano@mail.ru. ORCID: 0000-0002-4610-5241.

Статья поступила в редакцию: 09.11.2023. **Принята к печати:** 14.12.2023.

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке Министерства науки и высшего образования Российской Федерации, проект № FZEW-2023-007.

Введение. Цифровая публичная сфера в настоящее время является глобальной медийной супер-платформой для производства и распространения социально значимой, в том числе политической информации. Следует уточнить, что под цифровой публичной сферой авторы данной статьи, вслед за А.А. Косоруковым, понимают ту часть публичного дискурса, где «государственные, корпоративные и общественные акторы ведут полноценные дискуссии и обмениваются идеями, формируя повестку дня и предлагая те или иные варианты решения актуализированных проблем» [Косоруков: 20]. Подобную трактовку можно найти и в более ранних трудах, например, в работе А.Д. Кривоносова [Кривоносов: 70-71], и в современных изысканиях, в частности у нижегородских исследователей В.А. Кутырева и М.Ю. Казакова [Казаков, Кутырев], а также у А.А. Никитинской [Никитинская: 110-111] и др.

В современной цифровой публичной сфере существует много коммуникационных проблем, но сегодня особенно остро встает вопрос о достоверности транслируемого в ней контента и верификации фейковых новостей. Борьба с фейковой информацией предполагает знание такой методологии и умение отличать преднамеренную ложь от достоверных сообщений. Между тем, несмотря на обилие различных научных публикаций, освещающих различные формы и типы бытия фейков [см.: Ильченко; Макашова; Манойло; Ляшенко; Иванова; Дорофеева; Рассадина; Черевко; Кравцов; Смородова; Галютин; Стригунов и др.; Левченко], феномен фейкового сообщения до настоящего времени остается до конца не исследованным. Этот факт подчеркивает целый ряд исследователей. Так, по мнению А.В. Манойло, в научном плане фейковые новости и их влияние на формирование общественного мнения представляют собой малоизученное явление, требующее глубокого и фундаментального политико-философского осмысления [Манойло: 38]. Солидарна с ним и О.Н. Головацкая, которая, проанализировав многочисленные приводимые в публицистике, учебной и научной литературе примеры употребления и определения понятия «фейк», пришла к неутешительному выводу о том, «в понятийном аппарате, описывающем данный феномен, все еще много противоречий» [Головацкая: 148]. «Нормативная правовая база, регулирующая распространение фейков, на сегодняшний день в России отсутствует, – констатирует Е.В. Симонова, – нет ни одного документа, содержащего трактовку данного определения, что является несомненным пробелом в законодательстве страны» [Симонова: 66]. На отсутствие четкости в понимании и интерпретации фейка указывается в коллективной монографии «Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность» [Золян и др.: 8-9].

Между тем очевидно, что проводимая с февраля 2022 года силами вооруженных сил Российской Федерации специальная военная операция на Украине (СВО) вызвала еще больший поток фейковой информации и обострила необходимость более предметного исследования данного феномена. Поэтому авторы считают необходимым тщательно проанализировать актуальные фейковые сюжеты об

СВО, взяв для начала ракурс регионального интернет-пространства, представить типологию этих сюжетов и выявить их отличительные черты.

Под фейковой информацией об СВО авторами подразумевается умышленно сконструированный, недостоверный относительно объективного положения дел контент, размещаемый в сфере цифрового публичного дискурса, направленный на дискредитацию, умаление значения действий российских военнослужащих, а также на формирование негативного отношения к ним и осуществляемой ими миссии на Украине. Главная цель такой информации состоит в вызове искусственного ажиотажа «вокруг мнимого информационного повода, создаваемого вбросом заведомо провокационной информации, имеющей резонансный характер» [Еремина, Куликова: 242].

Следует отметить, что среди общего массива исследований в сфере фейкового дискурса выделяется пусть пока не очень значительная, но уже отчетливо различимая тенденция изучения роли фейковой проблематики в освещении событий на юго-востоке Украины и проведении там российскими Вооруженными силами СВО [см.: Володченко; Гусев; Савушкина; Свечников; Вестов, Белоусов; Клементьев; Величко; Добронравов]. Дело в том, что начало специальной военной операции на Украине 24 февраля 2024 года в сфере публичного цифрового дискурса вызвало настоящий поток все новых и новых фейков, а их количество, вплоть до настоящего времени, растет в геометрической прогрессии. Сообщается, что по состоянию на 1 марта 2022 года «1 310 000 публикаций, содержащих заведомо ложные сведения (фейки) относительно ситуации на Украине и в Донбассе, распространено в средствах массовой информации, в том числе сети Интернет» [Еремина, Куликова: 243, 244].

Данное обстоятельство является более чем убедительным основанием для подтверждения актуальности и значимости заявленной темы исследования, сфокусированной на исследовании типологии фейков о специальной военной операции на микроуровне региональной цифровой публичной сферы. Большинство из авторов, обращающихся к эмпирическому или теоретическому осмыслению фейков, связанных с последними событиями на Украине, акцентируют, как правило, свое внимание на макроуровне, оставляя вне контекста своих исследований региональный уровень. Отсюда главная цель данного исследования: ликвидировать объективно существующую лакуну и пополнить научный дискурс новыми, еще не введенными в оборот знаниями, фактами и выводами.

Материалы и методы. В публикуемой работе авторы используют общенаучные и частные эмпирические методы: системный подход, контент-анализ, дискурсивный анализ, сравнительный метод, дескриптивный анализ, метод аналогий, метод кейсов. В качестве источников для изучения заявленной темы исследования взята социальная сеть «ВКонтакте», являющаяся наиболее популярной публичной интернет-площадкой, где среди прочего обсуждаются и дискутируются события на Украине.

Результаты исследования. Объектом исследования является цифровая публичная сфера и фейковый характер дискурсивного взаимодействия локальных агентов политической коммуникации в процессе позиционирования своих позиций по поводу СВО на территории Украины. Социальная специфика этих агентов определяется завышенными амбициями и задиристостью, что зачастую объясняется отсутствием той или иной самореализации в действительности: неустраивающее место жительства, неудовлетворительное материальное положение, психологические комплексы и т.д. Это провоцирует людей, особенно молодежь, агрессивно высказываться в цифровом публичном пространстве региона о присутствующих вокруг нее реалиях, обвиняя в плохом или якобы плохом качестве своей жизни, в отсутствии или якобы отсутствии благосостояния всевозможные, как правило, политические, структуры. Подобные настроения становятся благодатной почвой для восприятия тех фейковых нарративов, которые соответствуют негативным ожиданиям пользователей и вместе с тем усиливают их. И, конечно, наиболее актуальным инфоповодом для фейковых нарративов становится проведение СВО на Украине, равно как и все, что с этим связано.

Сама операция и ее цели с самого начала стали медиасобытием, которое, по логике жанра, представляет собой не зеркальное отражение действительности, а множество медиавариантов реальности, находящихся в конкурентной борьбе друг с другом. Но в отношении СВО все эти варианты можно свести к двум политически амбивалентным позициям: «за» и «против». Те пользователи, которым прямые участники СВО являются родственником, другом или коллегой, оказывают этим действиям на очень высоком уровне и моральную, и материальную поддержку, а в плане информации стараются придерживаться официальной государственной позиции. В то же время лагерь противников не оставляет своих усилий и активно пользуется неподтвержденной, сомнительной информацией, среди которой большую часть составляют фейки.

На основании анализа распространяемой в интернет-пространстве фейковой информации можно уверенно утверждать, что в большинстве своем фейковые сюжеты незамысловаты и сводятся к нескольким линиям: (1) «вероломное военное нападение» России на Украину («вторжение» и «обстрелы»); (2) «аморальные и незаконные действия» ВС РФ в отношении мирных жителей Украины; (3) якобы грядущая повторная мобилизация среди российского населения.

С точки зрения коммуникативных особенностей, все эти сюжеты имеют ряд типичных признаков, в том числе: одинаковый набор ключевых слов, навешивание ярлыков, использование тактик нагнетания смыслов и гиперболизации, подмены понятий (например, не «специальная военная операция», а «война», «вторжение», «оккупация»). Истинная аргументация фактически отсутствует, зато активно используются псевдоаргументы: цифровые примеры (особенно точные числа и процентные показатели), якобы статистические данные, инфографика, иллюстративный ряд, медийные включения (репортажи, свидетельства «очевидцев», аудиозаписи). Если есть ссылки на источники, то, как правило, это ссылки на

каталог украинских Telegram-каналов, например, публичный Telegram-канал «Украина Сейчас: новости, война, Россия». Особенностью таких каналов является новостной характер сообщаемой информации, анонимность ее источников и, как правило, невозможность объективной проверки на достоверность.

На лексическом уровне активно используются неологизмы и этнофолизмы. В частности, слово «рашизм» – это неологизм, еще с 2014 года используемый для демонизации России. Термин образован при помощи слияния двух слов – Russia (Россия по-английски) и фашизм. Пропагандистская задача термина – подчеркнуть сходство идеологии и действий России с фашизмом. В последнее время этот неологизм в виде «ruscism» максимально активно начинает использоваться даже в декларативных документах международных политических организаций коллективного Запада.

Также часто употребляется этнофолизм «орки» (например, «*деградирующие орки, пришедшие с оружием*»¹). Считается, что этнофолизм возник на основе названия вымышленных человекоподобных монстров из фантастического романа Джона Рональда Руэла Толкина «Властелин колец», хотя впервые эти персонажи упоминаются на рубеже VII–VIII вв. в эпической поэме времен Древней Англии «Беовульф». Толкин использовал эти образы для создания полярного мира: силы света – эльфы и силы тьмы – орки, а Голливуд в соответствующей кинотрилогии 2001–2003 гг. придал последним специфическую визуализацию, которая и стала использоваться в антироссийской пропаганде с целью расчеловечить русских и тем самым лишить украинцев моральных факторов сдерживания. И украинцы, а вместе с ними и оппозиционно настроенные медиапользователи с готовностью подхватили предоставленный термин, обязательно сопровождая нецензурной бранью, дополнительными негативными эпитетами (как в примере выше), перечислением аморальных и незаконных действий российских военных.

Также обращает на себя внимание специфическая манера прописывания слов, относящихся к России, например, *рашковане* – производное от «рашка», издевательское наименование населения России; *роззиянцы*, *роззиянская* – демонстративно уменьшенная первая буква (используется шрифт меньше строчной буквы) указывает на желание высказать максимальное презрение ко всему российскому, буквы «с» заменены латинскими «z», отсылающими к событиям на Украине – так подчеркивается, что презрение вызвано именно этими событиями.

Если рассматривать более подробно первый нарратив, который касается начала специальной военной операции на Украине и представляется как «вероломное военное нападение» России на Украину, то можно отметить следующие его специфические черты. Военные действия вооруженных сил России классифицируются как «вторжение» и «обстрелы». Для достижения максимального воздействующего эффекта используется тактика гиперболизации, которая реализует-

¹ Здесь и далее приводятся тексты, размещенные на персональных страницах пользователей социальной сети «ВКонтакте» и находящиеся в открытом доступе, с сохранением авторской орфографии и пунктуации.

ся через перечисление многочисленных городов, якобы попавших под российские обстрелы (например, «...Винница, Кременчуг, Часов Яр, Мариуполь, Одесса, Сергеевка, Белогоровка в Луганской области, Краматорск, Харьков и его районов, Чернигов, Николаев...»), указание дат обстрелов и количества погибших и раненых, в том числе детей. Как правило, такие тексты перегружены цифрами. В рамках жанра новостной заметки это недопустимо, и в обычном случае подлежало бы редакторской правке, однако здесь такая перегруженность используется целенаправленно: она не просто создает эффект точности, достоверности, убедительности, но и нагнетает негативные смыслы, усиливая трагичность сообщаемого. С этой же целью подчеркивается, что ракеты летят не просто в города, но в социальные объекты – школы, больницы, дома мирных жителей. Для максимальной убедительности информация часто дополнена иллюстративным материалом, например, в виде карты, на которой нанесены условные обозначения описываемых ракетных обстрелов, либо в виде нарративных фотографий, концептуальный замысел которых в том, чтобы максимально эмоционально показать трагизм случившегося – обрушившийся дом, работа спасателей, жертвы. Такие снимки имеют легко прочитываемый постановочный характер, достаточно обратить внимание на техническое исполнение (свет, профессионально выхваченные ракурсы, композиция, подбор и расстановка персонажей), неестественность и даже неконгруэнтность мимики изображенных лиц и т.д.

Попутно дается правовая оценка – в фейковых сообщениях действия России на Украине квалифицируются как террористические акты. Согласно словарию, «террористический акт – это преступление против основ конституционного строя и безопасности государства, предусмотренное статьей 277 УК РФ. Представляет собой посягательство на жизнь государственного или общественного деятеля, совершенное с целью прекратить его деятельность либо из мести за такую деятельность. Следует отличать от терроризма как преступления против общественной безопасности»¹. В то же время обстоятельство «постоянно» переводит семантический признак конкретности, временной локализованности действия в признак постоянно-непрерывного действия. Тем самым подспудно внедряется идея о том, что происходящее на Украине – это ничто иное, как непрерывные военные преступления России.

Второй фейковый нарратив представляет действия Вооруженных сил России как «аморальные и незаконные» в отношении мирных жителей Украины. Подобные фейки, по сути, конкретизируют тематику первого нарратива, детализируя ее через приписывание российским военным преступлений и негативно оцениваемых поступков. В частности, очень распространены сюжеты, согласно которым российские военные массово похищают и вывозят в Россию украинских де-

¹ Террористический акт // Большой юридический словарь / ред. А.А. Сухарев, В.Е. Крутских, А.Я. Сухарева [эл. ресурс]: <http://law.niv.ru/doc/dictionary/big-legal/fc/slovar-210-2.htm#zag-6471> (дата обращения: 05.11.2023).

тей. При этом, как правило, называются никак не подтвержденные цифры (например, «300 тысяч украинских детей были похищены и вывезены в Россию за время войны»), фактологичность информации достигается за счет использования утвердительных повествовательных предложений, глаголов изъявительно-го наклонения несовершенного вида (данная форма подчеркивает актуальность и незавершенность описываемых этими глаголами действий [Маслов: 51]).

В такой же форме в большинстве фейков российским военным приписываются грабежи, мародерство, изнасилования и убийства мирных жителей. И здесь следует подчеркнуть, что если в фейках, распространявшихся на первых этапах проведения СВО, подобные сюжеты изобиловали цифрами, показаниями якобы свидетелей, красочными подробностями, то теперь якобы преступные действия упоминаются контекстно или через аллюзии, т.е. как упоминания о том, о чем давно уже всем известно и очевидно. На наш взгляд, данный нарратив подтверждает общеизвестное высказывание, приписываемое Й. Геббельсу: чем чудовищнее ложь, тем скорее в нее поверят.

Что касается третьего нарратива – мобилизация среди российского населения, то он представляет собой нагнетание страха перед якобы грядущей либо второй волной частичной мобилизации, либо всеобщей мобилизацией. В ход идут фотографии документов (приказов, указов, распоряжений) неизвестного происхождения, цитирование выдернутых из контекста высказываний российских политиков и руководителей ведомств, сообщения анонимных источников. Например, в записи одного из пользователей социальной сети «ВКонтакте» со ссылкой на анонимные источники утверждалось о том, что сотрудники московской управляющей организации «Жилищник» готовятся разносить повестки и что они предупреждены руководством о том, что в январе-феврале такой работы будет много. При этом не сообщалось, на основании чего этим будут заниматься сотрудники управляющей организации и какого рода будут эти повестки.

Расчет создателей таких фейков опирается на то, что мало кто критически отнесется к данной информации и вспомнит или уточнит, что помимо повесток для отправки на место военных действий в рамках мобилизации, существуют еще повестки для уточнения персональных данных; для прохождения медкомиссии; для прохождения призывной комиссии; для отправки на срочную службу. Коммуникативной задачей подобных записей является нагнетание слухов о предстоящей мобилизации, что противоречит официально сообщаемой информации. Проведенное авторами наблюдение (Костромская область) также показывает что распространение такого рода фейков может быть спровоцировано по сути молчаливой позицией представителей местной власти, а потому ощущением полной неопределенности среди населения региона.

Выводы. Распространяемые в интернет-пространстве фейковые сюжеты о специальной военной операции на Украине транслируются в основном через социальные сети в виде комментариев и публикаций обычных медиапользова-

телей. Данные нарративы имеют конкретную тематику, соответственно которой сопровождаются набором специфичных признаков, отражающихся на коммуникативном, лексическом, графическом и визуальном уровнях.

Понимание перечисленных особенностей, с одной стороны, позволит более критично относиться к распространяемым в сфере публичного цифрового дискурса сведениям, касающимся СВО, с тем, чтобы отличать фейковую информацию от настоящей, а с другой стороны, при выявлении подобного контента облегчит его правовую квалификацию. Представляется, что последнее обстоятельство способно значительно расширить социальную базу поддержки целей специальной военной операции на Украине, повысить уровень легитимности принимаемых решений по фейковой информации, распространяемой в цифровой публичной сфере как части инфо-коммуникативного пространства современной России.

Источники

Величко В.В. (2023). Реализация российскими СМК концепции информационной войны (на примере СВО РФ на Украине) // Вестник студенческого научного общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет». Т. 2. № 15-1. С. 51-54. EDN: LHQBUEY.

Вестов Ф.А., Белоусов Р.Д. (2023). Противодействие распространению ложной информации о действиях ВС РФ в сети «Интернет» // Базис. № 1 (13). С. 5-9. EDN: CPOQRX.

Володченко О.Н. (2022). От фейков до управления информационными потоками: медиа-технологии при освещении специальной военной операции на Украине // Инновация. Медиа-коммуникация. Медиакультура. Информация. Дизайн. Коллективная монография / под общей редакцией А.М. Тимохина. Симферополь. С. 137-146. EDN: DKWWWO.

Галютин А.В. (2018). Фейк как инструмент современной информационной войны // Коммуникационная политика компаний: средства технологии, управление. С. 47-57. EDN: AELGUR.

Головацкая О.Е. (2019). Значение и происхождение термина «Fakenews» // Коммуникология. Т. 7. № 2. С. 139-152. DOI: 10.21453/2311-3065-2019-7-2-139-152. EDN: JEUZPL.

Гусев С.А. (2023). Дезинформация в социальных сетях о ходе проведения специальной военной операции на Украине // Человек и общество в современном киберпространстве. Сборник научных трудов II Международной научно-практической конференции. М.: ФГБОУ ВО «Государственный университет управления». С. 64-67. EDN: NHTCFI.

Добронравов У.В. (2022). Российский военный служащий в интернете: и один в поле воин // Трансформация современной войны: материалы II Всероссийской научной конференции. Омск. С. 57-62. EDN: OCADRK.

Дорофеева В.В. (2019). Фейковые новости в современном медиaprостранстве // Вопросы теории и практики журналистики. Т. 8. № 4. С. 774-786. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4). 774-786. EDN: BULYHV.

Еремина О.А. (2022). Фейки как угроза информационной безопасности (на примере деятельности Вооруженных Сил России) // Многонациональная Россия: вчера, сегодня, завтра. Сборник научных статей III научно-практической конференции / отв. ред. Н. Н. Розанова. Смоленск. С. 242-249. EDN: BDMHJS.

Золян С.Т., Пробст Н.А., Сладкевич Ж.Р., Тульчинский Г.Л. (2021). Фейки: коммуникация, смыслы, ответственность / под ред. Г. Л. Тульчинского. СПб.: Алетейя.

Иванова С.В. (2020). Фейковые новости в новом информационном пространстве России // Дискурс современных масс-медиа в перспективе теории, социальной практики и образования: сборник трудов международной научно-практической конференции, Белгород, 08–09

октября 2020 года. Белгород: Белгородский государственный национальный исследовательский университет. С. 119-124. EDN: GPRLBG.

Ильченко С.Н. (2015). Фейк как политический формат в современной медиасфере // Гуманитарный вектор. Серия «История. Политология». № 3 (43). С. 98-101. EDN: UJDYUD.

Казаков М.Ю., Кутырев В.А. (2013). Интернет как сетевая публичная сфера // Современные проблемы науки и образования. № 3 [эл. журнал]: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9328> (дата обращения: 05.11.2023). EDN: RPOPPN.

Клементьев Ю.А. (2023). Фейковые новости в период проведения специальной военной операции России по защите ДНР и ЛНР // Мониторинг. Образование. Безопасность. Т. 1. № 1. С. 31-34. EDN: HERZUF.

Косоруков А.А. (2018). Цифровая публичная сфера современного общества: особенности становления и контроля // Социодинамика. № 2. С. 14-22. DOI: 10.25136/2409-7144.2018.2.24442. EDN: YPUBEW.

Кравцов В.В. (2019). «Фейковые» новости как информационная угроза современной политической действительности // Медиа в современном мире. 58-е Петербургские чтения: сборник материалов Международного научного форума. В 2-х т. / отв. ред. В.В. Васильева. С. 66-68. EDN: DKETQY.

Кривоносов А.Д. (2016). Публичная среда и публичные коммуникации в эпоху интернета // Верхневолжский филологический вестник. № 1. С. 68-74. EDN: WEZDRX.

Левченко К.А. (2021). Фейк-нюс как политическое орудие XXI века // EUROPEAN RESEARCH: сборник статей XXXIV Международной научно-практической конференции. Пенза. С. 241-244. EDN: DSQGKK.

Ляшенко Д.И. (2018). К вопросу о классификации фейков // Язык и право: актуальные проблемы взаимодействия. Материалы VIII-й Всероссийской научно-практической конференции / Отв. ред. В. Ю. Меликян. Вып. 8. Ростов н/Д: Дониздат, С. 136-141. EDN: TBHOEM.

Макашова В.В. (2023). Фейк-технологии в цифровой среде // Медиа-технологии в условиях изменяющегося мира: тренды, проблемы, прогнозы: сборник трудов / ред. Е.Н. Ежова. Ставрополь. С. 25-29. EDN: ORKRIX.

Манойло А.В. (2019). «Фейковые новости» как угроза национальной безопасности и инструмент информационного управления // Вестник московского университета. Серия 12: Политические науки. № 2. С. 37-45. EDN: HGEVPF.

Манойло А.В. (2020). Цепные реакции каскадного типа в современных технологиях вирусного распространения «фейковых новостей» // Вестник московского государственного областного университета. № 3 [эл. журнал]: <http://ruspolitology.ru/content/10391/?ysclid=lm5yo60qhs883645633> (дата обращения: 05.11.2023). DOI: 10.18384/2224-0209-2020-3-1027.

Маслов Ю.С. (1984). Очерки по аспектологии. Ленинград: Изд-во ЛГУ.

Никитинская А.А. (2022). Интернет как современная площадка для реализации публичного // Наука. Общество. Государство: электронный научный журнал. Т. 10. № 1. С. 107-115. DOI: 10.21685/2307-9525-2022-10-1-12. EDN: WOSDPN.

Рассади́на А.А. (2019). Фейковые новости и информационные фильтры как инструменты формирования общественного мнения в современном медиaprостранстве // Трансформация медиасреды в XXI веке: Материалы международной научно-практической конференции, Москва, 24 апреля 2019 года / Отв. ред. Д.В. Неренц. М.: Российский государственный гуманитарный университет. С. 401-411. EDN: KSFFYO.

Савушкина М.А. (2023). Формирование у военнослужащих навыков верификации фейков посредством мероприятий военно-политической работы // Военно-политическая работа в Вооруженных силах Российской Федерации: история и современность. Материалы Всероссийской научно-практической конференции / под общ. ред. П.Е. Кобзаря. Омск. С. 143-149. EDN: DYBHAT.

Свечников С.С. (2022). Фейки как инструмент информационно-психологического воздействия в пропаганде (на примере конфликта России и Украины) // Студенческая наука и XXI век. Т. 19. № 1-2 (22). С. 265-266. EDN: HPFNET.

Симонова Е.В. (2022). Фейк как вызов цифрового медиапространства // Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования. № 15. С. 65-69. DOI: 10.36683/2500-249X/2022-15/65-69. EDN: ZGQUOI.

Смородова Э.В. (2021). К вопросу о противодействии фейковым новостям в цифровом пространстве // Меди@льманах. № 6 (107). С. 42–52. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2021.4252. EDN: QVKKCR.

Стригунов К.С., Манойло А.В., Го Ф. (2022). Фейковые новости и технологии превентивной делегитимизации выборов // Гражданин. Выборы. Власть. № 2 (24). С. 98-109. EDN: VZGJPL.

Черевко Т.С. (2019). Феномен fake-news в контексте информационной безопасности // Журналистика в 2018 году: творчество, профессия, индустрия. Материалы международной научно-практической конференции. С. 78-79. EDN: JQVEQB.

■ ■ ■ Typology of fakes about the special operation in Ukraine in the digital public sphere¹

Zaitsev A.V., Akhunzianova F.T.

Kostroma State University, Kostroma, Russia.

Abstract. The article represents the analysis of fake information distributed in the digital public sphere, namely, of a very significant amount of digital content about the special military operation on the territory of Ukraine. The object of the study is the nature of the discursive interaction of agents of political communication in the digital public sphere in the process of broadcasting their views and opinions. The analysis is based on the messages posted primarily on the social network VKontakte. The most important criterion for selecting material included in the scope of the study was its fake, that is, unreliable, distorted content. As a result of the analysis, the authors make an attempt to classify the fake narratives within this topic and highlight their features. The understanding such features of fake narratives, on the one hand, should allow critical perception of the information disseminated in the sphere of public digital discourse and diagnose fake information as such, and, on the other hand, facilitate the legal assessment of fakes.

Keywords: digital communication, digital public sphere, Internet space, political discourse, fake narratives, typology of fakes, special military operation, communicative features of fakes

For citation: Zaitsev A.V., Akhunzianova F.T. (2023). Typology of fakes about the special operation in Ukraine in the digital public sphere. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 100-111. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-100-111.

Inf. about the authors: Zaitsev Alexander Vladimirovich – DSc (Polit.), Professor of the Department of Philosophy, Cultural Studies and Social Communications, Kostroma State

¹ The publication was prepared with the financial support of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation, project No. FZEW-2023-007.

University. Address: 156005, Russia, Kostroma, Dzerzhinsky st., 17. E-mail: aleksandr-kostroma@mail.ru. ORCID: 0000-0003-4977-8828. Akhunzyanova Farida Tagirovna – CandSc (Cult.), associate professor at the Department of Philosophy, Cultural Studies and Social Communications, Kostroma State University. Address: 156005, Russia, Kostroma, Dzerzhinsky st., 17. E-mail: farida.ahunzyano@mail.ru. ORCID: 0000-0002-4610-5241.

Received: 09.11.2023. Accepted: 14.12.2023.

References

- Cherevko T.S. (2019). The fake-news phenomenon in the context of information security. In: Journalism in 2018: creativity, profession, industry. Materials of the international scientific and practical conference. P. 78-79. EDN: JQVEQB (in Rus.).
- Dobronravov U.V. (2022). Russian serviceman on the Internet: and one warrior in the field. In: Transformation of modern war: materials of the II All-Russian scientific conference. Omsk. P. 57-62. EDN: OCADRK (in Rus.).
- Dorofeeva V.V. (2019). Fake news in the modern media space. *Questions of theory and practice of journalism*. Vol. 8. No. 4. P. 774-786. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(4).774-786. EDN: BULYHV (in Rus.).
- Eremina O.A. (2022). Fakes as a threat to information security (using the example of the activities of the Russian Armed Forces). In: Multinational Russia: yesterday, today, tomorrow. Collection of scientific articles of the III scientific-practical conference / ed. N. N. Rozanova. Smolensk. P. 242-249. EDN: BDMHJS (in Rus.).
- Galyutin A.V. (2018). Fake as a tool of modern information warfare. *Communication policy of companies: means of technology, management*. P. 47-57. EDN: AELGUR (in Rus.).
- Golovatskaya O.E. (2019). Meaning and origin of the term "Fake news". *Communicology*. Vol. 7. No. 2. P. 139-152. DOI: 10.21453/2311-3065-2019-7-2-139-152. EDN: JEUZPL (in Rus.).
- Gusev S.A. (2023). Disinformation in social networks about the progress of a special military operation in Ukraine. In: Man and society in modern cyberspace. Collection of scientific papers of the II International Scientific and Practical Conference. M.: Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "State University of Management". P. 64-67. EDN: NHTCFI (in Rus.).
- Ilchenko S.N. (2015). Fake as a political format in the modern media sphere. *Humanitarian Vector. History. Political science*. No. 3 (43). P. 98-101. EDN: UJDYUD (in Rus.).
- Ivanova S.V. (2020). Fake news in the new information space of Russia. In: Discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education: collection of proceedings of the international scientific and practical conference, Belgorod, October 08–09, 2020. Belgorod: Belgorod State National Research University. P. 119-124. EDN: GPRLBG (in Rus.).
- Kazakov M.Yu., Kuttyrev V.A. (2013). Internet as a networked public sphere. *Modern problems of science and education*. No. 3 [el. journal]: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=9328> (accessed 05.11.2023). EDN: RPOPPN (in Rus.).
- Klementyev Yu.A. (2023). Fake news during the Russian special military operation to protect the DPR and LPR. *Monitoring. Education. Safety*. Vol. 1. No. 1. P. 31-34. EDN: HERZUF (in Rus.).
- Kosorukov A.A. (2018). Digital public sphere of modern society: features of formation and control. *Sociodynamics*. No. 2. P. 14-22. DOI: 10.25136/2409-7144.2018.2.24442. EDN: YPUBEW (in Rus.).
- Kravtsov V.V. (2019). "Fake" news as an information threat to modern political reality. In: Media in the modern world. 58th St. Petersburg Readings: collection of materials from the International Scientific Forum, ed. V.V. Vasilyeva. P. 66-68. EDN: DKETQY (in Rus.).
- Krivososov A.D. (2016). Public environment and public communications in the Internet era. *Verkhnevolzhsky Philological Bulletin*. No. 1. P. 68-74. EDN: WEZDRX (in Rus.).

