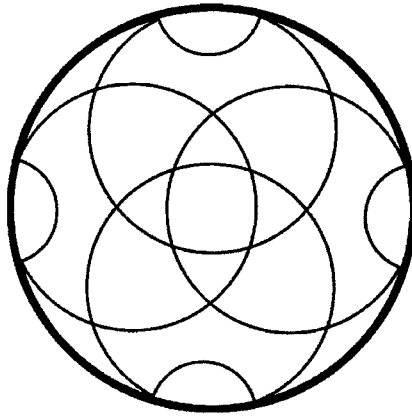

ISSN 2311-3065 (print)
ISSN 2311-3332 (online)



КОММУНИКОЛОГИЯ

COMMUNICOLOGY (RUSSIA)

Том 13 № 3 2025
Vol. 13 No 3 2025



КОММУНИКОЛОГИЯ

Международный научный журнал

DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3

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 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 13. № 3, июль – сентябрь 2025 г.

Издаётся 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 библиотекосведения 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.

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.

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

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 РАЕН, 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 РАЕН, 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.

COMMUNICOLOGY
International Scientific Journal

DOI 10/21453|2311-3065-2025-13-3
ISSN 2311-3065 (print)
ISSN 2311-3332 (online)

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); 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. Mediacommunications 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 13. No. 3. July – September 2025
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.

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.

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

■ Медиакоммуникации и журналистика (политические науки)

Арканникова М.С.

Конструирование музейного дискурса в современной России:
политико-правовое измерение13

Кириллина Н.В.

Политика двойников: проекции реального в современных медиа32

■ Медиакоммуникации и журналистика (социологические науки)

Назаров М.М., Юркин Д.Н.

Структура российского медиапотребления: результаты
типологического анализа43

Поляков А.К., Чирков И.М., Веремеева П.В.

Россия и БРИКС+ в медиадискурсе Турции и Объединенных
Арабских Эмиратов.61

■ Социальная структура, социальные институты и процессы

Киреева О.Ф.

Профессиональная социализация молодежи: отражение в медиа77

Куманцов А.А.

Трансформация классической модели социально-управленческих
взаимодействий под влиянием ИИ: коммуникативный аспект87

■ Политические институты, процессы, технологии

Толганбаева Г.А.

Проблемы коммуникации государства и научного сообщества
при переходе к устойчивому развитию (на примере
Республики Казахстан) 101

Галицкая Д.В.

Цифровая трансформация коммуникации в академической среде:
опыт студентов немецких вузов 116

Зинченко Я.Г., Змияк С.С., Понамарёв А.Б., Понеделков А.В.

Прогнозы развития региональных рынков труда
в нарративах специалистов центров занятости населения Ростовской
области и воссоединенных территорий Российской Федерации 130

■ Социология культуры

Индрикова А.А.

Культурная эволюция как коммуникативная модель
конвергентного знания 142

Удалова Е.С.

Репрезентация образов учёных и изобретателей в детской
мультипликации: социокультурный аспект 155

Киреева О.Ф., Квернадзе Э.Т.

Медиатизация политического пространства: проблемы
инклюзивности новых медиа 168

■ ■ ■ CONTENTS

■ Media Communications and Journalism (political studies)

Arkannikova M.S.

Shaping museum discourse in Russia: political-legal perspective29

Kirillina N.V.

The policy of twins: projections of the real in modern media39

■ Media Communications and Journalism (sociology)

Nazarov M.M., Yurkin D.N.

The structure of media consumption in Russia: results
of typological analysis.59

Polyakov A.K., Chirkov I.M., Veremeeva P.V.

Russia and BRICS+ in the media discourse of Turkey and the
United Arab Emirates73

■ Social Structure, Social Institutions and Processes

Kireeva O.F.

Professional socialization of youth: reflection in mass media85

Kumantsov A.A.

AI-Driven transformation of traditional socio-managerial interactions:
communicative aspect97

■ Political Institutions, Processes and Technologies

Tolganbaeva G.A.

Problems of state – science communication in transition
to sustainable development (on the example of the Republic
of Kazakhstan) 113

Galitskaia D.V.

Digital transformation of communication in academic environment:
the experience of students at German universities. 127

Zinchenko Ya.G., Zmiyak S.S., Ponamarev A.B., Ponedelkov A.V.

Forecasts of regional labor markets development in the narratives
of specialists of employment centers of the Rostov region
and the reunified territories of the Russian Federation 138

■ Sociology of Culture

Indrikova A.A.

Cultural evolution as a communicative model of convergent knowledge . . . 152

Udalova E.S.

Representation of images of scientists and inventors in animated
cartoons: socio-cultural aspect 165

Kireeva O.F., Kvernadze E.T.

Mediatization of the political space: problems of inclusivity
of new media 174

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (политические науки)

MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM (political studies)

■ ■ ■ Конструирование музейного дискурса в современной России: политико-правовое измерение

Арканникова М.С.

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

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению политико-правового аспекта современной музейной сферы России. Приведен обзор нормативно-правовой базы современной российской музейной сферы, конституирующей правила и порядок музейного дискурса. Автор показывает, как «принцип сочленения между рядом дискурсивных событий» (по М. Фуко), который реализуется в настоящее время в политико-правовой риторике России закладывает с одной стороны, новый дизайн национального музейного дискурса, с другой – обуславливает эффекты культурной политики во внутреннем и внешнеполитическом контуре политических коммуникаций государства. С учётом обозначенных контекстов, в статье определены такие эффекты политико-правового измерения музейного дискурса, как: (1) концептуализация и семантизация национальной безопасности; (2) воспроизводство культурного кода в целях суверенного партикуляризма; и (3) интеграция и коллаборация всех акторов культурной политики. В заключение автор отмечает, что существующий нормативно-правовой порядок музейного дискурса может в ближайшей перспективе императивно генерировать сеть дискурсивных измерений музейного дискурса на поле глобальной и национальной геополитики.

Ключевые слова: музейный дискурс, политические коммуникации, культурный суверенитет, национальная безопасность, правовой дискурс, критический дискурс-анализ

Для цитирования: Арканникова М.С. Конструирование музейного дискурса в современной России: политико-правовое измерение // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 13-31. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-13-31.

Сведения об авторе: Марина Сергеевна Арканникова – кандидат политических наук, доцент, директор Высшей школы медиакоммуникаций и связей с общественностью Гуманитарного института Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого, докторант Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета, член экспертного совета Комитета Государственной Думы Российской Федерации по молодежной политике. ORCID: 0000-0002-2490-8406. E-mail: arkann_ms@spbstu.ru. Адрес: 195251, Россия, Санкт-Петербург, Политехническая ул., 29/Б.

Статья поступила в редакцию: 17.08.2025. *Принята к печати:* 20.09.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. В повестке дня Российской Федерации до 2030 года¹ обозначены важнейшие гуманитарные, социальные и экономические приоритеты. Новые цели в области устойчивого развития, направленные на актуализацию политической истории и индустриального наследия страны, формирование новой экосистемы образовательной среды, ценностно-смысловой картины мира, способствующей становлению гражданской позиции, формированию и развитию опыта самоопределения, национальной идентичности – это ответ тем экзистенциальным угрозам суверенитету государства, которые переживает сегодня российское общество.

Автор подчёркивает, что динамика глобального политического процесса привела к конфликту цивилизаций, актуализировала вопросы суверенности и исторического самосознания нации, значимость динамики роли, места и функций музейных коммуникаций в структуре политических коммуникаций. В условиях современного геополитического противостояния музейному дискурсу отводится особая и важная роль в решении задач по формированию ценностного суверенитета страны. Автор полагает, что музейный дискурс обладает дискурсивной силой, выступает политическим игроком геополитической и национальной повестки [Гавра, Арканникова 2024; Арканникова 2024а]. Более того, без компоненты «музейный дискурс» система политических коммуникаций не замыкается, поскольку без национальной истории, её культурно-ценностного наследия нет содержательного наполнения политической коммуникации государства, нет субъектности политической власти, обладающей потенциалом легитимного господства [Вебер 1990; Истон 1965; Парсонс 1969; Almond 1965; Дойч 1993; Хантингтон 2016; Бурдые 1993, 2002].

Особую значимость проблематика исследования приобретает в условиях отсутствия категории «музейный дискурс» в научном поле.

Методология научного поиска

В рамках данной работы автор опирается на принцип методологического плюрализма в исследованиях [Фуко 2004; Хабермас 2001; Бурдые 1991, 1993, 2002; ван Дейк 2015; Бодрийяр 2000] на стыке постмодернистской репрезентации культуры, истории, власти, знания, языка, семиотики, лингвистики в контексте научных концептов структурализма и постструктурализма, критического дискурс-анализа. Наличие разнообразных подходов и школ к изучению теории дискурса обуславливает широту в методологической установке-гипотезе авторского осмысления музейного дискурса в логике того, что музейный «дискурс – особый способ репрезентации мира» [Йоргенсен, Филлипс 2008: 233]. Музейный дискурс как коммуникативно-когнитивный феномен социокультурного характера, как особая

¹ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/73986> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

форма герменевтической кодировки музейной сферы является дискурсом институциональным и обладает структурно-функциональным каркасом. Коммуникативная природа музейного дискурса реальна, ощутима и отражает процессы, происходящие в определённых структурах мозга человека (эмоции, мышление, память). Коммуникативную структуру музейного дискурса составляют связи и отношения между вербальными и невербальными дискурсивными практиками, дискурсивными событиями, означающими совокупность общих правил и условий производства конструирующих коммуникативные эффекты. В коммуникативной системе музейный дискурс конструируется в виде тем коммуникаций, а сама система репрезентирована коммуникативными вкладами её участников, языковыми выражениями – как устными, так и письменными, печатными или электронными, аудиальными и визуальными.

Автор разделяет логику Т.А. ван Дейка и рассматривает музейный дискурс как «сложный социокогнитивный процесс, включающий в себя, например, ментальные модели и другие когнитивные репрезентации, возникающие в сознании участников» [ван Дейк 2015: 23], которые могут включать «в себя специальную интонацию или визуальные и аудиальные особенности (цвет, шрифт, свойства изображения, музыка), синтаксические структуры (например, активный или пассивный залог), выбор лексики, семантику пресуппозиций или личные описания, риторические фигуры или аргументированные структуры, а также выбор определенных речевых актов, вежливых речевых оборотов, разговорных стратегий» [ван Дейк 2025: 22]. Согласно этому, музейная сфера – это дискурсивная формация, которая как статичная структурообразующая среда формирует систему норм / правил производства, является «законом сосуществования» [Фуко 2004: 226] высказываний в музейной сфере, определяемых «принципом сочленение между рядом дискурсивных событий» [Фуко 2004: 154], дискурсивной практикой и музейным дискурсом.

С точки зрения принципов развития музейного дискурса – «уровня событийного сцепления» (по М. Фуко) – его нельзя рассматривать ни как логическое последовательное коммуникативное явление, ни как линейную последовательность событий [Фуко 2004: 310-311], поскольку он не представляет собой «единообразную одновременную сеть: существуют связи, ответвления и деривации, которые нейтральны в отношении времени, но кроме них существуют и другие, которые предполагают строго определённое временное направление» [Фуко 2004: 306]. Подвижность и интенсивность музейного дискурса обусловлена спецификой такого «сцепления» в конкретных временных и пространственных границах, располагающего различными правилами, различными акторами коммуникативного взаимодействия, различной степенью чувствительности в рамках анализа накоплений исторического нарратива и музейного знания.

Под дискурсивным политико-правовым измерением музейного дискурса будем понимать «поле присутствия» и / или «поле сосуществований» [Фуко 2004: 124, 125], конкретное установление / определение / фиксирование текста,

в котором он существует в дискурсивной среде. В своём роде, это также «периоды высказываний» со всей их специфичностью [Фуко 2004: 277]. Дискурсивное политико-правовое измерение музейного дискурса рассматривается автором как конкретное пространство текста и экстралингвистического фона, стоящего за / над текстами, локализованное в пространстве и во времени, и отражающее динамический срез музейного дискурса. Согласно этому, анализ дискурсивной формации музейной сферы посредством конкретного дискурсивного измерения позволит описать и определить её специфическую форму, и в итоге охарактеризовать «ценность» высказываний музейного дискурса. Где ценность «не определяется их истинностью, не измеряется присутствием тайного содержания, но характеризует их место, их способность к циркуляции и обмену, и возможность их преобразования не только в экономике дискурсов, но вообще в управлении редкими ресурсами» [Фуко 2004: 232-233].

Таким образом, интегрированный в систему политических коммуникаций государства музейный дискурс представляет собой не только внутригосударственную силу, обладающую легитимным капиталом, но и дискурсивным ресурсом суверенного партикуляризма во внешнеполитическом противостоянии в условиях нового миропорядка. Значимость музейного дискурса как мягкого и одновременно мощного средства государственной защиты в условиях экзистенциальных угроз объясняется тем, что когнитивным ядром национальной памяти является система духовно-нравственных ценностей, интегрированных в процессе освоения культуры. Музейный дискурс предстаёт как функциональный субъект, неразрывно связанный со своей морфологией, носителями – социальными субъектами, профессиональным сообществом, государством. По мнению автора, онтология музейного дискурса связана с онтологией, которую он порождает, преобразуя предметную область политических коммуникаций государства в трёх пересекающихся и взаимодополняемых дискурсивных измерениях: отраслевом, национальном и геополитическом.

Данный методологический конструкт даёт возможность определить специфику функционирования нормативно-правового измерения музейного дискурса во фрагменте «национального» как особо важного компонента государственно-го суверенитета в условиях геополитических вызовов.

Результаты исследования и их обсуждение

Музейный дискурс как смысловой конструкт, обладающий дискурсивной силой деконструкции и декомпозиции идеологических концептов национально-цивилизационной идентичности, и шире, как важнейший ресурс развития нации, сегодня задан нормативно-правовым базисом государственной политики Российской Федерации в области культуры, образования и просвещения. Первое, и фундаментальное – это конституционная поправка 2020 года (ст. 44, 67.1, 68,

69, 71, 72, 75.1, 79,1)¹, которая явилась принципиальным конституционным обновлением принципов культурной политики, ставших коммуникативным ядром государственного суверенитета Российской Федерации.

Основополагающие нормативные акты, регулирующие различные аспекты государственной политики в области музейного дискурса, представлены в таблице 1.

Таблица 1. Нормативно-правовые основы музейного дискурса в современной России / Regulatory and legal foundations of museum discourse in modern Russia

№	Нормативный документ	Принципы правового регулирования музейной сферы
<i>Указы Президента Российской Федерации</i>		
1.	Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» ²	Утверждает стратегию национальной безопасности России, определяющую приоритетные направления развития страны в части укрепления культурного суверенитета, сохранения исторической правды, материального и нематериального культурного наследия русского народа, укрепления гражданского единства, общероссийской гражданской идентичности. Данные положения стратегии выступают пресуппозиционным каркасом музейного дискурса.
2.	Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» ³	Утверждает и определяет основы государственной политики по сохранению и укреплению традиционных духовно-нравственных ценностей, включающих основы национального единства, поддержку семьи, культуры и традиций народов России.

¹ Закон Российской Федерации о поправке к Конституции Российской Федерации от 14.03.2020 года №1-ФКЗ «О совершенствовании регулирования отдельных вопросов организации и функционирования публичной власти» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45280> (дата обращения: 19.09.2025 г.). Также отметим, что защита традиционных ценностей, культуры и исторической памяти как отдельный стратегический национальный приоритет (п. 93) соотносится с принятием мер по охране суверенитета государства (ч. 2, ст. 80 Конституция Российской Федерации), то есть обеспечение культурного суверенитета России закреплено конституционно, применяется в сфере охраны культуры и защиты традиционных ценностей и относится к полномочиям Президента Российской Федерации, органов исполнительной власти.

² Указ Президента Российской Федерации от 02.07.2021 г. № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47046> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

³ Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48502> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

Продолжение табл. 1

№	Нормативный документ	Принципы правового регулирования музейной сферы
3.	Указ Президента Российской Федерации от 25.01.2023 г. № 35 «О внесении изменений в Основы государственной культурной политики, утверждённые Указом Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808» ¹	Утверждает приоритет культурного и гуманитарного развития как основу экономического процветания, государственного суверенитета и цивилизационной самобытности страны, укрепления общероссийской гражданской идентичности, единства и сплоченности российского общества, повышения качества жизни в Российской Федерации. Указ трактует основы государственной культурной политики как обеспечение соблюдения конституционных прав граждан в сфере культуры, в том числе права на доступ к культурным ценностям, сохранение исторического и культурного наследия, а также достижение целей и выполнения задач в области обеспечения национальной безопасности и социально-экономического развития Российской Федерации. В Указе уточнено понятие «культурный суверенитет» как совокупность социально-культурных факторов, позволяющих народу и государству формировать свою идентичность, избегать социально-психологической и культурной зависимости от внешнего влияния, быть защищёнными от деструктивного идеологического и информационного воздействия, сохранять историческую память, придерживаться традиционных российских духовно-нравственных ценностей
4.	Указ Президента Российской Федерации от 08.05.2024 г. № 314 «Об утверждении Основ государственной политики Российской Федерации в области исторического просвещения» ²	Утверждает цели государственной политики в области исторического просвещения, которыми являются формирование общероссийской гражданской идентичности и укрепление общности Русского мира ³ на основе традиционных российских духовно-нравственных

¹ Указ Президента Российской Федерации от 25.01.2023 г. № 35 «О внесении изменений в Основы государственной культурной политики, утверждённые Указом Президента Российской Федерации от 24.12.2014 г. № 808» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/48855> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

² Указ Президента Российской Федерации от 08.05.2024 г. № 314 «Об утверждении Основ государственной политики Российской Федерации в области исторического просвещения» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50534> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

³ Впервые употребление понятия «Русский мир» в нормативно-правовой базе Российской Федерации.

Продолжение табл. 1

№	Нормативный документ	Принципы правового регулирования музейной сферы
		и культурно-исторических ценностей. Устанавливает принцип государственной политики – в понимании истории России, развивающейся по самобытному цивилизационному пути, как неотъемлемой части общемирового исторического процесса. Уточняет роль музеев, СМИ и СМК в историческом просвещении, обязывает закрепление статуса негосударственных музеев, малых исторических (отраслевых) музеев, музеев образовательных и научных организаций как важного компонента научно-практической базы исторического просвещения, оказание им государственной поддержки
5.	Указы Президента Российской Федерации от 28.02.2024 г. № 145 «О стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» ¹ и от 18.06.2024 г. № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоёмких технологий» ²	Конкретизируют позиции научного дискурса как метадискурса для музейного, устанавливают приоритетные направления научно-технологического развития, среди которых противодействие техногенным, социокультурным угрозам, деструктивному иностранному информационно-психологическому воздействию, а также киберугрозам и иным источникам опасности для общества и государства, укрепление национальной безопасности страны в условиях роста гибридных угроз, укрепление социокультурной идентичности российского общества и повышение уровня его образования. Также устанавливают перечень важнейших наукоёмких технологий, относя к критическим технологиям: технологии системного анализа и прогноза социально-экономического развития и безопасности Российской Федерации в формирующемся миропорядке; современный инструментарий исследования и укрепления цивилизационных основ и традиционных

¹ Указ Президента Российской Федерации от 28.02.2024 г. № 145 «О стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50358> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

² Указ Президента Российской Федерации от 18.06.2024 г. № 529 «Об утверждении приоритетных направлений научно-технологического развития и перечня важнейших наукоёмких технологий» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50755> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

Продолжение табл. 1

№	Нормативный документ	Принципы правового регулирования музейной сферы
		духовно-нравственных ценностей российского общества, включая историко-культурное наследие и языки народов Российской Федерации; социально-психологические технологии формирования и развития общественных и межнациональных отношений
6.	Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» ¹	Согласно указу, в структуру национального проекта «Культура» (который реализуется с 01.01.2019 г.) входят три федеральных проекта: «Культурная среда», «Творческие люди» и «Цифровая культура», направленных на необходимость поддержки творческого развития, широкого доступа к культурным ценностям, укрепления общероссийской гражданской идентичности на основе традиционных российских духовно-нравственных ценностей
<i>Федеральные законы и распоряжения</i>		
7.	Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» № 272-ФЗ (редакция от 31.07.2020 г.) ² , Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации»» ³ от 28.12.2024 г. № 550-ФЗ, Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11.09.2024 г. № 2501-р «Об утверждении стратегии государ-	Данные федеральные законы и распоряжения регулируют деятельность акторов музейного дискурса в сфере культуры, образования и просвещения, определяя образовательные и воспитательные принципы организации образовательных учреждений и культурных институций; федеральные государственные образовательные стандарты, уточняющие требования к образовательному процессу и содержанию учебных программ; создание условий для самореализации молодежи и её участие в общественной жизни в контексте формирования национальной идентичности и суверенитета

¹ Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/73986> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

² Федеральный закон от 31.07.2020 г. № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» по вопросам воспитания обучающихся» // Официальный интернет-портал правовой информации [эл. ресурс]: http://pravo.gov.ru/novye-postupleniya/federalnyy-zakon-ot-31-07-2020-304-fz-o-vnesenii-izmeneniy-v-federalnyy-zakon-ob-obrazovanii-v-rossii/?sphrase_id=7649 (дата обращения: 19.09.2025 г.).

³ Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О молодежной политике в Российской Федерации»» от 28.12.2024 г. № 550-ФЗ // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/51552> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

Продолжение табл. 1

№	Нормативный документ	Принципы правового регулирования музейной сферы
	ственной культурной политики на период до 2030 года» ¹ , приказ Минобрнауки России от 19.07.2022 г. № 662 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования» ²	
8.	Федеральный закон от 09.10.1992 г. № 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (редакция от 10.07.2023 г. № 287-ФЗ) ³ , Федеральный закон от 14.01.1993 г. № 4292-1 «Об увековечении памяти погибших при защите Отечества» (редакция от 13.06.2023 г. № 239-ФЗ)	Данный блок федеральных законов регулирует предметную область музейного дела. Эти законы внесли изменения в правовую сферу музеефикации объектов культурного наследия; усилили защиту музейных фондов страны (музейных коллекций и памятников культуры); установили правила учёта, хранения и реставрации музейных экспонатов; уточнили основные формы увековечения памяти погибших при защите Отечества; определили меры по развитию инфраструктуры и доступ-

¹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 11.09.2024 г. № 2501-р «Об утверждении стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://government.ru/docs/52710/> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

² Приказ Минобрнауки России от 19.07.2022 г. № 662 «О внесении изменений в федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования» // Официальный интернет-портал правовой информации [эл. ресурс]: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202210070025?ysclid=mfsigrwf66512079840> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

³ Федеральный закон от 09.10.1992 г. № 3612-1 «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (редакция от 10.07.2023 г. № 287-ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации [эл. ресурс]: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbodu=&prevDoc=102018866&backlink=1&nd=605695731> (дата обращения: 19.09.2025 г.). Данный закон направлен на признание основополагающей роли культуры в развитии и самореализации личности, гуманизации общества и сохранении национальной самобытности народов, утверждении их достоинства, укрепления целостности суверенитета страны. Также следует отметить 435-ФЗ от 28.12.2017 г. «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием государственного управления в сферах вывоза и ввоза культурных ценностей и архивного дела», направленный на развитие международного культурного сотрудничества, взаимное ознакомление многонационального народа Российской Федерации и народов других государств с культурными ценностями друг друга, предотвращение незаконных вывоза и ввоза культурных ценностей, содействие возвращению незаконно вывезенных и незаконно ввезённых культурных ценностей.

Окончание табл. 1

№	Нормативный документ	Принципы правового регулирования музейной сферы
	и от 09.11.2024 г. № 386-ФЗ) ¹ , Федеральный закон от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (редакция от 19.10.2023 г. № 507-ФЗ) ² , Федеральный закон от 12.12.2023 г. № 581-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации”» ³ и Федеральный закон от 08.08.2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» ⁴	ности музеев для широкой аудитории; впервые предусмотрели меры по поддержке креативных индустрий, включая культурное наследие и инновационные подходы в музейной деятельности (медиаконвергенция и самые различные формы коллаборации с другими креативными индустриями: цифровые технологии, театр, музыкальное, сценическое и другие виды искусства; создание условий для привлечения инвестиций в сферу культуры и искусств)

Также следует отметить законопроект об официальном статусе музеев в государственных вузах, ссузах и научных организациях (принят в первом чтении Государственной Думой Российской Федерации в сентябре 2023 г.), направленный на решение вопроса о юридическом статусе музея в образовательных и научно-исследовательских учреждениях; обеспечении доступа студентов

¹ Федеральный закон от 14.01.1993 г. № 4292-1 «Об увековечении памяти погибших при защите Отечества» (редакции от 13.06.2023 г. № 239-ФЗ и от 09.11.2024 г. № 386-ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации [эл. ресурс]: http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&link_id=19&nd=102020987&ysclid=mfsmisc5726683175 (дата обращения: 19.09.2025 г.).

² Федеральный закон от 25.06.2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (редакция от 19.10.2023 г. № 507-ФЗ) // Официальный интернет-портал правовой информации [эл. ресурс]: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202310190008?ysclid=mfsmvwag5174927520> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

³ Федеральный закон от 12.12.2023 г. № 581-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О Музейном фонде Российской Федерации и музеях в Российской Федерации» // Официальный интернет-портал правовой информации [эл. ресурс]: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202312120029?ysclid=mfsmz9uuea523101413> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

⁴ Федеральный закон от 08.08.2024 г. № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/50912> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

и учёных к уникальному культурному наследию, реализации междисциплинарных исследований и повышения качества подготовки обучающейся молодежи по гуманитарным направлениям; интеграции научной и просветительской деятельности в контексте сохранения промышленного наследия России. По мнению инициаторов законопроекта¹, «официальный статус музеев создаст качественно новые условия не только по сохранению и реставрации ценных экспонатов, находящихся в фондах музеев образовательных и научных организаций, но и позволит реализовывать данным субкультурным институциям качественно иные стратегические коммуникации в контексте национальной безопасности страны» [Арканникова 2024с: 84].

К значимому источнику, обладающему дискурсивной силой в современном музейном дискурсе, следует отнести Манифест «Музей прямо сейчас. 2025»², принятый на заседании Президиума Союза музеев России 14.03.2025 г. и представленный на заседании Совета по культуре и искусству в Кремле 25.03.2025 г.³ По мнению Президента Союза музеев России, Генерального директора Государственного Эрмитажа М.Б. Пиотровского, Манифест определяет три главных цели современного музея: «обеспечить культурное единство страны за счёт единого музейного пространства; обеспечивать законодательную защиту вещей, которые мы храним, и самих хранителей; определить правильные критерии, что считать успехом в деятельности музеев»⁴. По итогам заседания Совета В.В. Путиным были даны поручения о разработке и утверждении федерального проекта по развитию музеев до 2030 года.

Из анализа нормативно-правовой базы следует, что музейный дискурс содержательно встроен в структуру вышеназванных российских правовых норм. Во-первых, непосредственно в гипотезы правовых норм, как часть правовой нормы, указывающая на условия контекста музейного дискурса: «агрессивное информационное противостояние», «деструктивное идеологическое воздействие», «искажение исторической правды, разрушение исторической памяти», «необходимость сохранения и укрепления традиционных ценностей в условиях

¹ Законопроект готовился при участии Совета сторонников партии «Единая Россия», Экспертных советов профильных комитетов Государственной Думы Российской Федерации, Минобрнауки России, Минкультуры России и Минпросвещения России при поддержке Российского исторического общества.

² Музей прямо сейчас. 2025 // Союз музеев России [эл. ресурс]: https://www.souzmuseum.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=22588:muzej-pryamo-sejchas-2025&catid=10589&Itemid=176 (дата обращения: 22.04.2025 г.).

³ Заседание Совета по культуре и искусству // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/76525> (дата обращения: 23.04.2025 г.).

⁴ Михаил Пиотровский: надо напоминать себе и другим о высокой миссии музея – хранителя памяти // Санкт-Петербургские Ведомости, 26 мая 2025 г. [эл. ресурс]: <https://spbvedomosti.ru/news/culture/mikhail-piotrovskiy-nado-napominat-sebe-i-drugim-o-vysokoy-missii-muzeya-khranitelya-pamyati/> (дата обращения: 22.04.2025 г.).