Levchenko K.A. (2021). Fake news as a political weapon of the 21st century. In: EUROPEAN RESEARCH: collection of articles of the 34th International Scientific and Practical Conference. Penza. P. 241-244. EDN: DSQGKK (in Rus.).

Lyashenko D.I. (2018). On the issue of classification of fakes. In: Language and law: current problems of interaction. Materials of the VIII All-Russian Scientific and Practical Conference, ed. V.Yu. Melikyan. Vol. 8. Rostov n/d: Donizdat. P. 136-141. EDN: TBHOEM.

Makashova V.V. (2023). Fake technologies in the digital environment. In: Media technologies in a changing world: trends, problems, forecasts: collection of works, ed. E.N. Yezhova. Stavropol. P. 25-29. EDN: ORKRIX (in Rus.).

Manoilo A.V. (2019). "Fake news" as a threat to national security and a tool of information management. *Bulletin of Moscow University. Political Science*. No. 2. P. 37-45. EDN: HGEVPF (in Rus.).

Manoilo A.V. (2020). Chain reactions of a cascade type in modern technologies for the viral spread of "fake news". *Bulletin of the Moscow State Regional University*. No. 3 [el. journal]: <http://ruspolitology.ru/content/10391/?ysclid=lm5yo60qhs883645633> (accessed 05.11.2023). DOI: 10.18384/2224-0209-2020-3-1027 (in Rus.).

Maslov Yu.S. (1984). Essays on aspectology. Leningrad: Leningrad State University Publishing House (in Rus.).

Nikitinskaya A.A. (2022). Internet as a modern platform for the implementation of the public. *Science. Society. State: electronic scientific journal*. Vol. 10. No. 1. P. 107-115. DOI: 10.21685/2307-9525-2022-10-1-12. EDN: WOSDPN (in Rus.).

Rassadina A.A. (2019). Fake news and information filters as tools for forming public opinion in the modern media space. In: Transformation of the media environment in the 21st century: Proceedings of the international scientific and practical conference, Moscow, April 24, 2019, ed. D.V. Nerents. M.: Russian State Humanitarian University. P. 401-411. EDN: KSFFYO (in Rus.).

Savushkina M.A. (2023). Formation of skills in military personnel to verify fakes through military-political work. In: Military-political work in the Armed Forces of the Russian Federation: history and modernity. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, ed. P.E. Kobzar. Omsk. P. 143-149. EDN: DYBHAT (in Rus.).

Simonova E.V. (2022). Fake as a challenge of the digital media space. *Education and science without borders: fundamental and applied research*. No. 15. P. 65-69. DOI: 10.36683/2500-249X/2022-15/65-69. EDN: ZGQUOI (in Rus.).

Smorodova E.V. (2021). On the issue of countering fake news in the digital space. *Medi@lmanakh*. No. 6 (107). P. 42-52. DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2021.4252. EDN: QVKKCR (in Rus.).

Strigunov K.S., Manoilo A.V., Guo F. (2022). Fake news and technologies for preventive delegitimization of elections. *Citizen. Elections. Power*. No. 2 (24). P. 98-109. EDN: VZGJPL (in Rus.).

Svechnikov S.S. (2022). Fakes as a tool of information and psychological influence in propaganda (using the example of the conflict between Russia and Ukraine). *Student science and the 21st century*. Vol. 19. No. 1-2 (22). P. 265-266. EDN: HPFNET (in Rus.).

Velichko V.V. (2023). Implementation of the concept of information warfare by Russian QMS (using the example of the Northern Military District of the Russian Federation in Ukraine). *Bulletin of the student scientific society of the State Educational Institution of Higher Professional Education "Donetsk National University"*. Vol. 2. No. 15-1. P. 51-54. EDN: LHQBey (in Rus.).

Vestov F.A., Belousov R.D. (2023). Countering the spread of false information about the actions of the RF Armed Forces on the Internet. *Basis*. No. 1 (13). P. 5-9. EDN: CPOQRX (in Rus.).

Volodchenko O.N. (2022). From fakes to managing information flows: media technologies in covering a special military operation in Ukraine. In: Innovation. Media communication. Media culture. Information. Design. Collective monograph, ed. A.M. Timokhin. Simferopol. P. 137-146. EDN: DKWWWO (in Rus.).

Zolyan S.T., Probst N.A., Sladkevich Zh.R., Tulchinsky G.L. (2021). Fakes: communication, meaning, responsibility, ed. G. L. Tulchinsky. SPb.: Aletheia (in Rus.).

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTIONS AND PROCESSES

■ ■ ■ Роль коммуникации в устойчивом развитии территории (на примере Байкальской природной территории)

Панова Е.В.

Государственная дума Российской Федерации, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Современное общество переживает трансформацию существующей системы управления. На смену модели индустриального роста пришла концепция устойчивого развития. Ее стратегической целью является достижение баланса между экономикой, экологической устойчивостью и социальной ответственностью¹. Таким образом, сама природа устойчивости подразумевает коммуникации и взаимодействие. *Целью* данного исследования является анализ устойчивого развития Байкальской природной территории и роль коммуникаций в этом процессе. В работе автор обращался к российским и зарубежным исследованиям, по вопросам устойчивого развития и его коммуникативной составляющей. В практической части автор проводит оценку социальной, экономической и экологической устойчивости, предлагает типы стратегий устойчивого развития, основанные на коммуникации. *Результаты* проведенного анализа позволяют говорить о недостаточной устойчивости развития Байкальской природной территории, что способствует возникновению острых дискуссии относительно будущего. Ее участниками являются различные субъекты. Их цели, уровень знаний и ресурс власти различны, что влияет на готовность к структурным изменениям и не исключает конфликта ценностей между участниками. Оценка принимаемых мер позволяет определить несколько типов стратегий управления устойчивым развитием территории: регулятивный, программный, научно-исследовательский, координационный, рефлексивный, коммуникативно-управленческий. Автор считает, что при высокой амбивалентности достижению устойчивости способствуют стратегические экологические коммуникации.

Ключевые слова: стратегические экологические коммуникации, устойчивое развитие территории, стратегия устойчивого развития, власть, знания, цели устойчивого развития

Для цитирования: Панова Е.В. Роль коммуникации в устойчивом развитии территории (на примере Байкальской природной территории) // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 113-130. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-113-130.

Сведения об авторе: Панова Елена Васильевна – кандидат политических наук, руководитель Аппарата Комитета Госдумы России по экологии, природным ресурсам и охране окружающей среды, соискатель ученой степени доктора наук, Санкт-Петербургский государственный университет (г. Санкт-Петербург). Адрес: 103265, Москва, улица Охотный ряд, 1. E-mail: karrypoupe@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8782-3680.

Статья поступила в редакцию: 19.10.2023. *Принята к печати:* 01.12.2023.

¹ Панова Е.В. (2022). Устойчивое развитие как основа экологической политики России: понятие и основные характеристики // Известия высших учебных заведений. Геология и разведка. № 64 (5). С. 58-65.

Введение. Устойчивое развитие стало значимой стратегией будущего, подразумевающей удовлетворение сегодняшних потребностей с заботой о финансовых, человеческих и природных ресурсах завтрашнего дня [Караганов; Ragauskas et al.]. Впервые данный термин был закреплён в 1987 году Международной комиссией по окружающей среде и развитию¹. Сегодня его понимание подразумевает учет социальных, экономических и экологических факторов [Марфенин; Шелехов; Панова 2022; Meadowcroft].

Отдельно стоит отметить, что управление устойчивым развитием предлагает процесс «социального самоуправления» и включает в себя не только действия и политику, направленную на развитие по заданным направлениям, но также обсуждение и принятие решений, необходимых для определения этих направлений [Панова 2023; Порфирьев]. Иными словами, коммуникации являются ключевым элементом в достижении целей устойчивого развития [Кастельс]. Об этом также речь идет в стратегиях Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)², в Программе развития Организации Объединенных наций (ПРООН).³

Методология и методы. В первой части статьи автор исследует коммуникативную составляющую устойчивого развития. В эмпирической части – автор применяет анализ статистических показателей экономического, экологического, социального развития Байкальской природной территории (БПТ). Рассматривает причины и перспективы развития коммуникационного дискурса вокруг данной темы. Завершается работа моделированием различных стратегий, которые могут применяться при управлении устойчивым развитием.

Результаты исследования. Анализ научной литературы позволяет выделить отдельный блок работ авторов [Voß et al. 2007; Тихомирова; Dudo; Mefalopulos], которые рассматривают роль коммуникации в стратегиях устойчивого развития, ее влияние на деятельность и принимаемые решения. Согласимся с теми [Funtowicz], кто считает, что сама по себе природа устойчивости диктует потребность в коммуникациях. И здесь можно выделить несколько составляющих:

- 1) устойчивость характеризуется высоким уровнем сложности и неопределенности, поэтому коммуникация играет ключевую роль при доставке информации [Тихомирова; Newig et al. 2008];
- 2) устойчивость невозможна без учета социальных ценностей [Elzenet et al.];
- 3) цели устойчивого развития – амбивалентны с точки зрения конфликта интересов и конфликта ценностей. На этом этапе коммуникации становятся цен-

¹ United Nations World Commission on Environment and Development (WCED), Our Common Future (also known as the Brundtland Report), 1987.

² Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit – GTZ (2006), Strategic Communication for Sustainable Development: A Conceptual Overview.

³ OECD Sustainable Manufacturing Toolkit: Seven Steps to Environmental Excellence Start-Up Guide, 2011 [accessed online]: www.oecd.org/innovation/green/toolkit.

тральным звеном, необходимым для создания общего понимания устойчивости и определения целей, которым необходимо следовать [Kim et al.];

4) социальный дискурс обеспечивает легитимность устойчивого развития [Панова 2022];

5) реализация мер по устойчивому развитию затруднена, поскольку управление устойчивым развитием рассредоточено между различными субъектами и включает в себя несколько уровней принятия решений. В данном контексте целесообразно отметить работы [Newig, Schulz, Fischer: 2013], в которых рассматривается концептуализации целей, знаний и власти как ключевых измерений управления.

Эти особенности помогают определить конкретные контексты управления, спрогнозировать возможные варианты развития. Значимое место в понимании управления устойчивым развитием играют работы по стратегическим экологическим коммуникациям, которые описывают особенности взаимодействия в условиях многосубъектности, характеризуются отложенными последствиями, целенаправленными действиями, конфликтностью и управляемостью, долгосрочным взаимодействием [Pierre; Liang et al.; Панова 2023]

Задача коммуникаций при управлении устойчивым развитием объединить всех игроков для выработки комплексных решений. Все это требует создания единой стратегии действий, направленной на достижение общей цели, которая предполагает координацию стратегий различных акторов при реформировании социальных, технологических и экологических траекторий развития [Voß, Kemp].

Исходя из этого понимания, рассмотрим роль коммуникаций в повышении устойчивости развития БПТ. Данная тема имеет актуальное звучание по ряду причин. Среди них:

- озеро Байкал является объектом Всемирного природного наследия и соответственно постоянного контроля за его состоянием со стороны Международного союза охраны природы;
- в озере сосредоточено порядка 20% мировых запасов пресной воды, оно является значимым стратегическим ресурсом всего человечества;
- в центральной экологической зоне БПТ (далее – ЦЭЗ БПТ), расположенной вокруг озера, живет порядка 140 тыс. человек, которые сталкиваются с запретами и ограничениями;
- ежегодно Байкал посещает около 2 млн туристов, что оказывает значительную нагрузку на состояние водного объекта;
- в связи с санкционной политикой европейских стран в отношении России азиатское направление стало ключевым в экономическом развитии страны. При этом вся транспортная логистика на восток проходит через БПТ, что объективно приведет к увеличению нагрузки на экосистему.

Любые действия, связанные с изменением текущего статус-кво БПТ, вызывают широкую дискуссию в обществе. Основными причинами этого является сакральность озера, конфликт ценностей и целей различных групп, вовлечен-

ность международного сообщества. Конфликтность темы подтверждают предпринимаемые шаги по внесению изменений в закон «Об охране озера Байкал», которые запустили широкую дискуссию¹. Можно говорить о том, что существует запрос на необходимость выработки общего видения дальнейшего развития БПТ, формирование которого невозможно без поиска компромиссов.

Чтобы понять возможные направления развития, оценим устойчивость развития БПТ на текущий момент. Для этого рассмотрим ее основные характеристики, опираясь на официальные данные Росстата, по трем направлениям: социальное, экономическое и экологическое, сравнив их со среднероссийскими показателями. Проанализируем статистические данные трех субъектов Российской Федерации (Иркутская область, Республика Бурятия и Забайкальский край), которые частично входят в состав БПТ. В границах БПТ расположено 57,1% территории Р. Бурятия, 28,5% – Иркутской области и 14,4% – Забайкальского края.

Таблица 1. Характеристика устойчивости БПТ² / Characteristics of the sustainability of the Baikal natural territory

	Иркутская область ³	Республика Бурятия ⁴	Забайкальский край	Среднее по России
Качество жизни				
Среднегодовая численность постоянного населения, чел. ⁵	2 353 904	974 628	1 043 500	–
Естественная убыль населения, % 2021 к 2020 году ⁶	–2,8	–5,4	–3,6	–2,7

¹ Набаткина К. Финал страстей: какие проблемы решит вырубка леса на Байкале // Известия, 23.08.2023 [эл. ресурс]: <https://iz.ru/1562875/kseniia-nabatkina/final-strastei-kakie-problemy-reshit-vyrubka-lesa-na-baikale> (дата обращения: 06.09.2023).

² Регионы России: социально-экономические показатели 2022 // Статистический сборник Федеральной службы государственной статистики (Росстат), офиц. сайт [эл. ресурс]: https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/Region_Pokaz_2022.pdf (дата обращения: 06.09.2023).

³ Уровень жизни населения Иркутской области // Территориальный орган федеральной службы государственной статистики (Росстат), офиц. сайт [эл. ресурс]: <https://38.rosstat.gov.ru/folder/167940> (дата обращения: 06.09.2023).

⁴ Уровень жизни населения Республики Бурятия // Территориальный орган федеральной службы государственной статистики (Росстат), офиц. сайт [эл. ресурс]: https://03.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/bur2022_5-urov.pdf (дата обращения: 06.09.2023).

⁵ Среднегодовая численность постоянного населения Иркутской области по муниципальным образованиям // Территориальный орган федеральной службы государственной статистики (Росстат), офиц. сайт [эл. ресурс]: [https://38.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/sr_god_chisl_2022\(1\).html](https://38.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/sr_god_chisl_2022(1).html) (дата обращения: 06.09.2023).

⁶ Естественное движение населения Российской Федерации 2021 // Статистический сборник Федеральной службы государственной статистики (Росстат), офиц. сайт [эл. ресурс]: https://rosstat.gov.ru/bgd/regl/b21_106/Main.htm (дата обращения: 06.09.2023).

Окончание табл. 1

	Иркутская область	Республика Бурятия	Забайкальский край	Среднее по России
Среднедушевые денежные доходы населения, 2022	34 759,5	32 726	28880.1	45 272
Величина прожиточного минимума на душу населения, 2022, руб.	14754	13793 ¹	16819	13919 ²
Численность населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума (границы бедности), 2021	16,4	19,5	19,3	11
Стоимость минимального набора продуктов питания, декабрь 2022, руб.	5 943,8	5857	6980	5563

Удельный вес общей жилой площади, оборудованной:

водопроводом	74,1	54,1	53,1	85,5
водоотведением (канализацией)	68,9	51,4	51,2	80,8
отоплением	72,8	55,6	54,1	88,1
ваннами (душем)	63,6	47,7	47,2	73,2
газом (сетевым, сжиженным)	12,1	5,4	22,9	82,7
горячим водоснабжением	66	44,9	45,1	73

Экономика

ВРП, млн. руб. 2020	1 505 151	303 155	425 378	93 810 284
ВРП на душу населения, руб. 2020	631 591,9	307 558,8	402 594,6	640 519,0
Инвестиции в основной капитал, млрд руб.	527,5	72,3	161,5	22 945,4
Энергодостаточность, %, 2021	109,8	82,2	87,3	–
Уровень безработицы, %, 2021	6,0	9,3	9,3	4,8

Экология

Затраты на охрану окружающей среды, млн. руб 2021	23 896	4 181	5 207	1 242 328 (в целом по РФ)
---	--------	-------	-------	------------------------------

Составлено автором на основе данных Росстата

¹ Величина прожиточного минимума по Республике Бурятия // Территориальный орган федеральной службы государственной статистики (Росстат), офиц. сайт [эл. ресурс]: https://03.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/dynamics_minimum_2017-2023_20230119.pdf (дата обращения: 06.09.2023).

² Величина прожиточного минимума на душу населения и по основным социально-демографическим группам населения в целом по Российской Федерации // Консультант+ [эл. ресурс]: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33936/8bf43d584df4ac39ddec19c36e7654dce95bdb62/ (дата обращения: 06.09.2023).

Как видно из приведенных в таблице 1 параметров, качество жизни населения отличается от среднего по России. Обращает внимание, что среднедушевые денежные доходы значительно ниже, при этом величина прожиточного минимума – выше. Стоимость минимального набора продуктов питания превышает среднероссийский. Численность населения за границей бедности – от 16 до 19,5%, что существенно выше среднего уровня. Аналогичная ситуация с безработицей – в Республике Бурятия и в Забайкальском крае она почти в два раза превышает среднероссийские показатели.

Если рассматривать качество жизни с точки зрения благоустройства жилого фонда, по всем показателям регионы отстают. В Иркутской области ситуация в целом лучше, чем в соседних регионах, где почти половина жителей не имеют водопровода, отопления, канализации, душа, горячего водоснабжения. Это свидетельствует о неустойчивости социального фактора, который отрицательно сказывается на благополучии жителей БПТ.

Анализируя стратегии развития регионов, можно отметить, что *экономическая ситуация носит неоднородный характер*. В Иркутской области¹ и Забайкальском крае² развиты отрасли промышленности, высокая обеспеченность природными и лесными ресурсами, что дает регионам дополнительные возможности через реализацию новых промышленных проектов и решение социальных вопросов.

Несмотря на то, что Р. Бурятия³ также обладает запасами полезных ископаемых, их добыча ограничена специальными режимами хозяйствования, так как значительная часть региона входит в БПТ. На республику ложится наибольшая экологическая нагрузка, связанная с сохранением уникальной экологической системы озера Байкал.

Все три региона обладают сетью автомобильных и железных дорог, это создает стимулы развития транзитных возможностей в азиатском направлении.

Иркутская область отличается достаточностью собственных энерго мощностей и относительно низкой стоимостью энергоресурсов, что обусловлено наличием каскада гидроэлектростанций. Бурятия и Забайкальский край остаются энергодефицитными регионами, где стоимость электроэнергии значительно выше, соответственно и темпы развития промышленности другие.

В стратегиях социально-экономического развития Бурятии и Иркутской области говорится, что сдерживающим фактором развития ряда муниципальных

¹ Стратегия социально-экономического развития Иркутской области до 2036 года // Минэкономразвития [эл. ресурс]: https://www.economy.gov.ru/material/file/f6a0ffcdb4a24f5820251593766271a7/irk_obl.pdf (дата обращения: 06.09.2023).

² Стратегия социально-экономического развития Забайкальского края до 2035 года // Минэкономразвития [эл. ресурс]: https://www.economy.gov.ru/material/file/c177079d454d08794c664d330a8a3391/proekt_strategii.pdf (дата обращения: 06.09.2023).

³ Стратегия социально-экономического развития Республики Бурятия до 2035 года // Минэкономразвития [эл. ресурс]: <https://www.economy.gov.ru/material/file/0fd99471a7d0fe0f723804a2a79e0f56/11022019.pdf> (дата обращения: 06.09.2023).

образований, расположенных в ЦЭЗ БПТ являются запреты и ограничения, установленные в законе «Об охране озера Байкал» (более 100 населенных пунктов), а также статус озера Байкал как объекта Всемирного наследия (запрет на оборот земельных участков). Из-за этого жители не имеют возможности строительства жилых домов на земельных участках, находящихся в черте населенного пункта, принадлежащих им на праве собственности или на праве аренды. Налагается запрет на строительство объектов социально-бытового назначения, включая детские сады и школы, отменяются ранее выданные разрешения на строительство. Данный запрет вызывает рост социальной напряженности; негативно сказывается на инвестиционной привлекательности БПТ.

Анализ стратегий социально-экономического развития и экономических показателей позволяет констатировать, что регионам не хватает экономической устойчивости, что влияет на качество жизни, особенно в сельских территориях.

Экологическая ситуация всех трех субъектов Российской Федерации на протяжении длительного времени остается неблагоприятной. К общей проблематике относятся выбросы вредных веществ в атмосферу в результате деятельности промышленности, использования автотранспорта, печного отопления в жилых домах. Города всех трех субъектов входят в список городов с наиболее загрязненным воздухом¹. Среди других проблем: объемы сбрасываемых в водные источники неочищенных сточных вод; недостаточно эффективное обращение с отходами; наличие большого количества несанкционированных свалок. К этому добавляются угрозы природно-климатических изменений, частота и периодичность чрезвычайных ситуаций, возрастающая степень антропогенной нагрузки.²

В Иркутской области и Республике Бурятия дополнительной нагрузкой стали последствия стихийного освоения прибрежной территории, отсутствие устойчивого развития экологических экосистем, неудовлетворительное состояние водоочистных сооружений населенных пунктов, отсутствие централизованной системы водоотведения, загрязнение нефтепродуктами. Напряженность экологической обстановки в этих регионах также создают объекты накопленного ущерба (Байкальский целлюлозно-бумажный комбинат (БЦБК), «Усольехимпром», последствия деятельности Джидинского вольфрамомолибденового комбината, Холбогджинского угольного разреза).

Анализ ситуации на Байкальской природной территории показывает, что в тех экосистемах, где присутствует человек, необходимы дополнительные меропр-

¹ Минприроды назвало 35 городов России с наиболее загрязненным воздухом // РБК, 23.12.2021 [эл. ресурс]: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/61c404479a79473e902a3fe6> (дата обращения: 06.09.2023).

² Государственный доклад «О состоянии озера Байкал и мерах по его охране в 2021 году» // Министерство природных ресурсов Российской Федерации [эл. ресурс]: https://www.mnr.gov.ru/docs/o_sostoyanii_ozera_baykal_i_merakh_po_ego_okhrane/o_sostoyanii_ozera_baykal_i_merakh_po_ego_okhrane_v_2021_godu/ (дата обращения: 06.09.2023).

ятия, направленные на повышение социальной и экологической устойчивости, минимизацию нагрузки на экосистемы.

Коротко характеристика основных направлений устойчивого развития представлена в таблице 2, где также обозначены потенциальные риски дальнейшего развития ситуации.

Таблица 2. Краткая характеристика устойчивого развития БПТ / Brief characteristics of the sustainable development of the Baikal natural territory

Экология: озеро Байкал – объект всемирного наследия; 36% ЦЭЗ – территория ООПТ; несколько режимов защиты; действует свыше 50 ограничений и запретов; в ЦЭЗ расположено опасное наследие БЦБК; высокое загрязнение атмосферного воздуха, большой объем сбросов неочищенных сточных вод; на начало 2023 г. – порядка 900 свалок.	Социальная сфера: сокращение численности населения; доходы граждан и качество жизни ниже среднего, безработица превышает среднероссийский уровень; в ЦЭЗ 160 населенных пунктов, 138 тыс. человек; жилой фонд не обеспечен водопроводом, канализацией, отоплением, горячим водоснабжением; качество жизни населения регионов – ниже среднероссийского уровня.	Экономика: низкий уровень промышленного производства, обеспеченность природными ресурсами (Бурятия – в ТОП-10 дотационных регионов страны, Забайкальский край – в ТОП-30). важную роль играют железная и автомобильная дороги, связывающие запад и восток страны; БПТ посещает свыше 2 млн туристов при вместимости около 30 тыс. чел; создано две особые экономические зоны, которые пока не принесли существенных результатов; энергодефицитность.
Потенциальные риски		
Экология: планы Монголии по строительству ГЭС¹; сход селей в карты-накопители БЦБК и дальнейшее попадание отходов в озеро².	Социальная сфера: падение уровня и качества жизни граждан; рост социального недовольства.	Экономика: неустойчивость экономики и ухудшение состояния инфраструктуры; ограничения реализации новых проектов; развитие дикого туризма; уход бизнеса в серую зону.

Как видим, социальный и экологический факторы трех регионов неустойчивы, что объясняется большим количеством экологических проблем и низким каче-

¹ Чем грозит Байкалу новая монгольская ГЭС // Московский комсомолец, 17.11.2022 [эл. ресурс]: <https://www.mk.ru/social/2022/11/17/chem-grozit-baykalu-novaya-mongol-skaya-ges-obshhestvenniki-zabili-trevogu.html> (дата обращения: 06.09.2023).

² Селевая опасность: реальная угроза или миф? // Областная, 15.09.2023 [эл. ресурс]: <https://www.ogirk.ru/2023/09/15/selevaja-opasnost-realnaja-ugroza-ili-mif/> (дата обращения: 06.09.2023).

ством жизни местного населения. С точки зрения экономики наибольшим потенциалом располагает Иркутская область. В Забайкалье инфраструктурные ограничения и энергодефицитность отрицательно сказывается на развитии. Для Бурятии имеющиеся законодательные ограничения, а также дефицит энерго мощностей негативно влияют на хозяйственную деятельность и привлечение инвестиций.

Сложившаяся неустойчивость предполагает дискуссию о дальнейшем пути развития. Важное место в этом коммуникационном процессе занимают: субъекты отношений, стратегические цели, наличие знаний для прогнозирования последствий и ресурс власти для концентрации усилий по реализации принятой программы действий. При этом цели субъектов отличаются, уровень знаний и компетенций не совпадают, общество и власть по-разному готовы к реализации структурных изменений.

Подробнее остановимся на основных субъектах, заинтересованных в развитии БПТ, и их ресурсах. Посмотрим, как эти особенности влияют на принимаемые решения.

Таблица 3. Цели субъектов в вопросе устойчивого развития БПТ / Goals of subjects in implementing sustainable development of the Baikal natural territory

Субъекты	Цели (исходя из полномочий и интересов)	Компетенция	Власть
Международный совет охраны природы	продвижение устойчивого развития; влияние на процессы сохранения природы и устойчивое использования природных ресурсов ¹	знания из предоставляемой официальной информации и проведенных выездных мероприятий для оценки текущего состояния озера	опосредованная власть через влияние на репутацию
Президент России	определяет основные направления внутренней и внешней политики	комплексное знание и видение ситуации.	ключевой субъект по всей вертикали власти
Правительство России	регулирование социально-экономической сферы; единство системы исполнительной власти; формирование федеральных программ и обеспечение их реализации ² ; координация деятельности ³	общее видение в результате текущего анализа ситуации и реализации федеральных программ	основной субъект исполнительной власти

¹ Официальный сайт Международного союза охраны природы [эл. ресурс]: <https://www.iucn.org/ru> (дата обращения: 06.09.2023).

² Федеральный закон от 17.12.1997 №2-ФЗ «О Правительстве Российской Федерации» [эл. ресурс]: <http://archive.government.ru/gov/base/53.html> (дата обращения: 06.09.2023).

³ Правительственная комиссия по вопросам охраны озера Байкал [эл. ресурс]: <http://government.ru/departament/589/about/> (дата обращения: 06.09.2023).

Окончание табл. 3

Субъекты	Цели (исходя из полномочий и интересов)	Компетенция	Власть
Федеральные министерства и ведомства	распределенные цели в зависимости от полномочий	компетенция по профильному направлению	горизонтальная власть со своей вертикалью
Руководство субъектов Российской Федерации	развитие территории, социально-экономическая стабильность	проблематика субъекта Российской Федерации	власть на территории региона
Политики	укрепление / сохранение политического положения	различный уровень знаний: от минимального до экспертного	влияние политической конъюнктуры и мнения избирателей
Научное сообщество	мониторинг ситуации и рекомендации.	специализированное знание отдельных вопросов.	влияние на лиц принимающих решения и общественность.
Общественность	развитие региона и улучшение социально-экологического положения жителей/ сохранение озера.	общераспространенная информация.	влияние на репутацию через публикации и организацию мероприятий.

Всех субъектов, заинтересованных в развитии БПТ, по объему знаний можно разделить на две группы: имеющих достаточную компетенцию и руководствующихся узкими или общераспространенными знаниями. Говоря о первых, мы имеем в виду тех, кто обладает комплексной картиной. Вторая группа включает узких специалистов по отдельным направлениям, а также общественность, которая опирается на полученную информацию. Несмотря на количество участников и их уровень знаний окончательное решение принимают те, кто обладает достаточной властью.