глобального цивилизационного и ценностного кризиса, ведущего к утрате человечеством традиционных духовно-нравственных ориентиров и моральных принципов» и т.д. И, во-вторых, в диспозиции правовых норм, как часть правовой нормы, содержащая определённое распоряжение о формировании особого когнитивного пространства суверенного государства, укрепляющего цивилизационные основы России и традиционных духовно-нравственных ценностей российского общества.

Вышеназванные нормативные акты впервые концептуально формируют достаточно широкую процессуально-правовую основу для реализации государственной политики (политики памяти и политики идентичности [Русакова 2022; Грибовод 2018; Лапин, Миллер (ред.) 2021] Символические аспекты 2021]) в области культуры, науки, образования и просвещения, направленную на укрепление суверенитета России, сохранение культурного наследия Русского мира, ценностей и традиций российского общества. Они обеспечивают конкретную базу для регулирования музейной практики, охрану и популяризацию культурного наследия (включающего промышленное / индустриальное наследие), а также относят музейное дело к кластеру креативных индустрий, инициируя интеграцию с инновациями в области науки, образования, искусства, медиа и UX/UI-дизайна.

Наряду с этим можно говорить, что в политико-правовом измерении значимой дискурсивной силой обладают дискурсивные события, которые также определяют правила и порядок функционирования музейного дискурса. К ним отнесём:

- программу мероприятий национального проекта «Культура» (в структуру которого входят три федеральных проекта: «Культурная среда», «Творческие люди» и «Цифровая культура», разработанных в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года»¹);

- создание по поручению Президента Российской Федерации 2 июня 2023 года Центра развития креативной экономики при Агентстве стратегических инициатив (АСИ)². Его целью является повышение вклада креативных индустрий в потенциал страны, где основными направлениями работы станет разработка стратегии развития креативной экономики в регионах, развитие региональных компетенций, поддержка предпринимательства и экспортного потенциала региональных креативных продуктов и брендов;

¹ Указ о национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/73986> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

² В России появится центр развития креативной экономики // Официальный сайт АСИ [эл. ресурс]: <https://asi.ru/news/194156/?ysclid=mfsn5vdy6280486675> (дата обращения: 19.09.2025 г.).

– принятое в феврале 2025 года на заседании комиссии Государственного Совета Российской Федерации по направлению «Культура и традиционные духовно-нравственные ценности» решение о создании подкомиссии по развитию ценностно-ориентированных креативных индустрий¹;

– в том числе, уже упомянутое выше поручение В.В. Путина по итогам заседания Совета по культуре и искусству в марте 2025 года о разработке и утверждении федерального проекта по развитию музеев до 2030 года.

В этой связи можно говорить о формировании в ближайшей перспективе сети дискурсивных измерений музейного дискурса на поле глобальной и национальной геополитики, которая станет одним из приоритетов в дальнейшей работе по формированию национальной системы прогнозирования и форсайта будущего развития дискурсивной формации музейной сферы [Федотов 2018], где музейные институции будут представлены не только как один из важных акторов креативной экономики страны, но и культурный домен, материальный и нематериальный капитал государства, формирующий культурный генотип, культурное измерение и ценностно-смысловой суверенитет нации.

Таким образом, те изменения, которые произошли за последние пять лет в российской правовой сфере стратегически определили и институционально заложили новый дизайн национального музейного дискурса, сформировали интертекстуальное взаимодействие, которое обеспечивает устойчивость и взаимопроницаемость дискурсивных измерений (музей – государство – право – политика – общество – медиа – наука – образование).

Из политико-правовой повестки следует, что основными акторами музейного дискурса в Российской Федерации в части регуляции государственной культурной политики выступают:

1) Министерство культуры Российской Федерации, которое осуществляет регулирование и контроль музейной сферы, разработку нормативно-правовых актов, федеральных программ и проектов, координацию стратегий федеральных, региональных и муниципальных музейных институций;

2) Министерство просвещения Российской Федерации и Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, которые детерминируют духовно-нравственные принципы формирования национальной идентичности в научно-образовательной среде.

3) органы федеральной и региональной исполнительной власти, которые реализуют исполнение программ и проектов профильных министерств в области культуры, науки и образования (регулируют деятельность музеев в образовательных и научно-исследовательских организациях);

4) музейные институции федерального, регионального и муниципального статуса;

¹ Под руководством генерального директора Президентского фонда культурных инициатив Р.В. Карманова.

д) образовательные (ДОУ, СОШ, ссузы и вузы) и досуговые учреждения культуры, научно-исследовательские центры;

е) группа общероссийских государственных и общественных организаций (Российское общество охраны памятников истории и культуры, Союз музеев России, Российское историческое общество¹, Российское военно-историческое общество, Ассоциация частных и народных музеев России, Российский творческий союз работников культуры, Государственный фонд «Защитники Отечества», Российское общество «Знание», Благотворительный фонд Владимира Потанина и другие), которые содействуют защите историко-культурного наследия, иницируют и организуют общественные творческие инициативы в сфере музейного дела.

Безусловно государство является важнейшим субъектом культурной политики, однако следует отметить, что деятельность вышеназванных акторов не предполагает культурную и символическую доминацию (по Ю. Хабермасу) в коммуникативной системе современной России, тем более, исключение каких-либо субъектов из музейного дискурса – государственные и общественные институции являются лишь одними из участников дискурсивной формации музейной сфе-

¹ Так, например, в соответствии с поручением Президента Российской Федерации по итогам встречи в феврале 2023 года с представителями общественных патриотических и молодёжных организаций Государственным Центральным Музеем современной истории России совместно с Российским историческим обществом были разработаны методические рекомендации по созданию экспозиций в региональных и муниципальных музеях, посвящённых новейшей истории Донбасса и Новороссии, которые предполагают включение подлинных предметов, документов и других материалов. Специальная межмузейная группа, в состав которой вошли представители федеральных музеев и других организаций – членов Российского исторического общества на основе этих методических материалов собрали массив артефактов и документальных свидетельств, которые стали базой новых экспозиций по всей стране (более 1800 проектов реализовано). Также с 2023 года в результате совместной работы Минкультуры России и администраций регионов осуществляется системная работа по созданию экспозиций и выставок, посвящённых событиям СВО и подвигам её участников (более 29,4 тысяч; общая посещаемость за 2023 г. составила более 50 млн. человек по стране, в том числе посещаемость выставок в сфере культуры составила более 30 млн. человек). С целью оказания методической помощи образовательным организациям в создании музейных формирований, посвящённых теме СВО, Минпросвещения России при участии ФГБУК «Центральный музей Великой Отечественной войны 1941–1945 гг.» разработаны методические рекомендации по созданию в музеях образовательных организаций разделов, посвящённых участникам СВО и использованию артефактов из зоны боевых действий. Так, во всех субъектах Российской Федерации в образовательных организациях создано 14 263 музея, экспозиций, уголков, музейных комнат, посвящённых участникам СВО (ДОУ – 479, ОУ – 12 889, ДПО – 313, ссузы и вузы – 582). См.: Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2023 году // Министерство культуры Российской Федерации [эл. ресурс]: <https://culture.gov.ru/documents/gosudarstvennyy-doklad-o-sostoyanii-kultury-v-rossiyskoy-federatsii-v-2023-godu/> (дата обращения: 23.02.2025 г.).

ры как широкого пространства коммуникаций, в котором формируются смыслы и ценности, повестка, общественное мнение.

Безусловно, настоящий нормативно-правовой базис, в отличие от предыдущего периода, определил и закрепил ключевую роль культуры в общественном развитии и существенно изменил формы и модальность активности культурной политики России, а по существу, реализовал наиважнейший принцип культурной политики – создавать единое культурное пространство и помогать устойчивому развитию общества не вступая в непримиримое противоречие с национально-культурным наследием и национальной цивилизационной спецификой. Можно констатировать, что с 2020 года функции государства в реализации культурной политики, и в частности, в контексте музейного дискурса, реализуют метод стратегического нарратива (защитная функция)¹, стали более диверсифицированными и конвергентными в условиях гибридного мира (функция оценки и установления иерархии культурных ценностей, явлений и фактов), а главное, нацеленными на создание ценностно-ориентированных коммуникативных проектов и продуктов в условиях укрепления культурного суверенитета и развивающегося сектора креативной экономики (конструктивная функция).

В контексте дискурсивного подхода, выделим три ведущих полифункциональных стратегии современной культурной политики, наделяющие музейный дискурс функционально-дискурсивным смыслом:

- концептуализация и семантизация национальной безопасности: укрепление смыслообразующих концептов, фреймов, ценностей и образов общенациональной картины мира, нацеленных на усилия всего общества по формированию единого культурного пространства и коллективной идентичности россиян;
- воспроизводство культурного кода в целях суверенного партикуляризма: поддержка ценностно-смысловых оснований жизнедеятельности россиян, ориентированных на решение масштабных социокультурных задач в достижении культурного суверенитета, согласия и солидарности, межкультурного диалога;
- интеграция и коллаборация всех заинтересованных акторов культурной политики: публичность и открытость, совместная деятельность в достижении задач цивилизационного развития и суверенности.

Заключение. Автор заключает, что стратегические приоритеты государственной политики современной России значительно расширили нормативные представления о культурной политике как дискурсивном измерении и производительной силе музейного дискурса. Сегодня культурную политику в музейной сфере в самом широком понимании можно представить как систему отношений по по-

¹ Следует также отметить стратегию развития музейной деятельности на новых территориях. Так, на 25.03.2025 г. Минкультуры России координирует работу действующих 77 музеев в новых регионах, за которыми «закреплён федеральный шеф». См.: Встреча с Министром культуры Ольгой Любимовой // Сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/76630> (дата обращения: 23.04.2025 г.).

воду власти в области культуры самых разных акторов взаимодействия (негосударственных структур, культурных, образовательных, просветительских и других институций), как систему обеспечения господства в области формирования когнитивной инфраструктуры суверенного государства, сопряжения и координации с информационной, образовательной, социальной и другими политиками, направленными на сохранение цивилизационных основ Русского мира, формирование национального единства и культурного суверенитета страны.

Исследование показало, что музейный дискурс де-юре интегрирован в дискурс политический в контексте таких семантических конструкторов, как «культурная политика» и «культурный суверенитет» [Арканникова 2024b]. С 2015 года концепт «культурный суверенитет» стал важнейшим смысловым конструктором политического дискурса современной России¹, а в системе национальной безопасности страны является её ключевой составной частью².

Источники

Арканникова М.С. (2024а). Концепт «музейная сценография» в музейном дискурсе: теоретическое обоснование и место в обеспечении когнитивного суверенитета // Российская школа связей с общественностью. № 34. С. 159-186. DOI: 10.24412/2949-2513-2023-32-159-186.

Арканникова М.С. (2024b). Культурный суверенитет в дискурсах развития // Коммуникология. Том 12. № 4. С. 13-27. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-4-13-27.

Арканникова М.С. (2024с). Событийная коммуникация музеев университетов и научных организаций (на примере акции «Ночь музеев – 2024» в Санкт-Петербурге) // Коммуникология. Том 12. № 3. С. 83-92. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-3-83-92.

Бодрийяр Ж. (2000). Символический обмен и смерть. М.: Добросвет.

Бурдые П. (1993). Социология политики / Пер. с фр.; сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. М.: Socio-Logos.

¹ В официальный дискурс термин «культурный суверенитет» впервые был введён в 2015 году в текст Стратегии национальной безопасности России, где он определяется как фактор, способствующий укреплению национальной безопасности в области культуры; подчеркивается необходимость обеспечения культурного суверенитета государства. Согласно Указу Президента Российской Федерации от 31.12.2015 г. № 683 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» (п. 82).

² Согласно Указу Президента Российской Федерации от 02.07.2021 года № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации»; Указу Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей»; Указу Президента Российской Федерации от 25.01.2023 № 35 «О внесении изменений в Основы государственной культурной политики, утверждённые Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808».

Также отметим, что защита традиционных ценностей, культуры и исторической памяти как отдельный стратегический национальный приоритет (п. 93) соотносится с принятием мер по охране суверенитета государства (ч. 2, ст. 80 Конституция Российской Федерации), то есть обеспечение культурного суверенитета России закреплено конституционно, применяется в сфере охраны культуры и защиты традиционных ценностей и относится к полномочиям Президента Российской Федерации, органов исполнительной власти.

- Бурдые П. (2002). Формы капитала // Экономическая социология. № 5. С. 60-74.
- Дейк, ван Т.А. (2015). Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: ЛИБРОКОМ.
- Вебер М. (1990). Избранные произведения / Пер. с нем.; сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайденоко; коммент. А. Ф. Филиппова. Москва.
- Гавра Д.П., Арканникова М.С. (2024). Музейный дискурс в условиях информационно-го противостояния: к постановке проблемы // Коммуникология. Т. 12. № 1. С. 144-155. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-1-144-155.
- Грибовод Е.Г., Ковба Д.М., Моисеенко Я.Ю. (2018). Национальная политика памяти в современной России: основные тенденции и инструменты // Дискурс-Пи. № 2 (35). С. 123-132. DOI: 10.17506/dipi.2018.31.2.123132.
- Дойч К. (1993). Нервы управления. Модель политической коммуникации. М.: Наука.
- Йоргенсен М.В., Филлипс Л.Дж. (2008). Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков: Гуманитарный центр.
- Русакова О.Ф., Грибовод Е.Г., Моисеенко Я.Ю. (2022). Дискурс политики памяти: исследования символических аспектов // Дискурс-Пи. Т. 19. № 2. С. 154-171. DOI: 10.17506/18179568_2022_19_2_154.
- Лапин А.И. Миллер В.В., ред. (2021). Символические аспекты политики памяти в современной России и Восточной Европе. СПб: Издательство Европейского университета.
- Федотов В.Г., Федотова Н.Н., Чугров С.В. (2018). Культура, институты, политика // Полис. Политические исследования. № 1. С. 143-156.
- Фуко М. (2004). Археология знания / Пер. с фр. М.Б. Раковой, А.Ю. Серебрянниковой; вступ. ст. А.С. Колесникова. СПб.: Гуманитарная Академия.
- Хабермас Ю. (2001). Вовлечение другого. Очерки политической теории. М.: Наука.
- Хантингтон С. (2016). Столкновение цивилизаций. М.: АСТ.
- Almond G.A. (1965). A Developmental Approach to Political Systems. *World Politics*. No. 17(2). P. 183-214. DOI:10.2307/2009347.

■ ■ ■ Shaping Museum Discourse in Russia: political-legal perspective

Arkannikova M.S.

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

Abstract. The article is devoted to the consideration of the political and legal aspect of the modern museum sphere of Russia. It provides an overview of the regulatory framework of the modern Russian museum sphere, constituting the rules and order of museum discourse. The author shows how the "principle of articulation between a number of discursive events" (according to M. Foucault), which is currently being implemented in the political and legal rhetoric of Russia, lays down, on the one hand, a new design of the national museum discourse, and on the other hand, determines the effects of cultural policy in the domestic and foreign policy contour of political communications of the state. Taking into account the identified contexts, the article defines the following effects of the political and legal dimension of museum discourse: (1) conceptualization and semantization of national security; (2) reproduction of the cultural code for the purposes of sovereign particularism; and (3) integration and collaboration of all actors of cultural policy. In conclusion, the author notes that the existing regulatory and legal order of museum discourse can imperatively generate

a network of discursive dimensions of museum discourse in the field of global and national geopolitics in the near future.

Keywords: museum discourse, political communications, cultural sovereignty, national security, legal discourse, critical discourse analysis

For citation: Arkannikova M.S. (2025). Shaping museum discourse in Russia: political-legal perspective. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 13-31. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-13-31.

Inf. about the author: Arkannikova Marina Sergeevna – CandSc (Polit.), associate professor, director of the Higher School of Media Communications and Public Relations of the Institute for the Humanities of the Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, doctoral student of the Institute of the Higher School of Journalism and Mass Communications of the St. Petersburg State University, member of the expert council of the State Duma committee on youth policy. ORCID: 0000-0002-2490-8406. E-mail: arkann_ms@spbstu.ru. Address: 195251, Russia, St. Petersburg, Politekhnicheskaya st., 29/B.

Received: 17.08.2025. *Accepted:* 20.09.2025.

References

- Almond G.A. (1965). A Developmental Approach to Political Systems. *World Politics*. No. 17(2). P. 183-214. DOI:10.2307/2009347.
- Arkannikova M.S. (2024a). The Concept of "Museum Scenography" in Museum Discourse: Theoretical Justification and Its Place in Ensuring Cognitive Sovereignty. *Russian School of Public Relations*. No. 34. P. 159-186. DOI: 10.24412/2949-2513-2023-32-159-186 (in Rus.).
- Arkannikova M.S. (2024b). Cultural Sovereignty in Development Discourses. *Communicology*. Vol. 12. No. 4. P. 13-27. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-4-13-27 (in Rus.).
- Arkannikova M.S. (2024c). Event Communication of University Museums and Scientific Organizations (using the "Night of Museums 2024" event in St. Petersburg as an Example). *Communicology*. Vol. 12. No. 3. P. 83-92. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-3-83-92 (in Rus.).
- Baudrillard J. (2000). Symbolic Exchange and Death (transl.). Moscow: Dobrosvet (in Rus.).
- Bourdieu P. (1993). Sociology of Politics (transl. from French; ed. N.A. Shmatko). Moscow: Socio-Logos (in Rus.).
- Bourdieu P. (2002). Forms of Capital. *Economic Sociology*. No. 5. P. 60-74 (in Rus.).
- Dijk, van T.A. (2015). Discourse and Power: Representation of Dominance in Language and Communication (transl.). Moscow: LIBROKOM (in Rus.).
- Weber M. (1990). Selected Works (transl. from German; ed. Yu.N. Davydov). Moscow (in Rus.).
- Gavra D.P., Arkannikova M.S. (2024). Museum Discourse in the Context of Information Confrontation: Toward a Problem Statement. *Communicology*. Vol. 12. No. 1. P. 144-155. DOI: 10.21453/2311-3065-2024-12-1-144-155 (in Rus.).
- Gribovod E.G., Kovba D.M., Moiseenko Ya.Yu. (2018). National Memory Policy in Contemporary Russia: Main Trends and Tools. *Discourse-Pi*. No. 2 (35). P. 123-132. DOI: 10.17506/dipi.2018.31.2.123132 (in Rus.).
- Deutsch K. (1993). Nerves of Management. A Model of Political Communication. Moscow: Nauka (in Rus.).
- Jorgensen M.W., Phillips L.J. (2008). Discourse Analysis. Theory and Method. Kharkov: Humanitarian Center (in Rus.).

Rusakova O.F., Gribovod E.G., Moiseenko Ya.Yu. (2022). The Discourse of Memory Politics: Studies of Symbolic Aspects. *Discourse-Pi*. Vol. 19. No. 2. P. 154-171. DOI: 10.17506/18179568_2022_19_2_154 (in Rus.).

Lapin A.I. Miller V.V., eds. (2021). Symbolic Aspects of Memory Politics in Contemporary Russia and Eastern Europe. St. Petersburg: European University Press (in Rus.).

Fedotov V.G., Fedotova N.N., Chugrov S.V. (2018). Culture, Institutions, Politics. *Polis. Political Studies*. No. 1. P. 143-156 (in Rus.).

Foucault M. (2004). Archaeology of Knowledge (transl. from French M.B. Rakova, A.Yu. Serebryannikova). St. Petersburg: Humanitarian Academy (in Rus.).

Habermas J. (2001). Involving the Other. Essays on Political Theory (transl.). Moscow: Nauka (in Rus.).

Huntington S. (2016). Clash of Civilizations. Moscow: AST (in Rus.).

■ ■ ■ Политика двойников: проекции реального в современных медиа

Кириллина Н.В.

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

Аннотация. Статья является продолжением публикации автора, посвященных «реальной» и «воспринимаемой» идентичности в цифровой среде и посвящена анализу феномена цифровых двойников и alter ego в современных медиа. В исследовании предпринимается попытка осмысления преобразований идентичности, которая в медиапрактиках выходит за пределы простого отражения субъекта и начинает приобретать собственную агентность. В центре внимания находится процесс трансформации цифровой идентичности в самостоятельное существование – автономный образ или цифрового двойника, способного функционировать независимо от своей «реальной» основы. Опора на классическую философию (платоновский эйдос, гегелевское различие «вещи-в-себе» и её представления) позволяет выявить онтологические основания расхождения между субъектом и его цифровыми проекциями. Концепции симулякра Ж. Бодрийера и ризомы Ж. Делеза расширяют рамки анализа, позволяя описать цифровое медиaprостранство как автономную реальность, где репрезентации не только отражают, но и замещают «реальное». Проведённый анализ показывает, что в современных медиа цифровые проекции личности выходят за рамки репрезентации и начинают функционировать как активные акторы политического / публичного дискурса.

Ключевые слова: цифровая идентичность, цифровой двойник, alter ego, медиaprостранство, медиа, репрезентация, мем, эйдос, симулякр, ризома

Для цитирования: Кириллина Н.В. Политика двойников: проекции реального в современных медиа // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 32-41. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-32-41.

Сведения об авторах: Кириллина Наталья Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики Института государственной службы и управления РАНХиГС. ORCID: 0000-0003-3506-7558. E-mail: nata.kirillina@gmail.com. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 84.

Статья поступила в редакцию: 12.08.2025. **Принята к печати:** 20.09.2025.

Определение рабочих гипотез, поиск и отбор релевантных исследований для проведения сравнительного анализа осуществлялось с помощью ChatGPT (OpenAI). Проверка данных, их интерпретация и концептуальный анализ выполнены автором.

Конфликт интересов: Кириллина Наталья Владимировна является заместителем главного редактора журнала «Коммуникология» (выпускающий редактор). Рукопись прошла процедуру рецензирования на общих основаниях без указания авторства.

Введение. Современные медиа не ограничиваются функцией отражения реальности, но активно её переопределяют. События, процессы и личности в цифровой среде претерпевают радикальные искажения: они разлагаются на образы, нарративы, мемы, алгоритмические метки. Эти репрезентации второго порядка настолько радикально изменяют исходные содержания, что между событием и его медийным отражением образуется пространство, требующее особого осмысления. С другой стороны, именно это различие, похоже, является определяющим в понимании современных медиа как таковых (см. «система как различие (анализ форм)» у Н. Лумана [Луман 2007: 63-65; 68-69]). Вместе с тем, перечисленные формы не только отражают исходные явления, но и конструируют собственное бытие (см. понятия «информация» – «неинформация» [Луман 2005]). Цифровые аккаунты, аватары, профили становятся неотъемлемой частью социальной идентификации и формируют т.н. «воспринимаемую идентичность» [Кириллина 2023], переживаемую в медиапрактиках.

Возникает феномен цифровых двойников или *alter ego* – самодостаточных копий, которые начинают жить в медиапространстве собственной жизнью и приобретают собственную агентность. Термин «цифровой двойник» часто используется в технических или инженерных контекстах (*digital model / digital twin / digital shadow*) и обозначает виртуальную копию произведенного продукта для оценки проектирования и обнаружения возможных проблем [см., например, Grieves 2015; Kritzing et al. 2018; Reid, Rhodes 2016].

В гуманитарных и медиаисследованиях [Roblles-Garillo 2024; Демкин 2024; Мамедов и др. 2025; Мюллер 2025] за этой емкой метафорой закрепилось иное значение. Понятие вводится через определение цифровой личности – как формы присутствия субъекта в киберпространстве, выраженной через совокупность его цифровых атрибутов, действий и следов, которые становятся основанием для идентификации и социальной коммуникации» [Демкин 2024: 516-517]. Цифровой двойник при этом определяется как «виртуальное отражение субъекта, создаваемое из его цифровых следов и образов, которое постепенно приобретает свойства самостоятельного социального актора» [Демкин 2024: 520]. В медиаисследованиях также встречается идея «цифрового двойника» как альтернативного образа субъекта в медиапространстве, который может расходиться с его офлайн-идентичностью [Мамедов и др. 2025]. Понятие «*digital alter ego*» как обозначение измененной в цифровой среде идентичности получило в медиаисследованиях более широкое распространение [см. Young 2020].

В целом, приведенные описания цифровых двойников и *alter ego* имеют много общего с характеристиками цифровой идентичности (динамичность, лабильность) [Данилова, Ядов 2024; Платонова 2024], и соотносится с понятиями аскриптивной идентичности (сродни предписанному статусу) [Бауман: 39], нарративной идентичности [Рикер 2008], альтернативной идентичности [Войскунский и др. 2013: 66], виртуальной идентичности [например: Старцев и др. 2018; Рыльская, Погорелов 2021].

Обобщая приведенные исследования цифровых двойников и alter ego, можно выделить следующие значимые характеристики: (1) они репрезентируют субъекта лишь частично, но воспринимаются как его «полная» форма; (2) являются маркерами принадлежности к сообществам; (3) могут существовать независимо от носителя; (4) являются производной функционирования современных медиа, алгоритмов и сетевых практик. Так или иначе, неизменным является переосмысление субъектности цифровых авторов и их двойников в их взаимодействиях, опосредованных медиа.

Теоретическое обоснование

Цифровые проекции личности демонстрируют автономизацию и множественность, которые затрагивают фундаментальные вопросы соотношения сущности и явления, реальности и её репрезентации.

Концептуальные основы понимания различий между реальностью и её отражением восходят к платоновскому учению об эйдосе и гегелевской «вещи-в-себе». Эйдос, как идеальная сущность, существует независимо от чувственного мира, тогда как все явления, доступные восприятию, — лишь его несовершенные проекции. Эти образы никогда не равнозначны самой сущности, они выступают как «тени идей», или *проекции*, неизбежно искажающие исходную форму [Платон изд. 2017, кн. VI–VII].

Аристотель видит различие между материей и формой, которая отражает действительность [Аристотель (изд. 2014)]. Веками позднее в «Феноменологии духа» и «Науке логики» Г. Гегель обсуждает противоречие «вещи-в-себе» и её проявления во внешнем мире [Гегель изд. 2000; 2013]: «вещь-в-себе» – сущность, скрытая от непосредственного восприятия; то, что доступно сознанию – это *явление, образ, представление* вещи «для-нас». При этом вещь раскрывается только в движении её проявлений, в диалектическом процессе перехода от сущности к явлению. Диалектика «в себе» и «для нас» онлайн проявляется в виде искажений идентичности, любое «в себе» обретает цифрового двойника «для нас». Искажения при этом могут быть обусловлены как намерениями субъекта (самопрезентация), так и алгоритмами платформ (модерация, рекомендации). Однако, если в диалектике Гегеля «для-нас» должно вести к раскрытию «в-себе», то в цифровой культуре этот процесс блокируется алгоритмами и практиками самопрезентации. В итоге цифровой двойник – аналогия *представления без вещи*, или даже новая вещь-в-себе, но уже цифрового порядка.

Бинарное противопоставление «вещи» и «образа» находит развитие в философии постмодерна [Бодрийяр 2015; Делез, Гваттари 2008], но не как строгое разграничение, а скорее как размывание границ между ними. Если у Гегеля образ противостоит вещи, а у Бодрийяра симулякр отрывается от реальности, то у Делеза цифровой двойник – это не искажение и не иллюзия, а часть множественного бытия, ризомно расползающегося по медиaprостранству [Делез, Гваттари 2008]. Цифровой двойник здесь мыслится не как утрата «реального»,

а как часть системы (ризомного поля): у субъекта может быть несколько двойников, каждый из которых представляет собой фрагмент идентичности, существующий в сообществах и сетях. Вместо линейной модели «вещь → образ» возникает ризомная сеть становлений, где идентичность распределена и множественна.

Методология

В соответствии с заявленной целью — выявить политическое измерение феномена цифровых двойников и показать, каким образом они становятся самостоятельными акторами, влияющими на восприятие и интерпретацию политических событий, — методология исследования строится на сочетании концептуального анализа философских категорий и инструментов дискурс-анализа. Базовым методом является концептуально-герменевтический анализ, направленный на интерпретацию категориального аппарата, позволяющего осмыслить цифрового двойника как культурный и социальный феномен. Платоновское различие эйдоса и чувственных проекций рассматривается как архетипический источник различия между сущностью субъекта и его цифровым образом. Дихотомия «вещи-в-себе» и её представления позволяет объяснить автономизацию цифрового alter ego как формы «вещи-для-других». Концепция симулякров Ж. Бодрийера используется для выявления моментов, когда цифровой двойник утрачивает связь с исходной реальностью и начинает существовать как самостоятельный знак. Идея ризомы Ж. Делеза и Ф. Гваттари помогает описать множественность и нелинейность цифровых образов, которые циркулируют в медиапространстве параллельно и без централизованной структуры.

Эмпирической иллюстрацией является сравнительный анализ кейсов, политических / публичных персон, чьи медийные alter ego в последние годы были наиболее упоминаемыми, но при этом весьма далекими от исходной реальности. Материалами послужили научные публикации в рецензируемых изданиях [Ott 2016; Zelinsky 2024; Olesen 2020; Lütke et al. 2023; Philips 2016]. Их поиск и отбор осуществлялся с применением ChatGPT (OpenAI), проверка и интерпретация выполнены автором.

Приведенный в этих публикациях анализ медиапрактик (заголовки, визуализации, фреймы) позволил выявить закрепление за субъектом определённого alter ego, которое функционировало независимо от исходной личности. Это позволяет продемонстрировать алгоритм исследования, который в дальнейшем может применяться в изучении медиа с применением инструментов медиамониторинга, дискурс- и контент-анализа.

Результаты исследования

Приведённая ниже таблица не претендует на академическую полноту и репрезентативность. Она носит характер иллюстрации и составлена на основе публикаций в рецензируемых научных журналах, посвящённых анализу образов публичных персон.

Обобщая рассмотренные исследования цифровых двойников и *alter ego*, можно выделить несколько ключевых характеристик:

- фрагментарность: цифровые двойники репрезентируют субъекта лишь частично, но в массовом восприятии нередко принимаются как его «полная» форма;
- маркеры коллективной принадлежности: они выступают знаками включённости или исключённости из сообществ, формируя символические границы «своих» и «чужих»;
- автономность существования: цифровые двойники могут циркулировать и развиваться независимо от носителя, продолжая влиять на дискурс вне зависимости от существования или отсутствия субъекта или его медийной активности;
- все они являются производными медиа и сетевых практик, их существование определяется функционированием медиасистемы.

Так или иначе, во всех случаях прослеживается процесс переосмысления субъектности: цифровые авторы и их двойники включаются во взаимодействия, опосредованные медиа, и именно эти взаимодействия определяют их автономизацию.

Таблица 1. Цифровые двойники в политическом и общественном медиадискурсе / Digital twins / alter egos in political and public media discourse

Персона / феномен	Реальность	Цифровой двойник (<i>alter ego</i>)	Механизмы формирования образа	Автономия образа	Источники
Дональд Трамп	Бизнесмен, президент США	Провокатор, «троль»	Twitter, мемы, ре-прайминг в СМИ	Сохраняется после блокировки в Twitter/X	Ott 2016
Илон Маск	Предприниматель, CEO	«Гений», «троль»	Твиты, ретвиты, мемы, влияние на рынки	Мемы живут независимо: мем-образ «мем-CEO», Doge-эффекты	Zelinsky 2024
Грета Тунберг	Климатическая активистка	«Икона», «угроза»	Визуальные перформансы; фото-репортажи, соцмедиа	Иконические фотографии, мемы → остаётся символом климатического активизма, не смотря на изменение повестки и участие в проукраинских и пропалестинских акциях	Olesen 2020; Lütke et al. 2023
Pepe the Frog	Персонаж детского комикса	Политический мем	Рекодирование образа на сетевых платформах, интернет-мем	Символы иконографии, используется политическими движениями	Philips 2016

Сопоставление реальной идентичности (биографические данные, публичные выступления, политическая практика) и цифрового двойника (репрезентации в медиа, сетевые интерпретации, мемы) показало наличие значительных расхождений: в ряде случаев именно цифровой образ оказывал решающее влияние на восприятие субъекта и связанных с ним политических контекстов.

Обсуждение. Проведенный сравнительный анализ носит характер предварительного концептуального сопоставления и требует дальнейшей проверки в эмпирических исследованиях. Вместе с тем, он позволяет подтвердить предположение о том, что цифровые двойники формируются в медиапространстве как автономные образы, чья жизнеспособность не зависит напрямую от активности субъекта. Эти образы циркулируют в мемах, заголовках, визуальных клише и тем самым начинают определять восприятие субъекта и связанных с ним политических событий и процессов.

Такое положение вещей можно описать через обращение к классическим философским категориям. Цифровой двойник (аккаунт, аватар, лента постов, комментарии, цифровой след) – представление, явление субъекта. Цифровых двойников можно трактовать как гегелевское «явление», которое отрывается от своей «сущности» и начинает существовать автономно. Для других пользователей «вещь» существует только в цифровом «для-нас». Но если у Гегеля путь познания ведёт к снятию противоречия между сущностью и явлением, то в медиа, напротив, возникает *различие*: «вещь-в-себе» (реальный субъект) остаётся скрытой, а «представление» (цифровой двойник) приобретает самостоятельное бытие, которое может жить даже после исчезновения субъекта.

Транслируемое в медиа alter ego можно рассматривать и как современный аналог чувственной проекции эйдоса. Подобно тому как у Платона чувственные вещи лишены полноты и достоверности, цифровой двойник в медиасреде оказывается *частичной, фрагментарной, искажённой версией субъекта*. Более того, функционирование этих проекций в медиа наделяет их *самостоятельной динамикой*, которая не только не раскрывает сущность, но и формирует новые символические конструкции (Бодрийяр). Фактически, они перестают быть лишь образом субъекта и становятся самодостаточными единицами – знаками, не нуждающимися в оригинале. Следуя логике Делеза, цифровой двойник является частью *ризомного поля*: у субъекта может быть несколько двойников – *фрагментов идентичности*, существующих в разных сообществах и сетях. Это позволяет уйти в исследовании медиапроцессов от бинарности «вещь – образ» и говорить о множественности, текучести, постоянном становлении цифровой идентичности.

Выводы. Анализ философских концепций и последующее сопоставление изначальных предположений с практикой позволяют определять цифровых двойников как самостоятельных субъектов коммуникации. Они способны формировать повестку, задавать символические границы и влиять на интерпретацию политических событий, функционируя относительно независимо от своего

прообразов. На этой основе вводится категория «политики двойников» как формы политического взаимодействия, в которой борьба разворачивается прежде всего за контроль над репрезентациями и символическими образами, а не за факты и действия в традиционном понимании.

Философская перспектива позволяет показать, что цифровой двойник представляет собой сложное образование: он может быть осмыслен как платоновская чувственная проекция эйдоса, как гегелевское «явление», оторванное от сущности, как бодрийеровский симулякр, утративший связь с оригиналом, или как множественная ризома в делёзовском понимании. Такая интерпретация раскрывает двойственную природу цифрового alter ego: оно одновременно отражает и конструирует реальность.

Это формирует новый пласт социальной реальности. Копии не сводятся к искажённым образам реальных личностей, а производят собственные порядки значений и символические связи, которые определяют динамику медиапроцессов. Немаловажными факторами при этом выступают алгоритмическая селекция и медиаполяризация, усиливающие расхождение между субъектом и его alter ego. В результате цифровая идентичность превращается в символическую «маску», которая может полностью расходиться с офлайн-прообразом, но продолжать влиять на общественное восприятие и коллективные идентичности.

Источники

- Аристотель (изд. 2014). Метафизика. СПб: Лань.
- Бауман З. (2002). Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. М.: Логос.
- Бауман З. (2008). Текучая современность. СПб: Питер.
- Бодрийяр Ж. (2015). Симулякры и симуляция / Пер. О.А. Печенкина. Москва: Постум.
- Войскупский А.Е., Евдокименко А.С., Федунин Н.Ю. (2013). Альтернативная идентичность в социальных сетях // Вестник Московского университета. Серия 14. № 1. С. 66-83.
- Гегель Г. (изд. 2000). Феноменология духа. М.: Наука.
- Гегель Г. (изд. 2013). Наука логики (1812–1816). СПб: Лань.
- Данилова Е.Н., Ядов В.А. (2004). Нестабильная социальная идентичность как норма современных сообществ // Социологические исследования. № 10. С. 27-30.
- Делез Ж., Гваттари Ф. (2008). Тысяча плато: Капитализм и шизофрения / Пер. С. Н. Зенкина. Екатеринбург: У-Фактория.
- Демкин В.О. (2024). Цифровая личность и цифровой образ человека: характеристика и место понятий в системе смежных категорий // Вестник РУДН. Серия: Юридические науки. Т. 28. №3. С. 512-527. DOI: 10.22363/2313-2337-2024-28-3-512-527.
- Кириллина Н.В. (2023). Реальная и воспринимаемая идентичность в цифровой среде // Коммуникология. Т. 11. № 2. С. 150-157. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-2-150-157.
- Луман Н. (2005). Реальность масс-медиа / пер. с нем. А.Ю. Антоновского. М.: Практис.
- Луман Н. (2007). Введение в системную теорию (под ред. Д. Беккера) / пер. с нем. К. Тимофеева. М.: Логос.
- Мамедов А.К., Смирнова О.В., Денисова Г.В., Сапунова О.В. (2025). Конфликт реальной и цифровой личности участников медиакommunikационного процесса: результаты исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. Т. 25. №2. С. 397-409. DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-2-397-409.

Мюллер А.А. (2025). Трансформация социальных пространств и их метаморфозы в цифровом двойнике медиареальности // Общество: философия, история, культура. № 7(135). С. 54-59. DOI: 10.24158/fik.2025.7.7.

Платон (изд. 2017). Государство (кн. VI–VII). М.: Русайнс.

Платонова С.И. (2024). Идентичность в цифровом обществе: генезис понятия и основные характеристики // *Nomothetika: Философия. Социология. Право*. № 49 (2). С. 357-366. DOI: 10.52575/2712-746X-2024-49-2-357-366.

Рикер П. (2008). Я – сам как другой / пер. с фр. М.: Издательство гуманитарной литературы.

Рыльская Е.А., Погорелов Д.Н. (2021). Идентичность личности в виртуальном пространстве социальных сетей и реальная идентичность: сравнительные характеристики // *Ярославский педагогический вестник*. № 1 (118). С. 105-114. DOI: 10.20323/1813-145X-2021-1-118-105-114.

Старцев А.А., Гришанин Н.В., Кириллина Н.В. (2018). Идентичность и идентификация личности в социальных сетях // *Коммуникология*. Т. 6. № 4. С. 76-87.

Grieves M. (2015). Digital twin: Manufacturing excellence through virtual factory replication, accessed at: https://www.researchgate.net/publication/275211047_Digital_Twin_Manufacturing_Excellence_through_Virtual_Factory_Replication/citation/download.

Kritzinger W., Karner M., Traar G., Henjes J., Sihn W. (2018). Digital twin in manufacturing: a categorical literature review and classification. *IFAC-PapersOnLine*. No. 51(11). P. 1016-1022. DOI: 10.1016/j.ifacol.2018.08.474.

Lütke L., Tuitjer L., Dirksmeier P. (2023). Sailing to save the planet? Media-produced narratives of Greta Thunberg's trip to the UN Climate Summit in German print newspapers. *Humanities and Social Sciences Communication*. No. 10. Article 242. DOI: 10.1057/s41599-023-01743-6.

Olesen T. (2020). Greta Thunberg's iconicity: Performance and co-performance in the social media ecology. *New Media & Society*. Vol. 24. No. 6. P. 1325-1342. DOI: 10.1177/1461444820975416.

Ott B.L. (2016). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. *Critical Studies in Media Communication*. No. 34 (1). P. 59-68. DOI: 10.1080/15295036.2016.1266686.

Philips W. (2016). This Is Why We Can't Have Nice Things Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture. The MIT Press.

Reid J., Rhodes D. (2016). Digital system models: an investigation of the nontechnical challenges and research needs, In: Conference on Systems Engineering Research, Systems Engineering Advancement Research Initiative. Massachusetts Institute of Technology.

Robles-Carrillo M. (2024). Digital identity: an approach to its nature, concept and functionalities. *International Journal of Law and Information Technology*. Vol. 32. DOI: 10.1093/ijlit/eaee019.

Young S. (2020). Your Digital Alter Ego – The Superhero/Villain You (Never) Wanted Transcending Space and Time? *Computers and Composition*. Vol. 55. P. 1-11. DOI: 10.1016/j.compcom.2020.102543.

Zelinsky D. (2024). 'To the moon!': Elon Musk, Dogecoin and the political economy of charismatic leadership. *Journal of Cultural Economy*. DOI: 10.1080/17530350.2024.2302177.

■ ■ ■ The Policy of Twins: projections of the real in modern media

Kirillina N.V.

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

Abstract. This article continues the study of 'real' and 'perceived' identity and represents the conceptual analysis of the phenomenon of digital twins and alter egos in contemporary

media. The study attempts to understand the transformations of identity, which in media practices goes beyond a simple reflection of the subject and acquires its own agency. The focus is laid on the process of transforming digital identity into an independent entity –an autonomous image or digital alter ego capable of functioning independently. Drawing on classical philosophy (Platonic eidos, Hegel's approach to the 'thing-in-itself' and its representation) allows to identify the ontological foundations of the discrepancy between the subject and their digital projections. Baudrillard's concepts of simulacrum and Deleuze's rhizome expand the scope of the analysis, allowing us to describe the digital media space as an autonomous reality where representations not only reflect but also replace the 'real'. The analysis demonstrates that in contemporary media, digital projections of personality go beyond representation and begin to function as active actors in political / public discourse.

The development of working hypotheses, search and selection of relevant studies for comparative analysis were conducted using ChatGPT (OpenAI). Data validation, interpretation, and conceptual analysis were accordingly realized by the author.

Keywords: digital identity, digital twin, alter ego, media space, media, representation, meme, eidos, simulacrum, rhizome

For citation: Kirillina N.V. (2025). The policy of twins: projections of the real in modern media. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 32-41. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-3-32-41.

Inf. about the author: Kirillina Natalia Vladimirovna – CandSc (Soc.), executive editor of *Communicology* international scientific journal, associate professor at the department of public relations and media policy, RANEP. ORCID: 0000-0003-3506-7558. E-mail: nata.kirillina@gmail.com. Address: 119606, Russia, Moscow, Vernadsky ave, 84.

Received: 12.08.2025. *Accepted:* 20.09.2025.

References

- Aristotle (ed. 2014). *Metaphysics*. St. Petersburg: Lan (in Rus.).
- Baudrillard J. (2015). *Simulacra and Simulation* (translated O.A. Pechenkin). Moscow: Postum (in Rus.).
- Bauman Z. (2002). *Individualized Society* (transl. V.L. Inozemtsev). Moscow: Logos (in Rus.).
- Bauman Z. (2008). *Liquid Modernity* (transl.). St. Petersburg: Piter (in Rus.).
- Danilova E.N., Yadov V.A. (2004). Unstable Social Identity as a Norm of Modern Communities. *Sociological Studies*. No. 10. P. 27-30 (in Rus.).
- Deleuze J., Guattari F. (2008). *A Thousand Plateaus: Capitalism and Schizophrenia* (transl. S.N. Zenkin). Yekaterinburg: U-Factoria (in Rus.).
- Demkin V.O. (2024). Digital Personality and Digital Image of a Person: Characteristics and Place of Concepts in the System of Related Categories. *Bulletin of RUDN University. Series: Legal Sciences*. Vol. 28. No. 3. P. 512-527. DOI: 10.22363/2313-2337-2024-28-3-512-527 (in Rus.).
- Grieves M. (2015). Digital twin: Manufacturing excellence through virtual factory replication, accessed at: https://www.researchgate.net/publication/275211047_Digital_Twin_Manufacturing_Excellence_through_Virtual_Factory_Replication/citation/download.
- Hegel G. (2000 ed.). *Phenomenology of the Spirit* (transl.). Moscow: Nauka (in Rus.).
- Hegel G. (2013 ed.). *The Science of Logic (1812–1816)*. St. Petersburg: Lan (in Rus.).
- Kirillina N.V. (2023). Real and Perceived Identity in the Digital Environment. *Communicology*. Vol. 11. No. 2. P. 150-157. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-2-150-157 (in Rus.).

- Kritzinger W., Karner M., Traar G., Henjes J., Sihn W. (2018). Digital twin in manufacturing: a categorical literature review and classification. IFAC-PapersOnLine. No. 51(11). P. 1016-1022. DOI: 10.1016/j.ifacol.2018.08.474.
- Luhmann N. (2005). The Reality of Mass Media (transl. A.Yu. Antonovsky). Moscow: Praxis (in Rus.).
- Luhmann N. (2007). Introduction to Systems Theory (ed. by D. Becker; transl. K. Timofeev). Moscow: Logos (in Rus.).
- Lütke L., Tuitjer L., Dirksmeier P. (2023). Sailing to save the planet? Media-produced narratives of Greta Thunberg's trip to the UN Climate Summit in German print newspapers. Humanities and Social Sciences Communication. No. 10. Article 242. DOI: 10.1057/s41599-023-01743-6.
- Mamedov A.K., Smirnova O.V., Denisova G.V., Sapunova O.V. (2025). Conflict between the Real and Digital Personalities of Participants in the Media Communication Process: Research Results. RUDN Journal of Sociology. Vol. 25. No. 2. P. 397-409. DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-2-397-409 (in Rus.).
- Muller A.A. (2025). Transformation of Social Spaces and Their Metamorphoses in the Digital Twin of Media Reality. Society: Philosophy, History, Culture. No. 7(135). P. 54-59. DOI: 10.24158/fik.2025.7.7 (in Rus.).
- Olesen T. (2020). Greta Thunberg's iconicity: Performance and co-performance in the social media ecology. New Media & Society. Vol. 24. No. 6. P. 1325-1342. DOI: 10.1177/1461444820975416.
- Ott B.L. (2016). The age of Twitter: Donald J. Trump and the politics of debasement. Critical Studies in Media Communication. No. 34 (1). P. 59-68. DOI: 10.1080/15295036.2016.1266686.
- Philips W. (2016). This Is Why We Can't Have Nice Things Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture. The MIT Press.
- Plato (ed. 2017). The Republic (Book VI–VII). Moscow: Ruscience (in Rus.).
- Platonova S.I. (2024). Identity in a Digital Society: Genesis of the Concept and Main Characteristics. Nomothetika: Philosophy. Sociology. Law. No. 49(2). P. 357–366. DOI: 10.52575/2712-746X-2024-49-2-357-366 (in Rus.).
- Reid J., Rhodes D. (2016). Digital system models: an investigation of the nontechnical challenges and research needs, In: Conference on Systems Engineering Research, Systems Engineering Advancement Research Initiative. Massachusetts Institute of Technology.
- Ricoeur P. (2008). Oneself as another (transl). Moscow: Publishing House of Humanitarian Literature (in Rus.).
- Robles-Carrillo M. (2024). Digital identity: an approach to its nature, concept and functionalities. International Journal of Law and Information Technology. Vol. 32. DOI: 10.1093/ijlit/eaee019.
- Rylskaya E.A., Pogorelov D.N. (2021). Personal Identity in the Virtual Space of Social Networks and Real Identity: Comparative Characteristics. Yaroslavl Pedagogical Bulletin. No. 1 (118). P. 105–114. DOI: 10.20323/1813-145X-2021-1-118-105-114 (in Rus.).
- Startsev A.A., Grishanin N.V., Kirillina N.V. (2018). Identity and Personal Identification in Social Networks. Communicology. Vol. 6. No. 4. P. 76-87 (in Rus.).
- Voiskunsky A.E., Evdokimenko A.S., Fedunina N.Yu. (2013). Alternative Identity in Social Networks. Bulletin of Moscow University. Series 14. No. 1. P. 66-83 (in Rus.).
- Young S. (2020). Your Digital Alter Ego – The Superhero/Villain You (Never) Wanted Transcending Space and Time? Computers and Composition. Vol. 55. P. 1-11. DOI: 10.1016/j.compcom.2020.102543.
- Zelinsky D. (2024). 'To the moon!': Elon Musk, Dogecoin and the political economy of charismatic leadership. Journal of Cultural Economy. DOI: 10.1080/17530350.2024.2302177.
-

МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА (социологические науки)

MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM (sociology)

■ ■ ■ Структура российского медиапотребления: результаты типологического анализа

Назаров М.М.¹, Юркин Д.Н.²

1. Институт социально-политических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, Российская Федерация.
2. Группа компаний Okkam, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Приводятся результаты репрезентативного исследования мульти-медийного поведения российской аудитории, проведенного в 2022 году. Данные отражают особенности медиапотребления в начале актуального исторического периода, связанного с изменением ряда ключевых констант жизни общества. Применение процедур кластерного и дискриминантного анализа позволило выделить в структуре аудитории пять статистически устойчивых, внутренне однородных и отличающихся друг от друга типологических групп (кластеров). Основу дифференциации кластеров составляют различные медийные «репертуары» аудитории: наборы и длительности использования медиа, и их составляющих – телеканалов, радиостанций, социальных сетей, агрегаторов видео, интернет изданий и других источников. Среди социально-демографических характеристик наиболее значимым дифференцирующим признаком кластеров является возраст. Согласно результатам, в совокупном времени использования медиа около 60% приходилось на онлайн-медиа (социальные сети, агрегаторы видео-контента и другие интернет-ресурсы), остальное – на традиционные медиа (прежде всего, телевидение). Результаты типологического анализа позволяют оценить распределение времени контактов в кластерах аудитории с новостным и общественно-политическим контентом, отражающим официальную российскую информационную повестку. Характеристики кластеров показывают, что в условиях фрагментации медийного ландшафта источники новостной повестки в отдельных группах аудитории являются диверсифицированными и, зачастую, минимально пересекающимися между собой. В условиях роста напряженности в мире и нарастания информационного противостояния это приводит к усложнению задач управления новостной повесткой.

Ключевые слова: медиапотребление, медийные платформы, аудитория, интернет, телевидение, социальные сети, типология, установление пунктов повестки дня

Для цитирования: Назаров М.М., Юркин Д.Н. Структура российского медиапотребления: результаты типологического анализа // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 43-60. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-43-60.

Сведения об авторах: Назаров Михаил Михайлович – доктор политических наук, главный научный сотрудник, Институт социально-политических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН. ORCID: 0000-0003-0200-3785. Адрес: 119333, Россия, Москва, ул. Фотиевой, 6, к.1. E-mail: vy175867@yandex.ru. Юркин Дмитрий Николаевич – директор по исследованиям российской медиа-коммуникационной группы ОККАМ. E-mail: dmitry.yurkin@gmail.com

Статья поступила в редакцию: 28.08.2025. *Принята к печати:* 20.09.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. За последнее десятилетие российский медиаландшафт претерпел существенные изменения. Исследователи отмечают, что одна из важных сторон изменений среды коммуникаций связана с влиянием новых технологий, ростом числа медийных источников, доступных аудитории [Вартанова 2025; Кириллина 2022; Sharkov et al. 2025]. Вместе с тем, проблематика мультимедийных практик российской аудитории в современной цифровой среде; временных затрат как на отдельные классы медиа, так и на их составляющие; сложившихся в этой связи типовых медийных «репертуаров» пользователей не получила достаточного отражения в публикациях российских исследователей.

В работе рассматриваются следующие исследовательские вопросы. Существуют ли в структуре российской аудитории типологические группы, основу дифференциации которых составляют устойчивые сочетания использования различных медиа и, если да, то каковы их характеристики? О каких особенностях в части использования новостной и общественно-политической информации российской аудиторией правомерно говорить в связи с результатами типологического анализа?

Поясним, чем было вызвано наше обращение к типологическому анализу. Институт массовой коммуникации является важной составляющей стабильного функционирования социальной системы в целом. При этом значимым моментом является осуществление ряда социальных функций медиа – информирования, адаптации к изменениям, интеграции, мобилизации и др. Об этом писали исследователи применительно к разным странам; историческим периодам; типам общественного устройства, в которых функционировали медиа [McQuail 1989; Грушина, Ониксова 1980; Дугин 2021]. В этой связи эффективная деятельность медиа невозможна без учета изменений в информационно-коммуникативной среде общества. Поэтому, актуальным оказывается изучение аудиторной картографии российского медийного ландшафта, инструментом которой является типологический анализ. Понимание особенностей типовых моделей медиапотребления в российской информационной среде являются востребованными как в связи с задачами социального управления, так и в связи с потребностями в сфере медиа-бизнеса и медиа-менеджмента.

Метод типологического анализа использовался в исследованиях аудитории медиа как отечественными, так и зарубежными специалистами. В первые два десятилетия нынешнего века масштабные исследования с применением типологического анализа проводились нашей стране в связи с изучением телевидения [Ковалев 2007; Полуэхтова 2012]. На основе общероссийской выборки были определены типологические группы: различающиеся по типам способов организации или практик телепросмотра; по типам телевизионного контента, предпочитаемого телезрителями [Ковалев 2007: 146-147, 174-175].

Использование типологического анализа для изучения практик мультимедийного поведения аудитории в зарубежных исследованиях охватывало различные предметные области. Многомерная классификация коммуникативного поведе-

ния населения Швейцарии позволила проследить содержательные особенности цифрового сдвига в медиапотреблении. Показано, что отличия между типологическими группами, составляющими в совокупности аудиторию медиа, определяются как поколенческими различиями, так и контентными предпочтениями [Reveillhas, Morselli 2020]. Для внутренней структуры аудитории Финляндии присущими оказываются три репертуара-паттерна медиапотребления – «широкий», «узкий» и «интернет-ориентированный». Согласно репрезентативным для населения данным, указанные типы использования медиа различаются как по социально-демографическому, так и по политическому профилю пользователей [Heikkila et al. 2022]. Особенностью современной медиасреды является мультиплатформенная многозадачность – одновременное использования различных медиа. В результатах выборочного исследования китайских интернет-пользователей зафиксирована типология паттернов параллельного использования телевидения и смартфонов, обеспечивающих доступ к социальным сетям [Linsen Sua, Shih-Chih Chen 2020].

Упомянутые выше работы содержат важные для нас теоретико-методологические решения в части разработки концептуальной модели, построения признакового пространства и ряда других составляющих типологического анализа, на которые мы опирались в рамках нашего проекта. Заметим, что перечень медиа, изученных в этих, и ряде других работ охватывал основные традиционные медиа и интернет, причем дифференциация типов носителей в интернет в большинстве случаев отсутствовала. В нашем исследовании эта содержательная лакуна была минимизирована.

Исследование проводилось в середине 2022 года – первого года специальной военной операции на Украине. Это событие, как показали последующие годы оказалось сопряженным с углублением противоречий России и современного пост-Запада и оказало существенное влияние на содержание процессов в сфере политики, экономики, идеологии, культуры. Исследователи отмечают, что проведение специальной военной операции является важным фактором, влияющим на состояние сознания российского общества, на социальную реальность как в нашей стране, так и в мире [Шестопал, Рогач 2023].

Очевидно, что происходящие изменения не могли не затронуть информационную сферу. Это тем более так, принимая во внимание повышение фактора медиатизации в жизни современных обществ в целом. Для деятельности медийных институтов исследуемого периода характерным было нарастание противостояния. Характеризуя обсуждаемый период, его, справедливо, по крайней мере применительно к общественно-политическому сегменту медийной среды, определяют, как «информационную войну» [Латов 2023]. Причем здесь использовались как информационные, так и организационно-правовые инструменты. Так, например, в российском сегменте интернета были заблокированы популярные ранее социальные сети Instagram* и Facebook*. Наиболее популярная в России

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

платформа видео-контента YouTube фактически прекратила возможность распространения программ общественно-политического вещания российских телеканалов. Это также касалось материалов популярных российских журналистов и блогеров, выступающих с прогосударственных позиций.

Поясним логику нашего исследовательского внимания к данным 2022 года. Во-первых, эти данные характеризуют то, как выглядел российский медиаландшафт, в частности, основные типы медийного потребления в начальной фазе исторического периода, связанного с наличием во многом иных, чем ранее, условий существования общества. Во-вторых, данные этого временного периода правомерно рассматривать как исходные координаты, по отношению к которым более рельефно проявляются те или иные изменения, происходившие в информационной сфере в последующие годы.

Материалы и методы

Эмпирической основой анализа являются данные исследования российского медиапотребления. Данные репрезентируют городское население РФ в возрасте 16-64 года, имеющих доступ к интернету. Проект осуществлен российской медиа-коммуникационной группой ОККАМ. Полевой этап проводился в августе 2022 года. Количество опрошенных составило 1900 респондентов. После проведения процедур валидации в анализ были включены данные от 1508 респондентов. Данные проекта были использованы ранее для рассмотрения общих характеристик мультимедийного поведения российской аудитории¹. В этой работе приводятся результаты научного поиска, обусловленные углублением анализа – выявлением в общей структуре аудитории устойчивых типологических групп с различными репертуарами мультимедийного поведения.