Власть между субъектами распределяется неравномерно. Одни обладают большим количеством ресурса власти, другие – меньшим. Власть существует во многих формах, и некоторые из них нелегко заменить. Например, деньги – важный ресурс, но не единственный. То же самое касается влияния, знаний, законов и других ресурсов, лежащих в основе власти. С другой стороны, некоторые субъекты могут иметь мало власти, но достаточный потенциал для оказания давления. Соответственно, важнейшим компонентом управления является социальное взаимодействие, которое может помочь определить общие цели и разработать более совершенные пути их достижения.

Наиболее ярко проявление власти в отношении развития БПТ можно проследить через законодательное регулирование. Президент России является

гарантом прав и свобод человека, дает поручения по решению конкретных задач, которые в дальнейшем оформляются в виде решений. Основным законом, регулирующим деятельность вокруг озера Байкал, является федеральный закон № 94-ФЗ «Об охране озера Байкал». Постановлением Правительства России определен уполномоченный орган (Минприроды России) на осуществление государственного регулирования в области охраны озера Байкал¹. Правительство также установило зонирование БПТ², определило предельные значения уровня воды при осуществлении хозяйственной деятельности³ и перечень видов деятельности, запрещенных в ЦЭЗ БПТ.⁴ Среди других его решений: установление особенностей вылова видов водных животных и сбора растений⁵, проведение государственного экологического мониторинга⁶. До 2020 года действовала федеральная программа социально-экономического развития БПТ⁷, создана Пра-

¹ Постановление Правительства РФ от 25.11.1999 № 1298 «О федеральном органе исполнительной власти, специально уполномоченном на осуществление государственного регулирования в области охраны озера Байкал».

² Постановление Правительства РФ от 06.09.2000 № 661 «Об экологическом зонировании Байкальской природной территории и информировании населения о границах Байкальской природной территории, ее экологических зон и об особенностях режима экологических зон». Распоряжение Правительства РФ от 27.11.2006 № 1641-р «О границах Байкальской природной территории и ее экологических зон – центральной экологической зоны, буферной экологической зоны и экологической зоны атмосферного влияния». Распоряжение Правительства РФ от 05.03.2015 № 368-р «Об определении границ водоохранной зоны и рыбоохранной зоны озера Байкал».

³ Постановление Правительства РФ от 26.03.2001 № 234 «О предельных значениях уровня воды в озере Байкал при осуществлении хозяйственной и иной деятельности»; Постановление Правительства РФ от 27.12.2017 № 1667 «О максимальных и минимальных значениях уровня воды в озере Байкал в 2018–2020 годах», постановления Правительства РФ от 27.04.2021 № 654; от 16.03.2022 № 379.

⁴ Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2399 «Об утверждении перечня видов деятельности, запрещенных в центральной экологической зоне Байкальской природной территории».

⁵ Постановление Правительства РФ от 28.01.2002 № 67 «Об особенностях охраны, вылова (добычи) эндемичных видов водных животных и сбора эндемичных видов водных растений озера Байкал».

⁶ Постановление Правительства РФ от 09.08.2013 № 681 «О государственном экологическом мониторинге (государственном мониторинге окружающей среды) и государственном фонде данных государственного экологического мониторинга (государственного мониторинга окружающей среды)»; Постановление Правительства РФ от 02.02.2015 № 85 «Об утверждении “Положения о государственном экологическом мониторинге уникальной экологической системы озера Байкал”».

⁷ Постановление Правительства РФ от 21.08.2012 № 847 «О федеральной целевой программе «Охрана озера Байкал и социально-экономическое развитие Байкальской природной территории на 2012–2020 годы».

вительственная комиссия по вопросам охраны озера.¹ В развитие правительственных актов профильные министерства приняли свои отраслевые приказы². Субъекты Российской Федерации – Иркутская область и Р. Бурятия – утвердили правила организации туризма³.

Как видим, одна из основных управленческих стратегий, которая широко используется на БПТ – стратегия регулирования, она дополняется ограничением экономических мер и национальным контролем. Из результатов проведенного анализа устойчивости различных факторов развития видно, что регулятивные меры развития БПТ не решают вопрос устойчивого развития территории. Необходимы дополнительные механизмы, целью которых является улучшение текущей ситуации через координацию программ и интересов различных субъектов.

Типология коммуникативных стратегий в рамках реализации устойчивого развития территории

Далее предложим типологию коммуникативных стратегий, которые возможны при реализации стратегии устойчивого развития. Опишем принимаемые меры, лежащие в их основе, и оценим эффективность управления.

По мнению автора, управление устойчивым развитием – это по своей сути политический процесс, так как он требует принятия обществом решений о желательном образе жизни и о том, как блага и ответственность должны распределяться между сообществами и поколениями. Политический процесс сопровождается политическими конфликтами, созданием и удержанием коалиций, необходимых для достижения целей.

¹ Постановление Правительства РФ от 30.04.2020 № 627 «О Правительственной комиссии по вопросам охраны озера Байкал»;

² Приказ Госкомрыболовства от 08.05.2003 № 155 «Об утверждении перечня промысловых эндемичных видов водных животных озера Байкал»; Приказ Минсельхоза России от 07.11.2014 № 435 «Об утверждении правил рыболовства для Байкальского рыбохозяйственного бассейна» (утратил силу); приказ Минсельхоза России от 24.04.2020 № 226 «Об утверждении Правил рыболовства для Байкальского рыбохозяйственного бассейна»; Приказ Минприроды России от 21.02.2020 № 83 «Об утверждении нормативов предельно допустимых воздействий на уникальную экологическую систему озера Байкал и перечня вредных веществ, в том числе веществ, относящихся к категориям особо опасных, высокоопасных, опасных и умеренно опасных для уникальной экологической системы озера Байкал» и др.

³ Постановление Правительства Иркутской области от 19.09.2019 № 777-пп «Об утверждении Правил организации туризма и отдыха в центральной экологической зоне Байкальской природной территории в Иркутской области»; Постановление Правительства Республики Бурятия от 01.08.2019 № 416 «Об утверждении Правил организации туризма и отдыха в центральной экологической зоне Байкальской природной территории в Республике Бурятия».

Таблица 4. Стратегии управления устойчивостью БПТ / Стратегии управления устойчивостью

Тип управления	Принимаемые меры	Эффективность управления
Регулятивный (законы и правила)	Деятельность на БПТ регулируется законами: «Об охране озера Байкал», «Об охране окружающей среды», «О рыболовстве и сохранении водных биоресурсов», «Об особо охраняемых природных территориях», Водным, Земельным, Лесным кодексами, Постановлениями Правительства России, приказами ведомств.	Нормы и требования ограничивают деятельность на БПТ. Зарегулированность отдельных вопросов создает риски для экологического состояния озера. Для повышения эффективности необходимо определение конкретных действий и установление контроля над динамикой изменений. В отдельных случаях хозяйственные субъекты отказываются выполнять правила, если выгоднее их не соблюдать.
Программный	Федеральная целевая программа «Охрана озера Байкал и социально-экономическое развитие Байкальской природной территории на 2012 – 2020 годы»; Федеральный проект «Сохранение озера Байкал» до 2024 года.	Показатели эффективности не достигнуты. Причины: ограничения, отсутствие приемлемых технологий ликвидации накопленного ущерба. Проект в стадии реализации, есть риски не достижения отдельных показателей (в частности, ликвидации последствий БЦБК). Мероприятия программ не учитывают сдерживающие факторы.
Научно-исследовательский	Минприроды России разрабатывает информационную систему экологического мониторинга озера на основе данных Росгидрометцентра, Роснедр, Рослесхоза, Росрыболовства, Минобрнауки.	Планируемый запуск системы – 2024 год. Сложность в объединении знаний различных участников и построении прогнозов развития с предложением конкретных вариантов решений. Отсутствие в мониторинге социальной составляющей затрудняет трактовки причин происходящего.
Координационный (взаимодействие и поиск решений)	В апреле 2020 года образована Правительственная комиссия по вопросам охраны озера Байкал. Координационный орган для обеспечения согласованных действий федеральных органов исполнительной власти, органов исполнительной власти трех субъектов РФ при решении задач охраны озера Байкал.	Отсутствуют показатели оценки эффективности деятельности комиссии. У участников разные ресурсы (финансовые, технологические, человеческие и пр.). Не исключены различия в ценностях, амбивалентность целей, неопределенность знаний, что создает проблемы координации коллективных действий.

Окончание табл. 4

Тип управления	Принимаемые меры	Эффективность управления
Рефлексивный (адаптация к текущим процессам развития).	Инициирование обсуждений изменения законодательства, касающегося сохранения озера Байкал на основании обращений местных жителей, глав муниципалитетов, части научного сообщества. Особое внимание уделяется реализации прав граждан.	Предполагает наличие обратной связи на ранее принятые решения и необходимость их корректировки. Особая роль отводится государству как ключевому субъекту управления. Все обсуждения по изменению статус-кво сталкиваются с конфликтом ценностей, что приводит к острой публичной дискуссии.
Коммуникационно-управленческий	Обсуждение основных параметров необходимо для формирования комплекса мероприятий, направленных на создание комфортных условий для людей, снижение негативного воздействия на экосистемы, рациональное использование природных ресурсов.	Ведущую роль в эффективности управления играют достаточный уровень знаний и коммуникация. Стратегия включает: – выработку единой программы действий с учетом трех составляющих (экология, экономика, социальная сфера), определение показателей эффективности; мониторинг текущей ситуации; получение обратной связи; корректировка действий; координация деятельности субъектов для достижения общей цели.

Выводы. Предложенная в таблице 4 типология условна, различные типы стратегий могут применяться в комплексе, дополняя друг друга. Наиболее эффективным типом стратегии устойчивого развития на данном этапе является коммуникативно-управленческий. Он характеризуется большим количеством участников, амбивалентностью целей, интересов и знаний. Это требует поиска баланса трех составляющих: экологии, экономики и социальной сферы.

По нашему мнению, ключевая роль в этом процессе принадлежит стратегическим экологическим коммуникациям. Подробно данной дефиниции автор посвятил одно из своих предыдущих исследований (направлена для публикации). Под стратегическими экологическими коммуникациями автор понимает область непрерывных отношений с разными аудиториями, которая включает в себя единый комплекс целенаправленных действий по вопросам рационального использования природных ресурсов и устойчивого состояния окружающей среды, которые планируются на основе стратегических целей и задач субъекта, им реализуются и контролируются.

Стратегические экологические коммуникации позволяют обеспечить комплексное видение и через него реализацию стратегии устойчивого развития, включая как социальные преобразования, так и допустимые возможности экономического развития при сохранении экологической устойчивости. Ключевая

особенность стратегических экологических коммуникаций заключается в достижении целей в интересах общества и природных систем, что предполагает наличие ключевого субъекта, координирующего интересы и цели других участников. Это предполагает долгосрочное целенаправленное взаимодействие, работу в условиях многосубъектности, конфликтности и повышение управляемости.

По нашему мнению, стратегии устойчивого развития предполагают глубокие изменения существующих систем, перенастройку множества различных факторов и процессов. Таким образом, способность реализовать стратегии структурных изменений зависит от координации действий при достижении единой цели. При этом важно помнить, что устойчивое развитие включает в себя процессы «самоуправления», но большая часть ответственности лежит на власти. Она является институтом, наделенным общими полномочиями по содействию общественному благу с определенной ответственностью перед населением в целом. Выстраивание коммуникаций с разными субъектами позволяет принять более выверенные и эффективные решения, что и является ключевым результатом коммуникаций по вопросу устойчивого развития.

Источники

- Караганов С.А. (2021). Поворот к природе: новая экологическая политика России / НИУ ВШЭ. М.: Международные отношения.
- Кастельс М. (2016). Власть коммуникации. М.: ИД ВШЭ.
- Марфенин Н.Н. (2007). Устойчивое развитие человечества. М.: Изд-во Моск. ун-та.
- Основные положения стратегии устойчивого развития России (2002) / под ред. А.М. Шелехова. М.: Комиссия Гос. Думы по проблемам устойчивого развития.
- Панова Е.В. (2022). Устойчивое развитие как основа экологической политики России: понятие и основные характеристики // Известия высших учебных заведений. Геология и разведка. № 64 (5). С. 58-65. DOI: 10.32454/0016-7762-2022-64-5-58-65.
- Панова Е.В. (2023). Экологическая политика развитых государств: общее и различия // Азиатско-Тихоокеанский регион: экономика, политика, право. Т. 25. № 1. С. 59-83.
- Порфирьев Б.Н. (2011). Природа и экономика: риски взаимодействия. М.: Анкил.
- Тихомирова Е.И. (2015). Коммуникация и стратегические коммуникации // Сб. науч. статей / Ред. Д.П. Гавра, А.Д. Кривоносов, М.А. Шишкина. СПб.: СПбГУ.
- Dudo A., Kahlor L.A. (2017). Strategic Communication: New Agendas in Communication. New York; London: Taylor & Francis.
- Elzen B., Geels F.W., Hofman P., Green, K. (2004). Socio-technical scenarios as a tool for transition policy: an example from the traffic and transport domain. In: System Innovation and the Transition to Sustainability – Theory, Evidence and Policy. P. 251-281.
- Funtowicz S.O., Ravetz J.R. (1993). Science for the post-normal age. *Futures*. № 25. P. 739-755.
- Kim I., Wan H., Wang B., Yang T. (2019). Institutional Investors and Corporate Environmental, Social, and Governance Policies: Evidence from Toxics Release Data. *Management Science*. Vol. 65 (10). P. 4901-4926.
- Liang Y., Kee K.F., Henderson L.K. (2018). Towards an integrated model of strategic environmental communication: advancing theories of reactance and planned behavior in a water conservation context. *Journal of Applied Communication Research*. Vol. 46 (2). P. 135-154.
- Meadowcroft J. (2007). Who is in Charge here? Governance for Sustainable Development in a Complex World. *Journal of Environmental Policy & Planning*. Vol. 9. No. 3-4. P. 299-314

Mefalopoulos P. (2005). Communication for sustainable development: Applications and challenges. In: Media and global change. Rethinking communication for development. P. 247-260.

Newig J., Schulz D., Fischer D., Hetze K., Laws N., Lüdecke G., Rieckmann M. (2013). Communication Regarding Sustainability: Conceptual Perspectives and Exploration of Societal Subsystem. *Sustainability*. No. 5(7). P. 2976-2990.

Newig J., Voß J.-P., Monstadt J. (2008). Governance for Sustainable Development: Coping with Ambivalence, Uncertainty and Distributed Power. Routledge: London, UK.

Pierre J. (2000). Introduction: Understanding Governance. In: Pierre J. (ed.) Debating Governance. P. 1-12. Oxford; New York: Oxford University Press Inc.

Ragauskas A.J., Williams C.K., Davison B.H., Britovsek G., Cairney J., Eckert C.A., Mielenz J.R. (2006). The path forward for biofuels and biomaterials. *Science*. No. 311 (5760). P. 484-489.

Voß J.-P., Kemp R. (2006). Sustainability and reflexive governance: introduction. In: Reflexive Governance for Sustainable Development. P. 3-28.

Voß J.-P., Newig J., Kastens B., Monstadt J., Nölting B. (2007). Editorial: Governance for Sustainable Development in the Face of Ambivalence, Uncertainty and Distributed Power: an Introduction. *Journal of Environmental Policy and Planning*. No. 9 (3). P. 185-192. DOI:10.1080/15239080701622832.

■ ■ ■ The role of communication in sustainable development of the territory (case of the Baikal natural territory)

Panova E.V.

State Duma of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation.

Abstract. Modern society is experiencing a transformation of the existing management system. The industrial growth model has been replaced by the concept of sustainable development. Its strategic goal is to achieve a balance between economics, environmental sustainability and social responsibility. Thus, the very nature of sustainability involves communication and interaction. The *objective* of this study is to analyze the sustainable development of the Baikal natural territory and the role of communications in this process. In the work, the author turned to Russian and foreign research on issues of sustainable development and its communicative component. In the practical part, the author assesses social, economic and environmental sustainability, proposes types of sustainable development strategies based on the communication component. The *results of the analysis* show the lack of sustainability of the development of the Baikal natural territory, which contributes to the emergence of heated discussions regarding the future. Its participants are various subjects. Their goals, level of knowledge and power resources are different, which affects their readiness for structural changes and does not exclude a conflict of values between the participants. An assessment of the measures taken allows to identify several types of sustainable development management strategies: regulatory, programmatic, research, coordination, reflexive, communicative and managerial. The author believes that, with account to its high ambivalence, strategic environmental communications contribute to achieving sustainability.

Keywords: strategic environmental communications, sustainable development of the territory, sustainable development strategy, power, knowledge, goals of sustainable development

For citation: Panova E.V. (2023). The role of communication in sustainable development of the territory (case of the Baikal natural territory). *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 113-130. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-4-113-130.

Inf. about the author: Panova Elena Vasilievna – CandSc (Polit.), Head of the Office of the Russian State Duma Committee on Ecology, Natural Resources and Environmental Protection, candidate for the degree of Doctor of Science, St. Petersburg State University (St. Petersburg). Address: 103265, Moscow, Okhotny Ryad st., 1. E-mail: karrypoupe@gmail.com. ORCID: 0000-0001-8782-3680.

Received: 19.10.2023. *Accepted:* 01.12.2023.

References

- Castells M. (2016). The power of communication (transl.). M.: HSE Publishing House (in Rus.).
- Dudo A., Kahlor L.A. (2017). Strategic Communication: New Agendas in Communication. New York; London: Taylor & Francis.
- Elzen B., Geels F.W., Hofman P., Green, K. (2004). Socio-technical scenarios as a tool for transition policy: an example from the traffic and transport domain. In: System Innovation and the Transition to Sustainability – Theory, Evidence and Policy. P. 251-281.
- Funtowicz S.O., Ravetz J.R. (1993). Science for the post-normal age. *Futures*. № 25. P. 739-755.
- Karaganov S.A. (2021). Turn to nature: new environmental policy in Russia. Higher School of Economics. M.: International relations (in Rus.).
- Kim I., Wan H., Wang B., Yang T. (2019). Institutional Investors and Corporate Environmental, Social, and Governance Policies: Evidence from Toxics Release Data. *Management Science*. Vol. 65 (10). P. 4901-4926.
- Liang Y., Kee K.F., Henderson L.K. (2018). Towards an integrated model of strategic environmental communication: advancing theories of reactance and planned behavior in a water conservation context. *Journal of Applied Communication Research*. Vol. 46 (2). P. 135-154.
- Marfenin N.N. (2007). Sustainable development of humanity. M.: MSU Publishing house (in Rus.).
- Meadowcroft J. (2007). Who is in Charge here? Governance for Sustainable Development in a Complex World. *Journal of Environmental Policy & Planning*. Vol. 9. No. 3-4. P. 299-314
- Mefalopoulos P. (2005). Communication for sustainable development: Applications and challenges. In: Media and global change. Rethinking communication for development. P. 247-260.
- Newig J., Schulz D., Fischer D., Hetze K., Laws N., Lüdecke G., Rieckmann M. (2013). Communication Regarding Sustainability: Conceptual Perspectives and Exploration of Societal Subsystem. *Sustainability*. No. 5(7). P. 2976-2990.
- Newig J., Voß J.-P., Monstadt J. (2008). Governance for Sustainable Development: Coping with Ambivalence, Uncertainty and Distributed Power. Routledge: London, UK.
- Panova E.V. (2022). Sustainable development as the basis of Russian environmental policy: concept and main characteristics. *News of higher educational institutions. Geology and exploration*. No. 64 (5). P. 58-65. DOI: 10.32454/0016-7762-2022-64-5-58-65 (in Rus.).
- Panova E.V. (2023). Environmental policies of developed countries: commonalities and differences. *Asia-Pacific region: economics, politics, law*. Vol. 25. No. 1. P. 59-83 (in Rus.).
- Pierre J. (2000). Introduction: Understanding Governance. In: Pierre J. (ed.) Debating Governance. P. 1-12. Oxford; New York: Oxford University Press Inc.
- Porfiryev B.N. (2011). Nature and economy: risks of interaction. M.: Ankil (in Rus.).
- Ragauskas A.J., Williams C.K., Davison B.H., Britovsek G., Cairney J., Eckert C.A., Mielenz J.R. (2006). The path forward for biofuels and biomaterials. *Science*. No. 311 (5760). P. 484-489.

Shelekhova A.M., ed. (2022). Basic provisions of the strategy for sustainable development of Russia. M.: State Commission. Duma on sustainable development issues (in Rus.).

Tikhomirova E.I. (2015). Communication and strategic communications. In: Gravra D.P., Krivonosov A.D., Shishkina M.A., eds. Coll. scientific articles. St. Petersburg: St. Petersburg State University (in Rus.).

Voß J.-P., Kemp R. (2006). Sustainability and reflexive governance: introduction. In: Reflexive Governance for Sustainable Development. P. 3-28.

Voß J.-P., Newig J., Kastens B., Monstadt J., Nölting B. (2007). Editorial: Governance for Sustainable Development in the Face of Ambivalence, Uncertainty and Distributed Power: an Introduction. *Journal of Environmental Policy and Planning*. No. 9 (3). P. 185-192. DOI:10.1080/15239080701622832.

■ ■ ■ Комплексный анализ восприятия мест памяти жителями Санкт-Петербурга

Попов Д.Г., Холод А.В.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. Целью данной работы является описание авторской модели комплексного анализа восприятия, а анализ опыта её использования для диагностики восприятия мест памяти жителями Санкт-Петербурга, а также выявление особенностей модели восприятия мест памяти «поколением зет». Восприятие в работе рассматривается как комплексное явление, в ходе которого субъект восприятия фиксирует формальные, содержательные и динамические параметры объекта, формирует, а затем репрезентирует (возвращает) его образ. Для оценки особенностей процесса восприятия был использован авторский подход, в основе которого – комплекс из трех видов анализа: феноменологического, структурного, динамического. Места памяти рассматривались как объекты типичные для природной, психосоциальной и общественной среды. Представлены оригинальные материалы опроса жителей Санкт-Петербурга четырех поколений (от «поколения зет», до «поколения выросших в СССР»). Подобная стратификация позволяет рассмотреть пространство памяти Санкт-Петербурга через призму передачи социального капитала. При проведении исследования использовались локации, определенные респондентами как места памяти. По итогам анализа ответов респондентов были получены результаты, показывающие воспроизводство мест памяти как социальных, исторических и культурологических объектов восприятия, отмечена эволюция смысловой нагрузки на отдельные локации и подтверждена гипотеза о сохранении у всех поколений базовой модели восприятия.

Ключевые слова: базовая модель восприятия, взаимодействие, восприятие, места памяти, «поколение зет», Санкт-Петербург

Для цитирования: Попов Д.Г., Холод А.В. Комплексный анализ восприятия мест памяти жителями Санкт-Петербурга // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С.131-147. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-131-147.

Сведения об авторах: Попов Дмитрий Геннадьевич – кандидат философских наук, доцент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. Адрес: 195251, Россия, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29. E-mail: popov_dg@spbstu.ru. ORCID: 0000-0002-4588-5805. Холод Александр Владимирович – кандидат социологических наук, доцент, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого. Адрес: 195251, Россия, Санкт-Петербург, ул. Политехническая, 29. E-mail: holod_av@spbstu.ru. ORCID: 0009-0002-6109-6715.

Статья поступила в редакцию: 01.11.2023. *Принята к печати:* 08.12.2023.

Введение. Важность исследования восприятия мест памяти жителями Санкт-Петербурга определяется не только значением города и его ролью в истории

российской государственности, но и возможностями городской среды, власти и общества по воспроизводству социального потенциала [Салахутдинова; Лебединцева, 2015], коммуникации и взаимодействия по вопросам сохранения мест памяти. Выступая коммуникационным, социальным, культурным, экономическим пространством город формирует среду для взаимодействия всех поколений и групп интересов, а также восприятия, осмысления и передачи этого опыта следующим поколениям. Выступая центром культурного престижа и одним из крупнейших туристических комплексов в мире город также напрямую заинтересован в формировании функционального взаимодействия с местными и внешними сообществами для раскрытия своего потенциала [Сокурова, 2011]. Восприятие поколениями мест памяти напрямую воздействует на формирование цифрового и реального пространства города, городской среды и повышения эффективности коммуникационной среды. Места памяти [Нора, 1999] выступают одним из ключевых категорий, связанных с исследованиями памяти в рамках комплекса междисциплинарных исследований – *memory studies* [Сафронова, 2020]. Авторы разделяют мнение, что «Места памяти» не являются местами в узком, географическом понимании этого слова. Ими могут быть люди, события, здания, книги, песни и другие предметы «окруженные символической аурой», призванные «удерживать» в памяти представления общества о самом себе и своей истории [Шеуджен, 2012]. Места памяти - это всё то, что позволяет позволяющие социальным группам пройти инициацию памяти. При этом места памяти включают в себя как собственно пространства, так и связанные с этими пространствами и смыслы. Инициация памяти проходит через восприятие людьми той или иной «памятной» локации или объекта. Это восприятие неразрывно связано с историческими событиями и медиа-контентом, имеющими отношение к месту памяти. Кроме того, большое значение имеет социальная среда, конкретные социальные институты и практики общества по поводу локации.

Целью данной работы выступает создание авторской модели комплексного анализа восприятия, а также на основе социологического исследования авторы формулируют свой опыт использования модели для диагностики восприятия мест памяти жителями Санкт-Петербурга и выявления особенностей модели восприятия мест памяти «поколением зет».

Первой задачей, решаемой авторами, было обоснование параметров модели восприятия. Второй задачей исследования выступало описание базовой (модальной) модели мест памяти жителями Санкт-Петербурга. Третьей задачей – диагностирование наличия особой модели восприятия «поколения зет», которая могла появиться вследствие накопления отличий.

Предлагаемая авторами модель восприятия состоит из двух групп параметров – объекты восприятия и аналитические подходы (см. приложение 1). Авторы предлагают рассматривать категорию восприятия как комплексное явление [Дубровский, 2006], в ходе которого субъект восприятия фиксирует формаль-

ные, содержательные и динамические параметры объекта, формирует, а затем репрезентирует (возвращает) его образ.

Результаты восприятия отличаются друг от друга различными уровнями сложности:

1) копия – отражение преимущественно внешних свойств объекта, высокий уровень подобия реальному объекту, личностная компонента минимальная, либо отсутствует;

2) образ – отражение объекта, включающее рациональный и эмоциональный аспекты;

3) модель, реконструкция – отражение максимально возможного количества свойств объекта, в том числе структурности и динамики, с высоким уровнем подобия, исключая эмоциональный аспект.

Фиксация субъектом формальных параметров объекта раскрывает специфику восприятия, возникающую вследствие занимаемых участниками восприятия особых позиций (их параметры описывает феноменологический анализ), условий в которых оно происходит (структурный анализ), а также возникающих изменений (динамический анализ).

Многообразие объектов восприятия, которое может быть представлено любым элементом окружающей действительности, можно свести к 3 ключевым сферам: природа, человек, общество.

Природная среда как объект восприятия представлена следующими разновидностями:

1. «Естественная природа», то есть не созданная руками человека, живая и неживая природа [Князева, 2018].

2. «Информационная среда» – информация, овеществленная в виде материальных объектов – книги, фильмы, диски и т.п., но наиболее масштабно представлена в новом качественном виде – информационно-коммуникационная сеть Интернет [Петрова, (2014)]. Данный вид среды развился от надприродной «веб 1.0» к медийной, интерперсональной «веб 2.0» и уже формируется трансперсональная «веб 3.0».

3. «Преобразованная природа» – созданные руками человека -искусственные объекты, в том числе и города [Дубин, 2021]. Результат преобразования естественной природы – «вторая природа», а также результат уже её преобразования – «третья природа», представленная инфраструктурами и городом как сложным инфо-био-социальным объектом.

Результат обобщенного восприятия природной среды – природная, (формальная) копия.

Психосоциальная среда как объект восприятия представлена следующими разновидностями:

– физиологические процессы – тело человека и процессы, протекающие в организме как биологическом объекте; восприятие самого себя и другого человека как представителя Homo Sapiens Sapiens;

- психические процессы – происходящие в психике человека процессы, саморефлексия и восприятие иного;
- личность человека – социальные аспекты жизнедеятельности человека, его включенность в коллективы различного масштаба и уровня организованности.

Результат обобщенного восприятия психосоциальной среды – персональный эмоциональный образ.

Общественная среда как объект восприятия представлена следующими средами:

- социальные взаимодействия – двусторонние, краткосрочные связи между людьми, в ходе которых происходит обмен информацией;
- социальные отношения – вид связи между людьми, характеризующийся наличием у сторон ценностей, в ходе обмена которыми происходит передача не только информации, но и эмоций;
- институциональные связи – приобретающих устойчивые формы долгосрочные связи между людьми, характеризуются наличием норм, процедур, статусов, символов.

Результат обобщенного восприятия среды – нормативно-ролевая модель как результат реализации социальной роли субъекта восприятия, социальных представлений о том, какую роль реализует представитель социального института в связях с субъектом восприятия. Как и другие результаты восприятия общественной среды она имеет социализирующий характер.

Описать параметры восприятия позволят перечисленные аналитические подходы.