Эмпирическими индикаторами медиапотребления выступали частота обращения и временные затраты использования отдельных медиа. Методика сбора первичных эмпирических данных учитывала, что в условиях современной мультимедийной среды у аудитории имеется широкий выбор источников. Поэтому детали медиапотребления фиксировались с помощью индикаторов суточного времени использования составляющих отдельных медиа: социальных сетей, агрегаторов видео, интернет-изданий, телеканалов, радиостанций, музыкальных ресурсов в интернет. Метод сбора первичной эмпирической информации – онлайн анкетирование. Использовалась техника «Day after recall» (Респондент дает ответы о своем обращении к медиа «вчера»).

Логика анализа исходит из того, что аудитории медиа свойственной является внутренняя дифференциация. Отсюда вытекает задача выявления социально

¹ Сбор первичной социологической информации проводился компанией АСИ (С. Петербург). Данные проекта были использованы ранее для рассмотрения общих характеристик мультимедийного поведения российской аудитории: Назаров М.М., Юркин Д.Н. (2024). Мультимедийное потребление российской аудитории: опыт исследования 2021-2022 гг. // Россия реформирующаяся. № 22. С. 375-404.

значимых, внутренне однородных, качественно отличных друг от друга групп эмпирических объектов, которая решается с помощью типологического анализа [Татарова 1984]. В социологической литературе выделяются понятия теоретической и эмпирической типологии. В рамках данного исследования осуществляется построение эмпирической типологии, в основе которой лежит поиск устойчивых сочетаний социальных объектов или явлений, рассматриваемых в нескольких измерениях одновременно [Андреенков, Толстова 1982]. Предметом типологии является время потребления различных медиа, которые используются в повседневных практиках культурно-информационной деятельности. В работе мы используем исследовательскую стратегию, предполагающую поиск эмпирических закономерностей, позволяющих выдвинуть предположение о существовании социальных типов [Татарова, Кученкова 2022]. Алгоритм построения типологии и определения содержательных особенностей выделенных типологических групп (кластеров) предполагал последовательное использование кластерного и дискриминантного анализа.

Одним из центральных вопросов процедуры кластерного анализа является корректное обоснование числа групп или кластеров, из которых состоит совокупность изучаемых объектов (в данном случае респондентов - индивидов, составляющих аудиторию медиа). Для этого сначала была применена процедура иерархического кластерного анализа применительно к набору классификационных переменных, отражающих частоту и длительность обращения к медиа. Верификация обоснования числа кластеров произведена в опоре на шесть различных критериев внутреннего качества кластерного разбиения¹.

В результате было обосновано, что наилучшей в формально-математическом смысле является иерархическая классификация переменных на шесть кластеров. Классифицируемые переменные, о которых говорилось выше, характеризуют медиапотребление индивидов, находящихся в фокусе анализа. В этой связи будет правомерным считать, что выявленное число кластеров является оптимальным для разбиения массива респондентов, если в качестве классификационных признаков выступают те же переменные длительности и частоты обращения к медиа. Для этого был применен неиерархический метод кластеризации К-средних, позволяющий разделить объекты на заранее заданное число из шести кластеров. Для оценки качества классификации применялся дискриминантный анализ. Результаты подтверждают состоятельность первичного кластерного разбиения. Корректность восстановления групп (кластеров) составляет 89,9%. Выявленные группы слабо (менее чем на 20%) пересекаются между собой.

¹ Использовались следующие критерии: Ratkowsky-Lance Clustering Criterion; AIC & BIC Clustering Criteria; Calinski-Harabasz, SSW, And Log SS Ratio Clustering Criteria; Davies-Bouldin, PBM Clustering Criteria; Cubic Clustering Criterion; Silhouette Statistic Clustering Criterion.

Результаты исследования

Потребление отдельных классов медиа непосредственным образом связано с характеристиками структуры мультимедийного поведения аудитории (Таблица 1). Во-первых, исследование показало существенный объем потребления медийных платформ в интернет-среде. Их совокупная доля составляет 58,1% от всего времени, затраченного на потребление медиа. Последнее вполне ожидаемо, поскольку онлайн медиа удовлетворяют широкий круг информационных и культурно-рекреационных потребностей аудитории. Причем постоянная онлайн-включенность все более способствует «вписанности» медиапотребления в образ жизни и режимы жизнедеятельности людей. Во-вторых, это существенная по объемам доля времени, которая отводится использованию социальных сетей (30,2%). Обогащение возможностей коммуникационного общения, которые привнесли в медиасреду социальные сети, являются одним из важных факторов их популярности. В-третьих, значимую долю в медиапотреблении на период исследования продолжает занимать телевидение (33,1%). Вместе с тем, нельзя не сказать о продолжающемся тренде на сокращении доли телевидения в совокупном времени медиапотреблении. Это особенно ярко выглядит на фоне данных последней четверти прошлого и первого десятилетия нынешнего века, когда позиции телевидения были доминирующими по отношению к другим медиа.

Таблица 1. Среднее время медиапотребления на человека (мин., в мес.)¹ / Average time of media consumption per person (min., per month)

	минут в месяц	%
Использование социальных сетей	5 754	30,2
– в том числе время просмотра / чтения блогеров	1 898	
Просмотр видео в интернете	3 533	18,6
– в том числе использование онлайн-кинотеатров	1 156	
Чтение интернет-изданий	534	2,8
Использование музыкальных интернет-сервисов	1 228	6,5
Просмотр ТВ	6 292	33,1
Прослушивание радио	1 583	8,3
Чтение печатной прессы (газеты, журналы)	97	0,5
Суммарное время использования медиа в месяц, (мин.)	19 023	100,0

Результаты типологического анализа. Использование многомерной классификации – кластерного анализа позволяет рассмотреть аудиторию российских медиа как совокупность внутренне однородных и отличающихся друг от друга

¹ Результаты опубликованы ранее, см. подробнее: Назаров М.М., Юркин Д.Н. (2024). Мультимедийное потребление российской аудитории: опыт исследования 2021-2022 гг. // Россия реформирующаяся. № 22. С. 375-404.

групп или кластеров, имеющих различные характеристики медиапотребления. Результаты классификации приведены в таблице 2¹. Ниже приведены ключевые характеристики отдельных кластеров (по интенсивности медиапотребления).

Кластер 1. Высокая продолжительность использования медиа с акцентом на использовании социальных сетей (доля кластера в массиве – 5,0%):

- высокая продолжительность времени использования медиа в целом (в 2.5 раза больше, чем в среднем по массиву);

- социальные сети – наиболее активно используемый источник. Доля сетей в общем времени на медиа в 1.84 раза выше, чем в массиве в целом;

- время использования ВКонтакте, Telegram, Instagram*, TikTok, Одноклассники, Facebook* в 3-5 раз больше, чем в среднем по всему массиву;

- среди платформ просмотра видео абсолютным лидером по времени использования является YouTube (2022)²;

- в рамках невысокого в среднем времени телепросмотра в данном кластере выделяется включенность в просмотр сетевых и тематических каналов («СТС», «ТНТ», «Домашний», «Карусель», «ТВЗ», «Суббота» и др.).

Кластер 2. Средняя продолжительность с использования медиа акцентом на онлайн источники (доля массиве – 14,9%):

- общее время на медиа в кластере сопоставимо со средними показателями для массива в целом;

- активная включенность в онлайн-медиа – социальные сети, платформы онлайн-видео, музыкальные интернет-сервисы, материалы блогеров (доля времени на эти медиа в кластере в 1.2–1.55 раз больше, чем в массиве в целом);

- наибольшее среди всех кластеров время на платформы онлайн-видео;

- высокие показатели использования онлайн музыкальных сервисов и отдельных онлайн-кинотеатров (VK Музыка, Ivi);

- практически все телеканалы здесь имеют наименьшую долю в общем потреблении (по сравнению с другими кластерами).

Кластер 3. Средняя продолжительность использования медиа с акцентом на использовании ТВ (доля кластера в массиве – 22%):

¹ В таблице 2 и далее по тексту приводятся характеристики пяти кластеров. Не рассматриваются особенности шестого кластера – малый объем медиапотребления (доля 1,4%) и низкое абсолютное наполнение группы не позволяют проводить обоснованную интерпретацию данных.

² Приводятся данные оригинального исследования мультимедийного поведения аудитории, проведенного в 2022 году. При этом данные характеризуют особенности медиапотребления в отдельных типологических группах – кластерах на период исследования. Для ответа на вопрос, как изменились характеристики кластеров, например, в 2025 году необходимы данные проведенные в этот период по аналогичной – уникальной методике. Таковые на сегодня отсутствуют.

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

- общее время на медиа примерно равно средним цифрам длительности медиапотребления в массиве в целом;
- доля времени на ТВ в 1.7 раза больше, чем в массиве в целом;
- набор активно используемых телеканалов более сконцентрирован на национальных и сетевых, чем на тематических каналах;
- доля времени на социальные сети и платформы онлайн видео существенно меньше, чем в среднем по массиву;
- показатели включенности в просмотр онлайн-кинотеатров близки к средним по массиву.

Кластер 4. Высокая продолжительность использования медиа с акцентом на использовании ТВ» (доля в массиве – 4,5%).

- время медиапотребления в 2,5 раза больше, чем в среднем по массиву;
- доля ТВ совокупном времени потребления медиа в кластере в два раза больше, чем в массиве в целом;
- активное обращение к широкому кругу телеканалов – национальных («Первый», «Россия 1», «НТВ», «Россия 24»), популярных сетевых («Рен ТВ», «СТС», «ТНТ» и др.), тематических («Муз ТВ», «СТС Love», «Карусель», «РБК» и др.);
- в целом относительно низкая доля использования социальных сетей и платформ онлайн видео.
- приоритеты при обращении социальным сетям и платформам онлайн видео – платформа Одноклассники, Яндекс-видео.

Кластер 5. Относительно низкая общая продолжительность использования медиа» (доля в массиве – 52,1%):

- общее время использования медиа в кластере почти в два раза меньше, чем по массиву в целом;
- относительная доля продолжительности использования телевидения в кластере оказывается в 1,44 раза меньше, чем в массиве в целом; доля использования социальных сетей – меньше в 0,9 раза;
- для ряда источников характерна большая доля потребления среди респондентов кластера, чем в массиве в целом (видео в интернете, включая онлайн-кинотеатры; музыкальные интернет-сервисы, интернет издания, радио).

Выявленная в ходе анализа структура кластеров помогает лучше понять картину мультимедийных предпочтений в российском обществе. На условной карте предпочтений существует три области или содержательные пространства. Во-первых, это область средней и высокой включенности в медиапотребление с существенным преобладанием по длительности онлайн-медиа. Причем здесь аудитория отводит социальным сетям и платформам видео-контента порядка 70% от совокупного времени на медиа. В совокупности кластеры 1 и 2, составляющие эту область охватывают 20% аудитории. Во-вторых, существует область средней и высокой включенности в медиапотребление, где около 60% общего времени аудитория отводит телевидению. Составляющие эту область кластеры 3 и 4 представляют 27% аудитории. В-третьих, выделяется область

с относительно низкой общей продолжительностью использования медиа – кластер 5 с долей 52% от всего массива респондентов, включенных в анализ. Характерно, что здесь преобладает использование различных медийных ресурсов в интернете. Причем доля времени на социальных сети и сервисы онлайн-видео оказывается в два раза большей, чем доля времени, уделяемого аудиторией телевидению.

Социально-демографические особенности кластеров. Существуют ли особенности кластеров в связи с показателями пола, возраста, образования, дохода? Для установления факта связи между переменными нами был применен непараметрический аналог однофакторного дисперсионного анализа – критерий Краскэла-Уоллиса. Было определено, что правомерно говорить о наличии выраженного статистическом плане влияния фактора возраста (на уровне значимости 0,001) в связи с принадлежностью к кластерам. Причем это относится только кластерам 2 и 3. В кластере 2 (Средняя вовлеченность с акцентом на онлайн-медиа) сосредоточены представители более молодых возрастных групп (16–24 года). Среди респондентов кластера 3 (Средняя вовлеченность с акцентом на ТВ) в большей степени представлены индивиды из средних и старших возрастных категорий (45–54 и 55–64 года). В отношении других кластеров социально-демографических особенностей выявлено не было.

Обсуждение. Не претендуя на полноту рассмотрения, остановимся на вопросе информационного потребления в отдельных кластерах аудитории. Актуальность этого определяется тем, что среди социальных функций медиа к важнейшим относят обеспечение граждан информацией об окружающей их действительности, жизни общества, мира в целом. Исследования, показывают, что информационные мотивы (наряду с рекреативными мотивами) неизменно находятся среди ведущих при обращении аудитории к медиа [Фирсов 1987; Ferguson, Perse 2000].

Проследим далее, как полученная типология медиапотребления помогает лучше понять, посредством каких коммуникационных каналов осуществлялись контакты в различных группах аудитории с контентом, отражающим официальную российскую повестку. Напомним, что в течение последних десятилетий достаточно стабильной в обществе была ситуация, когда информационная повестка формировалась т.н. массовыми медиа (или традиционными медиа), при ведущей роли телевидения¹. Затем, в результате медийной конвергенции телевидение оказалось в непосредственной конкуренции за внимание аудитории

¹ Если в 2013-2016 гг. роль телевидения как источника информации о событиях в стране и в мире была доминирующей (86-90%), то к 2022 г. телевидение продолжало оставаться лидером, хотя аудиторные предпочтения были меньшими (67%). Ист.: Общественное мнение – 2022. М.: Левада-Центр, 2023. С. 118 [режим доступа]: <https://www.levada.ru/sbornik-obshhestvennoe-mnenie/obshhestvennoe-mnenie-2022/> (дата обращения: 25.10.2023)

Таблица 2. Среднее время использования медиа в основных 5 типологических группах (кластерах) (мин., в мес.) / Average time of media use in the main 5 typological groups (clusters) (min., per month)

Кластер	Доля	Общее время потребления медиа	ТВ	Радио	Печатная пресса	Социальные сети	Видео в интернете	Интернет-издания	Музык. интернет-сервисы	Онлайн-кинотеатры	Промсмотр / чтение блогов
1. Высокая продолжительность использования медиа с акцентом на использовании социальных сетей (доля 5,0%)	5%	44 728	9 485	1 711	84	24 402	5 879	589	2 578	1 412	4 361
2. Средняя продолжительность использования медиа акцентом на онлайн источниках (доля 14,9%)	14,9%	25 488	2 610	1 408	79	10 957	7 656	674	2 103	1 431	4 445
3. Средняя продолжительность использования медиа с акцентом на использовании ТВ (доля 22%)	22%	22 226	12 155	1 707	97	4 134	2 491	672	970	1 310	1 243
4. Высокая продолжительность использования медиа с акцентом на использовании ТВ (доля 4,5%)	4,5%	45 051	27 931	4 202	158	6 359	3 910	1 057	1 434	1 661	1 798
5. Относительно низкая общая продолжительность использования медиа (доля 52,1%)	52,1%	9 079	2 172	1 057	88	2 575	2 050	329	807	746	1 032
В среднем по массиву пяти кластеров		17681	5926	1 411	90	5 390	3 227	497	1 141	1 035	1772

с широким спектром видеоматериалов, доступных аудитории посредством различных интернет-сервисов (видеохостингов, социальных сетей и др.). Вместе с тем, способы доставки российского телевидения, включая информационный и общественно политический контент, расширились за счет инфраструктуры интернета.

Важность этого обстоятельства определяется тем, что на 2022 год (период проведения исследования) приходится обострение отношений нашей страны с современным пост-Западом, что кардинально повлияло на политико-идеологические координаты информационного противостояния. В этой связи рассмотрим структурирование информационного российского медиаландшафта в части конкурирующих медийных субъектов. Для сегмента телевидения характерным было доминирование российских телеканалов. Информационное пространство интернет того периода было более диверсифицированным. В сегменте интернет существенным было присутствие транснациональных и международных медийных игроков. Так, по данным на октябрь 2022 года среднесуточный охват топ-площадок среди российской аудитории был следующим: Яндекс – 63,9; Google – 58,4; ВКонтате – 51,9; YouTube – 50,5; Telegram – 46,9¹.

На современном российском телевидении, существует ряд каналов в объеме вещания которых существенную долю имеет новостной и социально-политический контент, отражающий официальную информационную повестку. К ним относятся: «Первый канал», «Россия-1», «НТВ», «Россия-24», «Рен-ТВ», «Пятый канал», «Звезда», «ТВ Центр», «Мир», «Спас» и некоторые другие. Для определения того, какую долю в совокупной длительности просмотра каналов занимал новостной и социально-политический контент, проведен специальный анализ с использованием индустриальных данных о телесмотрении TV Index². Эти данные использовались для расчета совокупной длительности просмотра новостных и социально-политических программ в рамках общей длительности использования телевидения в отдельных кластерах. Полученные результаты показывают, что просмотр программ с общественно-политическим содержанием

¹ Как изменилась аудитория медиа в 2022 // Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, данные на окт. 2022 [эл. ресурс]: <https://mediascope.net/news/1532413/> (дата обращения: 28.07.2025).

² Используются индустриальные данные TV Index (Mediascope). Необходимость этого обусловлена тем, что эти данные применялись для уточнения структуры информационного потребления на телевидении в период проведения опроса. В 2022 году величина телевизионной панели составляла более 9000 домохозяйств. На основе исходных данных построена выборка наблюдений, идентичных по основным социально-демографическим параметрам структуре опрошенных нашего исследования. Далее было зафиксировано, какую долю в средней длительности просмотра отдельных телеканалов составляет просмотр новостных и социально-политических передач. Результаты оказались следующими: «Первый канал» – 49%; «Россия 1» – 61%; «НТВ» – 26%; «Пятый канал» – 10%; «Рен ТВ» – 19%; «ТВ Центр» – 16%; «Звезда» – 35%; «Россия 24» – 75%; «Мир» – 7%; «Спас» – 15%.

оказывается неодинаковым в отдельных кластерах. Так, в кластерах 3 и 4 временные затраты на просмотр программ этого типа оказываются в 4 и более раз продолжительнее, чем в кластерах 2 и 5. Фактически контакты с официальной политико-информационной повесткой, продвигаемой российским телевидением, происходят неравномерно в различных типологических группах – кластерах аудитории.

Социальные сети и платформы просмотра видео являются существенно более фрагментированными медиа, нежели телевидение. Одним из следствий этого является снижение возможностей последнего по продвижению официальной информационной повестки дня среди аудитории. Так, например, в 2022 году использовали возможности т.н. нелинейного просмотра ТВ в интернет 54% опрошенных россиян в возрасте от 15 лет и старше. В этой группе недельный охват новостных передач составил 18%, социально-политических программ – 7% [Полуэхтова 2023: 98, 178]. Причем на популярных платформах просмотра видео в период исследования существенно больший вес (по сравнению с телевидением) имели источники с несистемными позициями.

Это тем более так, если принять во внимание особенности структуры и обращения к платформам видео-контента в интернет. Абсолютным лидером здесь была платформа YouTube, время просмотра которого среди аудитории оказывается примерно равной времени просмотра всех прочих платформ в сегменте онлайн-видео. В контексте нашего обсуждения важно то, что контент российских национальных каналов, продвигающий официальную новостную повестку, был практически недоступным на платформе YouTube. Также обратим внимание на соотношение времени просмотра платформ, где каналы с официальной российской повесткой отсутствовали или присутствовали минимально (YouTube, Instagram*, TikTok, Facebook*); и тех платформ, где такие каналы присутствовали (Rutube, Telegram, Яндекс-Видео, ВКонтакте, Одноклассники, Яндекс.Дзен). Показательно, что время, уделяемое первой группе платформ, оказалось в 1.5-3 раза большим в кластерах 1, 2 и 5 (с выраженными онлайн предпочтениями) по сравнению с кластерами 3 и 4 (имеющими предпочтения в пользу телевидения). Будем также учитывать различия характера подачи информации, в том числе при освещении конфликтов различными субъектами медиа. Традиционные СМИ преимущественно стремятся к достижению общественного баланса и в большинстве своем ориентируются на профессиональные принципы журналистики. Освещение конфликтов в интернет-среде имеет более агрессивный характер, ориентировано на не всегда очевидные цели [Вартанова 2023: 23].

Таким образом, предпочтения в кластерах в отношении информационного и общественно-политического контента отражали ситуацию того, что в обществе на период исследования существовали группы аудитории, источники формирования новостной повестки которых являются различными. Одной из познава-

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

тельных функций эмпирической типологии является описание и интерпретация данных, позволяющих сформулировать гипотезы более общего порядка [Ядов 2007: 300]. О каких возможных следствиях правомерно говорить в связи с типологией медиапотребления в контексте управления информационными процессами и задачах социальной интеграции общества в целом?

Приоритет в отдельных типологических группах аудитории различных информационных источников фиксирует ослабление влияния массовых медиа. Исторически, как в нашей стране, так и за рубежом, массовые медиа выполняли важную роль «привратников» (gatekeepers) в регулировании информационной «повестки дня» [Брайант, Томпсон 2004: 161-174; Черных 2007: 32-42]. При этом «массмедиа формируют повестку дня, состоящую из актуальных тем», которые «складываются в ходе взаимодействия лоббистских стратегий разных социальных групп, с преобладанием роли государства» [Ионин 2010: 258]. Полученные данные говорят о том, что задачи управления информационной повесткой стали существенно более сложными. По всей видимости, для части российской аудитории контакты с источниками, отражающими официальную информационную повестку дня не были приоритетными на период исследования. По нашему мнению, это связано с процессами совершенствования технологий доставки контента в условиях интернет, с одной стороны, и содержательными предпочтениями аудитории – с другой.

Оценивая приведенные выше результаты, целесообразно учитывать отдельные тренды изменения медиаландшафта последних лет. Остановимся на наиболее массовых сегментах – социальных сетях, онлайн-видео, телевидении. Лидерами по охвату аудитории среди социальных сетей являются ВКонтакте и Telegram, месячный охват которых составил 74% и 72%, соответственно. За ними следуют TikTok – 54% и ОК (Одноклассники) – 40%¹. Наибольший рост был характерен для аудитории Telegram, который за период 2022-2025 гг. (вдвое). Этому способствовало несколько обстоятельств: Telegram обладал удобным для пользователя функционалом, сочетающим возможности социальной сети, мессенджера, интернет-СМИ и видеохостинга, что привлекало широкую аудиторию. Перераспределение аудитории в пользу Telegram, по всей видимости, также было связано с блокировкой Facebook*, Instagram*, замедлением и последующим блокированием YouTube.

Аудиторные показатели YouTube – лидера просмотра видео в интернете в интервале февраля 2022 – ноября 2024 гг. оставались стабильными и даже росли. Здесь играли роль различные обстоятельства: устойчивость в конкурентной

¹ «Успеть за 6 суток: обзор аудитории интернета» // Mediascope Cross Web, мобайл и десктоп, вся Россия, население 12+, данные октябрь 2024 [эл. ресурс]: https://mediascope.net/upload/iblock/9da/f39jd547adzptf0mu2j1tlmw44pjgt5d/Mediascope_НРФ_6%20суток.pdf (дата обращения: 18.06.2025).

* Принадлежит Meta – деятельность признана в России экстремистской и запрещена.

борьбе за аудиторию с другими медиа; приостановка YouTube монетизации для авторов контента из РФ, что выжалось для пользователей в отсутствии рекламы и, соответственно, большей привлекательности просмотра. В этот период обсуждалась возможность блокировки YouTube, но этого не произошло^{1,2}. Вместе с тем, со второй половины 2024 года наблюдалось замедление скорости работы сервиса³. В результате заметным стало уменьшение аудитории ресурса. Особенно это сказалось на показателе среднесуточного охвата YouTube, который в середине 2025 года оказался в два раза меньше аналогичного показателя 2022 года. При этом показатели месячного охвата упали на 20%. На этом фоне обращает на себя внимание рост аудитории российского видеохостинга RuTube. В течении последних трех лет показатели охвата аудитории и среднего времени просмотра контента демонстрировали кратный рост⁴.

Если говорить о телевидении, то здесь наблюдался долгосрочный тренд постепенного уменьшения аудиторных показателей, обусловленный общей фрагментацией медийного ландшафта, расширением популярности различных медийных сервисов в интернет. За период 2022-2025 гг. уменьшение показателя среднесуточного охвата аудитории телевидением составило порядка 9%⁵. Очевидно, что это сказалось на внимании аудитории как к новостному и общественно-политическому содержанию, так и к контенту, имеющему рекреативную направленность. Среди прочего, телевидение испытывало конкуренцию со стороны сегмента онлайн-кинотеатров. За последние три года тройка лидеров здесь не изменилась, причем рост показателей ежемесячных охватов сопровождался значимым ростом показателя продолжительности просмотра: Кинопоиска – в 1,5 раза, Ivi – в 2 раза, Okko – в 1,7 раза.

В целом в последние годы наблюдалась тенденция к увеличению российского контента в медийном пространстве. Санкции способствовали росту доли продукции российских компаний в структуре просмотра аудитории. В информационном сегменте российских медиа более очевидной стала пропагандистская на-

¹ В Госдуме заявили о возможной блокировке YouTube» // Известия, 14 марта 2022 [эл. ресурс]: <https://iz.ru/1304897/2022-03-14/v-gosdume-zaiavili-o-vozmozhnoi-blokirovke-youtube> (дата обращения: 22.07.2025).

² В Госдуме прокомментировали ситуацию с YouTube» // РИА Новости, 17 апреля 2025 [эл. ресурс]: <https://ria.ru/20250417/youtube-2011714907.html> (дата обращения: 23.07.2025).

³ Согласно информации Интерфакс, ухудшение качества работы YouTube Роскомнадзор связывал с прекращением поддержки инфраструктуры видеохостинга своих кэширующих серверов в сетях связи в РФ. См.: РКН нашел у Google достаточно нарушений для применения мер к YouTube» // Интерфакс, 26 июля 2024 [эл. ресурс]: <https://www.interfax.ru/russia/972681> (дата обращения: 19.07.2025).

⁴ Данные проекта Mediascope Cross Web, аудитория в возрасте «16-64».

⁵ Данные Mediascope TV Index, аудитория в возрасте «16-64».

правленность материалов. Наблюдался существенный рост аудитории Telegram. Немаловажно, что в рамках предложения этого международного игрока пользователи имели доступ к контенту различной направленности, включая широкий выбор российских источников. Вместе с тем, такие влиятельные транснациональные игроки, как YouTube испытывали отток аудитории. С другой стороны, продолжался тренд постепенного уменьшения аудиторных показателей российского телевидения – наиболее значимого источника распространения официальной российской повестки дня. По всей видимости, приведенные выше тренды могли повлиять на изменения в структуре мультимедийного поведения, зафиксированной нашим исследованием. Получение данных о количественных оценках этих изменений составит предмет дальнейших исследований.

Заключение. Данные типологического анализа фиксируют значимые отличия репертуаров медиапотребления среди представителей отдельных кластеров. Показатели медиапотребления в кластерах существенно различаются между собой как по общим временным затратам на различные медиа, так и по контентным предпочтениям – обращению к различному набору телеканалов, радиостанций, социальных сетей, агрегаторов видео, интернет-изданий. Выявленная картина мультимедийного поведения аудитории, определяется, среди прочего, тем, что совершенствование новых технологий доставки медиа, наблюдавшееся в последние 10-15 лет, шло параллельно с расширением предложения контента, имеющего все более адресную направленность. Это неминуемо сказалось на особенностях использования медиа – эмпирические данные отражают углубление фрагментации массовой аудитории.

Процесс фрагментации оказался сопряженным с ослаблением влияния массовых медиа, в том числе охватов центральных каналов телевидения, обеспечивающих трансляцию официальной российской новостной повестки. Анализ временных затрат на информационный и социально-политический контент, отражающий официальную российскую повестку дня, показывает существенные различия кластеров по этому вопросу. Это свидетельствует об усложнении задач в сфере информационной политики, необходимости взвешенных управленческих решений в этой области. Преобладание в медиапотреблении большей части кластеров интернет-ресурсов повышает роль технологий в формировании контекста медийного выбора. По всей видимости, рекомендательные функции поисковых систем, технологическая архитектура интернет-медиа могут способствовать концентрации внимания аудитории на «своем» контенте и формированию типологических групп аудитории, медийный репертуар которых слабо пересекается между собой.