Для оценки особенностей процесса восприятия был использован авторский подход, в основе которого – комплекс из трех видов анализа: феноменологического, структурного, динамического.

Феноменологический анализ. Данный подход рассматривает восприятие как целостный природный, психосоциальный и общественный феномен, проявление которого влияет на окружающую действительность. Такой срез принципиально игнорирует структурность и процессность, которые подвергнутся анализу на последующих этапах.

Восприятие как феномен по сути описывает формальные аспекты. Но, поскольку он не одномоментен, сложно структурирован, а его внешние проявления доступны в основном постфактум, то для анализа целесообразно сосредоточиться на результатах восприятия. Можно сказать, что восприятие как феномен репрезентирует один из аспектов результата взаимодействия человека или общества с окружающей действительностью.

В феномене восприятия участники могут занимать три основных позиции:

- субъектную;
- объектную;
- нормативную.

В субъектной позиции восприятие мест памяти – это результат их отражения, который обеспечивает сохранение в памяти субъекта набора определенным образом структурированной информации, комбинированной с эмоциями.

С точки зрения субъекта результат восприятия мест памяти это:

- субъективные копии, сохраняющие в памяти уникальные, удивительные, неповторимые природные, информационные или инфраструктурные объекты;
- субъективные образы, сохраняющие память об уникальных, удивительных людях;
- субъективные модели, собственные интерпретации, сохраняющие память об уникальных, удивительных событиях в обществе.

Анализ с позиции объекта описывает восприятие мест памяти как результат их отражения, который служит для напоминания о важном для истории города событии.

Со стороны объекта результат восприятия мест памяти это:

- объективные копии, напоминающие о важных для настоящего и будущего природных, информационных, инфраструктурных объектах;
- объективные образы, разносторонние описания, напоминающие о людях, важных для настоящего и будущего;
- объективные модели, реконструкции, напоминающие об исторических событиях важных для настоящего и будущего.

В нормативной позиции восприятие мест памяти – это результат их отражения, который служит в качестве образца, воплощения социального порядка.

С нормативной точки зрения результат восприятия мест памяти это:

- нормативные копии образца/идеала природных, информационных, инфраструктурных объектов;
- нормативные образы с примерами людей, на которых необходимо равняться;
- нормативные модели, реконструкции, содержащие с точки зрения реальной истории страны «правильные», «правдивые» события.

Структурный анализ. Описание с позиции структурного анализа позволяет охарактеризовать восприятие как результат проявления структурности – связности элементов окружающей действительности.

Структурность определяет формальные и содержательные моменты восприятия, то есть *что именно* может передаваться и присваиваться в ходе восприятия. Однако специфика восприятия такова, что зафиксировать передаваемое содержание затруднительно, количество источников воздействия велико, поэтому стоит сосредоточиться на анализе структурности внешней среды социального действия, чтобы понимать какие из элементов наиболее влиятельны и, следовательно, в значительной степени определяют содержание восприятия.

Структуры, образовавшиеся в ходе социальных связей между участниками восприятия, а также с внешней средой, формируют следующие аспекты восприятия:

- событийный (восприятие формата событий);
- вероятностный (восприятие возможности изменений);

– целерациональный (восприятие смыслов).

Восприятие формата можно анализировать в следующих видах:

- особые территории, пространства, либо их копии;
- индивидуальные образы прошедшего времени (эпохи, исторического периода) или реконструкция, воссоздание момента времени;
- специфические (в том числе материальные) сообщения, послания из прошлого или модели таких обращений.

Восприятие возможности изменений можно анализировать в следующих видах:

- напоминание о несбывшемся, версия того, что могло бы быть, копия развития истории;
- описание потенциального варианта развития, образы прошлого для возможного будущего;
- предупреждение о возникающих случайностях, внезапно меняющих историю, модель «черного лебедя» в истории.

Восприятие смыслов можно анализировать в следующих видах:

- воплощенные в материальную форму идеи, мысли, ценности;
- образцы использования приемов, технологий деятельности;
- материализованные примеры социальных норм, правил поведения, действия.

Динамический анализ. Данный подход рассматривает восприятие как процесс, имеющий направленность изменений, акцентирующий внимание на причинно-следственных связях. Он описывает процесс создания отражений, появление новых, разрушение ранее имевшихся, либо подтверждение существующих.

Сохранение существующих отражений или прежней динамики – это следствие позиционного тупика в противостоянии сил созидания и разрушения, когда в сложившемся балансе не могут ни разрушиться старые, ни появиться новые отражения, а в результате сохраняются прежние.

Динамика восприятия проявляется в процессах следующей направленности:

- конструкция новых отражений;
- деструкция как создание иных отражений;
- инерция как сохранение или обновление имеющихся отражений.

Конструкция новых отражений происходит в следующих процессах:

- постепенная эволюция – последовательное наращивание сложности, детализации результатов восприятия, когда восприятие мест памяти с течением времени к копии объекта восприятия добавляются новые черты, детали;
- озарение, внезапная эволюция – резкое обновление восприятия, когда в один момент в образе появилось много новых черт, деталей;
- революция восприятия – переход результатов восприятия на новый уровень, когда оно, появилась новая, более сложная модель места памяти.

Деструкция проявляется в следующих процессах:

- интеграция – поглощение другим отражением, когда сторонние копии / аналогии, замещают текущую копию объекта восприятия;

- деградация – утрата части результатов восприятия, когда упрощаются, забываются части прежних образов объекта восприятия;
- дезинтеграция – разрушение сложности результатов восприятия, когда разрушаются модели объекта восприятия.

Инерционная динамика результатов восприятия проявляется в следующих процессах:

- статика – отсутствие изменений в результатах восприятия, когда от периода к периоду копия объекта восприятия не изменяется;
- спонтанность – внезапные недетерминированные изменения в результатах восприятия, когда отдельные детали образа спонтанно поменялись на другие, без связи с предыдущими изменениями;
- обратная динамика – возврат к прежним моделям восприятия, когда спустя какое-то время происходит возвращение к предыдущим, в том числе самым первым моделям восприятия.

Материалы и методы исследования. Для проверки авторской модели комплексного анализа восприятия было проведено эмпирическое исследование восприятия мест памяти разными поколениями Санкт-Петербурга. Была разработана программа исследования, ключевые моменты которой представим ниже.

В исследовании использовались методы:

- кабинетный анализ мест памяти Санкт-Петербурга;
- неформализованное включенное наблюдение восприятия мест памяти разными поколениями жителей Санкт-Петербурга;
- формализованный и неформализованный опрос экспертов о восприятии мест памяти жителями Санкт-Петербурга;
- массовый опрос жителей Санкт-Петербурга «Восприятие мест памяти разными поколениями».

Базовая гипотеза, проверяемая в ходе исследования, заключалась в возможности использования авторской модели для описания восприятия мест памяти разными поколениями жителей Санкт-Петербурга.

Дополнительная – модель позволяет описать наличие у жителей Санкт-Петербурга в возрасте от 14 до 25 лет, которых условно называют «поколением зет», специфических параметров восприятия мест памяти.

Задачи, которые решались в ходе исследования:

1. Описание параметров базовой (модальной) модели восприятия мест памяти жителями Санкт-Петербурга.
2. Выявление характера отклонений восприятия от базовой модели у «поколения зет». Оценка уровня отклонений.
3. Диагностирование наличия особой модели восприятия «поколения зет», которая могла появиться вследствие накопления отличий.
4. Выявление возможных разрывов между результатами восприятия мест памяти у «поколения зет» и остальных жителей Санкт-Петербурга.

Сбор эмпирических данных был реализован в виде онлайн-опроса населения (CAWI). Использовалась квотная выборка, репрезентирующая генеральную совокупность по возрасту. Процедура отбора респондентов предусматривала фильтрацию по месту жительства (опрашивались коренные петербуржцы и жители, переехавшие в город на работу или учебу) и по возрасту (от 14 лет и старше).

При общем количестве опрошенных в 1015 человек, численность возрастных когорт в выборочной совокупности составила от 135 до 354 человек. Ввиду относительно небольшой выборки статистический анализ достоверности уровня различий не имел смысла, поэтому анализ и выводы строились на основе логических рассуждений.

Результаты исследования. Был проведен феноменологический анализ, позволивший описать восприятие жителями города мест памяти из субъектной, объектной и нормативной позиции.

Анализ полученных в ходе опроса ответов выявил очень большой разброс мнений – от 130 до 300 вариантов по каждому из вопросов. Рейтингование (топ-10-15) и последующее группирование до трёх-четырёх приоритетных объектов несколько улучшило понимание. Однако окончательно приоритетность проявилась при описании абсолютных лидеров из объектов в каждой категории.

Опрос, направленный на изучение восприятия мест памяти в контексте использования жителями Санкт-Петербурга различных позиций, выявил следующие образы (см. таблицу 1)¹.

По количеству выборов данного варианта и присутствию в большинстве возрастных групп лидерами рейтинга стали:

1) Объекты природной среды (естественной и преобразованной природы, информационной среды): (а) субъективные копии, сохраняющее в памяти уникальные, удивительные, неповторимые объекты – Эрмитаж; (б) объективные копии, напоминающие о важных объектах для настоящего и будущего – Петропавловская крепость; (в) нормативные копии образца/идеала объектов – Летний сад, Петергоф.

2) Объекты психосоциальной среды (физиологические процессы, психические процессы, личность человека): (а) субъективные образы, сохраняющие память об уникальных, удивительных людях – Медный всадник (Памятник Петру 1); (б) объективные образы, разносторонние описания, напоминающие о людях, важных для настоящего и будущего – Медный всадник; (в) нормативные образы с примерами людей, на которых необходимо равняться – Медный всадник, Пискаревское кладбище.

3) Объекты общественной среды (социальные взаимодействия, социальные отношения, институциональные связи): (а) субъективные модели, собственные интерпретации, сохраняющие память об уникальных, удивительных событиях

¹Здесь и далее «места памяти» приводятся в формулировках респондентов.

Таблица 1. Феноменологические параметры восприятия мест памяти (базовая модель) / Phenomenological parameters of perception of commemoration sites (basic model)

Позиции		Все жители СПб
субъектная	субъективные копии, сохраняющие в памяти уникальные, удивительные, неповторимые объекты	Эрмитаж, Дворцовая площадь, Петропавловская крепость
	субъективные образы, сохраняющие память об уникальных, удивительных людях субъектная объектная	Медный всадник (Памятник Петру 1), Эрмитаж, «памятники» (писателям, поэтам, ученым, уникальным, известным людям)
	субъективные модели, собственные интерпретации, сохраняющие память об уникальных, удивительных событиях в обществе	Дворцовая площадь, Пискаревское кладбище, Крейсер «Аврора»
объектная	объективные копии, напоминающие о важных объектах для настоящего и будущего	Петропавловская крепость, Эрмитаж, Дворцовая площадь
	объективные образы, разносторонние описания, напоминающие о людях, важных для настоящего и будущего	Медный всадник, «памятники», Эрмитаж
	объективные модели, реконструкции, напоминающие об исторических событиях важных для настоящего и будущего	Дворцовая площадь, Крейсер «Аврора», Марсово поле
нормативная	нормативные копии образца/идеала объектов	Летний сад, Петергоф (Петродворец), Эрмитаж
	нормативные образы с примерами людей, на которых необходимо равняться	Медный всадник, Пискаревское кладбище, «памятники»
	нормативные модели, реконструкции, содержащие с точки зрения реальной истории страны «правильные», «правдивые» события	Дворцовая площадь, Крейсер «Аврора», Марсово поле

в обществе – Дворцовая площадь, Пискаревское кладбище, Крейсер «Аврора»; (б) объективные модели, реконструкции, напоминающие об исторических событиях важных для настоящего и будущего – Дворцовая площадь; (в) нормативные модели, реконструкции, содержащие с точки зрения реальной истории страны «правильные», «правдивые» события – Дворцовая площадь, Крейсер «Аврора».

Образы, которые характеризовали восприятие объектов природной среды, были разнообразны. В каждой позиции присутствовал свой собственный образ.

В то же время объекты психосоциальной среды, которые отражали восприятие образов людей, по каждой позиции сходились на личности Петра I, и, в нормативной позиции как пример людей, на которых необходимо равняться, пред-

метом консенсуса стало Пискаревское кладбище, сохраняющее память о беспримерном подвиге жителей блокадного Ленинграда.

Образы объектов общественной среды также не демонстрировали разнообразие. Дворцовая площадь как модель исторических событий была вне конкуренции и лишь в нормативной позиции к ней присоединился Крейсер «Аврора».

Анализ в разрезе возрастных групп не выявил значительной разницы восприятия. Были зафиксированы отличия в перечне объектов, находившихся в рейтинге на вторых-третьих местах. Больше всего их было в группах поколение «выросших в СССР» (старше 60 лет) и «поколение зет» (14-24 года), у которых в 5 категориях из 9 были собственные, не характерные для остальных групп объекты.

Группа, представлявшая «выросших в СССР», ожидаемо продемонстрировала приоритетность для своего восприятия памятников советской истории. В числе объективных образов, напоминающие о людях, важных для настоящего и будущего, наряду с общим Петром 1, присутствовал В.И. Ленин. К людям, на которых необходимо равняться (нормативный образ), наряду с тем же Петром 1 и жителями блокадного Ленинграда (объект – Пискаревское кладбище, который выбирали многие пожилые петербуржцы в каждой из категорий), был назван Монумент героическим защитникам Ленинграда. Среди объективных копий, напоминающих о важных объектах для настоящего и будущего, этой группой был назван Зимний дворец, очевидно связанный с событиями Революции 1917 года.

Для «поколения зет» (и это самое существенное отличие) местом, сохраняющим память об уникальных, удивительных событиях в обществе, является Эрмитаж, Спас на крови, Зимний дворец. То есть в данном пункте их субъективные модели кардинально отличались от базовой (модальной) модели, где кстати, остальные поколения продемонстрировали несвойственное единодушие, выбрав Дворцовую площадь, Пискаревское кладбище, Крейсер «Аврора». Ещё у них три раза в различных категориях на втором-третьем месте появлялся ответ «Спас на крови», что не имеет однозначной интерпретации и вызывает необходимость в дополнительном изучении флуктуации.

Для оценки уровня отличий дополнительно проводилось сравнение между группой «поколение зет» («молодежь») и всеми остальными («старшие»). Выяснилось, что тенденция в ответах и «молодежи», и «старших» по всей базе примерно одинакова. При большом разбросе формулировок нет единого консолидированного мнения. Самые массовые ответы объединяют около 10% опрошенных. Уровень отличий не велик. Приоритеты (первые места в рейтингах) полностью совпадают. Отличия проявляются в 6 из 9 параметрах, где отличаются объекты на 2 - 4 месте рейтинга.

Для выявления отличий контрольным был вопрос «Какой объект или территорию Вы можете назвать «местом памяти» Вашего поколения?»

По всем опрошенным самыми популярными ответами стали Пискаревское кладбище, Дворцовая площадь, Невский проспект.

Однако у «поколения зет» это с большим отрывом от остальных был Эрмитаж, на втором месте вариант «Нет такого», а у группы 25-39 лет – Дворцовая площадь. Респонденты в возрасте 40-59 лет повторили варианты по всем опрошенным, как и группа «выросших в СССР», у которых в рейтинге поменялись местами Невский проспект и Дворцовая площадь.

Большинство опрошенных в группе молодежи либо затруднились дать ответ, либо сказали, что не имеют таких мест, а из давших какой-либо позитивный ответ, многие выбрали традиционный для петербуржцев «Эрмитаж». Впрочем, следующими по рейтингу были варианты «Лахта-центр» и «Парк 300-летия Санкт-Петербурга», однако количество выбравших этот вариант было невелико. Тем самым ещё раз подтвердилось отсутствие единого мнения у «поколения зет» по вопросу «мест памяти». У них не сформировано даже более-менее общее восприятие, которое в основных параметрах повторяет базовую (модальную) модель, характерную для всего населения Санкт-Петербурга.

Далее проводился структурный анализ по трем основным аспектам восприятия – событийному (восприятие формата событий), вероятностному (восприятие возможности изменений), целерациональному (восприятие смыслов). Анализ ответов показал следующее (см. таблицу 2).

Анализ событийного аспекта позволяет утверждать, что большинство опрошенных горожан воспринимает места памяти скорее как особую территорию, пространство, либо его копию – 59,4%.

Вероятностный аспект раскрывает восприятие мест памяти как напоминание о несбывшемся, версия того, что могло бы быть, копия развилки истории – 90,4%.

Целерациональный аспект показывает, что для петербуржцев места памяти – это воплощенные в материальную форму идеи, мысли, ценности – 87,9%.

Сравнение ответов по группам, выявило четыре существенных отличия в ответах. Если в вероятностном и целерациональном аспекте отличий не наблюдалось, то в событийном было по две у группы «выросших в СССР» и «поколения зет».

Пожилые петербуржцы чаще других придерживались традиционного мнения, что место памяти – это особая территория или пространство – 70,1% и реже остальных, что это индивидуальные образы уходящего времени, реконструкция – 23,2%.

Молодежь принципиально по-иному проявила свое восприятие. Место памяти для них не особое пространство, а время. На первом месте у «поколения зет» оказался вариант «индивидуальные образы уходящего времени, реконструкция» (57,0%) и только на втором – «особая территория или пространство» (34,1%).

Сравнение между группами «молодежь» и «старшие» только четче обозначило наличие разницы в ответах.

Следующим этапом был проведен динамический анализ, рассматривавший направленность процессов восприятия – конструкцию новых отражений, деструкцию отражений, инерционную динамику (см. таблицу 3).

Таблица 2. Структурные параметры восприятия мест памяти (базовая модель) / Structural parameters of perception of commemoration sites (basic model)

Аспекты		Всего
событийный	Место памяти это: – особые территории, пространства, либо их копии	59,4%
	– индивидуальные образы уходящего времени или реконструкция, воссоздание момента времени	34,0%
	– специфические сообщения, послания из прошлого или модели таких обращений	6,6%
вероятностный	– напоминание о несбывшемся, версия того, что могло бы быть, копия развилки истории	90,4%
	– описание потенциального варианта развития, образы прошлого для возможного будущего	6,1%
	– предупреждение о возникающих случайностях, внезапно меняющих историю, модель «черного лебедя» в истории	3,5%
целерациональный	– воплощенные в материальную форму идеи, мысли, ценности	87,9%
	– образцы использования приемов, технологий деятельности	3,7%
	– материализованные примеры социальных норм, правил поведения, действия	8,4%

Таблица 3. Динамические параметры восприятия мест памяти (базовая модель) / Dynamic parameters of perception of commemoration sites (base model)

Процессы	Всего
Конструкция новых отражений:	
постепенная эволюция – последовательное наращивание сложности, детализации	33,4%
озарение, внезапная эволюция – резкое обновление восприятия	20,3%
революция восприятия – переход результатов восприятия на новый уровень	3,6%
Деструкция отражений:	
интеграция – поглощение другим отражением	23,7%
деградация – утрата части результатов восприятия	2,6%
дезинтеграция – разрушение сложности результатов восприятия	5,4%
Инерционная динамика:	
статика – отсутствие изменений в результатах восприятия	1,5%
спонтанность – внезапные недетерминированные изменения в результатах восприятия	2,5%
обратная динамика – возврат к прежним моделям восприятия	7,0%

В ходе исследования выявлен ведущий процесс. У трети (33,4%) опрошенных жителей Санкт-Петербурга восприятие мест памяти постепенно эволюционировало. Еще у примерно пятой части наблюдался процесс интеграции –

поглощения отражения другими копиями (23,7%) или происходила внезапная эволюция – резкое обновление восприятия (20,3%).

Сравнительный анализ по возрастным группам выявил только одну особенность в динамике восприятия. У «поколения зет» был существенно выше (43%), чем в базовой модели процент тех, у кого происходила эволюция восприятия. Разница же в сравнении групп «старшие» и «молодежь» была ещё больше – 11,1%. Данную разницу стоит рассматривать скорее, как частную особенность, нежели существенное отличие, поскольку в остальных процессах динамика восприятия у данной группы по своим параметрам в высокой степени повторяет базовую модель.

Выводы. Таким образом, феноменологический анализ позволил описать восприятие жителями города из субъектной, объектной и нормативной позиции. Предложенные в ответах респондентов места памяти рейтинговались. Образы лидеров рейтинга сформировали первый блок параметров базовой модели.

Второй блок состоял из результатов структурного анализа. Его параметры были сформированы из последовательной оценки горожанами событийных, вероятностных и целерациональных аспектов восприятия.

Завершил формирование модели динамический анализ – изучение результатов выбора респондентами одного из девяти направлений процесса восприятия.

В целом базовая, а точнее модальная, то есть наиболее распространенная, модель отражения мест памяти в восприятии горожан имеет следующие параметры. Это особая территория или пространство (либо их копия), напоминающая о несбывшемся (версия того, что могло бы быть, копия развилки истории), представляющая собой воплощенные в материальную форму идеи, мысли, ценности. Отражение постепенно эволюционирует, то есть последовательно наращивает сложность, детализацию. Чаще всего оно представлено в виде копии таких объектов как Эрмитаж, Петропавловская крепость, Летний сад, Петергоф, как образы людей, которые сохранены в памятниках Петру 1 (Медный всадник) и на мемориале Пискаревское кладбище, в виде моделей событий, происходивших в российской истории, и запечатленные в таких местах как Дворцовая площадь, Пискаревское кладбище, Крейсер «Аврора».

В ходе анализа была выявлена некоторая специфика восприятия в группах «выросшие в СССР» и «поколение зет». Для пожилых горожан описаны небольшие особенности, связанные со временем их взросления, но их модель восприятия по всем параметрам повторяет базовую.

У молодежи было выявлено только одно отличие в параметрах. Для них место памяти чаще не особое пространство, как у остальных опрошенных, а время. Анализ особенностей восприятия позволил зафиксировать, что у «поколения зет» был существенно выше процент тех, у кого восприятие эволюционировало. Для них местами, которые сохраняют память об уникальных, удивительных событиях в обществе, являлись не характерные для остальных респондентов Эрмитаж,

Спас на крови, Зимний дворец. По другим объектам восприятия молодежь повторяла базовую модель, отличаясь в большинстве пунктов расширенного анализа только дополнительными объектами, находящимися на 2-4 местах рейтингов.

По совокупности выявленных в ходе опроса особенностей и отличий нельзя утверждать, что у «поколения зет», а тем более у группы «старше 60 лет» есть своя особая модель восприятия мест памяти. Соответственно, до тех пор, пока в ходе новых исследований не будет опровергнут данный вывод не имеет смысла говорить о разрывах между результатами восприятия мест памяти у «поколения зет» и остальных жителей Санкт-Петербурга.

Источники

Дубин Р.Ш. (2021). Городское пространство как объект эстетического восприятия // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. № 5 (103). С. 104-112.

Дубровский Д.И. (2006). Восприятие как феномен субъективной реальности // Epistemology & Philosophy of Science. № 7 (1). С. 73-84.

Князева Е.Н. (2018). Природная среда как носитель смыслов и их расшифровка живыми существами: биосемиотика в действии // Філософія освіти. № 2. С. 192-218. DOI: 10.31874/2309-1606-2018-23-2-192-218.

Нора П. (1999). Как писать историю Франции // Франция – память. СПб.: Изд-во С.-Петерб. Ун-та. С. 66-94.

Петрова Е.В. (2014). Человек в информационной среде: социокультурный аспект / Рос. акад. наук, Ин-т философии. М.: ИФРАН.

Салахутдинова Р.Х., Лебединцева Л.А. (2015). Воспроизводство социального потенциала: перспективы развития Санкт-Петербурга // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». № 3. С. 65-70.

Сафронова Ю.А. (2020). Историческая память: введение. СПб.: Изд.-во Европейского ун.-та в Санкт-Петербурге.

Сокурова О.Б. (2011). Историософия Санкт-Петербурга в символах культуры // Вестник Санкт-Петербургского университета. История. № 1. С. 96-106.

Шеуджен Э.А. (2012). «Места памяти»: модная дефиниция или историографическая практика? // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. № 1. С. 60-68.

Приложение 1. Модель комплексного анализа восприятия мест памяти / Comprehensive analysis of the perception of commemoration sites

Аналитические подходы		Объекты восприятия		Психосоциальная среда (физиологические процессы, психические процессы, личность человека)	Общественная среда (социальные взаимодействия, социальные отношения, институциональные связи)
Феноменологический анализ, позиции	субъектная	Природная среда (естественная и преобразованная природа, информационная среда)	субъективные копии, сохраняющиеся в памяти уникальные, удивительные, неповторимые объекты	субъективные образы, сохраняющие память об уникальных, удивительных событиях в обществе	субъективные модели, собственные интерпретации, сохраняющие память об уникальных, удивительных событиях в обществе
	объектная	объективные копии, напоминающие о важных объектах для настоящего и будущего	объективные копии, напоминающие о важных объектах для настоящего и будущего	объективные образы, разнообразные описания, напоминающие о людях, важных для настоящего и будущего	объективные модели, реконструкции, напоминающие об исторических событиях важных для настоящего и будущего
	нормативная	нормативные копии объекта/идеала объектов	нормативные копии объекта/идеала объектов	нормативные образы с примерами людей, на которых необходимо равняться	нормативные модели, реконструкции, содержащие с точки зрения реальной истории страны «правильные», «правдивые» события
Структурный анализ, аспекты	событийный (восприятие формата событий)	особые территории, пространства, либо их копии	особые территории, пространства, либо их копии	индивидуальные образы уходящего времени или реконструкция, воссоздание момента времени	специфические сообщения, послания из прошлого или модели таких образований
	вероятностный (восприятие возможности изменений)	напоминание о несбывшемся, версия того, что могло бы быть, копия развилки истории	напоминание о несбывшемся, версия того, что могло бы быть, копия развилки истории	описание потенциального варианта развития, образы прошлого для возможного будущего	предупреждение о возникающих случайностях, внезапно меняющих историю, модель «черного лебеда» в истории
Динамический анализ, процессы	целерациональный (восприятие смысла)	воплощенные в материальную форму идеи, мысли, ценности	воплощенные в материальную форму идеи, мысли, ценности	образы использования приемов, технологий деятельности	материализованные примеры социальных норм, правил поведения, действия
	конструкция новых отражений	постепенная эволюция – последовательное нарастание сложности, детализации	постепенная эволюция – последовательное нарастание сложности, детализации	озарение, внезапная эволюция – резкое обновление восприятия	революция восприятия – переход результатов восприятия на новый уровень
	деструкция отражений	интеграция – поглощение другим отражением	интеграция – поглощение другим отражением	деградация – утрата части результатов восприятия	дезинтеграция – разрушение сложности результатов восприятия
	инерционная динамика	статика – отсутствие изменений в результатах восприятия	статика – отсутствие изменений в результатах восприятия	спонтанность – внезапные недетерминированные изменения в результатах восприятия	обратная динамика – возврат к прежним моделям восприятия

■ ■ ■ Comprehensive analysis of the perception of commemoration sites by St. Petersburg residents

Popov D.G., Kholod A.V.

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, Russia.

Abstract. The paper represents the author's model of comprehensive analysis of perception, as well as the experience of using it to diagnose the perception of the commemoration sites by the residents of St. Petersburg and to identify the features of perception of such places by "generation Z" representatives. Perception in the work is considered as a complex phenomenon, whereas the subject of perception records the formal, meaningful and dynamic parameters of object, forms, and then represents (returns) its image. To assess the characteristics of the perception process, the author uses the approach based on three types of analysis: phenomenological, structural, dynamic. Commemoration sites are considered as objects typical of the natural, psychosocial and social environment. The field study is based on the survey of residents of St. Petersburg of four generations are presented (from "generation Z" to "generation raised in the USSR"). Such stratification allows us to consider the space of memory of St. Petersburg through the prism of the transfer of social capital. The study used locations identified by respondents as commemoration sites. Based on the results of the analysis of the respondents' answers, the authors obtained the results showing the reproduction of commemoration sites as social, historical and cultural objects of perception, noted the evolution of the semantic load on individual locations, and confirmed the hypothesis about the preservation of the basic model of perception in all generations.

Keywords: the basic model of perception, interaction, perception, commemoration sites, «generation Z», St. Petersburg

For citation: Popov D.G., Kholod A.V. (2023). Comprehensive analysis of the perception of commemoration sites by St. Petersburg residents. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 131-147. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-4-131-147.

Inf. about the authors: Popov Dmitry Gennadievich – CandSc (Philos.), associate professor, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. Address: 195251, Russia, St. Petersburg, Polytechnicheskaya st., 29. E-mail: popov_dg@spbstu.ru. ORCID: 0000-0002-4588-5805. Kholod Alexander Vladimirovich CandSc (Soc.), associate professor, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University. Address: 195251, Russia, St. Petersburg, Polytechnicheskaya st., 29. E-mail: holid_av@spbstu.ru. ORCID: 0009-0002-6109-6715.

Received: 01.11.2023. *Accepted:* 08.12.2023.

References

- Dubin R.Sh. (2021). Urban space as an object of aesthetic perception. *Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts*. No. 5 (103). P. 104-112 (in Rus.).
- Dubrovsky D.I. (2006). Perception as a phenomenon of subjective reality. *Epistemology & Philosophy of Science*. No. 7 (1). P. 73-84 (in Rus.).