Источники

Андреенков В.Г., Толстова Ю.Н., ред. (1982). Типология и классификация в социологических исследованиях. М.: Наука.

- Брайант Дж., Томпсон С. (2004). Основы воздействия СМИ. М.: Вильямс.
- Вартанова Е.Л. (2023). Репрезентация конфликта в условиях новой субъектности медиасреды // Социальная коммуникация в современном российском обществе: сборник докладов Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 20 октября 2022 г.) / Отв. ред. В. А. Мансуров, Т. З. Адамьянц. М.: РОС; ФНИСЦ РАН.
- Вартанова Е.Л. (2025). Технологии коммуникаций в контексте развития общества: «перекосы» или «связанность»? // Меди@льманах. № 1 (126). С. 8-17.
- Грушина Б.А., О니кова Л.А., ред. (1980). Массовая информация в современном промышленном городе: Опыт комплексного социологического исследования. М.: Политиздат.
- Дугин Е. Я. (2021). Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций. М.: Канон+.
- Ионин Л. Г. (2010). Апдейт консерватизма. М.: Изд. дом Высшей школы экономики.
- 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.
- Ковалев П.А. (2007). Российская телевизионная аудитория. М.: Издательство Национального института бизнеса.
- Латов Ю.В. (2023). Динамика массового сознания россиян: экстраординарная ситуация или начало нового цикла? // Полис. Политические исследования. № 6. С. 161-179.
- Назаров М.М., Юркин Д.Н. (2024). Мультимедийное потребление российской аудитории: опыт исследования 2021-2022 гг. // Россия реформирующаяся. № 22. С. 375-404. DOI: 10.19181/ezheg.2024.15.
- Полуэхтова И.А. (2023). Телевидение и его аудитория в эпоху интернета. М.: Изд-во Моск. гуманит. ун-та.
- Полуэхтова И.А., ред. (2012). Телевидение глазами телезрителей. М.: Аналитический центр Видео Интернешнл.
- Татарова Г.Г. (1984). Основы типологического анализа в социологических исследованиях. М.: Новый учебник.
- Татарова Г.Г., Кученкова А.В. (2022). Востребованность «типологического поворота» в эмпирической социологии // Социологические исследования. № 7. С.28-40.
- Фирсов Б. М. (1981). Массовая коммуникация в условиях научно-технической революции. Л.: Наука.
- Черных А. (2007). Мир современных медиа. М.: Изд. дом «Территория будущего».
- Шестопад Е.Б., Рогач Н.Н. (2023). Этапы трансформации психологического состояния российского общества: политико-психологический анализ // Политэкс. №2. С.150-165.
- Ядов В.А. (2007). Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. Москва: Омега-Л.
- Ferguson D., Perse E. (2000). The world wide web as a functional alternative to television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. Vol. 44. No. 2. P. 155-174.
- Heikkila R., Leguina A., Purhonen S. (2022). The stratification of media usage in Finland, 2007–2018: Signs of socio-political polarization? *New Media & Society*. Vol. 24. No. 5. P. 1053-1075. DOI: 10.1177/1461444820971612.
- Linsen Sua, Shih-Chih Chen. (2020). Exploring the Typology and Impacts of Audience Gratifications Gained from TV–Smartphone Multitasking. *International Journal of Human–Computer Interaction*. Vol. 36. No. 8. P. 725-735.
- McQuail D. (1989). *Mass Communication Theory. An Introduction*. Second Edition. London: Sage.
- Reveillhac M., Morselli D. (2020). Digital Shift in Swiss Media Consumption Practices. *Swiss Journal of Sociology*. Vol. 46. No. 3. P. 535-558.
- Sharkov F.I., Silkin V.V., Kireeva O.F. (2025). Sociology of the new media environment in the western post-truth society. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 25. No. 2. P. 473-481. DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-2-473-481.

■ ■ ■ The Structure of Media Consumption in Russia: results of typological analysis

Nazarov M.M.¹, Yurkin D.N.²

1. Institute of social and political studies of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia.

2. Okkam Group, Moscow, Russia.

Abstract. The article presents the results of representative study of the multimedia behavior of the Russian audience conducted in 2022. The data reflects the characteristics of media consumption at the beginning of the current historical period associated with changes in a number of key constants of social life. The cluster and discriminant analysis procedures help to identify five statistically stable, internally homogeneous and different typological groups (clusters) in the audience structure. The basis for cluster differentiation employed various media 'repertoires' of the audience: sets and durations of media use, and their components – TV channels, radio stations, social networks, video aggregators, online publications, and other sources. Among the socio-demographic characteristics, the most significant differentiating feature of clusters is age. According to the results, in the total time of media use, about 60% was spent on online media (social networks, video content aggregators and other Internet resources), the rest was spent on traditional media (primarily television). The results of the typological analysis allow to assess the distribution of contact time in audience clusters with news and socio-political content reflecting the official Russian information agenda. The news sources of most cluster groups are differed from one another and have low overlapping. In the context of increasing tensions in the international relations and the growing information confrontation, this leads to the complication of media agenda.

Keywords: media consumption, media platforms, audience, Internet, television, social networks, typology, agenda setting

For citation: Nazarov M.M., Yurkin D.N. (2025). The structure of media consumption in Russia: results of a typological analysis. *Communiology*. Vol. 13. No. 3. P. 43-60. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-43-60.

Inf. about the authors: Nazarov Mikhail Mikhailovich – Chief researcher at the Institute of social and political studies of the Russian Academy of Sciences. *ORCID:* 0000-0003-0200-3785. *Address:* 119333, Russia, Moscow, ul. Fotieva, 6, bld. 1. *E-mail:* vy175867@yandex.ru. Yurkin Dmitry Nikolaevich – director of research, OKKAM Media and Communication Group. *E-mail:* dmitry.yurkin@gmail.com

Received: 28.08.2025. *Accepted:* 20.09.2025.

References

- Andreenkov V.G., Tolstova Yu.N., eds. (1982). Typology and classification in sociological research. Moscow: Nauka (in Rus.).
- Bryant J., Thompson S. (2004). Fundamentals of media impact. Moscow: Williams (in Rus.).
- Chernykh A. (2007). The world of modern media. M.: Publishing house "Territory of the Future".

- Dugin E. Ya. (2021). Media industry in the context of digital transformations. Moscow: Canon+ (in Rus.).
- Ferguson D., Perse E. (2000). The world wide web as a functional alternative to television. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*. Vol. 44. No. 2. P. 155-174.
- Firsov B. M. (1981). Mass communication in the context of the scientific and technological revolution. L.: Nauka (in Rus.).
- Grushina B.A., Onikova L.A., eds. (1980). Mass information in a modern industrial city: Experience of a comprehensive sociological study. Moscow: Politizdat (in Rus.).
- Heikkilä R., Leguina A., Purhonen S. (2022). The stratification of media usage in Finland, 2007–2018: Signs of socio-political polarization? *New Media & Society*. Vol. 24. No. 5. P. 1053-1075. DOI: 10.1177/1461444820971612.
- Ionin L.G. (2010). Update of conservatism. Moscow: Publishing house of the Higher School of Economics (in Rus.).
- Kirillina N.V. (2022). Fragmentation of the media audience: from the global village to the global theater. *Communicology*. Vol. 10. No. 2. P. 170-179. DOI: 10.21453/2311-3065-2022-10-2-170-179 (in Rus.).
- Kovalev P.A. (2007). Russian television audience. M.: Publishing House of the National Institute of Business (in Rus.).
- Latov Yu.V. (2023). Dynamics of the mass consciousness of Russians: an extraordinary situation or the beginning of a new cycle? *Polis. Political studies*. No. 6. P. 161-179 (in Rus.).
- Linsen Sua, Shih-Chih Chen. (2020). Exploring the Typology and Impacts of Audience Gratifications Gained from TV–Smartphone Multitasking. *International Journal of Human–Computer Interaction*. Vol. 36. No. 8. P. 725-735.
- McQuail D. (1989). Mass Communication Theory. An Introduction. Second Edition. London: Sage.
- Nazarov M.M., Yurkin D.N. (2024). Multimedia consumption of the Russian audience: research experience in 2021-2022. *Russia reforming*. No. 22. P. 375-404. DOI: 10.19181/ezheg.2024.15 (in Rus.).
- Poluekhtova I.A. (2023). Television and its audience in the age of the Internet. M.: Publishing house of the Moscow Humanitarian University (in Rus.).
- Poluekhtova I.A., ed. (2012). Television through the eyes of viewers. M.: Analytical center Video International (in Rus.).
- Reveilhac M., Morselli D. (2020). Digital Shift in Swiss Media Consumption Practices. *Swiss Journal of Sociology*. Vol. 46. No. 3. P. 535-558.
- Sharkov F.I., Silkin V.V., Kireeva O.F. (2025). Sociology of the new media environment in the western post-truth society. *RUDN Journal of Sociology*. Vol. 25. No. 2. P. 473-481. DOI: 10.22363/2313-2272-2025-25-2-473-481.
- Shestopal E. B., Rogach N. N. (2023). Stages of transformation of the psychological state of Russian society: political and psychological analysis. *Politex*. No. 2. P. 150-165 (in Rus.).
- Tatarova G.G. (1984). Fundamentals of typological analysis in sociological research. M.: New textbook (in Rus.).
- Tatarova G.G., Kuchenkova A.V. (2022). The demand for a “typological turn” in empirical sociology. *Sociological Studies*. № 7. P.28-40 (in Rus.).
- Vartanova E.L. (2023). Representation of conflict in the context of new subjectivity of the media environment // Social communication in modern Russian society: collection of reports of the All-Russian scientific and practical conference (Moscow, October 20, 2022) / Eds. V.A. Mansurov, T.Z. Adamyants. Moscow: ROS; FNISC RAS (in Rus.).
- Vartanova E.L. (2025). Communication technologies in the context of social development: distortions or connectedness?. *Medi@Imanakh*. No. 1 (126). P. 8-17 (in Rus.).
- Yadov V. A. (2007). Strategy of sociological research. Description, explanation, understanding of social reality. Moscow: Omega-L (in Rus.).

■ ■ ■ Россия и БРИКС+ в медиадискурсе Турции и Объединенных Арабских Эмиратов

Поляков А.К., Чирков И.М., Веремеева П.В.

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

Аннотация. Статья посвящена исследованию репрезентации России в средствах массовой информации Турции и Объединенных Арабских Эмиратов в контексте обсуждения формата БРИКС+. Проблема заключается в недостаточной изученности особенностей формирования медиаобраза России в контексте объединения БРИКС+ в странах, находящихся в различных позициях по отношению к объединению – в статусе полноправного члена (ОАЭ) и потенциального участника (Турция). Эмпирическую базу исследования составили материалы на официальных сайтах медиа Hürriyet («Хюрриет»), Anadolu Agency (Агентство «Анадолу»), Al Arabiya («Аль-Арабия»), Khaleej Times («Халидж Таймс»), The National («Национальная газета»), Gulf News («Новости Залива») за период 01.01.2024 – 01.01.2025. Хронологические рамки исследования обусловлены периодом председательства России в БРИКС+. В ходе работы поставлены исследовательские вопросы, позволяющие достичь цель исследования. Методологически применен сравнительный контент-анализ с элементами sentiment-анализа, модель которого включает пять критериев: тематическое распределение, акторную персонализацию, тональность публикаций, наличие авторских оценочных суждений и наличие цитат официальных лиц. Результаты анализа демонстрируют как общие элементы медиарепрезентации, так и различия, связанные с национальными и институциональными особенностями медиасистем. На основании результатов предлагаются направления оптимизации стратегий публичной коммуникации, способные обеспечить устойчивое присутствие в медиаповестке и повысить управляемость тональностью.

Ключевые слова: БРИКС, Россия, ОАЭ, Турция, медиаобраз, медиаповестка

Для цитирования: Поляков А.К., Чирков И.М., Веремеева П.В. Россия и БРИКС+ в медиадискурсе Турции и Объединенных Арабских Эмиратов // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 61-75. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-61-75.

Сведения об авторах: Поляков Александр Константинович – к. полит. н., преподаватель кафедры цифровых медиакоммуникаций СПбГУ. ORCID: 0000-0003-0988-129X. E-mail: a.k.polyakov@spbu.ru. Чирков Игорь Михайлович – магистрант СПбГУ. ORCID: 0009-0004-6202-7441. E-mail: chirkovigormi@gmail.com. Веремеева Полина Вадимовна – магистрант СПбГУ. ORCID: 0009-0006-0232-8095. E-mail: veremeevapolina475@gmail.com. Адрес: 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9.

Статья поступила в редакцию: 7.08.2025. *Принята к печати:* 12.09.2025.

Конфликт интересов: публикация за счет гранта «Накопительное общественное мнение и кумулятивная делиберация: теоретизация, методы анализа и оценка качества современного делиберативного процесса: 2025 г. этап 1» №128786104.

Введение. Стремительная трансформация системы международных отношений, наблюдаемая сегодня, сопровождается изменением баланса сил и усилением многополярности [Вартанова, Дунас 2024: 4], где существенно возрастает значимость формирования устойчивого имиджа государств. Тенденции многополярности находят отражение в том числе и в развитии альтернативных интеграционных форматов, среди которых особое место занимает объединение БРИКС+. Как отметил президент России В.В. Путин, участники объединения с ответственностью относятся к созданию стабильной и безопасной обстановки в мире, содействуя решению острых региональных проблем¹.

В год председательства России в БРИКС+ объединение перешло в качественно новый этап: во-первых, саммит БРИКС+, проводившийся в Казани в октябре 2024 года стал репрезентативным примером усиления позиций объединения на мировой арене [Рысаева 2025: 1331]; во-вторых, 2024 год ознаменовал расширение БРИКС+ за счет новых членов объединения – Ирана, Египта, Эфиопии и Объединенных Арабских Эмиратов [Саламатов и др. 2025: 9]. Вместе с этим Турция, участвовавшая в работе саммита на высшем уровне и не являясь при этом формальным участником объединения, демонстрирует устойчивый интерес к формату БРИКС+ [Жариков 2025: 4], рассматривая его как потенциальную платформу для усиления политического влияния за пределами евроатлантического пространства. В обращении к нации в октябре 2024 года Президент Турции Р.Т. Эрдоган сообщил, что «существует серьезный потенциал сотрудничества со странами на платформе БРИКС», при этом отношения Турции в рамках подобного формата не могут быть «альтернативой текущим обязательствам» Турции в НАТО². Это подтверждает актуальность изучения информационной политики и медиадискурсов в Турции и ОАЭ [Вартанова 2024: 14].

В настоящей статье предпринята попытка структурировать механизмы освещения деятельности России в контексте интеграционных процессов БРИКС+ в СМИ Турции и ОАЭ. Выбор стран для исследования обусловлен их репрезентативностью в рамках формата БРИКС+: ОАЭ – как полноправного члена объединения, выступающего влиятельным актором в энергетической, финансовой и дипломатической сферах, и Турции – как потенциального члена, чья внешнеполитическая стратегия все чаще пересекается с интеграционной повесткой объединения.

Несмотря на возрастающее значение БРИКС+ в международных геополитических и геостратегических процессах, остается недостаточно изученным вопрос

¹ Путин описал суть БРИКС тремя тезисами // РБК, 23 окт. 2024 г. [эл. ресурс]: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6718b88d9a794755320cc4c9> (дата обращения: 4.08.2025).

² Cumhurbaşkanı Erdoğan: Savunma sanayisindeki atılımlarımızı kararlılıkla devam ettireceğiz (Президент Р.Т. Эрдоган: «Мы будем решительно развивать наши успехи в оборонной промышленности») // Anadolu Ajansı, 28 окт. 2024 [эл. ресурс]: <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cumhurbaskani-erdogan-savunma-sanayisindeki-atilimlarimizi-kararlilikla-devam-ettirecegiz/3377178> (дата обращения: 4.08.2025).

о том, каким образом медиаобраз России конструируется в медиадискурсе аффилированных с объединением стран, находящихся в различных относительно объединения позициях – постоянного (ОАЭ) и потенциального (Турция) участников.

В этой связи работа ставит перед собой следующие исследовательские вопросы:

1. Какие тематические блоки занимают центральное место («ядро») и периферийные позиции в освещении средствами массовой информации Турции и ОАЭ деятельности России в БРИКС+?

2. Какие политические акторы наиболее часто фигурируют в публикациях, и как в связи с этим различается структура персонализации повестки?

3. Какая тональность преобладает в публикациях СМИ Турции и ОАЭ при освещении деятельности России в БРИКС+?

4. Выявляется ли в публикациях обеих стран паттерн согласования в тематическом плане, акторной репрезентации или тональности, либо наблюдаются существенные различия, отражающие национальную специфику редакционных политик?

Цель исследования – выявить и систематизировать ключевые характеристики и особенности медиаобраза России в средствах массовой информации Турции и ОАЭ.

Материал и методы исследования

Категория «медиаобраза» в нашем исследовании опирается на дефиницию Е.Н. Богдан – «особый образ реальности, предъявляемый массовой аудитории медиаиндустрией» [Богдан 2007] и аксиологическую трактовку Л.В. Хочунской, где медиаобраз понимается как «закодированное в медийном тексте ценностное представление автора о медиаобъекте» [Хочунская, 2013: 93]. При этом специфика нашего исследования выражается в условиях, в которые погружен медиаобъект (Россия) – пространстве транснациональной медиакommunikации в условиях медиатизации [Krotz, Nepp 2013; Nepp, Krotz 2014; Гавра, Быкова 2022], где репрезентация формируется через призму внешнеполитических, экономических и культурных интересов стран, участвующих в дискурсе. Это обуславливает использование ценностно-идеологического элемента в исследовании, учитывая страновые различия ценностных систем.

Для анализа была сформирована эмпирическая база из первичных данных – новостные материалы СМИ Турции и ОАЭ на официальных сайтах за период с 1 января 2024 года по 1 января 2025 года.

В качестве источников эмпирических данных опорными площадками в кейсе Турции выступают крупнейшее издание *Hürriyet* и государственное агентство Anadolu Agency. Что касается СМИ ОАЭ, с учетом тематической направленности исследования в качестве репрезентативных платформ отобраны для анализа: *Al Arabiya* (MBC Group), англоязычные ежедневные издания *Khaleej Times*

(Galadari Brothers LLC), The National (государственное, в составе International Media Investments) и Gulf News (Al Tayer Group).

Медиасистемы обеих стран демонстрируют тенденцию к интенсивной цифровизации медиапространства и высокий уровень институционального регулирования, что подтверждается данными отчетов Kerios, где уровень проникновения интернета в Турции и ОАЭ составляет 88.3% и 99% соответственно, при уровне пользователей социальных платформ – 66.7% и 100% соответственно^{1,2}. При этом медиасистемы обеих стран различаются институционально: особенностью турецкой системы является режим допуска СМИ к публикации официальных объявлений и государственной рекламной поддержки, которая регулируется Высшим советом по радио и телевидению (RTÜK) как «административно и финансово автономным публично-правовым органом»³ и Институтом рекламы в прессе (Basın İlan Kurumu)⁴. Медиасистема ОАЭ в свою очередь характеризуется выраженной двойственностью, сочетающей значительное государственное влияние с высокой степенью цифровизации и присутствием транснациональных медиакорпораций. При этом медиасистема ОАЭ опирается на свободные медиазоны (кластеры), крупнейшие из которых сосредоточены в Дубае, Абу-Даби и Шардже, и предоставляют инфраструктуру для деятельности национальных и международных компаний⁵.

Подобные особенности медиасистем обеспечивают формализованный отбор и контроль контента, что особенно значимо в контексте нашего исследования, где медиапубликации становятся устойчивыми индикаторами редакционных политик, а не ординарным выражением субъективных мнений отдельных журналистов. При этом высокий уровень цифрового медиапотребления напрямую связан с функциональным смещением публичных дискуссий на социальные платформы, где общий глобальный тренд выражается в использовании платформ локальными медиа в качестве оперативного канала коммуникации, оказывая влияние на восприятие и мнения в аудитории [Поляков, Нигматуллина 2024: 32].

Выбор хронологических рамок обусловлен периодом председательства России в БРИКС в 2024 году, который явился ключевым для формирования и продви-

¹ Digital 2025: Turkey // Datareportal, 3 March 2025 [el. source]: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-turkey> (accessed 4.08.2025).

² Digital 2025: The United Arab Emirates // Datareportal, 25 Feb. [el. source]: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-united-arab-emirates> (accessed 4.08.2025).

³ Radio and Television Supreme Council // RTÜK, official website [el. source]: <https://www.rtuk.gov.tr/about-us/1749/en> (accessed: 4.08.2025).

⁴ 195 Basın – İlan Kurumu Teşkilane Dair Kanun (Закон № 195 «Об учреждении Института печати и рекламы») // Lexpera [el. source]: <https://www.lexpera.com.tr/mevzuat/kanunlar/basin-ilan-kurumu-teskilane-dair-kanun-195> (accessed 4.08.2025).

⁵ Dubai Media City [el. source]: <https://dmc.ae/>; Abu Dhabi Free Zone // twofour54 [el. source]: <https://www.twofour54.com/en/>; Sharjah Media City // SHAMS [el. source]: <https://www.shams.ae/> (accessed 4.08.2025).

жения России в информационной повестке объединения, а также для усиления информационной активности, направленной на государство, рассматривающие возможность присоединения к формату. Отбор публикаций для анализа осуществлялся методом целенаправленного поиска по ключевым словам *BRICS*, *БРИКС*, *Russia*, *Rusya*, *Россия*, что позволило зафиксировать материалы, напрямую связанные с темой интеграционного формата и с российской тематикой в целом.

Общее количество отобранных публикаций – 309, среди которых:

- 1) *Hürriyet* (Турция) – 84 публикации;
- 2) *Anadolu Agency* (Турция) – 83 публикации;
- 3) *Al Arabiya* (ОАЭ) – 86 публикаций;
- 4) *Khaleej Times* (ОАЭ) – 15 публикаций;
- 5) *The National News* (ОАЭ) – 34 публикации;
- 6) *Gulf News* (ОАЭ) – 7 публикаций.

В качестве основного методологического подхода была использована специфическая форма сравнительного контент-анализа с элементами сентимент-анализа, позволяющая одновременно фиксировать структурные и содержательные характеристики публикаций с выявлением их эмоционально-оценочной направленности. Анализ проводился по разработанной аналитической модели, включающей следующие критерии.

Критерий 1. Тематическое разнообразие. Классификация публикаций осуществлялась по направлениям сотрудничества, обозначенным в Концепции участия Российской Федерации в объединении БРИКС¹, исходя из предположения, что медийная повестка по России в контексте объединения будет коррелировать с официально заявленными темами сотрудничества. Выделены десять категорий:

- международно-политическое сотрудничество;
- международная безопасность;
- сотрудничество в валютно-финансовой сфере;
- сотрудничество в торгово-экономической сфере;
- сотрудничество в сфере промышленности
- сотрудничество в сфере энергетики;
- сотрудничество в сфере науки, техники и инноваций;
- сотрудничество в сфере сельского хозяйства;
- сотрудничество в сфере здравоохранения;
- сотрудничество в сфере культуры, образования и спорта, молодежных и региональных обменов.

Каждая публикация относилась к одной или нескольким категориям в зависимости от содержания. Распределение внимания к темам интерпретируется в логике первого уровня установления повестки дня [McCombs, 1977], где мы фиксировали редакционные приоритеты в тематическом распределении и предло-

¹ Концепция участия Российской Федерации в объединении БРИКС // Официальный сайт Президента России [эл. ресурс]: <http://static.kremlin.ru/media/events/files/41d452a8a232b2f6f8a5.pdf> (дата обращения: 4.08.2025).

женные фреймы, структурирующие медиадискурс. Критерий 1 позволяет выявить дифференциацию сфер международного взаимодействия по степени их медийной репрезентации, определяя те области, в которых Россия позиционируется как приоритетный и значимый партнер, и те, в которых медийная репрезентация России ограничена отдельными упоминаниями, не оказывающими существенного влияния на общий медианарратив.

Критерий 2. Упомятаемость политических деятелей. Для каждой публикации фиксировался полный перечень упомянутых политических деятелей. По итогам анализа были определены доли публикаций с упоминанием каждого лица в процентном соотношении к общему числу материалов и сформированы списки основных акторов (топ-10 по каждой стране в порядке убывания показателей). Подобное вычисление позволило определить степень персонализации медийного дискурса на уровне акторов, репрезентация которых влияет на медиаобраз страны. С учетом контекста публикаций, критерий также позволяет провести сравнение специфики данной репрезентации в медиапространстве Турции и ОАЭ.

Критерий 3. Тональность публикаций по отношению к России. С использованием элементов сентимент-анализа публикации классифицировались по трем категориям: *позитивные, негативные или нейтральные*. Оценка опирается на критико-дискурсивные механизмы идеологом Т. ван Дейка [1995] и Р. Водак [1994] и производилась на основе выявления лексем и фразеологических конструкций с выраженной пейоративной или мелиоративной коннотацией, которые фиксировались в качестве пояснительных «маркеров» для обоснования тональности.

Критерий 4. Наличие оценочных суждений. Фиксировался факт присутствия или отсутствия в тексте субъективных интерпретаций и оценок, выходящих за рамки нейтральной информационной подачи. Показатель кодировался бинарно: 1 – наличие оценочных суждений, 0 – их отсутствие.

Критерий 5. Наличие цитат и мнений официальных лиц. Фиксировалось наличие (1) или отсутствие (0) прямых цитат, комментариев и заявлений представителей органов власти, международных организаций и официальных делегаций, что позволило выявить, насколько репрезентация России в данных СМИ опирается на официальные источники и в какой мере дополняется редакционными интерпретациями.

Результаты исследования

В медиа обеих стран зафиксирована полная конвергенция структуры тематик (рисунок 1), где согласованность тематических (ранговых в статистическом значении) приоритетов подтверждается коэффициентом корреляции Спирмена – $\rho = 1.0$, $p < 0,05$. Ядро публикаций составляют категории международно-политического сотрудничества, международной безопасности, торгово-экономического сотрудничества. Второстепенные позиции занимают отраслевые и гуманитарные направления; темы сельского хозяйства и здравоохранения репрезентированы минимально и не оказывают влияния на дискурс.

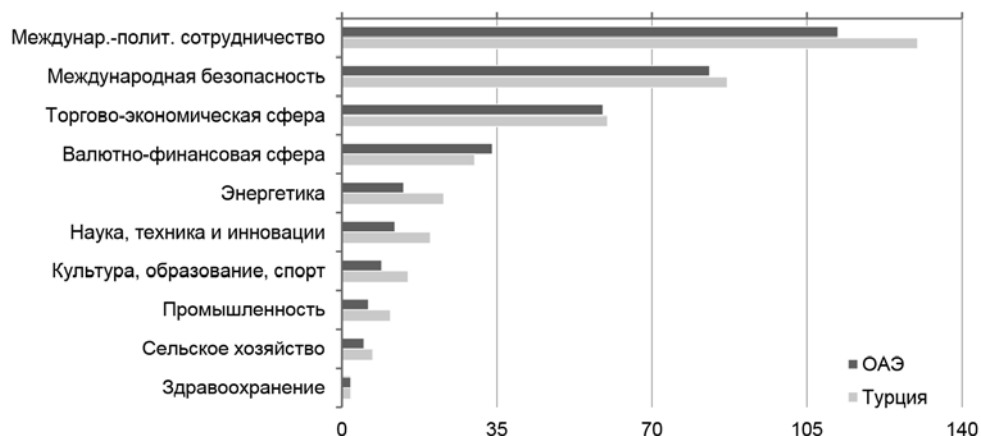


Рисунок 1. Распределение публикаций по тематическим направлениям /
Distribution of publications by subject areas

При общей идентичности рангов наблюдаются различия, обусловленные национальными акцентами: в турецкой выборке относительно выше доля отраслевых кластеров (энергетика; наука, техника и инновации; культура, промышленность), тогда как в кейсе ОАЭ сильнее выражена категория «валютно-финансовая сфера». Подобные различия наравне с тематической спецификой освещения формируют и условия для репрезентации акторов, которые становятся центральными фигурами в закреплении тех или иных сюжетов.