Knyazeva E.N. (2018). The natural environment as a carrier of meanings and their decoding by living beings: biosemiotics in action. *Philosophy of lighting*. No. 2. P. 192-218. DOI: 10.31874/2309-1606-2018-23-2-192-218 (in Rus.).

Nora P. (1999). How to write the history of France. In: France – memory. SPb.: Publishing house St. Petersburg. Univ. P. 66-94 (in Rus.).

Petrova E.V. (2014). Man in the information environment: sociocultural aspect. M.: IFRAN (in Rus.).

Salakhutdinova R.Kh., Lebedintseva L.A. (2015). Reproduction of social potential: prospects for the development of St. Petersburg. *Bulletin of Omsk University. Economics*. No. 3. P. 65-70 (in Rus.).

Safronova Yu.A. (2020). Historical memory: introduction. St. Petersburg: Publishing house of the European University in St. Petersburg (in Rus.).

Sokurova O.B. (2011). Historiosophy of St. Petersburg in symbols of culture. *Bulletin of St. Petersburg University. History*. No. 1. P. 96-106 (in Rus.).

Sheudzhen E.A. (2012). “Commemoration sites”: a fashionable definition or a historiographical practice? *Bulletin of the Adygea State University. Series 1: Regional studies: philosophy, history, sociology, jurisprudence, political science, cultural studies*. No. 1. P. 60-68.

■ ■ ■ Местные сообщества как основа сохранения культурного многообразия современной России: подходы к исследованию

Баженов Е.Н.

Глазовский инженерно-педагогический университет имени В.Г. Короленко, Глазов, Удмуртская Республика, Российская Федерация.

Аннотация. В статье рассматриваются подходы к изучению местных сообществ, сопряженные с социокультурными трансформациями современного российского общества. В западной и российской научных школах изучение местных сообществ различается. Западная наука начиная с первой половины XIX века наблюдала за развитием сообществ и их трансформациями в процессе урбанизации, сломавшей общинную традиционность. Сегодня в западной социологии исследование сообществ проводится по преимуществу в бытовом, повседневном поле. Российская практика изучения местных сообществ сформировалась позднее, ближе к концу XX века, при формировании системы органов местного самоуправления, поэтому местное сообщество рассматривается российскими исследователями как феномен местного самоуправления. В современной урбанистически ориентированной культуре важно формировать и развивать местные сообщества не только как основу сохранения населения и территорий в провинции. Механизмы консолидации людей в сообщество через социальную активность не только решают практическую задачу сохранения территорий и их ресурсов, но могут быть рассмотрены в качестве модели сборки такого сложного социального субъекта, каким является Россия. Особое место в занимают социокультурные технологии работы с сообществами. Среди прочих важную роль играют партисипаторное бюджетирование и развитие сообществ на основе активов (ABCD). Последний лег в основу программы «Культурная мозаика малых городов и сел», инициированный Благотворительным фондом Елены и Геннадия Тимченко.

Ключевые слова: местное сообщество, community, партисипаторное бюджетирование, культурная мозаика

Для цитирования: Баженов Е.Н. Местные сообщества как основа сохранения культурного многообразия современной России: подходы к исследованию // Коммунология. 2023. Том 11. № 4. С. 148-160. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-148-160.

Сведения об авторе: Баженов Евгений Николаевич – аспирант Института общественных наук Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, старший преподаватель кафедры педагогики и психологии Глазовского инженерно-педагогического университета имени В.Г. Короленко Адрес: 427621, Россия, Удмуртская Республика, г. Глазов, ул. Первомайская, 25. E-mail: ugin.bazhenov@bk.ru. ORCID: 0009-0001-4606-5171.

Статья поступила в редакцию: 07.11.2023. *Принята к печати:* 08.12.2023.

Введение. Проблема сохранения культурного многообразия в век глобальных социокультурных трансформаций имеет выраженную актуальность для

российского общества в целом и для отечественной гуманитарной науки. В своей речи на XX юбилейном заседании Международного дискуссионного клуба «Валдай» в октябре 2023 года Президент России В.В. Путин подчеркнул: «В Концепции внешней политики России, принятой в этом году, наша страна охарактеризована как самобытное государство-цивилизация... Основные качества государства-цивилизации – многообразие и самодостаточность. Вот два основных компонента, на мой взгляд. Современному миру чужда любая унификация, каждое государство и общество хотят самостоятельно выработать свой путь развития. В основе его – культура и традиции, укрепленные в географии, историческом опыте, как давнем, так и современном, и в ценностях народа. Это сложный синтез, в процессе которого и возникает самобытная цивилизационная общность. Её неоднородность, многообразие – это залог устойчивости и развития»¹.

Культура России – сложный феномен, формировавшийся веками на обширных территориях евразийского континента, сложившийся в результате длительного культурно-исторического синтеза судеб и традиций миллионов людей, представляющих множество разнообразных этносов [Цымбурский; Лапин]. Именно поэтому сейчас, в противовес процессам унификации мирового культурного разнообразия, очень важно в основу социокультурной динамики российского общества заложить механизмы поддержания и активизации культурной традиции. «Традиция – метод социального и культурного строительства, противостояние от переворотов, исторических разрывов и других ситуаций, когда «порвалась связь времен» [Щипков: 228]. Россия делает новый шаг на своем историческом цивилизационном пути. В связи с этим остро стоит вопрос сохранения самобытности российской культуры, корни которой уходят в периферию, в удаленные от столиц села и деревни и приверженность которой еще в достаточной мере сохраняется в российской глубинке. Там хранятся истоки российской самобытности и аутентичности. Тем не менее, процессы урбанистического «сжатия» территорий осушают именно сельские территории, населения становится меньше, молодежь уезжает, традиции ослабевают [Никитина: 48-63].

Для сохранения субъектной активности провинции и оттока населения государство запускает управление территориями партисипаторными инструментами: применяются программы инициативного бюджетирования, самообложения и другие технологии. Местное самоуправление, таким образом, переходит на новый уровень развития².

¹ Заседание Международного клуба «Валдай» 05.10.2023 // Администрация Президента РФ, 5.10.2023 [эл. ресурс]: <http://kremlin.ru/events/president/news/72444> (дата обращения: 12.10.2023).

² Инициативное бюджетирование как технология вовлечения граждан в дела местных сообществ // Инициативное бюджетирование – Проект НИФИ Минфина России [эл. ресурс]: <https://budget4me.ru/articles/news/iniativnoe-byudzhetrovanie-kak-tekhnologiya-vovlecheniya-grazhdan-v-dela-mestnykh-soobshchestv/> (дата обращения: 12.10.2023).

Одним из способов удержания территорий становится местное сообщество. В западной практике – local community.

Мы считаем, что механизмы консолидации людей в сообщество не только решают практическую роль сохранения территорий и их ресурсов через социальную активность, но могут быть рассмотрены в качестве модели и одновременно механизма сборки такого сложного социального субъекта, каким является Россия. Поэтому нужно понять, а что такое сообщество, как оно возникает, как его можно активизировать, сформировать. Для этого обратимся к теориям, в которых разрабатываются подходы к изучению данного феномена.

Западная наука в рассмотрении феномена сообществ

Термин «сообщество» в западной науке соответствует понятию *community*. Дефиниции «местное сообщество» (*local community*) – в литературе уделено достаточно большое внимание. Существует около ста определений понятия «местное сообщество» [Демчук: 113].

Считается, что понятие «сообщество» ввел в научный оборот Ф. Теннис. В своем труде «Общность и общество. Основные понятия чистой социологии», впервые изданном в 1887 году, Теннис употребил термин *Gemeinschaft* для обозначения «всякой доверительной, сокровенной, исключительной совместной жизни» людей непосредственно контактирующих между собой в противовес понятию – *Gesellschaft*, обозначающему общество как публичность, мир, формальное объединение людей по различным признакам. Термин *Gemeinschaft* исследователи научного творчества Тенниса переводят на русский язык по-разному: «община», «сообщество», «общность» [Филиппов]. Общность, по Теннису, выражена в трех видах: общность человеческая (как наивысшая), общность территории и общность святынь [Теннис].

Исследования XIX – начала XX вв., посвященные «низовому» уровню самоорганизации общества, обозначались термином «община». А. Токвиль, описывая общественное устройство Североамериканских штатов, выделяет общину как базовую единицу американского демократического общества, отмечая «дух общинности», выражающийся в прямой демократии и патриотических чувствах к своей родине [Токвиль: 64-71].

В работах социологов Чикагской школы уделено особое внимание феномену местного сообщества. Х.У. Зобро в работе «Золотой берег и трущобы» [Зобро] обозначает основные изменения в структуре сообществ начала XX века, связанные с жизнью в городе. Исследуя районы Чикаго, он говорит о социально-экономических и культурных изменениях в жизни людей (сегрегация населения, отраслевая экономика, отдых по интересам, по социальному и экономическому статусу и пр.), которые не позволяют общине сохраняться в городской среде. Отметим, что именно в этот период происходит утрата традиции как социокультурного механизма объединения людей в сообщество.

Б. Андерсон в своем известном труде «Воображаемое сообщество» [Андерсон], анализируя феномен нации, приходит к выводам о том, что любое сообщество – субъективное явление. В силу того, что человек ощущает себя частью сообщества, последнее и существует. Интерпретируя труд Андерсона, мы можем говорить об идентичности как одном из основных маркеров местного сообщества.

Р. Ромеро и Д.А. Харрис [Romero, Harris] высказывают предположение о том, что интерпретативные сообщества в случаях критической ситуации консолидируются и трансформируются в объединенные сообщества (*coalesced communities*). Объединенное сообщество – это не просто единомышленники, объединившиеся по интересам или территориальным признакам, это группа, которая объединилась вокруг одной или нескольких ценностей в условиях риска для своего существования с целью действий.

Актуальными на сегодняшний день в США являются исследования местного сообщества в контексте кросс-культурных взаимоотношений жителей городов со смешанным расовым и этническим составом. Как показывают А. Леверенц и др., сообщества выступают институтом безопасности – жители районов с криминогенной обстановкой, межрасовым составом чувствуют себя в безопасности, когда общаются со своими соседями, поддерживают с ними межличностные связи [Leverentz et al.].

Р. Патнем в своей книге «Боулинг в одиночку: крах и возрождение американского сообщества» [Putnam] констатирует, что на сегодняшний день в США прослеживается тенденция снижения активности населения в общественной жизни. Таким образом, происходит нивелирование демократических ценностей в американском обществе, соответственно, уменьшение роли социальной активности. В своем следующем исследовании – «Лучше вместе: восстановление американского сообщества» [Putnam, Feldstein] Р. Патнем и Л.М. Фельдштейн подчеркивают, что практики совместной деятельности на местах (на территории США), которые позволяют сохранять и поддерживать сообщество, в основе своей содержат социальный капитал и культуру.

Таким образом, изучение местного сообщества для западной науки сосредоточено на стадиях перехода от традиционного общества (община) к городской культуре и адаптации данного феномена к условиям урбанизации. Социологи западной школы сегодня исследуют максимально прикладные, функциональные и даже бытовые особенности развития сообществ, то есть те инструменты, которые позволяют сохранить сообщество как базовую структуру поддержания социальной стабильности.

Современные подходы к исследованию местного сообщества в российской науке

XIX – начало XX веков также стали первым этапом изучения феномена общинности в российской науке. В это время появляются труды, в которых в качестве

основы русской общины рассматривается соборность и общинность, построенные на православии [Горелов: 78-79]. Н.А. Бердяев для уточнения понятия общинности и соборности ввел понятие «коммунотарность» [Запека].

В советский период вопросам общины (местного сообщества) не уделялось достаточно внимания в силу тенденциозности исследовательской конъюнктуры. Так, например, Л.Б. Алаев отмечал, что в трудах марксистов община являлась характеристикой первобытнообщинного строя [Алаев: 56].

Российская практика исследования местных сообществ начала складываться в 90-е годы XX века в связи со сменой государственного устройства. В этот период в государственном управлении начало формироваться понятие местного самоуправления, а вместе с ним и практика применения феномена *community* в российской действительности. В свет вышел ряд монографий, учебных пособий, в которых местное сообщество рассматривалось как институт местного самоуправления [Антипьев], имеется ряд исследований, в которых определены уровни взаимодействия местного сообщества и органов местного самоуправления [Медведева, Шишлова; Демчук], обозначена роль местного сообщества в социальной структуре российского общества [Невеличко], выявлены корреляции местного сообщества и этничности [Игошева].

На сегодняшний день активно рассматриваются вопросы формирования территориальных органов местного самоуправления (ТОСов) как основного инструмента формирования активности местных сообществ [Медведева и др.]. При этом подход ABCD, ставший популярным на Западе для работы с местным сообществом, должен стать основным. Связано это с тем, что местные сообщества, представленные в России ТОСами, при имеющемся потенциале развития территорий, самоорганизации, не используют свой потенциал в силу отсутствия компетенций и неустановленной конструктивной коммуникации с органами местного самоуправления и незаинтересованности последних в этом.

Одним из наиболее полных определений, позволяющих понять местное сообщество, является, на наш взгляд, следующее: «Местное сообщество как социальная система представляет собой открытую территориальную целостность, выступающую в форме совокупности когерентных элементов (индивидов и органов территориального общественного самоуправления), социальных норм и ценностей, регулирующих связи и отношения между элементами в процессе совместной деятельности» [Киселева: 293]. В данном определении представлен подход к изучению сообществ как к системам, в том числе и с учетом синергетических эффектов.

Актуальная парадигма современных российских исследований местных сообществ представлена в сборнике научных статей «Местные сообщества: проблемы социокультурного развития», выпущенном Российским институтом культурологии в рамках реализации проекта РГНФ «Исследование социокультурных ресурсов территории в рамках институциональной реформы: институциональный подход».

Сборник являет собой срез теоретико-методологических подходов к изучению местных сообществ современной России [Местные сообщества: проблемы социокультурного развития]. Так, Ю.М. Резник и Т.Ю. Резник обращают внимание на базовые социокультурные характеристики гражданского общества, конституирование его структурных компонентов, актуализации высших «родовых» сил как источника и основы гражданственности социальных субъектов, а также способа их саморазвития и институционализации.

В теоретической части сборника констатируется факт того, что сообщество входит в жизнь современного российского общества, как неотъемлемый элемент местного самоуправления, социокультурных изменений, в том числе проектного подхода и благотворительности. Несомненный методологический интерес представляют кейсы, описывающие практики работы с местными сообществами на различных территориях Российской Федерации.

Таким образом, говоря об особенностях исследования местных сообществ в отечественной науке, необходимо добавить, что на них оказало влияние формирование нового государственного строя России в постсоветский период. В большей степени местные сообщества рассматриваются в контексте муниципального управления, взаимодействия органов местного самоуправления и власти, развития локальной территории проживания.

Формирование местных сообществ как научная и практическая проблема

Местные сообщества в практике европейских и американских стран стали одной из основных движущих сил (субъектом) развития территорий проживания. Исходя из потребности эффективного самоуправления территориями в западной науке был сформирован подход по формированию и развитию местных сообществ (*community building; community development*).

Концепция строительства сообщества появилась как реакция на утрату общины в результате урбанизационных процессов [Лыска: 195]. Исследователь, описывая подходы к формированию сообществ, основной акцент делает на эндогенных технологиях работы сообществ. Эндогенность в работе сообществ – это основа самодостаточности сообщества, отход от иждивенческих позиций и ожиданий благ от государственной и муниципальной власти, с одной стороны, с другой стороны – ответственность за то место и тех людей, которые живут рядом. Примером эндогенного подхода является подход Дж. Крецмана и Дж. Макнайта [Лыска: 197].

Подход Asset Based Community Development был разработан американскими исследователями Дж. Крецманом и Дж. Макнайтом во второй половине XX века [Kretzmann, McKnight]. В основе – система, опирающаяся на имеющиеся активы территории и людей, проживающих на территории, а не их потребности (проблемы). В качестве активов могут выступать человеческий капитал, социальная инфраструктура, природная среда, бизнес на территории, информационная среда, социальный капитал, политический капитал [Hasan]. Отдельно, некоторые иссле-

дователи указывают на искусство как самостоятельный актив, на котором возможно развитие сообществ [Cleveland].

С позиции подхода ABCD функции местного сообщества состоят в обеспечении здоровья, безопасности, защите экологии, участии в формировании местной экономики и вкладе в местное производство продовольствия, а также в воспитании детей и «создании заботы».

А.Ю. Сунгуров и А.Е. Дмитриева, анализируя мировой опыт вовлечения сообществ в преобразование локальной среды, говорят о двух инструментах: соучастное проектирование и партисипаторное бюджетирование [Сунгуров, Дмитриева: 106].

Партисипаторному бюджетированию уделено достаточно большое внимание в практике местного самоуправления. Связано это с кризисом представительной демократии. Данный подход позволяет перераспределять часть бюджетных средств (до 10% бюджета) активом жителей, проживающих на территории. Таким образом, партисипаторное бюджетирование формирует инициативу граждан, формирует сообщество жителей, обеспечивает сотрудничество между органами местной власти и жителями¹.

Показателен тот факт, что на уровне Министерства финансов Российской Федерации под руководством Научно-исследовательского финансового института реализуется федеральный проект «Инициативное бюджетирование», сайт которого является консультативной платформой и банком практик.

В основе практик, к которым стоит присмотреться субъектам, формирующим местные сообщества, использование бизнес-подходов. Сообщество здесь рассматривается как целевая аудитория бизнеса - это источник постоянного потребления.

Существует множество маркетинговых практик, позволяющих формировать, поддерживать, развивать сообщества, как целевую аудиторию потребителей. Особое значение в формировании сообществ имеет работа в социальных сетях. В. Титов представляет инструменты формирования лояльных сообществ:

- точки концентрации лояльной аудитории - социальные сети, мессенджеры;
- посредством работы в соцсетях – повышение вовлеченности сообществ;
- защита от троллинга – инструмент устойчивости;
- сформированное сообщество – воронка продаж для новой аудитории [Титов].

Еще одним подходом в работе с местными сообществами, является Community canvas – схематическая модель, состоящая из трех компонентов, которые включают в себя 17 тем:

- идентичность (цель, идентичность, ценности, бренд, определение успеха);

¹ Шилов Л., Димке Д. Партиципаторное бюджетирование. Как привлечь граждан к управлению городом // Инициативное бюджетирование – Проект НИФИ Минфина России [эл. ресурс]: <https://budget4me.ru/articles/school/partitsipatornoe-byudzhetrovanie-kak-privlech-grazhdan-k-upravleniyu-gorodom-infografika1/> (дата обращения: 25.09.2023).

- опыт (вступление в сообщество, ритуалы, совместный опыт, контент, правила, роли, выход из сообщества);
- структура (организация, управление, финансирование, каналы и платформы коммуникации, управление данными).

Благодаря выстраиванию системной работы в соответствии с представленной схемой возможно формирование сообщества как команды организации/предприятия, жителей населенного пункта, сообществ по интересам и пр.¹.

Практики развития малых территорий, основывающихся на культурных кодах, которые актуализируются местными сообществами, стали предметом внимания одного из крупнейших частных семейных благотворительных фондов Российской Федерации – Благотворительного фонда Елены и Геннадия Тимченко. На протяжении восьми лет (2014 – 2022 годы) в рамках Всероссийского конкурса «Культурная мозаика малых городов и сел» (далее – Культурная мозаика) было проведено три конкурсных цикла, в которых приняли участие более пяти тысяч конкурсантов, поддержку получили 459 проектов со всей России. Результатом реализации программы стал целый ряд центров социокультурного развития, которые изменяют территории, системно оказывают консультативную поддержку в привлечении средств на развитие территорий, развивают глубину, показывая уникальность локальной культуры и самобытности российского социума.

В основе проекта «Культурная мозаика» – идея о том, что «инициативы в сфере культуры могут стать драйверами развития местных сообществ. Вовлечение людей в совместную деятельность на базе социокультурных проектов формирует основу для их объединения, а также побуждает их к совместным действиям, направленным на достижение «общественного блага», в том числе, для комфортного проживания местных жителей, что вносит заметный вклад в развитие территорий в целом»².

Вовлечение сообществ в активную социокультурную организацию собственной жизни – необходимый сегодня процесс. Важность самостоятельного принятия решений сообществами об улучшении качества жизни (благоустройстве территорий, организации досуга, коммуникации и др.) обусловлена не только политическими, но и экономическими предпосылками – в условиях дефицита бюджетного финансирования эффективнее вкладывать денежные средства туда, где есть «живое» население, готовое объединяться и улучшать жизнь своим участием. Однако на пути современного российского местного сообщества чаще всего встает вопрос знаний и компетенций, которые требуются для работы. К сожалению, программы партисипаторного (инициативного) бюджетирования, как показывает практика, направлены на решение конкретных задач (установка

¹ A framework to help you build meaningful communities // The community canvas [el. source]: <https://community-canvas.org/> (accessed: 28.10.2023).

² О проекте // Культурная мозаика малых городов и сел, проект фонда Елены и Геннадия Тимченко [эл. ресурс]: <https://cultmosaic.ru/> (дата обращения: 22.10.2023).

освещения, грейдирование улиц и пр.) и не рассматривают системное улучшение качества жизни населения. Формирование сообществ, которые становятся субъектами улучшений и равноправными партнерами органов местного самоуправления, в результате, не происходит. При этом ценна практика реализации проектов, реализуемых в рамках программы «Культурная мозаика». Местное сообщество благодаря целенаправленному формированию компетенций (образовательная и грантовая программа длится три года), становится реальным субъектом улучшения жизни на местах.

Выводы. В зависимости от сформировавшейся социальной парадигмы вопросам развития местного сообщества в разных странах уделяется большее или меньшее внимание. Западная культура выработала в процессе своей эволюции конструктивный опыт сохранения прямой демократии в условиях глобализирующегося урбанистического мира, трансформировав общинный уклад в работу местных сообществ (local community). Российская культура вернулась к системе местного самоуправления в новейшее время. Российские территории благодаря своему многообразию и сложности вопреки всем номенклатурным системным изменениям, сохраняют до сегодняшнего дня элементы общинности, которые позволяли российскому социуму выживать в рамках всех травмогенных обстоятельств. Опыт, накопленный в мировой практике работы с местным сообществом, достаточно конструктивно ложится на сохранившиеся в российском обществе культурные основы, которые необходимо актуализировать. Лучшим примером этого являются проекты, реализованные в рамках программы «Культурная мозаика малых городов и сел».

Источники

Алаев Л.Б. (2014). Чем была «русская община» и что такое «русская общинность» // История и современность. № 2(20). С. 56. EDN: SZGWUN.

Андерсон Б. (2016). Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Кучково поле.

Антипов К.А. (2013). Местные сообщества как основа местного самоуправления: монография. Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та.

Горелов А.А. (2017). А.С. Хомяков: учение о соборности и русская община // Знание. Понимание. Умение. № 2. С. 78-97.

Демчук Н.В. (2019). Местное сообщество: интерпретация понятия // Вестник Майкопского государственного технологического университета. Вып. 2 (41). С. 111-121.

Запека О.А. (2022). Учение о коммюнитарности в творчестве позднего Н.А. Бердяева // Вестник славянских культур. № 66. С. 81-87. DOI: 10.37816/2073-9567-2022-66-81-87. EDN: FJNDFN.

Зорбо Х.У. (2015). Золотой берег и трупщобы // Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед. Москва.

Игошева М.А. (2020). Этническая идентичность в системе социальной безопасности локальных сообществ: автореф... дис. док. фил. наук. Волгоград.

Киселева А.М. (2008). Системная характеристика местного сообщества // Личность. Культура. Общество. Т. 10. № 2 (41). С. 288-294. EDN: JSILXP.

Лыска А.Г. (2013). Концепция строительства местного сообщества: предпосылки формирования и основные положения // Вопросы государственного и муниципального управления. №1. С. 193-205.

Медведева Н.В., Шишлова А.С. (2017). Подходы к изучению взаимодействия органов местного самоуправления и местного сообщества // Материалы Ивановских чтений. № 1-2(11). С. 321-332. EDN: XDYAXX.

Медведева Н.В., Фролова Е.В., Рогач О.В. (2021). Взаимодействие и перспективы партнерства территориального общественного самоуправления с местной властью // Социологические исследования. № 10. С. 72-82. DOI: 10.31857/S013216250015275-5.

Местные сообщества: проблемы социокультурного развития: Сборник научных статей (2010) / Под ред. Ю.М. Резника и Н.И. Мироновой. М.: Независимый институт гражданского общества.

Невеличко Л.Г. (2012). Особенности местных сообществ в социальной структуре российского общества: автореф... дис. канд.соц.наук. Хабаровск.

Никитина Г.А. (2015). Сельское сообщество Удмуртии в условиях реформ рубежа XX-XXI веков: ресурсы и опыт адаптации: монография. Ижевск: Институт компьютерных исследований.

Сунгуров А.Ю., Дмитриева А.Е. (2023). Общественное участие в деятельности власти: общественное и партисипаторное бюджетирование и соучаствующее проектирование на уровне муниципалитетов Санкт-Петербурга // Вопросы государственного и муниципального управления. № 2. С. 103-125.

Теннис Ф. (2002). Общность и общество. Основные понятия чистой социологии. СПб.: Владимир Даль.

Титов В. (2019). Комьюнити-менеджмент. Стратегия и тактика выращивания лояльных сообществ. М.: Издательство АСТ.

Токвиль А. (1992). Демократия в Америке / Пер. с франц. М.: Прогресс.

Филиппов А.Ф. (2002). Между социологией и социализмом: введение в концепцию Фердинанда Тенниса // Ф. Теннис. Общность и общество. Основные понятия чистой социологии. СПб.: Владимир Даль.

Цымбурский В.Л. (2020). Остров Россия // Интелрос [эл. ресурс]: http://www.intelros.ru/subject/figures/1072-vadim_cymburskij_ostrov_rossija.html (дата обращения: 29.10.2023).

Щипков А.В. (2017). Социал-традиция: Монография. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА.

Hasan M. (2022). Community Development Practice: from Canadian and global perspectives. Centennial College, Toronto, Canada [el. source]: <https://ecampusontario.pressbooks.pub/communitydevelopmentpractice/front-matter/introduction/> (accessed: 28.10.2023).

Kretzmann J., McKnight J. (1996). Assets-based community development. National Civic Review. Vol. 85. Issue 4. P. 23-29. DOI: 10.1002/ncr.4100850405.

Leverentz A., Pittman A., Skinnon, J. (2018). Place and Perception: Constructions of Community and Safety across Neighborhoods and Residents. *City & Community*. No. 17 (4). P. 972-995. DOI: 10.1111/cico.12350.

McKnight J., Russell C. (2018). Four Essential Elements of an Asset-Based Community Development Process [el. source]: https://www.nurtureddevelopment.org/wp-content/uploads/2018/09/4_Essential_Elements_of_ABCD_Process.pdf (accessed: 28.10.2023).

Putnam R. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. NY: Simon & Schuster.

Putnam R., Feldstein L., Cohen D. (2003). Better together: Restoring the American Community. NY; London; Toronto; Sydney: Simon & Schuster.

Romero R., Harris D.A. (2019). Who Speaks for (and Feeds) the Community? Competing Definitions of "Community" in the Austin, TX, Urban Farm Debate. *City & Community*. No. 18 (4). P. 1162-1180. DOI: 10.1111/cico.12416.

■ ■ ■ Local communities as the basis for preserving the cultural diversity of modern Russia: methodological approaches

Bazhenov E.N.

Glazov State University of Engineering and Pedagogical named after V.G. Korolenko, Glazov, Udmurt Republic, Russia.

Abstract. The article discusses approaches to the study of local communities associated with sociocultural transformations of modern Russian society. In Western and Russian scientific schools, the study of local communities differs. Since the first half of the 19th century, Western science has observed the development of communities and their transformations in the process of urbanization, which broke communal tradition. Today in Western sociology, the study of communities is carried out primarily in the everyday, everyday field. The Russian practice of studying local communities was formed later, towards the end of the 20th century, during the formation of the system of local government bodies, therefore the local community is considered by Russian researchers as a phenomenon of local government. In modern urban-oriented culture, it is important to form and develop the local community not only as the basis for preserving the population and territories in the region. Mechanisms for consolidating people into a community through social activity not only solve the practical problem of preserving territories and their resources, but can be considered as a model for assembling such a complex social entity as Russia. Socio-cultural technologies of working with communities occupy a special place. Participatory budgeting and asset-based community development (ABCD), among others, play an important role. The latter formed the basis of the “cultural mosaic” program, initiated by the Timchenko Foundation.

Keywords: local community, community, participatory budgeting, cultural mosaic

For citation: Bazhenov E.N. (2023). Local communities as the basis for preserving the cultural diversity of modern Russia: methodological approaches. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 148-160. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-4-148-160.

Inf. about the author: Bazhenov Evgenii Nikolaevich – postgraduate student of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, senior lecturer at Glazov State University of Engineering and Pedagogical named after V.G. Korolenko. Address: 427621, Russia, Udmurt Republic, Glazov, Pervomaiskaya St., 25. E-mail: ugin.bazhenov@bk.ru. ORCID: 0009-0001-4606-5171.

Received: 07.11.2023. *Accepted:* 08.12.2023.

References

- Alaev L.B. (2014). What was the Russian community. *History and modernity*. No. 2 (20). P. 56. EDN: SZGWUN (in Rus.).
- Anderson B. (2016). Imagined communities. Reflections on the origins and spread of nationalism. M.: Kuchkovo pole (in Rus.).
- Antipyev K.A. (2013). Local communities as the basis of local self-government: monograph. Perm: Perm national research Polytechnic univ. publishing house (in Rus.).

- Demchuk N.V. (2019). Local community: interpretation of the concept. *Bulletin of the Maykop State Technological University*. Vol. 2 (41). P. 111-121 (in Rus.).
- Filippov A.F. (2002). Between sociology and socialism: an introduction to the concept of Ferdinand Tönnies. In: F. Tönnies. *Community and society* (transl.). SPb.: Vladimir Dal (in Rus.).
- Gorelov A.A. (2017). A.S. Khomyakov: the doctrine of conciliarity and the Russian community. *Knowledge. Understanding. Skills*. No. 2. P. 78-97 (in Rus.).
- Hasan M. (2022). *Community Development Practice: from Canadian and global perspectives*. Centennial College, Toronto, Canada [el. source]: <https://ecampusontario.pressbooks.pub/communitydevelopmentpractice/front-matter/introduction/> (accessed: 28.10.2023).
- Igosheva M.A. (2020). Ethnic identity in the social security system of local communities: dis. thesis (philol.). Volgograd (in Rus.).
- Kiseleva A.M. (2008). Systemic characteristics of the local community. *Personality. Culture. Society*. Vol. 10. No. 2 (41). P. 288-294. EDN: JSILXP (in Rus.).
- Kretzmann J., McKnight J. (1996). Assets-based community development. *National Civic Review*. Vol. 85. Issue 4. P. 23-29. DOI: 10.1002/ncr.4100850405.
- Leverentz A., Pittman A., Skinnon, J. (2018). Place and Perception: Constructions of Community and Safety across Neighborhoods and Residents. *City & Community*. No. 17 (4). P. 972-995. DOI: 10.1111/cico.12350.
- Lyska A.G. (2013). The concept of building a local community: prerequisites for formation and main provisions. *Issues of state and municipal management*. No. 1. P. 193-205 (in Rus.).
- McKnight J., Russell C. (2018). Four Essential Elements of an Asset-Based Community Development Process [el. source]: https://www.nurtureddevelopment.org/wp-content/uploads/2018/09/4_Essential_Elements_of_ABCD_Process.pdf (accessed: 28.10.2023).
- Medvedeva N.V., Frolova E.V., Rogach O.V. (2021). Interaction and prospects for partnership of territorial public self-government with local authorities. *Sociological studies*. No. 10. P. 72-82. DOI: 10.31857/S013216250015275-5 (in Rus.).
- Medvedeva N.V., Shishlova A.S. (2017). Approaches to the study of interaction between local governments and the local community. *Materials of the Ivanovo Readings*. No. 1-2 (11). P. 321-332. EDN: XDYAQX (in Rus.).
- Nevelichko L.G. (2012). Features of local communities in the social structure of Russian society: diss. thesis (soc.). Khabarovsk (in Rus.).
- Nikitina G.A. (2015). Rural community of Udmurtia in the conditions of reforms at the turn of the 20th & 21st centuries: resources and experience of adaptation: monograph. Izhevsk: Institute of Computer Research (in Rus.).
- Putnam R. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. NY: Simon & Schuster.
- Putnam R., Feldstein L., Cohen D. (2003). *Better together: Restoring the American Community*. NY; London; Toronto; Sydney: Simon & Schuster.
- Reznik Yu.M., Mironova N.I., eds. (2010). *Local communities: problems of sociocultural development: coll. of scientific articles*. M.: Independent Institute of Civil Society (in Rus.).
- Romero R., Harris D.A. (2019). Who Speaks for (and Feeds) the Community? Competing Definitions of "Community" in the Austin, TX, Urban Farm Debate. *City & Community*. No. 18(4). P. 1162-1180. DOI: 10.1111/cico.12416.
- Shchipkov A.V. (2017). *Social tradition: Monograph*. M.: AST-PRESS BOOK (in Rus.).
- Sungurov A.Yu., Dmitrieva A.E. (2023). Public participation in government activities: public and participatory budgeting and participatory design at the level of municipalities of St. Petersburg. *Issues of state and municipal management*. No. 2. P. 103-125 (in Rus.).
- Titov V. (2019). *Community management. Strategy and tactics for growing loyal communities*. M.: AST Publishing House (in Rus.).

Tocqueville A. (1992). *Democracy in America* (transl.) M.: Progress (in Rus.).

Tönnies F. (2002). *Community and society* (transl.). SPb.: Vladimir Dal (in Rus.).

Tsybursky V.L. (2020). *Russia Island*. In: Intelros [el. source]: http://www.intelros.ru/subject/figures/1072-vadim_cymburskijj_ostrov_rossija.html (in Rus.).

Zapeka O.A. (2022). The doctrine of communitarianism in the works of the late N.A. Berdyaev. *Bulletin of Slavic cultures*. No. 66. P. 81-87. DOI: 10.37816/2073-9567-2022-66-81-87. EDN: FJNDFN (in Rus.).

Zorbo H.W. (2015). *Gold Coast and slums*. Im: *Sociology of the Chicago school: collection of translations* / INION RAS. Moscow (in Rus.).

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

HISTORY AND THEORY OF POLITICS

■ ■ ■ Политическая карикатура в современном мире: понятие и сущность

Беляева Е.В.

Телерадиокомпания «НИКА», Калуга, Российская Федерация.

Аннотация. В данной статье автор анализирует теоретическую составляющую политической карикатуры, ее сущность и понятие. Акцентируется внимание на значении политической карикатуры в современной государственно-правовой действительности при стремительном развитии информационных систем и технологий. Автор отмечает, что тема политической карикатуры в современном мире является актуальной, требующей глубокого и всестороннего исследования. Политическая карикатура является важным элементом многих государственных, политических и правовых процессов, поскольку выступает в качестве яркого выражения общественного мнения по поводу определенных важных ситуаций мирового и внутригосударственного поля. Значение политической карикатуры обуславливает необходимость глубинного подхода к анализу доктринальных основ исследуемого явления, в связи с чем приводятся различные подходы к пониманию понятия и сущности политической карикатуры. В заключении автор отмечает, что в настоящий момент, несмотря на широкую распространенность политической карикатуры и наличия большого количества исследований на данную тему, существенной остается проблема места политической карикатуры в системе гуманитарных наук, а также отсутствие единообразия в понимании данного явления.

Ключевые слова: политическая коммуникация, политический дискурс, креолизованный текст, вербальный элемент, невербальный элемент, карикатура, политическая карикатура

Для цитирования: Беляева Е.В. Политическая карикатура в современном мире: понятие и сущность // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 162-170. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-162-170.

Сведения об авторе: Беляева Елизавета Владимировна – продюсер ООО ТРК «Ника» (Калуга), соискатель кафедры общественных связей и медиаполитики факультета журналистики Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. Адрес: 248033, Россия, г. Калуга, пер. Богородицкий, д. 19. E-mail: lizok-belyaeva@mail.ru.

Статья поступила в редакцию: 18.09.2023. *Принята к печати:* 10.11.2023.

Введение. Политика – сторона жизни государственно-правового поля, которая привлекает внимание народа ни одно десятилетие. Современный этап развития общественной мысли и общественного сознания характеризуется повышенным уровнем вовлеченности населения в геополитические вопросы, а уровень развития информационного пространства предоставляет людям реальную возможность беспрепятственного доступа к информации. Р. Водак справедливо

отметил, что политика зависит от того, каким образом деятельность и решения политиков отражаются в СМИ, которые в свою очередь находятся в прямой зависимости от наличия доступа к искомой информации [Wodak].

В современном мире человеку намного проще как находить для себя актуальную информацию об интересующих их вопросах, так и реагировать на нее. Е.В. Симакова отмечает, что в современном мире непрерывного потока информации основная задача – обеспечить простоту, скорость и наглядность предоставляемой информации, что возможно путем применения форм визуализации [Симакова: 136]. Смещение акцента с текста на изображение – современная тенденция передачи и восприятия информации, обусловлена иконическим или иначе визуальным поворотом, возникшим в силу недостаточности текста для передачи всей полноты ситуации [Boehm, Mitchell]. Одним из актуальных способов реагирования людей на события, происходящие в политическом пространстве, по сегодняшний день остается карикатура, как форма быстрого и наглядного отражения актуальных политических и иных государственных вопросов. Ю.В. Балакина отмечает, что политическая карикатура, с сохранением актуальности и распространенности, сменила место своей дислокации, переключившись с печатных на онлайн-издания [Балакина: С. 97].

Политическая карикатура представляет собой креативный, емкий и хлесткий механизм реагирования на политическую ситуацию, а потому сохраняет актуальность и в современной государственной действительности.

Политическая карикатура выступает важным звеном политического дискурса, отражающего мнение народа о той или иной ситуации во внутригосударственной и мировой политике, а также указывает на конкретных участников обсуждаемой политической ситуации – действующих лиц общественного события. Данный вопрос в настоящее время активно обсуждается исследователями политической карикатуры [Денисова: 45].

Первоочередной задачей любого доктринального исследования, в особенно в сфере гуманитарных наук, является выработка единообразного подхода к толкованию ключевых понятий исследования. В связи с вышеизложенным вопрос осмысления теоретических категорий является значимым и важным для глубокого изучения любого вопроса.

Анализ сущности политической карикатуры в современном обществе невозможен без четкого представления о содержательном наполнении и доктринальном понимании самой категории «политическая карикатура».

Исследование политической карикатуры, ее понятия, сущности имеет огромное теоретическое значение для науки журналистики и политологии. Теоретическое исследование понятия, сущности и содержательного наполнения такого явления как «политическая карикатура» является первым шагом на пути глубокого и всестороннего исследования культурных, политических, лингвистических и психологических аспектов политической карикатуры.

Глубокий и всесторонний анализ категории «политическая карикатура» обуславливает необходимость проведения предварительного исследования составляющей указанного понятия – карикатура в общенаучном значении.

К определению понятия. Этимологически термин «карикатура» уходит корнями в итальянскую культуру и переводя с итальянского языка *caricare* означает нагружать или преувеличивать. В англоязычных странах карикатура обозначается с использованием одного из двух вариантов – *caricature* и *cartoon* [Попова].

Исследуя филологическое значение термина «карикатура» Low D., Williams R.E., писали: «в своем первоначальном значении, в изобразительном искусстве, карикатура (от итальянского *cartone*, что означает «бумага») – это предварительный эскиз для большого холста или фрески, для архитектурного рисунка, для дизайна gobelena или для картин из мозаики или стекла» [Low, Williams].

В отечественной филологической науке карикатура представляет собой жанр изобразительного искусства, вид изобразительной сатиры, выраженной в юмористической форме, иллюстрирующий процессы и явления социальной, политической, государственно-правовой, общественной действительности и быта [Ласкова, Зуева: 71].

А.В. Дмитриева под политической карикатурой понимает иллюстрацию кого или чего-либо с применением намеренного преувеличения, гиперболизации, искажения. Ученый отмечает, что карикатура в данном случае выступает в качестве формой общения между людьми и политическим оружием [Дмитриева].

О.А. Баранцева и А. В. Пцкиаладзе под политической карикатурой предлагают понимать «один из наиболее ярких видов креолизованного текста, освещающий не только важные политические события, но и имеющий сильно выраженные массмедийные признаки» [Баранцева, Пцкиаладзе: 12].

Политическая карикатура является разновидностью карикатуры в общенаучном значении, данные явления соотносятся как часть и целое. Политическая карикатура представляется более узким понятием по сравнению с родовым понятием карикатуры. Такое смысловое сужение, конкретизация обусловлены спецификой предмета политической карикатуры, в который включают события, процессы, явления и действующие лица политической арены современного мира.

Политическая карикатура объективируется в текстовом формате, входит в общую систему политического дискурса. М.Б. Ворошилова отмечает, что: «политический дискурс всегда находит свое выражение в тексте Дискурс – это текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, он выходит за пределы текста и включает в себя различные условия его реализации» [Ворошилова 2007а: 73].

Политическая карикатура выражается в виде креолизованного текста, то есть состоящего из двух разных по своей природе элементов – вербального (языкового, речевого) и невербального (принадлежащего к иным языковым системам, нежели естественный язык) [Сорокин, Тарасов: 181]. То есть политическая карикатура, относимая исследователями к частному проявлению креоли-

зированных текстов, должны соответствовать следующим сущностным характеристикам, выделяемыми О.В. Поймановой: сочетание неоднородных вербальных и невербальных элементов, а также способность аудитории к одновременному восприятию изобразительных и вербальных составляющих явления – политической карикатуры [Пойманова].

О.В. Дехнич и Е.В. Середина отмечают, что основной функцией креолизированных текстов состоит в обеспечении для читателя идеальных условий для уяснения и интерпретации полученной из соответствующего источника (например, политической карикатуры) информации [Дехнич, Середина: 5].

Такое сочетание двух различных способов выражения информации позволяет воздействовать на широкий круг населения. Политическая карикатура представляет успешное сочетание языковых и неязыковых способов выражения идеи ее автора, позволяющее привлечь внимание большего круга лиц, емко, но детально изобразив основную мысль в форме сатиры.

Двойственный характер политической карикатуры обуславливает повышенный интерес со стороны ученых в области журналистики, политологии и лингвистики, поскольку позволяет успешно сочетать в себе вербальные и невербальные части, иллюстрируя злободневные темы политико-правового положения в стране и (или) мире. В связи с такой многоаспектностью политическая карикатура составляет предмет исследования нескольких наук и остается актуальной для исследования и по сей день. Журналисты и политологи исследуют ответ общественного мнения на актуальную политическую обстановку, составляют политические прогнозы и анализируют общественное сознание «в разрезе», в контексте определенного события или процесса, лингвисты же предметом исследования видят образы и метаморфозы, используемые в конкретной карикатуре. А. П. Чудинов, отмечая интерес лингвистов и филологов к содержанию политической карикатуры писал, что исследователи данной отрасли научного познания могут сформировать «некоторое предположение о сущности метафорически характеризуемого объекта» [Чудинов: 125].

Задачи политической карикатуры

Политическая карикатура имеет свои особенности и задачи в журналистике. Детальный анализ компонентов политической карикатуры в отдельности, и в качестве слаженной системы, работа которой направлена на реагирование на определенную политическую ситуацию, позволит исследовать политическую карикатуру не просто в качестве явления социальной действительности, но также проследить ее влияние на аудиторию, актуальное состояние общественного сознания, уровень доверия к власти и многие другие вопросы.

Исследование политической карикатуры, наравне с указанными задачи, позволяет уяснить состояние процесса политического комментирования, а также влияние на общественное мнение. Указанные данные в дальнейшем могут быть

положены в основу политического и социального прогнозирования, выявления отношения общества к политической обстановке и так далее.

Политическая карикатура, как отмечалось ранее, понимается в качестве элемента вторичного политического дискурса, в контексте которого обыгрываются комические составляющие, предполагающие отход от традиционных форм обсуждения политически значимых вопросов, а также особой модальной визуализацией, отражающей менталитет и традиции различных государств, народностей, политической обстановки [Ражина, Манаенко: 94].

Политическая карикатура всегда вызывает у аудитории какую-то эмоцию, например, улыбку, смех, но в тоже время через эмоциональную компоненту активизируется интеллектуальная составляющая – зритель/читатель задумывается о важном вопросе политической реалии. Кроме того, политическая карикатура служит в качестве механизма реализации базисных демократических принципов свободы слова, мнения и самовыражения. Проявления демократических составляющих при применении политической карикатуры выражается в возможности субъектов общественных отношений выражать свою позицию, обмениваться мнениями с иными участниками, привлекать общественное внимание к важным вопросам государственного строительства.

Наглядность, как основное свойство политической карикатуры, также обуславливается двойственной природой ее содержательного наполнения, о котором говорилось ранее. Автор может очень точно передать суть какого-либо социального явления, свое отношение и отношение общества к изображённым персонажам и проблемам [Ворошилова 2007b: 76].

Концептуальные образы, отраженные в формах вербальных и невербальных выражений, ярко демонстрируют политические пороки, социально-значимые проблемы, спорные ситуации и иные темы, ставшие предметом обсуждений в обществе. Таким образом, политическая карикатура, с учетом емкости ее выражения, остроты поднимаемого вопроса наглядно демонстрирует замысел автора, направленный на акцентировании внимания на процессе, явлении или событии политической стороны жизни общества.

Политическая карикатура, выстроенная на основе разумного сочетания вербальных и невербальных приемов передачи мысли автора, преследует несколько задач:

- социальную (т.к. политическая карикатура непосредственно влияет на политическое сознание и политическую культуру общества);
- манипулятивную (т.к. посредством политической карикатуры производится процесс формирования определенного мнения в массах);
- творческую (т.к. политическая карикатура успешна в своем выражении тогда, когда в ней заложена абсолютно новая идея, прослеживается авторский посыл) [Лисицына: 23];
- сатирическую (т.к. политическая карикатура обладает способностью высмеивать, разоблачать, придавать огласке с комическим оттенком те процессы,

явления или личности, которые являются значимыми в определённом промежутке времени) [Артемова: 92].

А.Я. Артемова отводит последней, сатирической задаче, особое место, поскольку именно данная задача политической карикатуры позволяет отразить специфику исследуемого явления, его существенное отличие от иных элементов политического дискурса.

Выполнение указанных задач политической карикатуры обеспечивает достижение общей цели – обращение внимание общественности на злободневную проблему в политической сфере, путем вызывания эмоций у общественности, проводимого для запуска процесса анализа существующей политической действительности на конкретном случае (казусе).

Однако несмотря на высокую актуальность политической карикатуры в современном мире, ее высокой значимости в формировании общественного мнения, выражения демократических принципов место политической карикатуры в современной доктрине не ясно. Как отмечалось ранее, политическая карикатура входит в предмет исследования многих гуманитарных наук, таких как журналистика, политология, лингвистика, что обусловлено многоаспектностью самого явления политической карикатуры. Специалисты из различных отраслей научного познания исследуют данную тему, проводят междисциплинарные исследования [Chen et al.].

Выводы. Таким образом, проанализировав сущность политической карикатуры в современном мире, можем прийти к выводу о том, что современные условия подчеркивают актуальность политической карикатуры как эффективного механизма привлечения внимания общественности к политически-значимым вопросам, формирования общественного мнения и проявления демократических начал. Тем не менее, при многообразии исследований о политической карикатуре остается нерешенным вопрос о месте данного явления в системе гуманитарных и социальных наук, с учетом сложного характера политической карикатуры, возможности отнесения явления к предмету изучения разных наук. Вопрос о единообразном понимании определения «политическая карикатура» также остаётся спорным, среду исследователей высказываются различные позиции относительно определения данного понятия при соблюдении логического единства рассуждений (отнесения к креолизированному тексту). В связи с чем выявлена потребность глубокого и всестороннего исследования политической карикатуры с целью систематизации существующей информации об интересующем явлении, а также разрешении выявленных теоретических проблем.

Источники

Артёмова Е.А. (2002). Карикатура как жанр политического дискурса: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград.

- Балакина Ю.В. (2021). Политическая карикатура в зарубежных медиа // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. № 6. С. 95-114.
- Баранцева О.А., Пцкиладзе А.В. (2021). Политическая карикатура как источник социокультурной информации // Проблемы романо-германской филологии, педагогики и методики преподавания иностранных языков. № 17. С. 11-16.
- Ворошилова М.Б. (2007а). Креолизованный текст в политическом дискурсе // Политическая лингвистика. №3 (23). С. 73-78.
- Ворошилова М.Б. (2007b). Креолизованный текст: аспекты изучения // Политическая лингвистика. № 1 (21). С. 75-80.
- Денисова Г.Л. (2018). Идентификация персонажа в политической карикатуре // Вестник ВУиТ. № 4. С. 45-55.
- Дехнич О.В., Середина Е.В. (2019). Метафоризация визуального компонента в современной американской политической карикатуре // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. №1. С. 5-10.
- Дмитриев А.В. (1996). Социология юмора: Очерки. М.: ОФСПП РАН.
- Ласкова М.В., Зуева Р.С. (2016). Политическая карикатура как социально-культурная универсалия в современной политической лингвистике // Гуманитарные и социальные науки. №1. С. 71-75.
- Лисицына И.В. (2017). Использование каламбура в современной политической карикатуре // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии. № 4 (71). С. 22-27.
- Пойманова О.В. (1997). Семантическое пространство видеовербального текста : автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва.
- Попова Е.А. (1995). Культурно-языковые характеристики политического дискурса (на материале газетных интервью) : дис. ... канд. филол. наук. Волгоград.
- Ражина В.А., Манаенко Е.А. (2022). Политическая карикатура как поликодовый текст во вторичном политическом дискурсе // Гуманитарные и социальные науки. № 3. С. 93-97.
- Симакова С.И. (2017). Визуализация в СМИ: вынужденная необходимость или объективная реальность? // Вестн. Самар. ун-та. История, педагогика, филология. № 1-2. С. 135-139.
- Сорокин Ю.А., Тарасов Е.Ф. (1990). Креолизованные тексты и их коммуникативная функция // Оптимизация речевого воздействия. М.: Высшая школа. С. 180-186.
- Чудинов А.П. (2006)ю Политическая лингвистика: учеб. пособие. М.: Флинта; Наука.
- Boehm G., Mitchell W.J.T. (2009). Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters. Culture, Theory and Critique. No. 50 (2-3). P. 103-121. DOI: 10.1080/14735780903240075.
- Chen K.W., Phiddian R., Stewart R. (2017). Towards a Discipline of Political Cartoon Studies: Mapping the Field. In: J.M. Davis (ed.) Satire and Politics. Palgrave Studies in Comedy. Cham: Palgrave Macmillan. P. 125-162. DOI: 10.1007/978-3-319-56774-7.
- Low D., Williams R.E. (2000). Political cartoon. In: Grolier Multimedia Encyclopedia [el. source]: <http://gi.grolier.com/presidents/ea/side/cartoon.html> (accessed: 11.09.2023).
- Wodak R. (2011). The discourse of politics in action: Politics as Usual. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

■ ■ ■ The concept and the essence of political cartoon in the modern world

Belyaeva E.V.

Television and radio broadcasting company «NIKA», Kaluga, Russia.

Abstract. The paper is dedicated to the analysis of the theoretical component of political cartoon, its essence and concept. Attention is focused on the importance of political cartoons in modern political and legal reality with the rapid development of information systems and technologies. The author notes that the topic of political cartoons in the modern world is relevant and requires comprehensive research. A political cartoon is an important element of state, political and legal processes, since it acts as a vivid expression of public opinion regarding certain important situations in the global and intrastate field. The significance of a political caricature necessitates an in-depth approach to the analysis of the doctrinal foundations of the phenomenon under study, and therefore the paper represents the review of various approaches to understanding the concept and essence of a political caricature. In conclusion, the author notes that despite the widespread prevalence of political cartoons and the presence of a large number of studies on this topic, the problem of the place of political cartoons in the system of the humanities remains significant, as well as the lack of uniformity in the understanding of this phenomenon.

Keywords: political communication, political discourse, creolized text, verbal element, non-verbal element, caricature, political cartoon

For citation: Belyaeva E.V. (2023). The concept and the essence of political cartoon in the modern world. *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 162-170. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-162-170.

Inf. about the author: Belyaeva Elizaveta Vladimirovna – producer of television and radio broadcasting company “Nika” (Kaluga), applicant for the Department of Public Relations and Media Policy, Faculty of Journalism, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Address: 248033, Russia, Kaluga, Bogoroditsky lane, 19. E-mail: lizok-belyaeva@mail.ru.

Received: 18.09.2023. *Accepted:* 10.11.2023.

References

- Artyomova E.A. (2002). Caricature as a genre of political discourse: diss. thesis (philol.). Volgograd (in Rus.).
- Balakina Yu.V. (2021). Political cartoon in foreign media. *Bulletin of Moscow University. Journalism*. No. 6. P. 95-114 (in Rus.).
- Barantseva O.A., Ptskialadze A.V. (2021). Political cartoon as a source of sociocultural information. *Problems of Romano-Germanic philology, pedagogy and methods of teaching foreign languages*. No. 17. P. 11-16 (in Rus.).
- Boehm G., Mitchell W.J.T. (2009). Pictorial versus Iconic Turn: Two Letters. *Culture, Theory and Critique*. No. 50 (2–3). P. 103-121. DOI: 10.1080/14735780903240075.

Chen K.W., Phiddian R., Stewart R. (2017). Towards a Discipline of Political Cartoon Studies: Mapping the Field. In: J.M. Davis (ed.) *Satire and Politics*. Palgrave Studies in Comedy. Cham: Palgrave Macmillan. P. 125-162. DOI: 10.1007/978-3-319-56774-7.

Chudinov A.P. (2006) *Political linguistics: textbook*. allowance. M.: Flinta; Nauka (in Rus.).

Dekhnich O.V., Seredina E.V. (2019). Metaphorization of the visual component in modern American political cartoons. *Bulletin of SUSU. Series: Linguistics*. No. 1. P. 5-10 (in Rus.).

Denisova G.L. (2018). Identification of a character in a political cartoon // *Vestnik VUiT*. No. 4. P. 45-55 (in Rus.).

Dmitriev A.V. (1996). *Sociology of humor: Essays*. M.: OFSPP RAS (in Rus.).

Laskova M.V., Zueva R.S. (2016). Political caricature as a socio-cultural universal in modern political linguistics. *Humanitarian and social sciences*. No. 1. P. 71-75 (in Rus.).

Lisitsyna I.V. (2017). The use of puns in modern political cartoons. *The world of science and art: issues of philology, art history and cultural studies*. No. 4 (71). P. 22-27 (in Rus.).

Low D., Williams R.E. (2000). Political cartoon. In: *Grolier Multimedia Encyclopedia* [el. source]: <http://gi.grolier.com/presidents/ea/side/cartoon.html> (accessed: 11.09.2023).

Popova E.A. (1995). Cultural and linguistic characteristics of political discourse (based on newspaper interviews): diss. thesis (philol.). Volgograd (in Rus.).

Poymanova O.V. (1997). *Semantic space of video-verbal text*: diss. thesis (philol.). Moscow (in Rus.).

Razhina V.A., Manaenko E.A. (2022). Political cartoon as a polycode text in secondary political discourse. *Humanitarian and social sciences*. No. 3. P. 93-97 (in Rus.).

Simakova S.I. (2017). Visualization in the media: forced necessity or objective reality? *Vestn. Samara university. History, pedagogy, philology*. No. 1-2. P. 135-139 (in Rus.).

Sorokin Yu.A., Tarasov E.F. (1990). Creolized texts and their communicative function. In: *Optimization of speech influence*. M.: Higher school. P. 180-186 (in Rus.).

Voroshilova M.B. (2007a). Creolized text in political discourse. *Political linguistics*. No. 3 (23). P. 73-78 (in Rus.).

Voroshilova M.B. (2007b). Creolized text: aspects of study. *Political linguistics*. No. 1 (21). P. 75-80 (in Rus.).

Wodak R. (2011). *The discourse of politics in action: Politics as Usual*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

■ ■ ■ Дискурс политических взглядов Джорджи Мелони в отношении семейных ценностей

Биккинина Д.Д.

Московский государственный институт международных отношений (МГИМО),
Москва, Российская федерация.

Аннотация. В рукописи представлен контент-анализ высказываний председателя Совета Министров Италии Джорджи Мелони о семье и семейных ценностях. Интерес к данной теме обусловлен усиливающимся противостоянием аргументов, проявленных в политическом поле, выражаемых противниками и сторонниками Дж. Мелони и партии «Братьев Италии». Концептуальное отражение идеи «традиционной» семьи в высказываниях политика вступает в противоречие с европейским лево-либеральным идеалом гендерной нейтральности и новых партнёрских союзов. Целью анализа является исследование семантики: (1) политических высказываний Джорджи Мелони в отношении семейных ценностей; (2) оценок политической риторики Джорджи Мелони в средствах массовой информации и в современном политическом дискурсе Европейского Союза. Для достижения целей исследования использовались методы контент- и сентимент-анализа. Исследование проведено на основе материалов СМИ в открытом доступе. В заключении сделан вывод о наличии масштабного ценностного раскола, начиная с уровня общества Италии, переходя на уровень сообществ в рамках ЕС. Так, в дискурсе семейной политики обозначены противоположные позиции. Эмоциональность аргументов, используемых в политической борьбе в части обсуждения семейной политики, указывает на остроту исследовательских вопросов, возникающих в связи с практическими шагами и последствиями осуществления «новой» итальянской политики.

Ключевые слова: дискурс-анализ, семейные ценности, политическая риторика, Джорджи Мелони, сентимент-анализ, контент-анализ

Для цитирования: Биккинина Д.Д. Дискурс публичной политики в отношении семейных ценностей (на примере высказываний Джорджи Мелони) // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 171-182. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-171-182.

Сведения об авторе: Биккинина Джамиля Дамировна – соискатель кафедры социологии МГИМО МИД России; специалист по воспитательной работе, университет Реавиз. Адрес: 119454, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 76. E-mail: kamilova_93@mail.ru. ORCID: 0000-0001-7540-2408.

Статья поступила в редакцию: 30.09.2023. *Принята к печати:* 10.11.2023.