В обеих выборках наблюдается высокая степень персонализации дискурса через фигуру Президента России Владимира Путина, который упоминается в 59.3% публикаций Турции (таблица 1) и в 64.8% публикаций ОАЭ (доли публикаций, в которых персона фигурирует хотя бы один раз) – таблица 2. Пересечение упоминаемых политических лиц по обеим странам в списках топ-10 составляет 6 из 14 уникальных фигур и демонстрирует умеренное сходство. При этом структура персонализации в обеих странах отличается по центральным акторам. Для Турции, учитывая тройку ведущих акторов после Владимира Путина по доле упоминания – Реджепа Тайипа Эрдогана (32.9%), Сергея Лаврова (16.8%) и Хакана Фидана (15.6%) – дискурс персонализируется через двустороннюю российско-турецкую связку с акцентом на каналы внешнеполитического взаимодействия по формуле «лидер–лидер» + «МИД–МИД».

Иное положение определяется в кейсе ОАЭ: тройку акторов после Президента России составляет Си Цзиньпин (17.6%), Нарендра Моди (16.9%) и Реджеп Тайип Эрдоган (14.1%), что представляет Россию в контексте многополярной структуры международного взаимодействия БРИКС+.

При этом в турецких публикациях два из трех акторов – национальные (Эрдоган, Фидан), что подчеркивает самореферентность повестки и привязку

Таблица 1. Доля упоминаний политических персоналий в публикациях СМИ Турции (топ-10) / Share of mentions of political figures in Turkish media (top 10)

№	Персона	% публикаций
1	Владимир Путин	59.3
2	Реджеп Тайип Эрдоган	32.9
3	Сергей Лавров	16.8
4	Хакан Фидан	15.6
5	Си Цзиньпин	10.8
6	Дмитрий Песков	7.2
7	Юрий Ушаков	7.2
8	Владимир Зеленский	7.2
9	Антониу Гутерреш	6
10	Сергей Рябков	5.4

Таблица 2. Доля упоминаний политических персоналий в публикациях СМИ ОАЭ (топ-10) / Share of mentions of political figures in UAE media (top 10)

№	Персона	% публикаций
1	Владимир Путин	64.8
2	Си Цзиньпин	17.6
3	Нарендра Моди	16.9
4	Реджеп Тайип Эрдоган	14.1
5	Масуд Пезешкиан	14.1
6	Антониу Гутерреш	12.7
7	Мухаммед бен Заид Аль Нахайян	10.6
8	Владимир Зеленский	9.9
9	Сергей Лавров	7.8
10	Дональд Трамп	7.8

к собственно турецким интересам, тогда как в случае с ОАЭ наблюдается внешнецентричное конструирование повестки в условиях интеграции, где двусторонние линии Россия–ОАЭ отходят на второй план. Подобное распределение задает контекстуальные различия в интерпретации инфоповодов, в рамках которых значимость приобретает тональность публикаций.

Так, доминирующей тональностью в публикациях обеих стран является нейтральная (рисунки 2 и 3), однако «эмоциональные профили» различаются. Турецкий дискурс тяготеет к *нейтрально-позитивному* профилю с крайне малой

долей негативной оценочности, тогда как дискурс ОАЭ – *нейтрально-смешанный* с большей долей негативных публикаций.

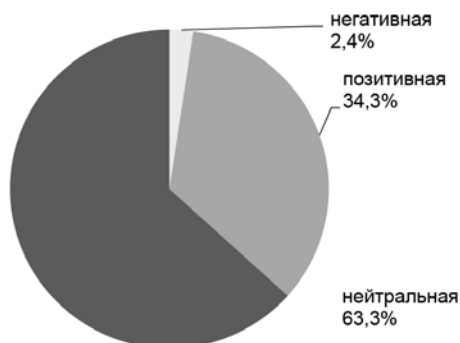


Рисунок 2. Тональность публикаций в СМИ Турции /
Tone of publications in the Turkish media

Тематическая детализация показывает, что различия концентрируются в категориях:

1) *международно-политическое сотрудничество*, где доли в турецких СМИ – 72.3% нейтральных публикаций / 25.3% позитивных / 2.4% негативных, и доли в СМИ ОАЭ – 73.6% / 13.6% / 12.9% соответственно;

2) *международная безопасность*, где доли в турецких СМИ – 77.7% нейтральных / 21.1% позитивных / 1.2% негативных, и доли в СМИ ОАЭ – 77.9% / 7.9% / 14.3% соответственно.

В остальных тематических блоках выборки по обеим странам преобладает нейтральная подача с заметными позитивными компонентами в категориях торгово-экономической и валютно-финансовой сферах.

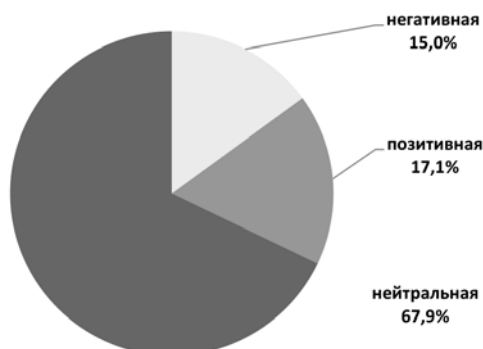


Рисунок 3. Тональность публикаций в СМИ ОАЭ /
Tone of publications in the UAE media

Кроме того, анализ показал, что публикации СМИ ОАЭ почти в три раза чаще содержат авторские оценочные суждения по сравнению с турецкими медиа, что может свидетельствовать о большей субъективности подачи материалов или ориентации на формирование определенного восприятия событий. При этом в обеих странах фиксируется одинаково высокий уровень цитирования и трансляции мнений официальных лиц (более 92 % публикаций), что указывает на доминирование институциональных источников в медийном освещении российской повестки.

Асимметрия оценочных суждений при этом ярко выражена (таблица 3): доля материалов с авторской оценочностью в ОАЭ – 62% (88 публикаций), в Турции – 23.4% (39 публикаций), что указывает на различие редакционных норм, где СМИ ОАЭ с большей степенью сопровождают фактическую подачу интерпретацией, тогда как турецкие медиа – в среднем сдержаннее в экспликации оценки. Важно также отметить, что степень оценочности не тождественна тональности, а указывает только на интерпретативную активность редакции.

Таблица 3. Доля публикаций с оценочными суждениями и мнениями официальных лиц / Share of publications with value judgments and opinions of officials

Показатель	Турция (абс.)	Турция (%)	ОАЭ (абс.)	ОАЭ (%)
Наличие авторских оценочных суждений	39	23.4	88	62
Наличие мнений официальных лиц	154	92.2	132	93

С помощью маркеров (оснований определения оценочности) мы фиксируем различную риторическую механику тональности. В СМИ ОАЭ пейоративизация выражена идеологемами западной антироссийской риторики (например, лексемы *full-scale invasion*, *war crimes*, *war machine*, *illegal deportation of children*), тогда как для турецких СМИ редкие случаи негативной тональности исходят из мнений самих журналистов – авторов публикаций, которые используют иронию и маркируют тональность индивидуальными оценочными ремарками. Кроме того, в медиа обеих стран наблюдается высокая институциональная опора на официальные источники (таблица 3), что позволяет сделать вывод о схожести стратегий легитимации.

Таким образом, совокупность зафиксированных параметров демонстрирует тот факт, что репрезентация России в медиа Турции и ОАЭ формируется в условиях схожести тематического плана и высокого уровня ориентаций на официальные источники при различии в оценочном элементе и интерпретациях, где для ОАЭ характерна формула «институционально-центрированные + умеренно оценочные» публикации в контексте многостороннего взаимодействия, а для Турции – «институционально-центрированные + низко оценочные» с акцентом на двустороннее региональное сотрудничество России и Турции.

Заключение. Проведенное исследование позволило получить следующие результаты:

1. В публикациях обеих стран фиксируется идентичный порядок тематик – категорий, где ядром выступают «международно-политическое сотрудничество», «международная безопасность» и «сотрудничество в торгово-экономической сфере». Далее следует тематика «валютно-финансовой сферы», а также отраслевые и социально-гуманитарные категории в порядке убывания – энергетика; наука/техника/инновации; культура/образование/спорт; промышленность; сельское хозяйство и здравоохранение, которые занимают периферию. Полное совпадение категорий подтверждается коэффициентом ранговой корреляции Спирмена ($\rho = 1.0$, при $\rho < 0,05$ связь статистически значима). Повестки в обеих странах схожи по структуре, но обладают определенной спецификой: тогда как в медиа ОАЭ большее значение уделяется экономическим и финансовым вопросам, в Турции относительно выше доля отраслевых блоков.

2. Ведущим актором в публикациях обеих стран выступает Президент Российской Федерации Владимир Путин, занимающий первое место по доле упоминаний в обеих выборках. Дальнейшая персонализация образа России осуществляется в обеих странах по-разному. В Турции следует связка *Эрдоган – Лавров – Фидан*, что выражает акцент на национально-дипломатическое позиционирование на уровне *лидер–лидер + главы МИД*. В ОАЭ выше значение политических лидеров в связке *Цзиньпин – Моди – Эрдоган*. На уровне топ-10 акторов совпадает 6 фигур из 14 суммарно уникальных в списках по обеим странам, демонстрируя умеренное сходство. Турецкая редакционная политика выражает институционализированную и билатеральную персонализацию образа России, а СМИ ОАЭ – стратегическую персонализацию в контексте мультивекторной интеграции.

3. В обеих выборках преобладает нейтральная тональность публикаций, однако профили по странам отличаются: турецкие медиа выражают нейтрально-позитивный профиль, а СМИ ОАЭ – нейтрально-смешанный, с большим числом негативных публикаций по сравнению со СМИ Турции. Ключевые расхождения сосредоточены в тематическом ядре – категориях «международно-политическое сотрудничество» и «международная безопасность». Основания также различаются: в публикациях ОАЭ пейоративизация образа выражается через идеологемы общезападной антироссийской риторики, импортируемые в локальный дискурс в том числе через цитирование и интертекстуальные отсылки, тогда как в турецких медиа редкие негативные кейсы опираются на субъективную авторскую оценочность. При этом позитивные акценты концентрируются в экономико-технологических и гуманитарных блоках (категории 3, 4, 7, 10).

4. По итогам анализа наблюдается *паттерн частичного согласования*: при полностью совпадающем порядке тем и схожей институционально-центрированной основе, публикации ОАЭ и Турции расходятся в аспекте персонализации и в оценочно-эмоциональном векторе (минимальная пейоративизация в турецких медиа против заметного элемента негативной оценочности сюжетов ОАЭ по

темам международно-политического взаимодействия и безопасности). Модель авторской интерпретации для Турции – *институционально-центрированная и низко оценочная*; для ОАЭ – *институционально-центрированная и умеренно оценочная*.

Таким образом, ответы на исследовательские вопросы позволяют выявить общие направления оптимизации публичной коммуникации. Устойчивое присутствие в медиаповестке и повышение управляемости тональности возможно обеспечить через коммуникационные активности, среди которых актуальны следующие форматы взаимодействия.

Для Турции – упор на информационно-справочный формат и протокол, где эффективными представляются расширенные интервью с российскими официальными лицами и отраслевыми руководителями, инфографическая визуализация и эксплейнеры по двусторонним российско-турецким проектам, коммюнике и дайджесты с отражением достигнутых договоренностей и дорожных карт. Для ОАЭ актуальны экспертно-аналитические форматы с упором на журналистику данных и усиленную внешнюю легитимизацию представленной информации. Эффективными в кейсе ОАЭ представляются дискуссионные ток-шоу на бизнес-тематику и жанры деловых обзоров, кейс-репортажи и спецпроекты по торгово-экономическим и технологическим достижениям.

Результаты исследования указывают на необходимость сосредоточения коммуникационных стратегий в ключевых для обеих стран тематиках – (1) международно-политическое сотрудничество, (2) международная безопасность, (3) торгово-экономическое сотрудничество – с их последовательным встраиванием в контекст интеграционных процессов БРИКС+, где ключевыми категориями мелиоративизации образа России могут являться: (а) взаимная выгода; (б) устойчивость как двустороннего, так и многостороннего сотрудничества; (в) технологическая кооперация; (г) предсказуемость и эффективность устанавливаемых правил международного взаимодействия. Периферийные же тематические направления целесообразно использовать в качестве источника позитивной семантики, акцентируя внимание аудитории на результативности деятельности России.

Дифференциация медиа исследуемых стран по акторной персонализации и профилям тональности позволяет сделать вывод о том, что в контексте турецкого медиапространства перспективным представляется последовательное усиление отраслевых сюжетов внутри двустороннего сотрудничества России и Турции, с явной привязкой к процессам в БРИКС+ и привлечением турецких экспертов и деловых ассоциаций в качестве источников внешней валидации. В свою очередь при взаимодействии с медиапространством ОАЭ необходимо усиливать позиции через результативность коалиционного взаимодействия с акцентом на экономические, технологические и инвестиционные эффекты для ОАЭ.

Источники

- Богдан Е.Н. (2007). Медиаобраз России как понятие теории журналистики // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. № 4. С. 122–127.
- Вартанова Е.Л. (2024). Национальные медиа в условиях деглобализации: альтернативность опыта БРИКС // Меди@льманах. № 3. С. 8-16.
- Вартанова Е.Л., Дунас Д.В. (2024). Динамика развития российских медиаисследований: в поисках национальной идентичности // Меди@льманах. №5. С. 8-18.
- Гавра Д.П., Быкова Е.В. (2022). Медиатизация и демедиатизация в цифровой среде: кейс консервативного манифеста К. Богомолова “Похищение Европы 2.0” // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. № 3. С. 60-86.
- Жариков М.В. (2025). Приоритеты сотрудничества в рамках платформы БРИКС+ // Теория и практика общественного развития. № 2. С. 96-101.
- Поляков А.К., Нигматуллина К.Р. (2024). К проблеме институционализации социальных медиа // Коммуникология. № 1. С. 28-37.
- Рысаева А.Э. (2025). 16 Саммит БРИКС в Казани: реакция зарубежной аудитории // Экономика и социум. № 6-1 (133). С. 1326-1332.
- Саламатов В.Ю., Тангаева А. В., Жаркова А. А. (2025). Расширение БРИКС 2024: финансовый суверенитет в продвижении торговой интеграции // Российский внешнеэкономический вестник. № 6. С. 7-23.
- Хочунская Л.В. (2013). Феномен медиаобраза: социально-психологический аспект // Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. № 2. С. 91-95.
- Dijk T. A. van. (1995). Discourse Semantics and Ideology. *Discourse & Society*. Vol. 6. No. 2. DOI: 10.1177/0957926595006002006.
- Hepp A., Krotz F. (2014). *Mediatized Worlds – Understanding Everyday Mediatization*. Palgrave Macmillan, London.
- Krotz F., Hepp A. (2013). A concretization of mediatization: How mediatization works and why ‘mediatized worlds’ are a helpful concept for empirical mediatization research. *European Journal for the Philosophy of Communication*. Vol. 3. No. 2. P. 119-134.
- McCombs M. (1977). Agenda Setting Function of Mass Media. *Public Relations Review*. Vol. 3. No. 4. P. 89-95.
- Wodak R. (1994). Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis. *Handbook of Pragmatics*. DOI: 10.1075/hoph.8.04wod.

■ ■ ■ Russia and BRICS+ in the Media Discourse of Turkey and the United Arab Emirates

Polyakov A.K., Chirkov I.M., Veremeeva P.V.

St. Petersburg State University, St. Petersburg, Russia.

Abstract. The article is devoted to the study of the representation of Russia in the mass media of Turkey and the United Arab Emirates in the context of discussions around the BRICS+ format. The research problem lies in the insufficient exploration of the specific peculiarities of Russia’s media image formation within the BRICS+ framework in countries that occupy different positions in relation to the association — as a full member (UAE) and as a potential participant (Turkey). The empirical base of the study consists of materials published on the

official websites of Hürriyet, Anadolu Agency, Al Arabiya, Khaleej Times, The National, and Gulf News during the period from January 1, 2024 to January 1, 2025. The chronological scope is determined by Russia's BRICS+ chairmanship. The study is structured around research questions that serve to achieve the stated purpose. Methodologically, it employs comparative content analysis with elements of sentiment analysis; the model comprises five criteria: thematic distribution, actor personalization, publication tonality, presence of evaluative judgments by authors, and inclusion of quotes from official representatives. The results reveal both common elements of media representation and divergences shaped by national and institutional characteristics of the respective media systems. Based on these results, the article outlines possible directions for optimizing public communication strategies aimed at ensuring a sustainable presence in the media agenda and increasing the manageability of tonality.

Keywords: BRICS, Russia, UAE, Türkiye, media image, media agenda

For citation: Polyakov A.K., Chirkov I.M., Veremeeva P.V. (2025). Russia and BRICS+ in the media discourse of Turkey and the United Arab Emirates. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 61-75. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-61-75.

Inf. about the authors: Polyakov Alexander Konstantinovich – CandSc (Polit.), lecturer at the Department of Digital Media Communications, St. Petersburg State University. ORCID: 0000-0003-0988-129X. E-mail: a.k.polyakov@spbu.ru. Chirkov Igor Mikhailovich – graduate student at St. Petersburg State University. ORCID: 0009-0004-6202-7441. E-mail: chirkovigormi@gmail.com. Veremeeva Polina Vadimovna – graduate student at St. Petersburg State University. ORCID: 0009-0006-0232-8095. E-mail: veremeevapolina475@gmail.com. Address: 199034, Russia, St. Petersburg, Universitetskaya emb., 7/9.

Received: 7.08.2025. *Accepted:* 12.08.2025.

References

- Bogdan E.N. (2007). Media Image of Russia as a Concept of Journalism Theory. *Bulletin of Moscow University*. Series 10: Journalism. No. 4. P. 122-127 (in Rus.).
- Dijk T. A. van. (1995). Discourse Semantics and Ideology. *Discourse & Society*. Vol. 6. No. 2. DOI: 10.1177/0957926595006002006.
- Gavra D.P., Bykova E.V. (2022). Mediatization and Demediatization in the Digital Environment: The Case of K. Bogomolov's Conservative Manifesto "The Abduction of Europe 2.0". *Bulletin of Moscow University*. Series 10. Journalism. No. 3. P. 60-86 (in Rus.).
- Hepp A., Krotz F. (2014). Mediatized Worlds – Understanding Everyday Mediatization. Palgrave Macmillan, London.
- Khochunskaya L.V. (2013). The Phenomenon of Media Image: Social and Psychological Aspect. *Bulletin of RUDN*. Series: Literary Criticism, Journalism. No. 2. P. 91-95 (in Rus.).
- Krotz F., Hepp A. (2013). A concretization of mediatization: How mediatization works and why 'mediatized worlds' are a helpful concept for empirical mediatization research. *European Journal for the Philosophy of Communication*. Vol. 3. No. 2. P. 119-134.
- McCombs M. (1977). Agenda Setting Function of Mass Media. *Public Relations Review*. Vol. 3. No. 4. P. 89-95.
- Polyakov A.K., Nigmatullina K.R. (2024). On the Problem of Institutionalization of Social Media. *Communicology*. No. 1. P. 28-37 (in Rus.).

Rysaeva A.E. (2025). 16th BRICS Summit in Kazan: Reaction of the Foreign Audience. *Economy and Society*. No. 6-1 (133). P. 1326-1332 (in Rus.).

Salamatov V.Yu., Tangaeva A.V., Zharkova A.A. (2025). BRICS Expansion 2024: Financial Sovereignty in Promoting Trade Integration. *Russian Foreign Economic Bulletin*. No. 6. P. 7-23.

Vartanova E.L. (2024). National Media in the Context of Deglobalization: Alternative Experience of BRICS. *Medi@Imanakh*. No. 3. P. 8-16 (in Rus.).

Vartanova E.L., Dunas D.V. (2024). Dynamics of Development of Russian Media Studies: In Search of National Identity. *Medi@Imanakh*. No. 5. P. 8-18 (in Rus.).

Wodak R. (1994). Critical Linguistics and Critical Discourse Analysis. Handbook of Pragmatics. DOI: 10.1075/hoph.8.04wod.

Zharikov M.V. (2025). Priorities of Cooperation within the BRICS+ Platform. *Theory and Practice of Social Development*. No. 2. P. 96-101 (in Rus.).

СОЦИАЛЬНАЯ СТРУКТУРА, СОЦИАЛЬНЫЕ ИНСТИТУТЫ И ПРОЦЕССЫ

SOCIAL STRUCTURE, SOCIAL INSTITUTIONS AND PROCESSES

■ ■ ■ Профессиональная социализация молодежи: отражение в медиа

Киреева О.Ф.

Институт государственной службы и управления РАНХиГС, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Рукопись посвящена диагностике медиаполя в отражении вопросов профессиональной социализации молодежи. Актуальность исследования обусловлена текущими задачами в образовании и связана с трансформацией практик трудоустройства и развития карьеры. В качестве методологической использованы системный подход, дискурсивный анализ и сравнительный метод. Эмпирическое исследование проведено на основе материалов СМИ и социальных сетей с 2023 по 2025 год в системах «Медиалогия» и «Popsters». Результаты демонстрируют неравномерность медиаактивности, выраженную сезонность интереса к проблематике и недостаточное вовлечение целевой аудитории в социальных сетях. В статье выявлены факторы, обуславливающие специфику освещения вопросов профессиональной ориентации в региональном медиадискурсе. Сделан вывод о фрагментарности медиаполя в освещении профессиональной социализации молодежи, подчеркивающей необходимость систематизации и интенсификации коммуникационных стратегий в данной области.

Ключевые слова: профессиональная социализация молодежи, медиа, контент-анализ, репрезентация, молодежь, региональные медиа, медиаактивность

Для цитирования: Киреева О.Ф. Профессиональная социализация молодежи: отражение в медиа // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 77-86. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-77-86.

Сведения об авторе: Киреева Ольга Феликсовна – кандидат социологических наук, доцент факультета журналистики Института государственной службы и управления РАНХиГС. ORCID: 0000-0003-4535-0787. E-mail: kirolga08@list.ru. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 84, стр. 6.

Статья поступила в редакцию: 17.05.2025. *Принята к печати:* 29.08.2025.

Введение. В современных реалиях проблема профессиональной социализации молодежи становится наиболее востребованной и значимой. Медиа-среда становится пространством, задающим параметры профессиональной культуры, профессиональные ориентиры и изменения спектра профессий. Актуальность исследования репрезентации профессиональной социализации молодежи в медиа обусловлена значительным влиянием медиа на формирование представлений о профессиях, карьерных ожиданиях и готовности молодежи к адаптации в динамично меняющемся рынке. Профессиональная социализа-

Конфликт интересов: отсутствует.

ция – это процесс вступления личности в профессиональную трудовую среду, освоение определенных норм, ценностей и правил профессионального сообщества. Вместе с тем, это и период активного роста и раскрытия потенциала молодого специалиста. В современных реалиях этот процесс представляет собой «полипараметральное, социетальное явление, объединяющее в себе социальные действия и коммуникации, протекающие в профессиональной среде» [Саенко 2015: 109]. Проблемой профессиональной социализации занимались зарубежные и отечественные ученые, в том числе Дж. Мид, М. Вебер, Э. Дюркгейм, П. Бурдьё, Л.Я. Аверьянов, Н.В. Тазидинова, В.А. Гневашева и многие другие [Мид 2007; Вебер 1990; Дюркгейм 1990; Бурдьё 2005; Аверьянов 2002; Тазидинова 2010; Гневашева 2012 и др.].

Медиа становятся для молодого поколения главным источником информации в выборе образовательной траектории и развития карьеры: «цифровая среда является новым агентом, который оказывает влияние на выбор и развитие профессиональной деятельности, задает профессиональные ориентиры и представления о будущей профессии» [Миронцева 2024: 33]. Цель предпринятого исследования – провести комплексный анализ репрезентации дискурсов профессиональной социализации молодежи в медиакommunikационной среде.

Материалы и методы

В статье использовались теоретические общенаучные и частные эмпирические методы: системный подход, дискурсивный анализ, сравнительный метод. В основу исследования положены результаты контент-анализа, выполненного в системе мониторинга и анализа СМИ и соцсетей «Медиалогия», проведенного с 01 января 2023 года по 01 января 2025 года. Также был применен автоматизированный социально-медийный анализ с использованием онлайн-сервиса статистики и аналитики Popsters (глубина выгрузки – период 01 января 2024 года по 01 января 2025 года).

Результаты исследования

В рамках исследования был проведен контент-анализ, выполненный в системе мониторинга и анализа СМИ и соцсетей «Медиалогия», проведенного с 01 января 2023 года по 01 января 2025 года (рисунок 1).

Согласно графику (рисунок 1), в марте 2023 года у молодежи возрос интерес к профориентации. Вероятно, это обусловлено активным периодом проведения дней открытых дверей в вузах и колледжах. Например, издание «Мел» 04.03.2023 выпустил новость с расписанием дней открытых дверей: «Дни открытых дверей в российских вузах в марте: куда и зачем идти абитуриенту»¹. Следующий

¹ Дни открытых дверей в российских вузах в марте: куда и зачем идти абитуриенту // Мел, 4 марта 2023 г. [эл. ресурс]: <https://mel.fm/ucheba/vuz/8795430-dni-otkrytykh-dverey-v-rossyskikh-vuzakh-v-marte-kuda-i-zachem-idti-abituriyentu> (дата обращения 12.05.2025).

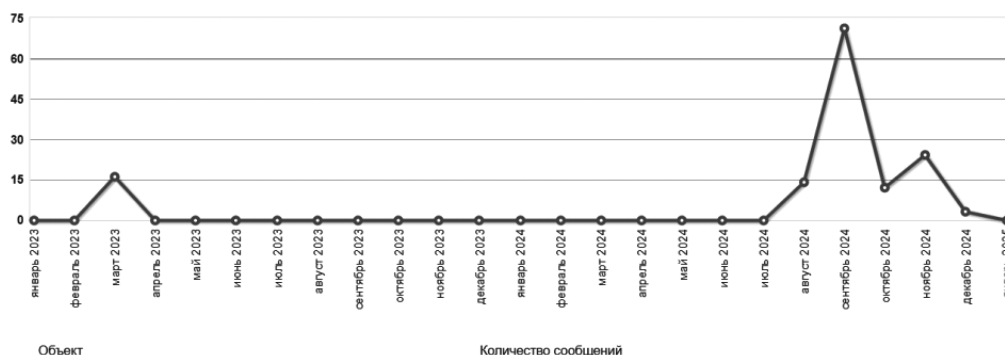


Рисунок 1. Количество сообщений по запросу «профессиональная социализация молодежи» / Professional socialization of youth, distribution by year

рост зафиксирован в июле 2024 года. Это связано с тем, что 28 июня состоялся федеральный этап Всероссийской ярмарки трудоустройства «Работа России. Время возможностей» при поддержке национального проекта «Демография». Анонс данного события вышел на сайте национальныепроекты.рф¹, что придало информационному поводу большей значимости. Отмечается, что это событие объединило 438 тысяч молодых людей России. Мероприятия ярмарки прошли на 4396 площадках, где 21,5 тыс. работодателей представили свыше 566 тыс. вакансий.

Наибольший показатель медиаактивности был отмечен в сентябре 2024 года, что совпадает с началом учебного года – временем выбора предметов, по которым школьники планируют сдавать государственные экзамены. Также в этот период проходили различные конкурсы, связанные с профориентацией школьников и студентов («Большая перемена», «ТвойХод» и «Профессионалы»). Важным инфоповодом в ноябре 2024 года был марафон «Человек будущего» в рамках проекта «Засобой в профессию», который реализуется при поддержке Министерства просвещения Российской Федерации в рамках национального проекта «Образование».

Преобладание публикаций по теме профессиональной социализации молодежи на официальных государственных сайтах (Министерство просвещения РФ, Министерство труда РФ) указывает на ее приоритетность в текущей повестке российского правительства. В исследовании Калининой Н.А. выделен ряд государственных программ для молодежи, содействующих профессиональной социализации [Калинина 2024: 1086]. Это отражает стремление государственных

¹ Работа зовёт: Всероссийская ярмарка трудоустройства ждёт соискателей // Национальные проекты РФ, <https://национальныепроекты.рф/news/rabota-zovet-vserossiyskaya-yarmarka-trudoustroystva-zhdet-soiskateley/?ysclid=ma14k6j4w5145280750> дата обращения 12.05.2025).