Введение. Целью данной статьи является рассмотрение и оценка дискурсов семейных ценностей и семьи высказываниях политических лидеров. Исследование проведено на основе публичных высказываний председателя Совета Министров Италии Джорджи Мелони. Интерес к данной теме обусловлен выраженным резо-

нансом в высказываниях противников и сторонников Дж. Мелони и партии «Братьев Италии». Информационным поводом для решения данной задачи послужила масштабная победа партии Дж. Мелони «Братья Италии» на выборах, состоявшихся 25 сентября 2022 года в Италии. Результат выборов был признан «историческим». Во-первых, Дж. Мелони стала первой в Италии женщиной премьер-министром. Во-вторых, история партии «Братья Италии» восходит к наследию радикальных правых партий¹, что создаёт основания для высказывания о том, что политический курс Мелони пролегает «правее правого»². Однако политик парирует тем, что воззвание «Богу, государству и семье» не свидетельствует о возрождении ультраправых течений, а является декларацией любви и традиционных ценностей³.

Актуальность научной проблемы сопряжена с существованием явной битвы аргументов в публичном политическом дискурсе. В частности, предметом множественных оценок в средствах массовой информации становятся воззрения Дж. Мелони в отношении семейных ценностей, роли семьи и религии в традиционном обществе. Сторонники «Братьев Италии» полагают, что «дискурс традиционных ценностей» знаменует возрождение общества и возвращение к основаниям семьи как основной социальной ячейки общества (более того – общества, основанного на традиционной национальной – «итальянской» – идентичности), противники усматривают в «консервативных» аргументах возвращение к риторике ультраправых партий и, как следствие, опасность для европейских сообществ.

В дискурсе итальянской политики отчётливо проявлено противоречие между условно «исторической» перспективой, основанной на восприятии политического поля Италии в XX веке, и современной социальной политикой, восходящей к традиционным «вневременным» ценностям, полагаемым в основу как всего итальянского общества, так и отдельных его институтов. Развитие существующих противоречий в пространстве Италии и ЕС иллюстрирует социально значимую проблему, поскольку реакция на риторику «ультраправого» политика в полной мере отразила ожидания европейского общества, относящиеся к институту семьи и воплощению гендерных ролей в рамках данного института. Концептуальное отражение идеи «традиционной» семьи вступает в противоречие с европейским лево-либеральным идеалом гендерной нейтральности и новых партнёрских союзов.

Эмпирическим предметом являются высказывания Дж. Мелони и интерпретаторов её политической риторики о семье и гендере в контексте ценностного

¹ Sampath G. Giorgia Meloni. God, family and homeland // The Hindu. 2022. URL: <https://www.thehindu.com/news/international/giorgia-meloni-god-family-and-homeland/article65960302.ece>

² Frances-White D. The left understands the family better than Giorgia Meloni ever will // The New Statesman. 2022. URL: <https://www.newstatesman.com/quickfire/2022/09/giorgia-meloni-family-deborah-frances-white>

³ Saviano R. Giorgia Meloni is a danger to Italy and the rest of Europe // The Guardian. 2022. URL: <https://www.theguardian.com/world/commentisfree/2022/sep/24/giorgia-meloni-is-a-danger-to-italy-and-the-rest-of-europe-far-right>

раскола в восприятии итальянским обществом, а также международными средствами массовой информации, политики Дж. Мелони.

Методология. Для достижения целей исследования использовались методы контент- и сентимент-анализа.

Для целей исследования были сформированы два блока данных: (1) информация о политических высказываниях Джорджи Мелони в отношении семейных ценностей; (2) оценки политической риторики в средствах массовой информации и европейском сообществе [см.: Токарев].

В качестве основного объекта исследования была выбрана речь Джорджи Мелони на Всемирном конгрессе семей в 2019 году, а также публичная оценка данной речи в средствах массовой информации и социальных сетях.

На основании контент-анализа был сформирован пул положительных и отрицательных (критических) характеристик политической программы Мелони в отношении семейных ценностей. Для этого исследованы эмоциональные и оценочные описания политики «Братьев Италии» и риторики Джорджи Мелони в период с 2019 по 2022 гг. Был сформулирован ряд синонимов, позволяющих уточнить характеристику дискурса. По итогам анализа сформирован словарь дискурса по отношению к семье и семейным ценностям.

По итогам формирования словаря синонимов, в рамках сентимент-анализа были исследованы эмоциональные характеристики риторики Джорджи Мелони – тональность высказываний в отношении семейных ценностей, а также оценочные характеристики речи Мелони в средствах массовой информации и комментариях в социальных сетях. В ходе сентимент-анализа были проанализированы положительные и негативные оценки политической программы Джорджи Мелони – с учётом тональности высказываний в отношении семейных ценностей. Текст речи Джорджи Мелони был разбит на отдельные тематические предложения, а предложения – на отдельные ключевые слова, в отношении которых осуществлялся анализ средств массовой информации [см.: Посевкин, Бессмертный; Перфильев, Ключарев; Корней, Крючкова; Скрябина; Майорова; Маликова; Скрягин; и др.].

Проанализирована тональность высказываний в отношении риторики Джорджи Мелони и её освещения в СМИ – в частности, на примере разграничения политического дискурса «чужих» и «своих» [Юрганов]. В результате выявлены эмоциональные характеристики дискурса семейных ценностей в риторике Джорджи Мелони – определены языковые и художественные средства (тропы), используемые в составе аргументов, применяемых в ходе политической борьбы между «левыми» (либеральными) и «правыми» (консервативными) блоками обозревателей семейной политики Джорджи Мелони и «Братьев Италии». Таким образом, был воспроизведён язык описания ценностного раскола, существующего в итальянском обществе и проявившегося в пространстве ЕС по итогам победы «Братьев Италии» в выборах в сентябре 2022 года.

С целью выявления контекста политических высказываний Джорджи Мелони были проанализированы публичные выступления политика в части оценок семей-

ной политики. Для дальнейшей характеристики ценностного раскола в отношении оценок семейной политики проанализировано соответствие контекста публичных выступлений языку политических аргументов, используемых Джорджей Мелони. На основании применения метода произведено исследование эмоционального воздействия формулировок при выражении этих мнений (в т.ч. посредством анализа жестикюляции, тона голоса и т.д.). На основании публичных реакций на высказывания Мелони в отношении семейных ценностей произведена оценка корреляции таких реакции и эмоционального характера выступлений. В результате: (1) выявлены интенции политической речи; (2) определён тип коммуникации с аудиторией политика (проанализированы используемые метафоры, эпитеты в речи политика и соответствие манеры высказывания полученной обратной связи) [см.: Минюрова, Минюров; Романова; Дускаева; Бажан].

Результаты исследования. Политический курс Джорджи Мелони называют «раздутой страшилкой», противопоставляя его европейской политике («евроскептицизм»). Успех партии Мелони «Братья Италии» вызывал «нервную реакцию» со стороны ЕС¹. Риторика Джорджи Мелони получила негативную оценку со стороны председателя Еврокомиссии Урсулы фон дер Ляйен, которая «открыто угрожала Риму», заявляя о наличии «определённых инструментов» для противодействия правому курсу².

Высказывания Мелони получили эмоциональные оценки в средствах массовой информации. Так, политику Мелони называют «приземлённой», описывают как «сгусток огня, направленный на защиту семьи». Риторика Дж. Мелони, выступающей «с дикими глазами»³, подобна «разряду словесных молний», электрифицирующих Европу и становящихся источником для новостных заголовков по всему миру⁴. Самой своей биографией Мелони демонстрирует «дерзость» и «новизну», что способно «электролизовать массы»⁵. Риторика партии «является красной тряпкой» для всех политиков левого крыла⁶.

¹ Чего ожидать от Джорджии Мелони // Независимая газета, 16.10.2022 [эл. ресурс]: https://www.ng.ru/dipkurer/2022-10-16/10_8566_italy.html (дата обращения: 16.09.2023).

² Там же.

³ Fears for rights under Italy's 'Christian mother' Meloni // RFI, 23.09.2022 [эл. ресурс]: <https://www.rfi.fr/en/international-news/20220923-fears-for-rights-under-italy-s-christian-mother-meloni> (дата обращения: 16.09.2023).

⁴ March L.T. 'I am Giorgia, I am a woman, I am a mother, I am Italian, I am a Christian!' Italy's unashamedly, defiantly pro-family new leader // Mercatornet.com [эл. ресурс]: <https://mercatornet.com/i-am-giorgia-i-am-a-woman-i-am-a-mother-i-am-italian-i-am-a-christian-italys-unashamedly-defiantly-pro-family-new-leader/81035/> (дата обращения: 16.09.2023).

⁵ Pratap A. How Italy under Giorgia Meloni can create problems for EU // The Week, 30.09.2022 [эл. ресурс]: <https://www.theweek.in/theweek/current/2022/09/30/how-italy-under-giorgia-meloni-can-create-problems-for-eu.html> (дата обращения: 16.09.2023).

⁶ Wright J. Italy's first female prime minister vowed to protect 'God, family, country' but some call her a fascist... should we be worried? // Woman Alive [эл. ресурс]: <https://www.womanalive.co.uk/opinion/italys-first-female-prime-minister-vowed-to-protect-god-family-country-but-some-call-her-a-fascist-should-we-be-worried/13988.article> (дата обращения: 16.09.2023).

Восхождение партии Мелони «подобно метеору»¹. Весной 2019 года в ночных клубах по всей Италии скандировали лозунг Джорджи Мелони: «Я Джорджа, я женщина, я мать, я итальянка, я христианка»². Подход политика является «бескомпромиссным» и «поражившим множество итальянцев»³. Успех Мелони стал «ошеломительным»⁴.

Речь Мелони произвела всплеск обратной связи в социальной сети Twitter (X), подобный эффекту от «зажигательной смеси»⁵. Приход к власти партии «Братьев Италии» приведёт к «лотерее в беспокойное время» – «тревожные огни загорятся в экономическом пространстве Италии» в период, когда в близости от границ ЕС разворачивается вооружённый конфликт⁶.

В описании проблем, сопряжённых с охраной семейных ценностей, Дж. Мелони использует метафоры атаки и защиты. Как указывает Мелони, «семья становится врагом, являя собой первичную идентичность – в результате чего национальная идентичность оказывается под угрозой». В равной степени существующая угроза распространяется на религиозную и гендерную идентичность. Идентичность является ценной – атака на идентичность влечёт невозможность её признания, противопоставляется «нумерации» индивидов⁷.

Для устранения обозначенных противоречий следует обратиться к семейным ценностям и обеспечить охрану института семьи: «Мы должны защищать человеческие ценности. Каждый человек обладает уникальным, неповторимым генетическим кодом. Нравится нам или нет, этот факт является священным. Мы должны защитить Бога, страну и семью»⁸. Таким образом, Джорджа Мелони «откры-

¹ Pietromarchi V. Who is Italy's leadership hopeful Giorgia Meloni? // Al Jazeera, 19.09.2022 [эл. ресурс]: <https://www.aljazeera.com/news/2022/9/19/who-is-italys-leadership-hopeful-giorgia-meloni> (дата обращения: 16.09.2023).

² Там же.

³ Там же.

⁴ Schwaeber-Issan C. Giorgia Meloni is about 'faith, family and country' – not fascist values // Allisrael News [эл. ресурс]: <https://allisrael.com/giorgia-meloni-is-about-faith-family-and-country-not-fascist-values> (дата обращения: 16.09.2023).

⁵ Frances-White D. The left understands the family better than Giorgia Meloni ever will // The New Statesman [эл. ресурс]: <https://www.newstatesman.com/quickfire/2022/09/giorgia-meloni-family-deborah-frances-white>

⁶ How Giorgia Meloni thinks // Politico [эл. ресурс]: <https://www.politico.eu/article/how-giorgia-meloni-thinks-brothers-of-italy-election-salvini-mario-draghi-silvio-berlusconi/> (дата обращения: 16.09.2023).

⁷ «Я не могу обозначить себя в качестве итальянки, христианки, женщины и матери. Нет. Я должна быть гражданином X, гендером X, родителем 1, родителем 2. Я должна быть номером. Когда я становлюсь таковым, я утрачиваю идентичность, основанную на связи с корнями, становясь идеальным рабом, зависящим от благоволения финансовых спекулянтов. Я становлюсь идеальным потребителем».

⁸ Там же.

то признаёт преданность Богу, государству и семье»¹. В отношении семейной политики Мелони отмечает: «Мне стыдно за государство, которое не делает всё возможное во благо семьи»².

Политик ссылается на описание собственной семейной ситуации в качестве отсылки к ценностям своей политической программы. Так, СМИ указывает на то, как сестра Дж. Мелони характеризует политика как «очень храброго и целеустремлённого человека» и «перфекциониста»: «Она (Джорджа Мелони) действует на стороне женщин и прав, приобретённых ими»³. С позиции младшей сестры Мелони – «победа «Братьев Италии» – это победа женщин»⁴. В день победы в выборах Мелони опубликовала в социальной сети Instagram* поздравление, полученное от дочери: «Дорогая мама, я так счастлива, что ты победила! Я люблю тебя!». Мелони также указывает на высокую ценность брака в её жизни: «Вне брака невозможно защищать ценность естественной семьи, основанной на этом институте»⁵.

В качестве основополагающей семейной ценности Мелони называет идеал «традиционной семьи», основанной на браке, а также аспект материнства⁶. «Женщины не должны выбирать между карьерой и материнством, как это делала я, когда увольнялась с работы в связи с рождением ребёнка. Это значит – они должны иметь и первое, и второе»⁷.

Идентичность, сопряжённая с риторикой Мелони вызывает сомнения у исследователей и представителей СМИ. Так, М. Березин – эксперт в сфере национа-

¹ «Я не могу обозначить себя в качестве итальянки, христианки, женщины и матери. Нет. Я должна быть гражданином X, гендером X, родителем 1, родителем 2. Я должна быть номером. Когда я становлюсь таковым, я утрачиваю идентичность, основанную на связи с корнями, становясь идеальным рабом, зависящим от благоволения финансовых спекулянтов. Я становлюсь идеальным потребителем».

² Там же.

³ Politics a family affair for Italy's far-right leader Meloni // RTL [эл. ресурс]: <https://today.rtl.lu/news/world/a/1971929.html> (дата обращения: 16.09.2023).

⁴ Mother, Italian, Christian: Giorgia Meloni, Italy's far-right leader on the cusp of power // France24 [эл. ресурс]: <https://www.france24.com/en/europe/20220924-mother-italian-christian-giorgia-meloni-italy-s-far-right-leader-on-the-cusp-of-power> (дата обращения: 16.09.2023).

⁵ Politics a family affair for Italy's far-right leader Meloni // RTL [эл. ресурс]: <https://today.rtl.lu/news/world/a/1971929.html> (дата обращения: 16.09.2023).

⁶ Там же.

⁷ We've tried them all, except Meloni: Far-right leader tipped to become Italy's first female PM // France24 [эл. ресурс]: <https://www.france24.com/en/europe/20220914-we-ve-tried-them-all-except-meloni-far-right-leader-tipped-to-become-italy-s-first-female-pm> (дата обращения: 16.09.2023).

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

либеральных и популистских течений – утверждает, что Мелони «пытается представить себя в духе консервативного национализма»¹.

Сторонники Мелони видят в ней «символ наделения женщин законными правами». Однако ряд политиков выражают скептическое отношение к потенциальному участию Мелони в благополучии женщин. С позиции политика Лауры Болдрини – «вступление Мелони в должность едва ли приведёт к улучшению качества жизни женщин». «Мелони никогда активно не выступала за права женщин, не боролась против предрассудков в их отношении»².

Сторонники левого политического курса отмечают, что «партии левого крыла понимают ценность семьи лучше, чем когда-либо сможет Джорджа Мелони», поскольку принимают во внимание значимость *человеческих* семейных ценностей³.

Противники «правого» курса также считают, что риторика Джорджи Мелони «опасна для Италии и Европы», «посягает на демократический баланс»⁴. Высказывания Мелони спекулируют на понятии идентичности, страхе людей быть непризнанными, в результате чего «идентичность» становится инструментом пропаганды. Следствие этого – разделение мира на «своих» и «чужих», где к последним относятся все, кто не определяет себя в рамках традиционных структур. В результате «чужие» воспринимаются как «угроза», но настоящая угроза возникает в отношении единства нации. Политическая программа Мелони «угрожает гражданским правам» и открывает дорогу «ультраправым воззрениям»⁵. Воплощение программы политика приведёт к «катастрофе» и «массовому лишению прав женщин, гомосексуалов, мигрантов и иных меньшинств»⁶.

Отношение Мелони к семейным ценностям также именуется противоречивым, поскольку сама премьер-министр не следует своим идеалам.

¹ We've tried them all, except Meloni: Far-right leader tipped to become Italy's first female PM // France24 [эл. ресурс]: <https://www.france24.com/en/europe/20220914-we-ve-tried-them-all-except-meloni-far-right-leader-tipped-to-become-italy-s-first-female-pm> (дата обращения: 16.09.2023).

² Там же.

³ Frances-White D. The left understands the family better than Giorgia Meloni ever will // The New Statesman [эл. ресурс]: <https://www.newstatesman.com/quickfire/2022/09/giorgia-meloni-family-deborah-frances-white> (дата обращения: 16.09.2023).

⁴ Saviano R. Giorgia Meloni is a danger to Italy and the rest of Europe // The Guardian [эл. ресурс]: <https://www.theguardian.com/world/commentisfree/2022/sep/24/giorgia-meloni-is-a-danger-to-italy-and-the-rest-of-europe-far-right> (дата обращения: 16.09.2023).

⁵ Pietromarchi V. Who is Italy's leadership hopeful Giorgia Meloni? // Al Jazeera [эл. ресурс]: <https://www.aljazeera.com/news/2022/9/19/who-is-italys-leadership-hopeful-giorgia-meloni> (дата обращения: 16.09.2023).

⁶ Pratap A. How Italy under Giorgia Meloni can create problems for EU // The Week [эл. ресурс]: <https://www.theweek.in/theweek/current/2022/09/30/how-italy-under-giorgia-meloni-can-create-problems-for-eu.html> (дата обращения: 16.09.2023).

Так, «она не состоит в браке с отцом своей шестилетней дочери»¹.

В некоторых случаях политическое влияние Мелони оценивают как противоречивое. Оценку, близкую к нейтральной, предлагают представители международной компании International Media Ministries (IMM), расположенное в Европе. Как подчёркивает Д. Годвин, можно встретить «негативный фон» в отношении Джорджи Мелони – «они называют её экстремисткой». «Однако нужно отличать намерения и слова человека от репрезентации этих слов – мы должны убедиться, что оценки правдивы» – безотносительно того, к кому относятся эти оценки. «Мы все склонны видеть социальные ситуации в мире через призму определённых фильтров, в связи с чем легко принять фильтры, предлагаемые в различных формах средств массовой информации»².

Показательно, что «в современной европейской стране по итогам демократических выборов побеждает партия Джорджи Мелони – это означает пресыщенность граждан анти-религиозными, направленными против естественной жизни призывами СМИ». «Медийная повестка не соответствует тому, что у народа на сердце – восприятию того, что является истинным или ложным»³. Как подчёркивает сторонник Мелони С. Бэннон: «На протяжении многих лет Италия является мировой лабораторией для популистских и националистических настроений. Мелони предотвратит падение, стагнацию и банкротство Италии – приведёт её к процветанию, сделав страну ведущей экономической державой в Европе»⁴. «Мы должны верить Мелони, так как в непростое время мы сможем молиться на неё – она ведомой правдой и устремлена к Господу. Она вернёт семейные ценности в Италию»⁵. «Джорджа Мелони стоит на защите семейных ценностей, провозглашая ценность жизни и родительские свободы»⁶.

¹Pratap A. How Italy under Giorgia Meloni can create problems for EU // The Week [эл. ресурс]: <https://www.theweek.in/theweek/current/2022/09/30/how-italy-under-giorgia-meloni-can-create-problems-for-eu.html> (дата обращения: 16.09.2023).

²Italy's new Prime Minister, Giorgia Meloni: Dangerous fascist, social savior, or neither? // Mission Network News [эл. ресурс]: <https://www.mnnonline.org/news/italys-new-prime-minister-giorgia-meloni-dangerous-fascist-social-savior-or-neither/> (дата обращения: 16.09.2023).

³Там же.

⁴Pietromarchi V. Who is Italy's leadership hopeful Giorgia Meloni? // Al Jazeera [эл. ресурс]: <https://www.aljazeera.com/news/2022/9/19/who-is-italys-leadership-hopeful-giorgia-meloni> (дата обращения: 16.09.2023).

⁵Wright J. Italy's first female prime minister vowed to protect 'God, family, country' but some call her a fascist... should we be worried? // Woman Alive [эл. ресурс]: <https://www.womanalive.co.uk/opinion/italys-first-female-prime-minister-vowed-to-protect-god-family-country-but-some-call-her-a-fascist-should-we-be-worried/13988.article> (дата обращения: 16.09.2023).

⁶Gagliarducci A. What does Giorgia Meloni's victory mean for Catholics in Italy? // The Catholic World Report [эл. ресурс]: <https://www.catholicworldreport.com/2022/09/29/what-does-giorgia-melonis-victory-mean-for-catholics-in-italy/> (дата обращения: 16.09.2023).

Приведённая гипотеза подтверждается большим количеством положительных комментариев пользователей Youtube к речи Джорджи Мелони¹: «она потрясающая, миру нужны такие лидеры, как она», «это лучшая политическая речь», «настоящая женщина», «она великолепна», «речь Мелони – эпическая, она затрагивает ключевые вопросы и делает это с искромётной подачей», «лучшая женщина-политик», «величайшая речь нашего времени», «Италия обрела землю обетованную».

Встречаются и негативные комментарии: «давайте оставим семью вне политики, дайте людям свободу решать, сколько иметь детей – сфокусируемся на экономике и социальных вопросах», «перестань говорить и приготовь мне обед»².

По итогам исследования риторики Джорджи Мелони и анализа её публичных оценок сформируем семантическое ядро, охватывающие эмоциональные оценки политической программы политика. Обозреватели сходятся в том, что успех Мелони является «ошеломительным», «поразительным», «оглушительным», «сногшибательным». Широко используются метафоры и эпитеты – «со скоростью метеора», «искромётно», «электрифицирующим образом». В отношении личности политика используются определения: «настоящая женщина», «истинный политик», «восхищающая искренность», «настоящая мать», «патриот», «надежда страны». Распространена метафора «возрождения», «восстановления», «исправления», «воссоздания», «трансформации». Широко задействовано сопоставление «своих» и «чужих» (мигранты, лобби ЛГБТКИА+), временное сравнение – «тогда» и «сейчас». Со стороны граждан других государств (не Италии) упоминается намерение «проголосовать за Мелони», либо желание «иметь подобного политика в своём государстве».

Противники курса Мелони используют определения, содержащие слова «опасность», «угроза», «риск», «кризис», «дамоклов меч», «напряжённость», «катастрофа». Для оценки политического режима широко используются понятия «неонацизм», «консерватизм», «правее правового», «ультраправый». Политические меры в отношении гражданских прав и семейных ценностей характеризуются терминами: «ограничивающий», «угрожающий», «унизительный», «оскорбительный». Центральным понятием критического дискурса становится «свобода» – в отношении гражданских прав и правового положения женщин. Не упоминаются слова «реформа» и «революция» – предположительно в связи с тем, что партия «Братья Италии» получила большинство в ходе демократических выборов, а политика Мелони пока не нашла воплощения в конкретных правовых мерах.

Выводы. По итогам изложенного можно сделать вывод о том, что как риторика Мелони, так и дискурс оценочных суждений в отношении политической программы «Братьев Италии» характеризуется обилием эмоциональных оценок. Эмоцио-

¹ Giorgia Meloni's electrifying speech at the World Congress of Families, English subtitles // Youtube [эл. ресурс]: https://www.youtube.com/watch?v=y_Z1LClnhsk (дата обращения: 16.09.2023).

² Там же.

нальность («искромётность», «напор», «электричество») публичной риторики Мелони является ключевым фактором, встречающим положительные оценки среди сторонников политика. Так, в положительном ключе регулярно упоминаются «искренность», «смелость», «крик, который должен быть услышан».

Указанные характеристики ассоциируются с образом «хорошей матери», а в политической сфере – с потенциалом успешной «матери нации», способно привести государство к процветанию и возвращению к корням. Вопреки интенсивности эмоциональных заявлений политико-правовой курс Мелони можно оценить как сдержанный в связи с тем, что провозглашение новых ценностей не приводит к изменению семейных ценностей. Так, без изменений оставлен закон об абортх, не заявлены законотворческие меры, нацеленные на установление и реализацию новых консервативных ценностей.

Как положительные, так и критические воззрения на политическую программу Джорджи Мелони отличаются семантической и эмоциональной однородностью, что свидетельствует о разделении общественных мнений на две явные группы. Центральной идеей, выражаемой противниками «Братьев Италии», является сходство программы партии с ультраправыми взглядами, критикуемыми в сообществе ЕС. О корректности поддерживающих или критических взглядов можно будет судить на основании исследования конкретных политико-правовых мер, реализуемых Джорджей Мелони в качестве премьер-министра.

Выявленные результаты свидетельствуют о наличии масштабного ценностного раскола, начиная с уровня общества Италии, переходя на уровень сообществ в рамках ЕС. Так, в дискурсе семейной политики обозначены противоположные позиции. Блок сторонников политической стратегии Джорджи Мелони характеризуется близостью к «традиционным» консервативным ценностям – при описании которых в рамках политических аргументов используются отсылки к значимости института семьи, а также «храбрости», «смелости» и «искренности» политических высказываний, озвучиваемых в поддержку этого института. Блок противников («сдержанных» обозревателей) политического курса «Братьев Италии» указывает на архаичность «традиционных» идеалов, опасность нивелирования положения женщины в результате их возрождения. Эмоциональность аргументов, используемых в политической борьбе в части обсуждения семейной политики, указывает на остроту исследовательских вопросов, возникающих в связи с практическими шагами и последствиями осуществления «новой» итальянской политики.

Источники

- Бажан Е.И. (2015). Интент-анализ инаугурационных речей С. Берлускони и М. Ренци перед сенатом Италии // *Обозреватель*. № 12 (311). С. 74-83.
- Дускаева Л.Р. (2013). Стилистический интент-анализ как вектор изучения речевых разновидностей // *Медиалингвистика*. Т. 1. С. 81-91.
- Корней А.О., Крючкова Е.Н. (2018). Проблемы эффективности сентимент-анализа русскоязычных текстов в социальных сетях // *Высокопроизводительные вычислительные системы и технологии*. №2 (2). С. 87-92.

Майорова Е.В. (2020). О сентимент-анализе и перспективах его применения // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал. № 4. С. 78-86.

Маликова А.В. (2020). Невербальные маркеры эмоций для сентимент-анализа русскоязычных интернет-текстов // Вестник северного (Арктического) федерального университета. Серия: гуманитарные и социальные науки. № 4. С. 97-107.

Минюрова С.А., Минюров Е.С. (2013). Интент-анализ: подходы к исследованию // Психолингвистические аспекты изучения речевой деятельности. № 11. С. 201-216.

Перфильев С.С., Ключарев П.Г. (2017). Построение системы сентимент-анализа сообщений в социальных сетях // Безопасные информационные технологии: сб. трудов VIII всероссийской научно-технической конференции / под. ред. М.А. Басараба. М.: МГТУ им. Н.Э. Баумана. С. 319-323. (Selected Papers of the VIII All-Russian Scientific and Technical Conference on Secure Information Technologies (BIT 2017), Moscow, Russia, December 6-7, 2017)

Посевкин Р.В., Бессмертный И.А. (2015). Применение сентимент-анализа текстов для оценки общественного мнения // Научно-технический вестник информационных технологий, механики и оптики. Том 15. № 1. С. 169-171.

Романова Т.В. (2007). Интент-анализ политического дискурса // Язык. Текст. Дискурс. № 5. С. 177-189.

Скрябина Н.В. (2019). Сентимент-анализ для определения тональности и классификации текстов // Системы управления и информационные технологии. № 4 (78). С. 90-94.

Скрягин И.С. (2021). Методы сентимент-анализа текстов // Инновации. Наука. Образование. № 36. С. 1616-1623.

Юрганов А.А. (2017). Сентимент-анализ как инструмент исследования текстов // Проблемы современной науки и образования. № 29 (111). С. 39-41.

Токарев А.А. (2018). Дискурс украинских элит в отношении территории и населения Донбасса 2009-2018 гг.: анализ национального сегмента Facebook* // Вестник МГИМО-Университета. №6 (63). С. 194-211.

■ ■ ■ Discourse on family values in public policy (content-analysis of the statements of Giorgia Meloni)

Bikkinina D.D.

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO – University), Moscow, Russia.

Abstract. The paper represents a content analysis of statements by the Chairman of the Council of Ministers of Italy, Giorgia Meloni, about family and family values. Interest in this topic is conditioned by the growing opposition of arguments manifested in the political field, expressed by opponents and supporters of G. Meloni and the Brothers of Italy party. The conceptual reflection of the idea of a "traditional" family in the these public statements conflicts with the European left-liberal ideal of gender neutrality. Within the analysis the author study the semantics of: (1) Giorgia Meloni's political statements regarding family values; (2) assessments of Giorgia Meloni's political rhetoric in the media and in the modern political discourse of the European Union. The study is based on publicly available media materials. Methods used: content and sentiment analysis. The results of the study have shown a large-scale value split starting from the level of Italian society up to the level of communities within the EU. Thus, in the discourse of family policy, opposing positions are indicated. The emotionality of the arguments used in the political struggle regarding the discussion of family

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

policy indicates the urgency of the research questions arising in connection with the practical steps and consequences of the implementation of the “new” Italian policy.