структур к формированию медиапространства, соответствующего стратегическим целям в сфере развития человеческого капитала и обеспечения экономического роста. При этом молодежь, как целевая аудитория, в большей степени ориентирована на интернет-СМИ и коммуникации в медиасреде, чем на традиционные СМИ. Следовательно, для эффективного привлечения внимания и формирования профессиональных установок молодой аудитории необходим стратегический подход к выбору источников и релевантного контента, учитывающий особенности медиапотребления молодежи.

Для выявления региональных особенностей освещения данной темы был проведен контент-анализ географии публикаций в системе «Медиалогия» за период с 01 января 2023 года по 01 января 2025 года. Результаты представлены на рисунке 2, где представлена динамика количества сообщений по регионам.

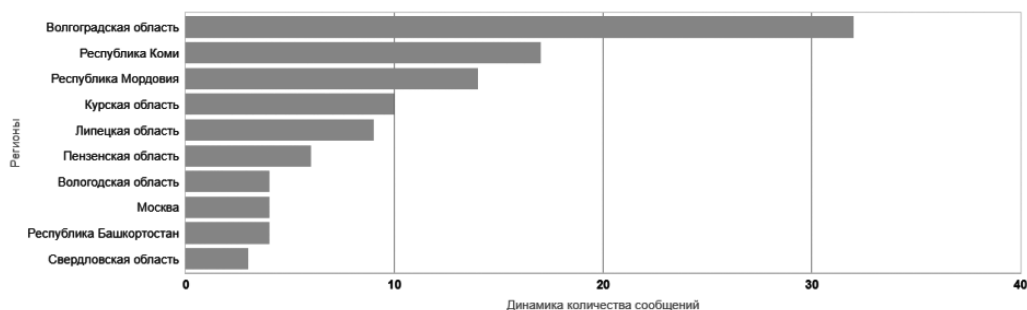


Рисунок 2. Распределение сообщений по запросу «профессиональная социализация молодежи» по регионам / Professional socialization of youth, distribution by region

По данным Медиалогии, представленным на рисунке 2, наибольшее значение по количеству сообщений зафиксировано в Волгоградской области. Это можно объяснить рядом причин. Во-первых, внедрением образовательной программы «Профессионалитет», реализация которой позволит выпускникам колледжей стать высококвалифицированными специалистами в ведущих предприятиях региона.¹ В Волгоградских СМИ широко освещается эта программа, отмечается положительная оценка модернизации образования в Волгограде, в том числе благодаря развитию профориентационной программы «Профессионалитет»². Во-вторых, профессиональная социализация молодежи и создание условий для ее реализации является одним из ключевых направлений развития в Волго-

¹ Профессионалитет, сайт образовательной программы [эл. ресурс]: <https://япроф.рф/about/> (дата обращения: 27.04.2025).

² Волгоградские школы перейдут на единое расписание // Родной город, 20 апреля 2025 г. эл. ресурс]: <https://rodgor-vlg.ru/volgogradskie-shkoly-pereidut-na-edinoe-raspisanie.html> (дата обращения: 27.04.2025).

градской области. Как отмечает губернатор Волгоградской области Андрей Бочаров, в 2024–2025 гг. были открыты три «Кванториума», цель которых – ранняя профориентация детей по приоритетным направлениям науки и техники, а также развитие творческого потенциала молодежи. Одним из направлений государственной информационной политики Волгоградской области является содействие профессиональному самоопределению молодежи на рынке труда, также активно развиваются модели и формы вовлечения молодежи в трудовую деятельность. Так, например, в регионе активно реализуется профориентационная программа «Депро профессий», направленная на профессиональную социализацию молодежи региона.

В ходе исследования был проведен анализ данных активности в социальной сети ВКонтакте по запросу «профессиональная социализация молодежи» при помощи онлайн-сервиса статистики и аналитики Popsters (глубина выгрузки – период 01 января 2024 года по 01 января 2025 года), представленный на рисунке 3.

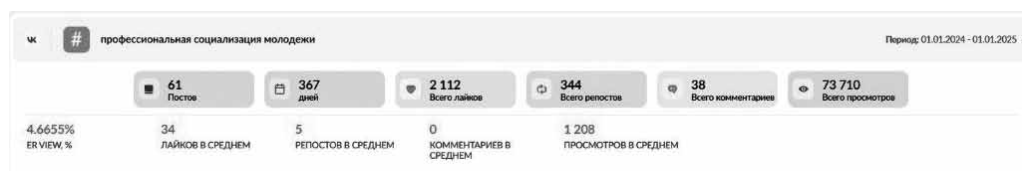


Рисунок 3. Активность пользователей ВКонтакте по запросу «профессиональная социализация молодежи» / Professional socialization of youth – VKontakte user activity

Данные свидетельствуют о низкой активности и вовлеченности аудитории ВКонтакте в тему «профессиональная социализация молодежи» (рисунок 4).

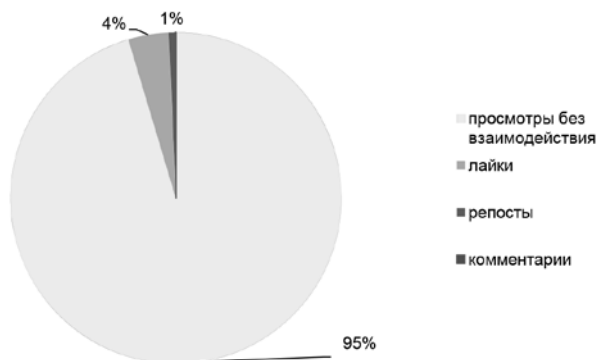


Рисунок 4. Вовлеченность пользователей ВКонтакте по теме «профессиональная социализация молодежи» / Professional socialization of youth, VKontakte engement

Подавляющее большинство просмотров контента «профессиональная социализация молодежи» не приводит к каким-либо действиям со стороны пользователей, что свидетельствует о нереализованном потенциале и необходимости внесения изменений в стратегию создания и распространения контента, посвященного данной тематике.

В результате рассмотрения популярности запроса «профессиональная социализация молодежи» можно сделать выводы о сезонности интереса (рисунок 5). Данные результаты анализа социальной сети ВКонтакте подтверждают выводы, сделанные в ходе исследования при помощи системы мониторинга и анализа СМИ «Медиалогия». Динамика просмотров неравномерна, что говорит о непостоянном интересе к теме.

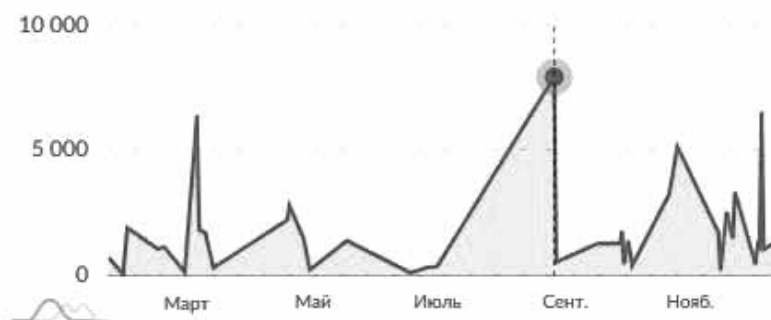


Рисунок 5. Сезонность просмотров по запросу «профессиональная социализация молодежи» ВКонтакте в период с 01 января 2024 года по 01 января 2025 года / Professional socialization of youth, VKontakte views distribution by season, January 1, 2024 to January 1, 2025

Анализ хештегов показал широкий спектр тем от образования («#ученическое-самоуправление», «#профессионалитет» и др.) и молодежных движений («#движениепервых», «#росмолодежь», «#абилимпикс2024» и др.) до региональных инициатив («#первые республикакоми», «#живиучисьработайнавятке» и др.) и общих социальных вопросов («#общество», «#трудоустройство», «#наставничество»).

Обсуждение. Малое количество медиаматериалов, связанных с профориентацией и непосредственно профессиональной социализацией молодежи может быть обусловлена рядом факторов:

1. Отсутствие интересных и актуальных информационных поводов, восприятие темы журналистами и редакторами как узкоспециализированной и не имеющей общественной значимости.
2. Отсутствие адекватного запроса со стороны государства и профильных ведомств, недостаток ресурсов (временных, трудовых, финансовых) на проведение качественных исследований и подготовку аналитических материалов.

3. Отсутствие запроса от аудитории. Данные исследования подтверждают «неготовность к серьезной работе по поиску, обработке и структурированию информации» [Бродовская и др. 2019: 247].

Несмотря на широкую популярность, российские социальные сети, в частности ВКонтакте, как правило не рассматриваются аудиторией в качестве платформ профессиональной социализации и карьерного развития. В этой связи перспективным направлением представляется либо расширение соответствующего функционала внутри платформы ВКонтакте, либо стимулирование развития специализированных ресурсов, аналогичных профессиональной сети LinkedIn (заблокирована в России с 2016 года из-за несоблюдения требований о хранении персональных данных россиян на российских серверах).

Фокус региональных медиа на вопросах профессиональной ориентации и социализации молодежи, контрастирующий с меньшей представленностью в московских СМИ, объясняется совокупностью определяющих региональный контекст факторов, таких как:

1. Демографический. Миграционные процессы, характеризующиеся оттоком молодежи из регионов в крупные города, вызывает дефицит квалифицированных кадров в региональных экономиках. Данный фактор стимулирует региональные СМИ к активному освещению темы профессиональной ориентации в рамках противодействия демографическому дисбалансу и обеспечения трудовыми ресурсами ключевых отраслей экономики.

2. Политический. Профессиональная ориентация и социализация молодого поколения интегрирована в программы развития регионов, реализуемые местными властями. Активное освещение в медиaprостранстве мероприятий и проектов профориентационной направленности является инструментом реализации данных программ и формирования общественного мнения в поддержку региональных властей.

3. Экономический. Структура региональной экономики определяет специфику профориентационных программ и мероприятий, освещаемых в медиа. Так, например, в Волгоградской области, это железнодорожная промышленность, а в Курской области – пищевая отрасль, электроэнергетика и сельское хозяйство. Необходимость привлечения большего числа квалифицированных кадров в данные отрасли, стимулируют местные власти к активной профориентации молодежи и формируют запрос на освещение данной темы в медиaprостранстве.

4. Образовательный. Активная роль региональных вузов и колледжей в привлечении внимания молодежи к вопросам регионального выбора широко освещается в СМИ. Продвижение региональных вузов в медиа является частью стратегии региональных властей по формированию положительного имиджа регионального образования и стимулирования молодежи к обучению и дальнейшей трудовой деятельности в регионе. Как отмечает Югфельд Е.А.: «Сегодня для сферы профессионального образования крайне важно создание и развитие

системы социального партнерства, организация постоянного социального диалога между образовательными организациями и работодателями на взаимовыгодной и равноправной основе» [Югфельд 2015: 143].

Настоящее исследование подтверждает выводы исследования, проведенного Домбровской А. Ю., Пырма Р. В., Батаниной И. А. в том, что «интерес к онлайн-сетевому поиску молодежью работы по специальности в некоторой мере связан с относительно высоким уровнем безработицы в регионе в (городе) [Домбровская и др.: 179] и о доминировании интереса к тематике профессиональной социализации среди студентов в регионе по сравнению со студентами Москвы [Домбровская и др. 2019:175].

Выводы. Медиа играют определяющую роль в освещении проблем профессиональной социализации молодежи, предоставляя возможности для расширения контента, обмена опытом и формирования профессиональной идентичности.

Анализ репрезентации вопросов профессиональной ориентации в медиа выявляет низкий уровень систематического внимания к данной проблематике, при этом фиксируются кратковременные всплески медиаинтереса. Это свидетельствует о ситуативной активности и потенциале для дальнейшего развития. Дискурс профессиональной социализации преимущественно конструируется государственными акторами и региональными медиа, что указывает на централизованный характер информационного продвижения темы. Низкая вовлеченность молодежной аудитории в социальных сетях свидетельствует о диссонансе между каналами коммуникации и потребностями целевой группы, что актуализирует задачу оптимизации коммуникационных стратегий и поиска релевантных форматов представления контента, направленных на повышение заинтересованности и активного участия молодежи в процессах профессионального самоопределения.

Источники

Аверьянов Л.Я. (2002). В поисках своей идеи: в 2 ч. М.: РГИУ.

Бурдые П. (2005). Социальное пространство: поля и практики / Пер. с фр.; сост., общ. ред. пер. и послесл. Н.А. Шматко. СПб.: Алетейя.

Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Пырма Р.В., Синяков А.В., Азаров А.А. (2019). Влияние цифровых коммуникаций на формирование профессиональной культуры российской молодежи: результаты комплексного прикладного исследования // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. № 1. С. 228-251.

Вебер М. (1990). Избранные произведения: сборник / Пер. с нем.; Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П. Гайденоко. М.: Прогресс.

Гневашева В.А. (2012). Молодежь России: особенности профессионального становления. Москва.

Домбровская А.Ю., Пырма Р.В., Батанина И.А. (2019). Профессиональные стратегии российской молодежи в условиях цифровизации и их репрезентация в социальных медиа: результаты комплексного прикладного анализа // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. № 5. С. 162-182.

Дюркгейм Э. (1990). О разделении общественного труда / Пер. с фр. и послесловие Л.Б. Гофмана. М.: Наука.

Калинина Н.А. (2024). К вопросу о профессиональной социализации молодежи // Социология в меняющемся мире: теория, практика, образование: материалы Всероссийской научной конференции к 35-летию социологического образования в России, Санкт-Петербург, 14–16 ноября 2024 года. Санкт-Петербург: Скифия-принт. С. 1081-1087.

Мид Д. (2007). Сознание, самость и общество. М.: Директмедиа.

Миронцева С.А. (2024). Профессиональная социализация современной российской молодежи в условиях цифровой среды // Вопросы права. № 2. С. 33-35.

Саенко Л.А. (2015). Профессиональная социализация студентов средствами дистанционного обучения: проблемы, задачи, перспективы // Мир науки, культуры, образования. № 3(52). С. 108-111.

Тазидинова Н.М. (2010). Профессиональная социализация студентов в процессе изучения ими второго иностранного языка: специальность: 13.00.08 дис. ... канд. пед. наук. Ставрополь.

Югфельд Е.А. (2015). Модель профессиональной социализации студента в условиях социального партнерства // Вестник евразийской науки. Т. 7. № 4(29). DOI: 10.15862/48PVN415.

■ ■ ■ Professional Socialization of Youth: reflection in mass media

Kireeva O.F.

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

Abstract. The paper represents the results of the diagnostics of the media field in reflecting the issues of professional socialization of young people. The relevance of the study is conditioned by the current tasks in education and is associated with the transformation of employment and career development practices. The methodology includes the system approach, discourse analysis and a comparative method. The empirical study is conducted on the basis of media and social network materials from 2023 to 2025 as represented in Medialogy and Popsters. The results demonstrate uneven media activity, obvious seasonality of interest and low engagement of users in social networks. The article identifies factors that determine the specifics of covering career guidance issues in regional media discourse. This allows us to draw a conclusion about the fragmentation of the media field in covering the professional socialization of young people, emphasizing the need to systematize and intensify communication strategies in this area.

Keywords: professional socialization of youth, media, content analysis, representation, young people, regional media, media activity

For citation: Kireeva O.F. (2025). Professional socialization of youth: reflection in mass media. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 77-86. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-77-86.

Inf. about the author: Kireeva Olga Feliksovna – CandSc (Soc.), associate professor at the Department of Information Process Management, Institute of Public Service and Management, RANEPA. ORCID: 0000-0003-4535-0787. E-mail: kirolga08@list.ru. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 84/6.

Received: 17.05.2025. *Accepted:* 29.08.2025.

References

- Averyanov L.Y. (2002). In Search of Idea: in 2 Parts. Moscow: RGIU (in Rus.).
- Bourdieu P. (2005). Social Space (transl., ed. and afterword N.A. Shmatko). St. Petersburg: Aleteya (in Rus.).
- Brodovskaya E.V., Dombrovskaya A.Yu., Pyrma R.V., Sinyakov A.V., Azarov A.A. (2019). The Impact of Digital Communications on the Formation of the Professional Culture of Russian Youth: Results of a Comprehensive Applied Research. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 228-251 (in Rus.).
- Weber M. (1990). Selected Works (transl. from German, ed. and afterword Yu.N. Davydova; preface P.P. Gaidenko. Moscow: Progress (in Rus.).
- Gnevasheva V.A. (2012). Youth of Russia: Features of Professional Development. Moscow (in Rus.).
- Dombrovskaya A.Yu., Pyrma R.V., Batanina I.A. (2019). Professional Strategies of Russian Youth in the Context of Digitalization and Their Representation in Social Media: Results of a Comprehensive Applied Analysis. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 5. P. 162-182 (in Rus.).
- Durkheim E. (1990). On the division of social labor (transl. from French and afterword L.B. Goffman). Moscow: Nauka (in Rus.).
- Kalinina N.A. (2024). On the Issue of Professional Socialization of Young People. In: Sociology in a Changing World: Theory, Practice, Education: Proceedings of the All-Russian Scientific Conference for the 35th Anniversary of Sociological Education in Russia, St. Petersburg, November 14-16, 2024. St. Petersburg: Skifia-Print. P. 1081-1087 (in Rus.).
- Mead D. (2007). Mind, Self, and Society (transl.). Moscow: Directmedia (in Rus.).
- Mirontseva S.A. (2024). Professional socialization of modern Russian youth in the digital environment. *Questions of Law*. No. 2. P. 33-35 (in Rus.).
- Saenko L.A. (2015). Professional socialization of students by means of distance learning: problems, tasks, prospects. *The world of science, culture, education*. No. 3 (52). P. 108-111 (in Rus.).
- Tazidinova N.M. (2010). Professional socialization of students in the process of learning a second foreign language: specialty: diss. thesis (Pedagogy). Stavropol (in Rus.).
- Yugfeld E.A. (2015). Model of professional socialization of a student in the context of social partnership. *Bulletin of Eurasian Science*. Vol. 7. No. 4(29). DOI: 10.15862/48PVN415.

■ ■ ■ Трансформация классической модели социально-управленческих взаимодействий под влиянием ИИ: коммуникативный аспект

Куманцов А.А.

Московский государственный институт международных отношений МИД России (МГИМО Университет), Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В статье рассматривается проблема преобразования коммуникативных взаимодействий внутри организаций под воздействием имплементации технологий искусственного интеллекта в управленческий цикл. В силу неотвратимости интеграции ИИ для сохранения конкурентных позиций компании сталкиваются с негативными для внутренней коммуникации последствиями их внедрения, которые не проявлялись ранее в классическом управленческом цикле и потому не осознаны. В ходе работы были изучены эмпирические данные в виде публичных отчетов зарубежных компаний (Amazon, Haier и др.), консалтинговых фирм и профильных исследовательских институтов (McKinsey, Gartner, MIT Sloan и др.) и на их основании выделены некоторые тренды: переход к децентрализованным моделям коммуникации, гибридные форматы взаимодействия, методы геймификации рабочего процесса и применение биометрических технологий для персонализированного взаимодействия. К ключевым сопутствующим рискам автором отнесены алгоритмическая предвзятость к сотрудникам, дегуманизация труда, киберугрозы, культурная фрагментация, конфликты в асинхронной среде, социальная изолированность сотрудников, сокращение рабочих мест, необходимость постоянного совершенствования систем мотивации, контроля и коммуникационных стандартов. Снижение возможных рисков связано с формированием адекватных регуляторных рамок и уточнением корпоративных ценностей, поскольку современное управление приобретает характеристики гибридной дисциплины, ориентированной на синтез технологической эффективности и социальной вовлеченности. В этих условиях от сотрудников различных уровней ожидается не только развитие цифровой грамотности, но и готовность к регулярной переоценке управленческих принципов.

Ключевые слова: искусственный интеллект, коммуникация, корпоративное управление, управленческий цикл, социально-управленческое взаимодействие, искусственная социальность

Для цитирования: Куманцов А.А. Трансформация классической модели социально-управленческих взаимодействий под влиянием ИИ: коммуникативный аспект // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 87-99. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3- 87-99.

Сведения об авторе: Куманцов Артем Александрович – аспирант кафедры социологии, МГИМО – Университет. ORCID: 0009-0005-5248-2915. E-mail: art_titan@bk.ru. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, д. 76.

Статья поступила в редакцию: 22.07.2025. *Принята к печати:* 17.09.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

При подготовке исследования первичный поиск и отбор источников осуществлялся с помощью DeepSeek (версия 1.2.6(1)). Все предложенные алгоритмами источники перепроверялись и анализировались автором и редакцией.

Введение и постановка проблемы. Корпоративное управление в современности сталкивается с безальтернативностью внедрения в свои процессы технологий искусственного интеллекта ради усиления или хотя бы сохранения позиций в высоко конкурентной деловой среде [Юрченко 2024]. Однако технологическое совершенствование структуры и инструментария управления, как это бывает почти всегда, приводит к амбивалентным последствиям. С одной стороны, это рост операционной эффективности компаний, рост прибыли и, зачастую, акционерного капитала.¹ С другой стороны, в последнее время в результатах опросов и отчетных документах консалтинговых и аудиторских фирм все чаще встречаются нарративы о том, что сотрудники вследствие навязанной им цифровизации теряют взаимосвязь с организацией и чувствуют себя отстраненно [Ходжаева и др. 2021]. Некоторые кейсы неудачного использования ИИ-алгоритмов с дискриминацией отдельных категорий сотрудников периодически переходят в публичное поле и приводят к скандалам и изменению риторики, касаемой машинного интеллекта в управлении, как это было в случае с Amazon [Ходжаева и др. 2021]. В этой связи возникает вопрос: каким образом и в какой степени ИИ искажает и преобразовывает модели межличностного взаимодействия типа «субъект – объект» в корпоративном управлении в процессе реализации функций (этапов) «классического» управленческого цикла в его современном виде: предвидения, планирования, организации, координирования и контроля [Fayol 1916].

Целью исследования, результаты которого представлены в данной статье, является социологическая рефлексия последствий внедрения ИИ в корпоративное управление.

Материалы и методы. Для реализации обозначенной цели использовался анализ эмпирических данных в виде публичных отчетов зарубежных компаний (Amazon, ByteDance, Haier, Procter & Gamble и др.) и консалтинговых фирм (McKinsey, Gartner и др.), а также профильных исследовательских институтов (MIT Sloan). Первичный отбор источников осуществлялся по ключевым словам с использованием поисковых систем Яндекс и Google, а также программы с технологией ИИ – DeepSeek (версия 1.2.6(1)). Все предложенные алгоритмами источники перепроверялись и анализировались автором вручную. В основу исследования положены результаты их качественного и количественного контент-анализа. Для сопоставления полученных данных использовался описательно-аналитический метод.

Кроме этого, в статье использовались теоретические общенаучные и частные эмпирические методы: системный подход, дискурсивный анализ, сравнительный метод.

¹ Rogers D. (2023). Rethinking governance for digital innovation. *MIT Sloan Management Review*. Vol. 65. No. 1 [el. source]: <https://sloanreview.mit.edu/issue/2023-fall> (accessed: 1.07.2025).

Теоретические основания исследования

Значимость человеческих отношений и социальных связей для эффективного корпоративного управления в научных кругах отмечались еще в первой половине 20 века [Mayo 1949]. Во второй половине столетия дискурс стал еще более богатым на подкрепленные эмпирическими данными исследования и монографии [Mincer 1958; Schultz 1963; Goldratt, Cox 1984; Becker 1993; Hammer, Champy 1993]. В наше время вопрос коммуникативного аспекта корпоративного управления актуальнее, чем когда-либо раньше, в силу глобального воздействия на него внедряемых в организацию технологий искусственного интеллекта.

За точку отсчета в научном дискурсе в изучении данного вопроса можно принять 1916 год – год выхода главного научного труда Анри Файоля, где управление впервые было разложено на осуществление отдельных функций, к которым он относил предвидение, планирование, организацию, координирование и контроль [Fayol 1916]. Каждая из функций управления со временем, в сущности, переросла в логически соответствующий ей этап управленческого цикла, на каждом из которых, в свою очередь, присутствует специфическая для отдельно этапа коммуникация между субъектами и объектами управления.

Связь человеческих отношений с эффективностью управления была системно изучена и описана несколькими десятилетиями позже [Mayo 1949; Wiener 1950]. Во второй половине 20 века теоретиками человеческих отношений была установлена взаимосвязь человеческого капитала, формальных и неформальных отношений внутри организации на эффективность ее деятельности и ее восприятие акционерами и широкой общественностью, что, в свою очередь, отображается на ее капитализации [Mincer 1958; Schultz 1963; Bourdieu, Passeron 1977; Becker 1993].

Наконец, к концу 2000-х гг. понимание корпоративного управления и научно-технический прогресс (в лице появившихся систем ИИ) сущностно приблизились к современной модели [Drucker 1995], с одной стороны, с учетом значимости интересов отдельно взятого специалиста компании и, с другой стороны, важности внедрения инновационных технологических решений для поддержания конкурентных позиций организации [Батищев, Соловьев 2024].

Результаты и их обсуждение

Основной сдвиг в философии современного социального управления обусловлен стремлением организаций к гибкости ведения деятельности, выражающейся в необходимости компаний принимать большое количество (иногда ежедневных) корректировок в управленческих решениях разного уровня при движении к тактическим и стратегическим целям [Ковалева 2022].

Это происходит вследствие все сильнее ускоряющегося мира. Геополитические конфликты, техногенные катастрофы, «вирусные» общественные тренды, экологическая повестка – все эти факторы меняют внешнюю среду, в рамках

которой ведут свою деятельность организации. В такой нестабильной среде проверенные временем классические управленческие модели теряют свою актуальность. Им на смену приходят новые практики и инструменты (включая большие данные и алгоритмы ИИ), функции которых, будучи включенными в технологическую и социальную адаптацию компаний и сохранение конкурентного паритета компаний, неизбежно отражаются (порой даже необратимо) на коммуникативных паттернах поведения их сотрудников, изменяя их восприятие и поведение [Кириллина 2023; Юрченко 2024]. Кроме того, сами технологии ИИ порой выступают в организациях не только в роли инструмента, но и объектов с субъектами, что изменяет характер коммуникаций в компаниях и несет в себе некоторые системные риски, напрямую связанные с технологиями современного машинного интеллекта.

Так, эмпирические данные подтверждают, что 72% компаний, внедривших AI в планирование, отмечают рост операционной эффективности.¹ Переход к адаптивности стал возможен в том числе благодаря технологиям обработки больших данных, которые трансформируют предвидение и планирование в циклический, непрерывный процесс. Если раньше сбор информации занимал месяцы, то сейчас системы вроде Palantir или Tableau агрегируют данные из социальных сетей и транзакционных платформ, предоставляя аналитику за минуты. Однако эта скорость порождает парадокс «перегрузки данными»: избыток информации, часто противоречивой, затрудняет выделение значимых сигналов из шума. Исследование Gartner (2023) показывает, что 65% менеджеров тратят до 40% рабочего времени на верификацию данных (зачастую вместо проведения экспертных совещаний и иных способов выработки решений «коллективным разумом»), что снижает эффективность планирования.²

Алгоритмическая предвзятость, второй ключевой риск, возникает, когда системы ИИ, обученные на исторических данных, воспроизводят стереотипы или дискриминационные практики. Например, используемые в ритейле алгоритмы планирования персонала могут необоснованно сокращать часы работы сотрудников из определенных демографических групп, основываясь на паттернах прошлой занятости, которые отражали культурные предрассудки [Харитоновна и др., 2021].

Эти риски усугубляются «эффектом черного ящика» – неспособностью руководителей понять логику алгоритмических рекомендаций. Согласно опросу MIT Sloan (2023), 58% топ-менеджеров признают, что согласовывают AI-решения без полного понимания их обоснованности, что повышает вероятность стратегических ошибок.³ Для минимизации угроз требуется не только технический аудит

¹ Rogers D. (2023). Rethinking governance for digital innovation. *MIT Sloan Management Review*. Vol. 65. No. 1 [el. source]: <https://sloanreview.mit.edu/issue/2023-fall> (accessed: 1.07.2025).

² Building an Organization of Great Managers. Gartner Report, 2023 [el. source]: <https://www.gartner.com/en/documents/5059831> (accessed: 2.07.2025).

³ Rogers D. (2023). Rethinking governance for digital innovation. *MIT Sloan Management Review*. Vol. 65. No. 1 [el. source]: <https://sloanreview.mit.edu/issue/2023-fall> (accessed: 1.07.2025).