Keywords: discourse analysis, family values, political rhetoric, Giorgia Meloni, sentiment analysis, content analysis

For citation: Bikkinina D.D. (2023). Discourse on family values in public policy (content-analysis of the statements of Giorgia Meloni). *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. P. 171-182. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-171-182.

Inf. about the author: Bikkinina Jamilya Damirovna – applicant for the Department of Sociology at MGIMO – University; specialist in educational work, Reaviz University. Address: 119454, Russia, Moscow, Vernadsky av., 76. E-mail: kamilova_93@mail.ru. ORCID: 0000-0001-7540-2408.

Received: 30.09.2023. *Accepted:* 10.11.2023.

References

- Bazhan E.I. (2015). Intent analysis of the inaugural speeches of S. Berlusconi and M. Renzi before the Italian Senate. *Observer*. No. 12 (311). P. 74-83 (in Rus.).
- Duskaeva L.R. (2013). Stylistic intent analysis as a vector for studying speech varieties. *Medialinguistics*. Vol. 1. P. 81-91 (in Rus.).
- Korney A.O., Kryuchkova E.N. (2018). Problems of the effectiveness of sentiment analysis of Russian-language texts in social networks. *High-performance computing systems and technologies*. No. 2 (2). P. 87-92 (in Rus.).
- Mayorova E.V. (2020). On sentiment analysis and prospects for its application. *Social Sciences and Humanities. Domestic and foreign literature. Series 6: Linguistics*. No. 4. P. 78-86 (in Rus.).
- Malikova A.V. (2020). Nonverbal markers of emotions for sentiment analysis of Russian-language Internet texts. *Bulletin of the Northern (Arctic) Federal University. Series: humanities and social sciences*. No. 4. P. 97-107 (in Rus.).
- Minyurova S.A., Minyurov E.S. (2013). Intent analysis: approaches to research. *Psycholinguistic aspects of speech activity studying*. No. 11. P. 201-216 (in Rus.).
- Perfilyev S.S., Klyucharev P.G. (2017). Construction of a system for sentiment analysis of messages in social networks. In: Safe information technologies: Selected Papers of the VIII All-Russian Scientific and Technical Conference on Secure Information Technologies, December 6-7, 2017. M.: MGTU. P. 319-323 (in Rus.).
- Posevkin R.V., Bessmertny I.A. (2015). Application of sentiment analysis of texts to assess public opinion. *Scientific and technical bulletin of information technologies, mechanics and optics*. Vol. 15. No. 1. P. 169-171 (in Rus.).
- Romanova T.V. (2007). Intent analysis of political discourse. *Language. Text. Discourse*. No. 5. P. 177-189 (in Rus.).
- Skryabina N.V. (2019). Sentiment analysis for determining sentiment and classifying texts // Control systems and information technologies. No. 4 (78). P. 90-94 (in Rus.).
- Skryagin I.S. (2021). Methods of sentiment analysis of texts. *Innovations. Science. Education*. No. 36. P. 1616-1623 (in Rus.).
- Yurganov A.A. (2017). Sentiment analysis as a tool for studying texts. *Problems of modern science and education*. No. 29 (111). P. 39-41 (in Rus.).
- Tokarev A.A. (2018). Discourse of Ukrainian elites regarding the territory and population of Donbass 2009-2018: analysis of the national segment of Facebook*. *Bulletin of MGIMO University*. No. 6 (63). P. 194-211 (in Rus.).

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

■ ■ ■ Манипулятивные приемы в формировании медиаповестки на примере телеканала Euronews

Хубежова З.А.

Научно-исследовательский центр «Аэроскрипт», Санкт-Петербург, Российская Федерация.

Аннотация. Под влиянием современных геополитических процессов СМИ все чаще прибегают к манипулятивным техникам и приемам. В статье рассматривается информационная деятельность телеканала Euronews и роль канала в формировании политической повестки дня. Актуальность исследования обусловлена ростом информационного противостояния между европейскими странами и Россией в свете кризиса на Украине 2022-2023 гг. Целью исследования является выявление методов формирования контента и управления информационным потоком. Автором проводится контент-анализ материалов официального англоязычного сайта Euronews с точки зрения феномена линейной коммуникации «источник – канал коммуникации – реципиент». Изучены подходы к оформлению новостной повестки телеканала Euronews, выделены применяемые виды манипулятивного воздействия на аудиторию. Исследование показало, что (а) контент телеканала Euronews формируется по принципу фильтрации информационного потока и трансляции выборочной информации; (б) наиболее часто используемые ключевые сообщения включают в себя эксплуатацию запугивающих тем, шок-контент и несимметричную аргументацию.

Ключевые слова: массовая коммуникация, манипулятивное воздействие СМИ, медиаповестка, политическая повестка дня, Euronews

Для цитирования: Хубежова З.А. Манипулятивные приемы в формировании медиаповестки на примере телеканала Euronews // Коммуникология. 2023. Том 11. № 4. С. 183-192. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-183-192.

Сведения об авторе: Хубежова Зарина Арсеновна – заместитель генерального директора по связям с общественностью НИЦ «Аэроскрипт»; аспирант Института государственной службы и управления РАНХиГС. Адрес: 199106, Россия, г. Санкт-Петербург, Большой проспект В.О., 80. E-mail: z.khubezhty@gmail.com.

Статья поступила в редакцию: 21.08.2023. *Принята к печати:* 01.12.2023.

Введение. Влияние СМИ на аудиторию является предметом изучения различных дисциплин, включая социологию, психологию, политологию, коммуникологию, исследование средств массовой информации и других. Исследование непосредственно массовых информационных процессов берет свое начало с изучения ориентации прессы на различные социальные структуры. В начале XX века в журналистике был обоснован метод анализа СМИ, а также определены этические требования, предъявляемые к журналисту. В дальнейшем сформировалась так называемая «западная школа» массовых коммуникаций, основным

направлением которой было изучение не столько содержания журналистских текстов, сколько эффектов от их распространения.

В англосаксонской традиции политическая жизнь неотрывно связана с общественной дискуссией, разворачиваемой в прессе. Г. Лассуэлл рассматривал эффекты СМИ с позиции линейной цепочки передачи информации от источника реципиенту по специальным каналам [Lasswell: 37]. Торонтская школа массовой коммуникации предполагала, что каналы коммуникации неотрывны от контента. Контент-анализ стал главным методом изучения СМИ. Получая сведения о медиаэффектах, исследователи смогли оценивать роль прессы в социально-политической сфере общества. Д. Маккуэйл выделил различные роли прессы в зависимости от политического уклада государства [McQuail]. Медиа, согласно данной теории, являются: (а) агентами авторитарного воздействия, (б) объектами рынка, (в) инструментом формирования представлений. В первом случае деятельность СМИ ограничивается пропагандой и идеологией и основывается на манипулятивных техниках воздействия на массовое сознание. СМИ, выступающие в роли объекта рынка, нацеливаются на коммерциализацию поведения аудитории и формирование потребительских предпочтений. Такой экономический подход воплощается в рекламе и не требует строгой объективности, как это бывает в случае с журналистскими текстами. В третьем случае, согласно теории Торонтской школы, пресса – медиатор общественной дискуссии, выстраивает связи между различными социальными группами и институтами [Косьяков, Универсальук].

По мере накопления знаний о массовой коммуникации ученые все больше отмечали влияние СМИ на массовое сознание аудитории. Идеи западной школы массовой коммуникации продолжили свое развитие в «модели пропаганды» Н. Хомски и Э. Герман [Herman, Chomsky 1988; 2008]. Они рассматривают эффекты медиа на предмет искажения предоставляемой информации. Перекос в содержании журналистских материалов связывается с прямым или опосредованным воздействием на прессу «агентов власти». В частности, выборочное освещение событий «враждебных» стран, как правило, сопровождается политическим дискурсом государства [Herman, Chomsky 2008: 252]. На это, в частности, обращает внимание М.М. Назаров в рукописи «Производство согласия: объяснительная модель функционирования медиа» [Назаров: 8-9].

И.М. Дзялошинский указывает на глубокий и безальтернативный характер воздействия пропагандистских технологий в медиа на реципиента, в отличие от более гибких инструментов формирования мнения посредством PR-инструментария и зачастую также агрессивных, но подразумевающих альтернативность, способов популяризации товаров и услуг с помощью рекламы. По Дзялошинскому, СМИ прибегают к манипулятивным технологиям на уровне контента в виде пугающих тем, сообщений, и на уровне конструирования повестки дня в формате фильтрации информационного потока и селективного подбора информации [Дзялошинский: 12-16].

И.В. Кирия и А.А. Новикова подчеркивают три жанра коммуникации в изучении масс-медиа: (а) аргументативный; (б) экспрессивный; (в) информативный. Аргументативный присущ перформативному дискурсу политической коммуникации. Он вызывает к эмоциям и используется для провокации аудитории, формирования идей в массовом сознании. Констатирующие виды дискурса нацелены на формирование моделей мира и включают в себя экспрессивный и информационный жанры коммуникации. Первый, как правило, применяется в литературе, а второй – в журналистике. Информационный жанр коммуникации в ожиданиях реципиента предполагает «контракт объективности» [Кирия, Новикова: 24-25].

В статье исследуется медиаконтент телеканал Euronews – конвергентного СМИ Европейского союза – с точки зрения формирования информационной картины в свете кризиса на Украине 2022-2023гг. Euronews является актором, освещающим важнейшие политические, экономические и социальные события в мире, в связи с чем вызывает интерес при изучении процесса формирования информационной повестки.

Автором ставится задача провести контент-анализ, изучить и выделить основные принципы, используемые для формирования новостной повестки и дискурса Euronews.

Эмпирический материал и методы исследования. Исследование проведено посредством выборочного мониторинга контента официального англоязычного сайта Euronews методом стратифицированной выборки в период с 1 июня по 31 августа 2023 года. Объем выборки – 748 публикаций на сайте телеканала, включая текстовые материалы, фото- и видеорепортажи. Расслоение произведено в три этапа:

через строку поиска отсортированы материалы с тегом «Ukraine»;

далее были выявлены рубрики, в которых размещены материалы о военных действиях на Украине, и присущие данной предметной сфере жанры коммуникации;

выделены категории спикеров, выступающих в эфире, оценена роль журналиста по принципу участия в материале (информатор, просветитель).

Массив данных представлен ниже в таблице 1.

Результаты исследования. Кризис на Украине 2022 – 2023 гг. стал важнейшим инфоповодом в информационной повестке Euronews: выделены специальные рубрики, текстовые, фото- и видеоматериалы имеют маркировку хештегом Ukraine. События, связанные с конфликтом, освещаются в каждом выпуске новостей ежечасно. За указанный период выпущено 748 публикаций, размещенных в рубриках: *Ukraine War*; *World*; *Euronews Debate*; *Euronews Witness*; *European Debates*; *No Comment*.

По характеру коммуникации контент распределен следующим образом: в 14% материалов использован присущий журналистике констатирующий информаци-

онный жанр коммуникации; 42,5% материалов изготовлены в констатирующем экспрессивном жанре, который выделяется обилием выразительных приемов, что характерно для литературы и публицистики; в 43% материалов используется аргументативный жанр коммуникации, чертами которой обладает политический дискурс.

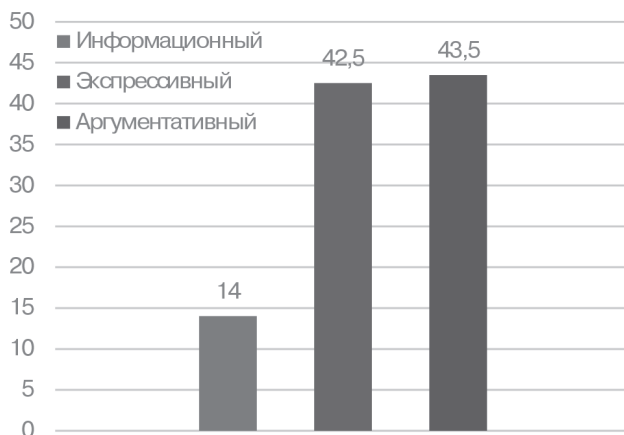


Рисунок 1. Распределение материалов по характеру коммуникации / Distribution of materials by categories (informative; expressive; argumentative)

Наиболее частые приемы, к которым прибегает Euronews, включают в себя несимметричную аргументацию (селективный подбор информации), шок-контент, популистские заявления. В 71% материалов журналист выступает в роли просветителя, активно высказывает собственную позицию, в 29% материалов журналист выполняет функции информатора, передавая информацию без собственных комментариев.

В качестве спикеров к выступлениям на Euronews допущены власти Украины, чиновники и политическая элита ЕС, США, Великобритании, жители Украины, беженцы, правозащитники, военные эксперты. Исключены из выступающих спикеры из России и русскоговорящие украинцы.

Исследование показало, что (а) контент телеканала Euronews формируется по принципу фильтрации информационного потока и трансляции выборочной информации; (б) наиболее часто используемые ключевые сообщения включают в себя эксплуатацию запугивающих тем, шок-контент и несимметричную аргументацию.

Обсуждение. Информационный телеканал Euronews – конвергентное СМИ, использующее все имеющиеся на сегодняшний день аудиовизуальные средства воздействия на аудитории. Согласно уставу, Euronews создан для продвижения европейских ценностей. Официально телеканал позиционирует себя как независимое СМИ с плюрализмом мнений, заявляя слоган *All Views Matter*. Однако при

Таблица 1. Характеристики контента Euronews / Characteristics of Euronews Content

Жанр журналистики	Приемы	Характер коммуникации	Спикеры	Роль журналиста
Мировые новости	Несимметричная аргументация	Информационный	– Выступление: украинцы (местные жители, беженцы); чиновники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины – Упоминание: Президент РФ и высшие должностные лица России	Информатор
Репортаж	Несимметричная аргументация; Шок-контент	Экспрессивный	– Выступление: украинцы (местные жители, беженцы); правозащитники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины	Просветитель
Лайф (рубрика No comment)	Шок-контент	Экспрессивный	– Выступление: жители Украины	Информатор
Аналитический сюжет	Несимметричная аргументация	Аргументативный	– Выступление: украинцы (местные жители, беженцы); чиновники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины; военные эксперты ЕС – Упоминание: президент и высшие должностные лица России	Просветитель
Интервью	Популизм	Аргументативный	– Выступление: президент Украины; чиновники, правозащитники ЕС, США, Украины	Просветитель
Обзор событий	Несимметричная аргументация	Информационный; Аргументативный	– Выступление: президент Украины; чиновники ЕС, США, Украины; представители вооруженных сил Украины	Просветитель
Ток-шоу	Популизм	Аргументативный	– Выступление: чиновники, политики, правозащитники ЕС	Просветитель

детальном рассмотрении контента становится очевидным, что в эфир Euronews попадают лишь те спикеры, которые транслируют единую позицию, созвучную общей информационной политике ЕС. Оппозиционное мнение не представляется, нет спикеров, озвучивающих альтернативное мнение. В частности, в условиях украинского кризиса 2022 – 2023 гг. Euronews критикует российскую сторону и не допускает в качестве спикеров россиян и русскоговорящих украинцев.

СМИ играют решающую роль в формировании общественного мнения и определении того, как люди понимают окружающий мир. СМИ выступают в качестве основного источника информации для значительной части населения и могут оказывать глубокое влияние на мнения и убеждения своей аудитории.

СМИ работают в сложной экосистеме, в которую входят не только журналисты и медиаорганизации, но и государственные регулирующие органы, рекламодатели и заинтересованные группы. Эти различные акторы взаимодействуют таким образом, что показывают то, как средства массовой информации освещают события и проблемы, и на роль СМИ в формировании общественного мнения может влиять баланс сил между этими субъектами.

Манипулирование общественным мнением относится к преднамеренным и систематическим попыткам повлиять на убеждения, взгляды, ценности и поведение большой группы людей. Это может быть достигнуто с помощью различных средств, включая средства массовой информации, пропаганду, рекламу, политические кампании и другие формы коммуникации [Головацкая]. Цель манипулирования общественным мнением состоит в том, чтобы контролировать и формировать общественное восприятие и отношение таким образом, чтобы поддерживать определенную повестку дня, идеологию или группу интересов.

Такие действия могут иметь серьезные последствия для индивидуальной автономии, демократического правления и социальной стабильности. Например, привести к подавлению инакомыслия, распространению дезинформации и укреплению ошибочных стереотипов и предубеждений.

Необходимо отметить, что за последние четыре года, по данным ежегодных отчетов, рейтинг доверия¹ к Euronews упал с 81% в 2019 году до 68,1% в 2023 году.

Euronews сосредотачивает внимание на определенных аспектах события или представляет его определенным образом, чтобы подчеркнуть специфические темы. Это приводит к созданию доминирующего повествования, которое формирует общественное мнение по конфликту на Украине. В ходе освещения военной операции, Euronews заглушает русскоязычные реплики, попадающие в кадр, пытаясь создать иллюзию, что население говорит только на украинском языке.

Как уже было отмечено, основной принцип манипулятивного воздействия на аудиторию Euronews – одностороннее освещение в новостях. Это может включать

¹ EURONEWS 2020 Transparency Report // EURONEWS.COM, 01.01.2021 [эл. ресурс]: <https://static.euronews.com/website/pdf/euronews-transparency-report-2020.pdf> (дата обращения: 28.10.2023).

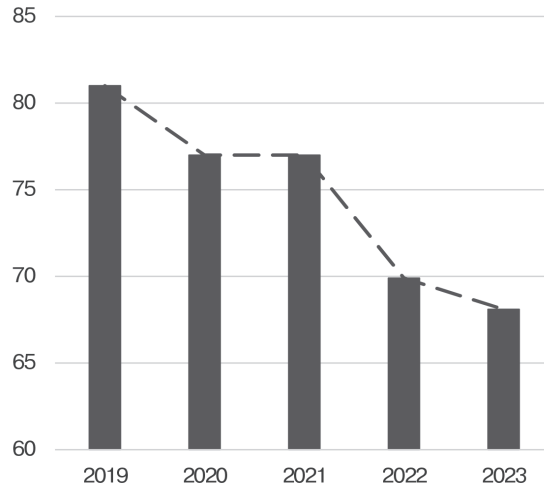


Рисунок 2. Динамика падения уровня доверия к контенту Euronews (% , 2019 – 2023) / Dynamics of falling levels of trust in Euronews content (% , 2019 – 2023)

выборочное представление информации, неправильное цитирование источников или представление информации вне контекста [Калякина].

Манипулятивное воздействие осуществляется различными способами, такими как селективность тем новостей, источников, использование языка и визуальных образов. Euronews четко отбирает, какие новости освещать, а какие нет. Телеканал уделяет большое внимание экспрессивным приемам в рубрике No Comment, где, как правило, демонстрируется шок-контент (сцены с окровавленными или убитыми людьми, звуки взрывов), тем самым создавая у смотрящих и слушающих ощущение срочности или паники.

Заключение. Место СМИ в формировании общественного мнения всегда было важным и противоречивым вопросом. Растущая глобализация и развитие цифровых медиа только усилили способность медиа влиять на общественное восприятие и отношение к тем или иным событиям. В этом контексте особую актуальность приобретает вопросы манипулирования массовой информацией. Под манипулированием понимается преднамеренная попытка повлиять на мнения, убеждения и отношения населения путем предоставления ложной или вводящей в заблуждение информации, выборочного представления фактов или использования эмоциональных призывов. Смыслы, используемые для описания событий и проблем, могут оказывать значительное влияние на реципиентов.

Функция журналиста на протяжении долгого времени претерпевала метаморфозы от просветителя к информатору. Однако в последние десятилетия в мире

наблюдается обратный процесс: журналистское «я» все больше вовлекается в тексты, автор излагает в материалах собственные доводы. В управлении медиадеятельностью значительную роль играет редакция, которая отбирает информацию и задает тон содержанию материалов. Прибегая к использованию экспрессивных средств, вызывающих сильные эмоции, пресса может апеллировать к чувствам людей, а не к их разуму. Сегрегация информационных потоков, в свою очередь, создает ограниченное видение и восприятие мира реципиентами. Медиакартинка функционирует таким образом, что объективная действительность, окружающая нас в физическом мире, замещается реальностью единственно возможного, безальтернативного медиадискурса.

Манипулятивные принципы влияния СМИ на аудиторию широки, в мире существует множество научных школ, изучающих данную предметную сферу. В процессе эволюции массмедиа воздействие прессы на аудиторию требует непрерывного переосмысления и актуализации. Быстрый рост цифровых медиа резко увеличил охват СМИ, а платформы социальных сетей создали новые возможности для медиаорганизаций, чтобы напрямую взаимодействовать со своей аудиторией. Средства массовой информации могут использовать эту непосредственную связь со своей аудиторией для формирования общественного мнения, представляя информацию, мнения и рассказы таким образом, чтобы они находили отклик у людей и влияли на их убеждения и отношение к событиям. В некоторых случаях СМИ способны играть положительную роль в информировании и формировании общественной дискуссии, но пресса также может использоваться третьими силами для манипулирования общественным мнением и контроля над ним в конкретных целях. В связи с этим важно, чтобы общественность была критична и проницательна при потреблении новостей и искала альтернативные источники информации.

Источники

Головацкая О.Е. (2023). Методологические подходы к изучению искаженной информации // Коммуникология. Том 11. № 1. С 15-30. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-1-15-30. EDN: HRJQCO.

Дзялошинский И.М. (2006). Манипулятивные технологии в СМИ: Учебно-методическое пособие. М.: Гуманитарный институт.

Калякина М.В. (2022). Фейк-ньюс как инструмент формирования альтернативной новостной реальности // Гуманитарные технологии в современном мире: сборник статей X Международной научно-практической конференции, посвященной памяти доктора педагогических наук, главного редактора научного журнала «Современная коммуникативистика», профессора Оскара Яковлевича Гойхмана. Калининград. EDN: JSKKXH.

Косяков В.А., Универсальук Е.А. (2019). Реферативный обзор книги Д. МакКуэйла «теория массовой коммуникации» (1 часть) // Вопросы теории и практики журналистики. № 3. С. 524-534. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).524-534.

Назаров М.М. (2022). Производство согласия: объяснительная модель функционирования медиа // Наука. Культура. Общество. № 4. С. 8-21. DOI: 10.19181/nko.2022.28.4.1. EDN: YFBBLI.

Новикова А.А., Кирия И.В. (2017). История и теория медиа. Учебник для вузов. Издательский дом Высшей школы экономики.

Самсонова Е.А. (2020). Новые медиа – новая картина мира (к постановке вопроса о социально-сетевой картине мира) // Меди@льманах. № 4 (99). С. 18-24. DOI: 10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824.

Herman E., Chomsky N. (1998/2008). Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. London: Bodley; NY: Pantheon Books.

Lasswell H. (1948). The structure and function of communication in society. In: The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers.

McQuail D. (1983/2010). Mass Communication Theory, 6th ed. London: Sage.

■ ■ ■ Manipulative techniques in shaping the political agenda (on the example of Euronews channel)

Khubezhova Z.A.

Aeroscript Research Center, St. Petersburg, Russian Federation.

Abstract. Under the influence of modern geopolitical processes the media are increasingly resorting to manipulative techniques and techniques. The article examines the information activities of the Euronews channel and the its role in shaping the political agenda. The relevance of the study is determined by the growing media confrontation between European countries and Russia in light of the crisis in Ukraine in 2022 – 2023. The purpose of the study is to identify methods for generating content and managing information flow. The study is based on the content analysis of the materials retrieved from the official Euronews website (in English) from the point of view of the phenomenon of linear communication “source – communication channel – recipient”. The author shows the general approaches to the design of the news agenda of the Euronews and the types of manipulative influence on the audience used in the materials. The study showed that (a) the content is formed on the principle of filtering the information flow and broadcasting selective information; (b) the most commonly used key messages include exploitation of intimidating themes, shock content and asymmetrical argumentation.

Keywords: mass communication, mass media, manipulative influence of the media, media agenda, political agenda, Euronews

For citation: Khubezhova Z.A. (2023). Manipulative techniques in shaping the political agenda (on the example of Euronews channel). *Communicology (Russia)*. Vol. 11. No. 4. С. 183-192. DOI 10.21453/2311-3065-2023-11-4-183-192.

Inf. about the author: Zarina Arsenovna Khubezhova – deputy CEO for Public Relations at the Aeroscript Research Center; postgraduate student at the Institute of Public Service and Management, RANEPA. Address: 199106, Russia, St. Petersburg, Bolshoi Prospekt Vasilyevsky Ostrov, 80. E-mail: z.khubezhovy@gmail.com.

Received: 21.08.2023. *Accepted:* 01.12.2023.

References

- Dzyaloshinsky I.M. (2006). Manipulative technologies in the media. M.: Humanitarian Institute (in Rus.).
- Golovatskaya O.E. (2023). Methodological approaches to the study of distorted information. *Communicology*. Vol. 11. No. 1. P 15-30. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-1-15-30. EDN: HRJQCO (in Rus.).
- Herman E., Chomsky N. (1998/2008). Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media. London: Bodley; NY: Pantheon Books.
- Kalyakina M.V. (2022). Fake news as a tool for the formation of an alternative news reality. In: Humanitarian technologies in the modern world: collection papers of the 10th International Scientific and Practical Conference dedicated to the memory of Oscar Goikhman. Kaliningrad. EDN: JSKXKH (in Rus.).
- Kosyakov V.A., Universalyuk E.A. (2019). Abstract review of D. McQuail's "Mass Communication Theory" (Part 1). *Questions of the theory and practice of journalism*. No. 3. P. 524-534 DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).524-534 (in Rus.).
- Lasswell H. (1948). The structure and function of communication in society. In: The Communication of Ideas. N.Y.: Harper and Brothers.
- McQuail D. (1983/2010). Mass Communication Theory, 6th ed. London: Sage.
- Nazarov M.M. (2022). Manufacturing consent: an explanatory model of media functioning. *Science. Culture. Society*. No. 4. P. 8-21. DOI: 10.19181/nko.2022.28.4.1. EDN: YFBBLI (in Rus.).
- Novikova A.A., Kiriya I.V. (2017). History and theory of media. Textbook for universities. Publishing house of the Higher School of Economics (in Rus.).
- Samsonova E.A. (2020). New media – a new picture of the world (to raise the question of the social network picture of the world). *Medi@lmanakh*. No. 4 (99). P. 18-24. DOI: 10.30547/mediaalmanah.4.2020.1824 (in Rus.).

Международная академия коммуникологии

Коммуникология. Том 11. № 4. 2023. Communicology (Russia). Vol. 11. No 4. 2023.

Ссылку на опубликованные в журнале статьи оформлять следующим образом:

a) на русском языке, например:

Шарков Ф.И., Киреева О.Ф. (2013) Коммуникационный консалтинг гендерных отношений в деловом мире // Коммуникология. Том 3. № 6. С. 25-36.

b) References in English (example):

Sharkov, F.I., Kireeva O.F. (2013) Communication consulting of Gender relations in the business world. *Communicology (Russia)*. Vol. 3. No. 6. P. 25-36.

Никакая часть данной публикации не может быть воспроизведена или распространена в любой форме или любыми средствами, или храниться в базе данных или информационно-поисковой системе без предварительного письменного согласия редакции журнала «Коммуникология», в том числе, но не ограничиваясь, в любой сети или других электронных носителях или при передаче данных, или трансляции для дистанционного обучения. Позиция авторов представленных в номере статей не всегда совпадает с позицией издателей журнала.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, or stored in a database or retrieval system without the prior written consent of the Editorial Board of the journal "Communicology", including, but not limited to, in any network or other electronic media or transmission, or broadcast for distance learning. The position of the authors represented in the journal does not always coincide with the position of the publishers of the journal.

Зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77-54393 от 10.06.2013 г.

Зарегистрирован Международным центром стандартной нумерации сериальных изданий (International Standard Serial Numbering – ISSN) с присвоением международного стандартного номера ISSN 2311-3065 (print), ISSN 2311-3332 (online).

Включён в базы данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ),

Всероссийского института научной и технической информации

Российской академии наук (ВИНИТИ РАН), EBSCO,

Ulrich's International Periodical Directory (UlrichsWeb),

научной электронной библиотекой "КиберЛенинка", ICI Journals Master List (Copernicus).

Редакция:

119606, г. Москва, просп. Вернадского, 84

Телефоны: +7 (499) 956-05-01, +7 (499) 956-07-01

E-mail: sharkov_felix@mail.ru

Сайт журнала в Интернете: <http://www.communicology.ru>

Издатель: Ассоциация специалистов в сфере коммуникаций и информационно-аналитической деятельности «Международная академия коммуникологии»

Индекс журнала в каталоге агентства «Роспечать» – 62195

Тираж 500 экз. Цена свободная.

Подписано в печать 28.12.2023 г. Формат 70х100/16

Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 15,68. Заказ № 195473

Отпечатано: Акционерное общество

«Т8 Издательские Технологии»

109316, Москва, Волгоградский проспект, дом 42, корпус 5

Тел.: 8 (499) 322-38-30