алгоритмов, но и пересмотр управленческой культуры, что подтверждает практика компании Unilever, внедрившей AI-планирование маркетинговых бюджетов, показывает, что адаптивность возможна без потери контроля. Система анализирует эффективность кампаний в реальном времени, но итоговые решения утверждаются коллегиально, что снижает риски автоматизации. По данным внутреннего отчета (2023), это сократило сроки планирования на 30% при нулевом росте ошибок¹. Иными словами, *автоматизация не заменяет, а дополняет традиционные методы*, такие как мозговые штурмы или экспертные сессии.

Функция организации также трансформируется под влиянием цифровых технологий, стирающих границы между физическими и виртуальными пространствами. Если классические иерархические модели, описанные Файолем, предполагали четкое разделение ролей и вертикальную подотчетность, то современные бизнес-структуры движутся в сторону сетевой коллаборации, где власть рассредоточена, а коммуникации происходят в режиме реального времени. Этот сдвиг отражает не только технологические возможности, но и изменение социальных ожиданий: сотрудники требуют автономии, а клиенты — персонализированных решений.

Ключевым вектором трансформации стала децентрализация управленческих структур, что подтверждается множественными практическими кейсами². Например, компания Haier, китайский производитель бытовой техники, реализовала модель «микро-предприятий» — небольших самоуправляемых единиц, каждая из которых отвечает за полный цикл (от разработки до продаж). Такие команды используют внутренние цифровые платформы для обмена данными и ресурсами, что сокращает бюрократические издержки на 35%, одновременно усиливая неформальные связи внутри структурной единицы организации³. Аналогичный подход применяет Spotify, организуя сотрудников в кросс-функциональные и слаженные «сквады» и «гильдии», которые динамически перестраиваются под задачи проектов⁴.

Цифровые платформы, такие как Notion или Miro, заменяют традиционные организационные схемы интерактивными рабочими пространствами, где процессы документируются и корректируются коллективно. Например, GitLab, компания с полностью удаленной командой из 1,500 сотрудников в 65 странах, управ-

¹ Mathews A. (2024, July 4). How Unilever is Leveraging AI to Drive Innovation and Sustainability. AIM Media House [el. source]: <https://aimresearch.co/market-industry/how-unilever-is-leveraging-ai-to-drive-innovation-and-sustainability> (accessed: 4.07.2025).

² Guggenberger P., Maor D., Park M., Simon P. (2023). The State of Organizations 2023: Ten shifts transforming organizations. McKinsey & Company [el. source]: <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/the-state-of-organizations-2023> (accessed: 5.07.2025)

³ Там же.

⁴ Там же.

ляет направлениями работы через единую платформу, интегрирующую планирование, разработку и коммуникацию¹.

Распространение гибридных форматов работы с использованием цифровых сред, ускоренное пандемией, поставило под вопрос необходимость жесткой привязки сотрудников к локациям и очной коммуникации. Исследование Gartner (2023) показало, что 78% организаций сохраняют гибридные модели, сочетающие удаленную и офисную работу. Однако такая гибкость порождает вызовы:

- *Кибербезопасность*. Распределенные команды увеличивают риски утечек данных. Кейс Twitter 2020 года, когда хакеры получили доступ к аккаунтам высокопоставленных лиц через фишинговые атаки на удаленных сотрудников, подчеркивает уязвимость децентрализованных систем [Witman, Mackelprang 2022].

- *Культурная фрагментация*. Отсутствие ежедневного личного взаимодействия ослабляет корпоративную идентичность. По данным Deloitte (2022), 67% организаций столкнулись со снижением вовлеченности сотрудников при переходе на дистанционный режим².

- *Конфликты в асинхронной среде*. Различия в часовых поясах и коммуникационных стилях провоцируют недопонимание. Например, в ранее описанном кейсе GitLab ежемесячно фиксируется 12–15% рост конфликтов в командах, работающих в разных регионах³.

Трансформация функции организации не отменяет её базовой цели – координации ресурсов, но переопределяет методы. Гибридные модели и цифровые платформы обеспечивают гибкость, однако в целях сохранения социального климата среди сотрудников в рамках фирмы требуют пересмотра:

- *систем мотивации* (например, переход от KPI к OKR (Objectives and Key Results) в распределенных командах);

- *механизмов контроля* (внедрение AI-трекеров продуктивности вместо микроменеджмента);

- *коммуникационных стандартов* (использование асинхронных инструментов вроде Loom для минимизации совещаний).

Геймификация, интегрированная в рабочие процессы, также эволюционирует. Вместо простых бейджей и рейтингов компании внедряют сложные симуляции. Salesforce использует платформу Trailhead, где сотрудники развивают навыки через интерактивные квесты, получая токены, которые можно обменять на обучение или карьерные возможности. Такие системы не только повышают

¹ Hype cycle for hybrid work. Gartner Research, 2023 [el. source]: <https://www.gartner.com/en/documents/4523899> (accessed: 7.07.2025).

² Global Gen Z and Millennial Survey. Deloitte, 2022 [el. source]: <https://www.deloitte.com/content/dam/assetsshared/docs/campaigns/2024/deloitte-2024-genz-millennial-survey.pdf?dlva=1> (accessed: 5.07.2025).

³ Hype cycle for hybrid work. Gartner Research, 2023 [el. source]: <https://www.gartner.com/en/documents/4523899> (accessed: 7.07.2025).

вовлеченность, но и формируют лояльность через связь личного роста с целями организации¹.

Передовые корпорации также активно экспериментируют с биометрическими технологиями для измерения эмоционального состояния сотрудников. К примеру, японская компания Hitachi разработала бейджи с сенсорами, анализирующими интонацию голоса и паттерны движения, чтобы оценивать уровень вовлеченности в режиме реального времени². Полученные данные коррелируют с продуктивностью, позволяя адаптировать мотивационные программы. Однако подобные практики вызывают этические споры: например, компания BHSF Railway в 2024 году выплатила 75 миллионов долларов своим сотрудникам, так как незаконно сканировала и хранила их отпечатки пальцев³. Результаты этих исследований можно резюмировать словами Дэниела Пинка из его работы «Драйв: что на самом деле нас мотивирует»: «...цифровые инструменты усиливают автономию и мастерство, но только при условии, что технологии служат дополнением, а не заменой человеческого взаимодействия...» [Пинк 2023].

Системы на основе ИИ, такие как Amazon's Automated Warehouse Management, также частично забирают функционал менеджеров и в рамках задач по контролю производительности. Датчики движения, камеры с компьютерным зрением и алгоритмы анализируют действия сотрудников, оптимизируя их маршруты и предупреждая ошибки. Однако подобные практики порождают конфликты: Jarrow Insights для UNI Global Union (2023) выявило, что 57% работников складов испытывают стресс из-за постоянного цифрового надзора, сравнивая его с «электронным надзирателем»⁴.

Как следствие, этические вопросы особенно обостряются в кейсах использования нейросетей для мониторинга сотрудников. Китайская компания ByteDance внедрила систему, анализирующую активность в корпоративных чатах и электронной почте для оценки вовлеченности. Несмотря на рост производительности на 18%, 34% сотрудников сообщили о чувстве подавленности и снижении креативности (данные South China Morning Post, 2023)⁵.

¹ Salesforce» [el. source]: <https://www.salesforce.com/> (accessed: 7.07.2025)

² Официальный сайт «Hitachi». Режим доступа URL: <https://www.hitachids.com> (дата обращения: 7.07.2025).

³ Park A., Kietzmann J., Killoran J. (2025). The risks of collecting employees' biometric data. Harvard Business Review, May 29, 2025 [el. source]: <https://hbr.org/2025/05/the-risks-of-collecting-employees-biometric-data> (accessed: 9.07.2025).

⁴ New Survey: Amazon workers in 8 countries say intrusive monitoring is making them sick and anxious. UNI Global Union, 2023 [el. source]: <https://uniglobalunion.org/news/globalsurvey23> (accessed: 9.07.2025).

⁵ ByteDance, Alibaba, SenseTime lead generative AI infrastructure services market in China //South China Morning Post [el. source]: <https://www.scmp.com/tech/big-tech/article/3269939/bytedance-alibaba-sensetime-lead-generative-ai-infrastructure-services-market-china> (accessed: 10.07.2025)

Более того, некоторые современные ИИ-инструменты вовсе стирают границы между контролем и другими функциями. Платформы вроде ServiceNow объединяют мониторинг инцидентов, их анализ и автоматическое переназначение задач, создавая замкнутый цикл «выявление → решение → предотвращение». Это ускоряет управленческие процессы, но снижает коммуникативное взаимодействие как между руководителем и сотрудником, так и между сотрудниками, а потому требует пересмотра их ролей: по данным Gartner (2023), 42% руководителей среднего звена теряют полномочия частично или полностью (вплоть до сокращений) из-за делегирования контроля алгоритмам¹.

Таким образом, современные ИИ-алгоритмы совместно со значительно ускорившимся темпом жизни воздействуют на все этапы управленческого цикла, дополняя и совершенствуя существующие классические алгоритмы и инструменты социального управления. Аналогично происходят изменения и в корпоративной коммуникации: она также становится более динамичной, децентрализованной, цифровизированной, зачастую эффективной, а в отдельных случаях – человекоцентричной. Ниже представлены основные последствия от внедрения ИИ в управление для коммуникации в рамках организации (таблица 1).

Таблица 1. Последствия внедрения ИИ-технологий в организации для ее внутренней коммуникации / Consequences of AI implementation for internal communication in organizations

ИИ-технология и / или заданный ею тренд	Возможности для организации	Риски / вызовы
Аналитические программы обработки данных полного цикла	Ускорение принятия решений; комплексный анализ рисков и скрытых (потенциальных) проблем, упреждение кризисов	Снижение количества экспертных взаимодействий / совещаний как среди управленцев, так и между обычными сотрудниками; «информационный шум» вокруг данных; алгоритмическая предвзятость; неспособность сотрудников понять логику ИИ-алгоритмов
Цифровые платформы и гибридный формат работы	Сокращение бюрократических издержек; совершенствование тайм-менеджмента; появление новых эффективных функциональных единиц (сквады, гильдии); коллективное участие в принятии решений	Кибербезопасность; культурная фрагментация; конфликты в асинхронной среде; необходимость совершенствования систем мотивации, контроля; пересмотр коммуникационных стандартов

¹ Building an Organization of Great Managers. Gartner Report, 2023 [el. source]: <https://www.gartner.com/en/documents/5059831> (accessed: 2.07.2025).

Окончание табл. 1

ИИ-технология и / или заданный ею тренд	Возможности для организации	Риски / вызовы
Геймификация	Повышение вовлеченности сотрудников в миссию компании	Зацикленность на «игровом» процессе, подмена целей
Биометрические технологии	Контроль за эмоциональным состоянием сотрудников: упреждение нервных срывов, повышение продуктивности через индивидуальные мотивационные программы	Утечка персональных данных; чувство незащищенности у сотрудников; возможность злоупотреблений в использовании биометрии со стороны компании
Системы контроля	Контроль за производительностью; оптимизация рабочего процесса; упреждение ошибок	Стресс у сотрудников вследствие ощущения ими постоянного «цифрового надзора» со стороны компании; снижение креативности

Выводы. В ходе исследования было установлено, что классические управленческие модели, сформированные в индустриальную эпоху, эволюционируют под воздействием технологий, которые не только модернизируют инструментарий, но и переопределяют саму логику управления.

В рамках проведенного эмпирического анализа представленных в открытом доступе отчетов были выделены главные тренды изменений в коммуникативном поведении: частичное смещение акцентов с формирования решений путем экспертных совещаний и задействования «коллективного разума» на аналитику машинных данных, появление децентрализованных моделей подотчетности и коммуникации, гибридных форматов взаимодействия между сотрудниками в режиме реального времени, в том числе с использованием универсальных цифровых платформ, создание методов геймификации рабочего процесса и использование биометрических технологий для персонализированного взаимодействия компании с каждым отдельным сотрудником.

Коммуникативная составляющая планирования, организации, мотивации и контроля вместе с самими функциями трансформируется в направлении непрерывности, адаптивности и персонализации. Планирование, перестав быть прерогативой топ-менеджмента, становится предиктивным процессом, где алгоритмы машинного обучения прогнозируют сценарии на разных уровнях на основе потоков данных. Организация, утрачивая жесткие иерархии, переходит к сетевым структурам, функционирующим в гибридных физико-цифровых средах. Мотивация, обогащенная нейроаналитикой и геймификацией, смещается в сторону ценностно-ориентированных моделей, а контроль эволюционирует в систему упреждающего управления рисками.

Тем не менее, несмотря на появление более технологически совершенных инструментов ИИ в корпоративном управлении, включающим их моделям свойственны новые риски, к которым можно отнести алгоритмическую предвзятость к отдельным категориям сотрудников, дегуманизацию труда, киберугрозы, культурную фрагментацию, конфликты в асинхронной среде, социальную изолированность сотрудников, сокращение рабочих мест, необходимость постоянного обновления и совершенствования систем мотивации, контроля и коммуникационных стандартов. Иными словами, последствия имплементации ИИ в социальное управление носят амбивалентный характер.

Этические дилеммы, такие как конфликт между тотальным мониторингом и правом на приватность, требуют разработки регуляторных рамок и пересмотра корпоративных ценностей, так как технологии машинного интеллекта не просто оптимизируют процессы, но и меняют социальные взаимодействия внутри организаций: от коммуникативных паттернов до распределения власти.

Таким образом, управление в цифровую эпоху становится гибридной дисциплиной, где успех определяется способностью синтезировать технологическую эффективность с социальной ответственностью. Это требует как от руководителей, так и рядовых сотрудников не только цифровой грамотности, но и готовности к постоянной ревизии принципов, которые еще вчера казались незыблемыми.

Проведённое исследование открывает новые перспективы для дальнейшего изучения последствий применения ИИ в управлении для коммуникативной составляющей, а также может послужить основой для формирования новых внутренних (в первую очередь, этических) регламентов организаций с учетом уже выявленных негативных последствий применения ИИ.

Источники

Батищев А.В., Соловьев И.В. (2024). Анализ перспектив и проблем управления бизнес-процессами малого бизнеса на основе технологий искусственного интеллекта // Естественнo-гуманитарные исследования. Том 3. № 53. С. 492-497.

Бурдые П., Пассрон Ж. (2007). Производство: элементы теории системы образования. М.: Просвещение.

Друкер П. (2007). Задачи менеджмента в XXI веке. М.: Вильямс.

Кириллина Н.В. (2023). Реальная и воспринимаемая идентичность в цифровой среде // Коммуникoлогия. Т. 11. № 2. С. 150-157. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-2-150-157.

Ковалева И.Н. (2022). Искусственный интеллект: оптимизация содержания управленческого труда // Материалы XI Конференции: Современные проблемы цивилизации и устойчивого развития в информационном обществе. С. 132-144. DOI:10.34755/irok.2021.52.83.039.

Пинк Д. (2023). Драйв: что на самом деле нас мотивирует. М.: Альпина Паблишер.

Харитоновa Ю.С., Савина В.С., Паньини Ф. (2021). Предвзятость алгоритмов искусственного интеллекта: вопросы этики и права // Вестник пермского университета. Юридические науки. № 53. С. 488-515. DOI: 10.17072/1995-4190-2021-53-488-515.

Ходжаева Д.Ф., Омонов А.А., Тугизбоев Ф.У. (2021). Проблемы, с которыми можно столкнуться при внедрении искусственного интеллекта // Наука, техника и образование. Том 5. № 80. С.23-26.

- Юрченко В. (2024). Возможности внедрения искусственного интеллекта в бизнесе // Вестник науки. Том 3. № 11 (80). С. 947-952. DOI: 10.24412/2712-8849-2024-1180-947-952.
- Becker G.S. (1993). *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education*, 3^d ed. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bourdieu P., Passeron J.C. (1977). *Reproduction in Education, Society and Culture*. London: Sage Publications.
- Drucker P. (1995). *Managing in a time of great change*. Routledge.
- Fayol H. (1916). *Administration*. London: Pitman.
- Goldratt E. M., Cox J. (1984). *The goal: a process of ongoing improvement*. Routledge.
- Hammer M., Champy J. (1993). *Reengineering the corporation: A manifesto for business revolution*. *Business Horizons*. Vol. 36. No. 5. P. 90-91.
- Mayo E. (1949). *Hawthorne and the western electric company. The social problems of an industrial civilization*. L.: Routledge.
- Mincer J. (1958). *Investment in Human Capital and Personal Income Distribution*. *Journal of Political Economy*. Vol. 66. No. 4. P. 281-302.
- Schultz T.W. (1963). *The Economic Value of Education*. New York: Columbia University Press.
- Wiener N. (1950). *The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society*. Boston: Houghton Mifflin.
- Witman P.D., Mackelprang S. (2022). *The 2020 Twitter Hack – So Many Lessons to Be Learned*. *Journal of Cybersecurity Education, Research and Practice*. No. 2. Article 2. DOI: 10.62915/2472-2707.1089.

■ ■ ■ AI-Driven Transformation of Traditional Socio-Managerial Interactions: communicative aspect

Kumantsov A.A.

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO – University), Moscow, Russia.

Abstract. The article considers the issue of the communicative interactions' transformation within private organizations in response to artificial intelligence integration into the management cycle. Given the inevitability of AI adoption for maintaining competitive advantage, companies confront previously unobserved negative consequences for internal communication, which were absent in traditional management frameworks and thus remain understudied. The relevance of this study stems from the lack of systematic reflection on the implications of AI implementation for organizational communication processes. Consequently, the author attempts to analyze these effects based on existing empirical evidence. The study draws on empirical data from public reports of international corporations (e.g., Amazon, Haier), consulting firms (e.g., McKinsey, Gartner), and specialized research institutions (e.g., MIT Sloan). Several key trends were identified: a shift toward decentralized communication models, hybrid interaction formats, gamification of workflows, and the application of biometric technologies for personalized engagement. The author highlights major associated risks, including: algorithmic bias against employees, dehumanization of labor, cybersecurity threats, cultural fragmentation, asynchronous environments conflicts, social isolation of employees, job cuts, the need for continuous motivation systems, monitoring, and communication standards improvement. Mitigating these effects involves creating adequate regulatory frameworks and clarifying corporate values,

as modern management is taking on the characteristics of a hybrid discipline focused on integrating technological efficiency and social engagement. Under these circumstances, employees at various levels are expected not only to develop digital literacy but also to be prepared to regularly reassess management principles.

Keywords: artificial intelligence, communication, corporate governance, management cycle, social and managerial interactions, artificial sociality

For citation: Kumantsov A.A. (2025). AI-Driven transformation of traditional socio-managerial interactions: communicative aspect. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 87-99. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-87-99.

Inf. about the author: Kumantsov Artem Aleksandrovich – postgraduate student of Sociological Department, MGIMO-University. *ORCID:* 0009-0005-5248-2915. *E-mail:* art_titan@bk.ru. *Address:* 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 76.

Received: 22.07.2025. *Accepted:* 17.09.2025.

References

- Batishchev A.V., Soloviev I.V. (2024). Analysis of the Prospects and Problems of Managing Small Business Processes Based on Artificial Intelligence Technologies. *Natural Sciences and Humanities*. Vol. 3. No. 53. P. 492-497 (in Rus.).
- Becker G.S. (1993). Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis with Special Reference to Education, 3^d ed. Chicago: The University of Chicago Press.
- Bourdieu P., Passeron J.C. (1977). Reproduction in Education, Society and Culture. London: Sage Publications.
- Bourdieu P., Passeron J. (2007). Reproduction: Elements of the Theory of the Education System. Moscow: Prosveshchenie (in Rus.).
- Drucker P. (1995). Managing in a time of great change. Routledge.
- Drucker P. (2007). Management Tasks in the 21st Century. Moscow: Williams (in Rus.).
- Fayol H. (1916). Administration. London: Pitman.
- Goldratt E. M., Cox J. (1984). The goal: a process of ongoing improvement. Routledge.
- Hammer M., Champy J. (1993). Reengineering the corporation: A manifesto for business revolution. *Business Horizons*. Vol. 36. No. 5. P. 90-91.
- Kharitonova Yu.S., Savina V.S., Pagnini F. (2021). Bias in Artificial Intelligence Algorithms: Ethical and Legal Issues. *Bulletin of Perm University. Legal Sciences*. No. 53. P. 488-515. DOI: 10.17072/1995-4190-2021-53-488-515 (in Rus.).
- Khodjaeva D.F., Omonov A.A., Tugizboev F.U. (2021). Problems that may be encountered when implementing artificial intelligence. *Science, Technology and Education*. Vol. 5. No. 80. P. 23-26 (in Rus.).
- Kirillina N.V. (2023). Real and Perceived Identity in the Digital Environment. *Communicology*. Vol. 11. No. 2. P. 150-157. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-2-150-157 (in Rus.).
- Kovaleva I.N. (2022). Artificial Intelligence: Optimizing the Content of Managerial Work. In: Proceedings of the XI Conference: Modern Problems of Civilization and Sustainable Development in the Information Society. P. 132-144. DOI: 10.34755/irok.2021.52.83.039 (in Rus.).

The initial search and selection of sources was performed using DeepSeek (version 1.2.6(1)). All sources suggested by the algorithms were manually verified and analyzed by the author and editor.

Mayo E. (1949). Hawthorne and the western electric company. The social problems of an industrial civilization. L.: Routledge.

Mincer J. (1958). Investment in Human Capital and Personal Income Distribution. *Journal of Political Economy*. Vol. 66. No. 4. P. 281-302.

Pink D. (2023). Drive: What Really Motivates Us (ttransl.). Moscow: Alpina Publisher (in Rus.).

Schultz T.W. (1963). The Economic Value of Education. New York: Columbia University Press.

Wiener N. (1950). The Human Use of Human Beings: Cybernetics and Society. Boston: Houghton Mifflin.

Witman P.D., Mackelprang S. (2022). The 2020 Twitter Hack – So Many Lessons to Be Learned. *Journal of Cybersecurity Education, Research and Practice*. No. 2. Article 2. DOI: 10.62915/2472-2707.1089.

Yurchenko V. (2024). Opportunities for implementing artificial intelligence in business. *Bulletin of Science*. Vol. 3. No. 11 (80). P. 947-952. DOI: 10.24412/2712-8849-2024-1180-947-952 (in Rus.).

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ, ТЕХНОЛОГИИ

POLITICAL INSTITUTIONS, PROCESSES AND TECHNOLOGIES

■ ■ ■ Проблемы коммуникации государства и научного сообщества при переходе к устойчивому развитию (на примере Республики Казахстан)

Толганбаева Г.А.

Green Tower Group, Алматы, Республика Казахстан.

Аннотация. Статья рассматривает проблемы коммуникации между государством и научным сообществом в контексте перехода к устойчивому развитию в Республике Казахстан. Переход к устойчивости предполагает согласование экономических, экологических и социальных целей, однако в казахстанском случае этот процесс осложняется слабой институционализацией роли науки и фрагментарностью межсекторных коммуникаций. Теоретической основой анализа выступают коэволюционная парадигма, теория социальных переходов и акторно-сетевая теория, позволяющие рассматривать устойчивое развитие как результат сложного взаимодействия акторов и сетей. Дополнительно применяются подходы Multi-Level Perspective (MLP) и Multi-Actor Perspective (MAP), которые подчеркивают необходимость синхронизации процессов на разных уровнях и между различными группами участников. Эмпирическая база включает стратегические документы Казахстана, статистические данные, результаты экспертного опроса. Выявлено, что наука в основном воспринимается как поставщик данных, механизмы обратной связи носят эпизодический характер, а согласованных социальных индикаторов в системе ESG пока нет. Вместе с тем зафиксированы позитивные изменения: формирование экспертных центров, интеграция ЦУР в стратегические документы, развитие ESG-практик и создание общественно-экспертных советов. Сделан вывод, что успешность перехода Казахстана к устойчивому развитию зависит от институционализации коммуникаций между властью и наукой, перехода к процессно-ориентированным моделям взаимодействия и формирования ценностного консенсуса.

Ключевые слова: Казахстан, устойчивое развитие, коммуникация, взаимодействие науки и политики, государственное управление, коэволюционная парадигма, теория социальных переходов, акторно-сетевая теория, многоуровневая перспектива (MLP), многоакторная перспектива (MAP), Цели устойчивого развития (ЦУР), ESG

Для цитирования: Толганбаева Г.А. Проблемы коммуникации государства и научного сообщества при переходе к устойчивому развитию (на примере Республики Казахстан) // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 101-115. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-101-115.

Сведения об авторе: Толганбаева Гульмира Адылкановна – генеральный директор Green Tower Group; соискатель Института государственной службы и управления РАНХиГС. ORCID: 0009-0007-5246-7875. E-mail: tgulmira.kz@mail.ru. Адрес: 050022, Республика Казахстан, г. Алматы, ул. Шевченко, 90.

Статья поступила в редакцию: 16.08.2025. *Принята к печати:* 20.09.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. Переход к устойчивому развитию – один из наиболее значимых вызовов для современного общества. Он отражает необходимость согласования экономического роста, социальной справедливости и сохранения экологических систем в условиях глобализации, климатических изменений и трансформации мировой экономики. Для государств с сырьевой моделью хозяйства, к числу которых относится и Республика Казахстан, проблема устойчивого развития приобретает особую остроту. С одной стороны, Казахстан заявляет о своей приверженности целям устойчивого развития (ЦУР) и закрепляет их в стратегических документах, в частности, в стратегии «Казахстан-2050» и Стратегическом плане на 2024–2029 гг. С другой стороны, институциональные и коммуникационные механизмы реализации этих целей остаются недостаточно развитыми. Это не значит, что в Казахстане не предпринимаются усилия по решению этих проблем, но в данной статье мы сосредоточимся именно на проблемах зонах.

Основное противоречие, раскрывающееся в данной статье, заключается в противоречии между потребностью в научно обоснованных управленческих решениях и слабой интеграцией научного сообщества в процесс стратегического планирования и реализации политики устойчивого развития. На практике это выражается в том, что государство, формируя стратегические ориентиры, имеет слабые каналы обратной связи с научным сообществом. Коммуникации между государством, бизнесом, наукой и обществом мало институционализированы, что может снижать согласованность действий и легитимность «зелёных» стратегий. При этом без эффективных коммуникаций между ключевыми акторами переход к устойчивому развитию рискует остаться декларативным. Научный анализ важен при разработке национальных стратегий и программ, обеспечивая их большую реалистичность и общественную легитимность.

Кроме того, актуальность исследования проблем коммуникации в процессе перехода к устойчивому развитию связана и осмыслением этой проблемы в казахстанской социологии, где не представлено достаточно целостное осмысление роли научного сообщества в управлении переходом, что создаёт теоретический пробел. Не достаточно разработаны и методологические основания для анализа многоакторных и многоуровневых взаимодействий в контексте устойчивого развития.

В свете сказанного, цель данной статьи заключается в выявлении и анализе ключевых проблем коммуникации власти и ученых в процессе перехода к устойчивому развитию в Казахстане, а также в предложении некоторых путей их решения.

Методы и материалы

Теоретические позиции автора формировались под влиянием коэволюционной парадигмы [Моисеев 1988, 1990; Вернадский 1989], где устойчивость трактуется как динамическое согласование интересов общества и природы; теории социальных переходов [Kemp, Loorbach, Rotmans 2007], где переход понимается как нелинейный процесс долгосрочных трансформаций, требующих инноваций

и согласования акторов; акторно-сетевой теории [Latour 1996, 2005; Callon, Latour 1981; Law 1992], где подчеркивает значимость сетей коммуникации и борьбы дискурсов за легитимность. Эти теории позволяют рассматривать коммуникацию не как вспомогательный процесс, а как ключевой механизм перехода к устойчивому развитию.

Исследование опирается на системный и институциональный подходы, позволяющие рассматривать управление переходом как многоуровневый и многоакторный процесс. Используются концепции Multi-Level Perspective (MLP) и Multi-Actor Perspective (MAP), разработанные нидерландской школой управления переходами [Geels 2002; Van Den Bergh, Stagl 2003; Loorbach 2007; Avelino 2009; Geels 2011; Avelino, Wittmayer 2016; Avelino 2021; Wittmayer, Loorbach 2015] и описанные российскими учеными [Комлева 2021]. Эти подходы ранее были апробированы и рассмотрены нами в ряде публикаций [Толганбаева 2021, 2022a,b].

В процессе исследования применялись методы анализа документов, статистический анализ данных экспертного опроса.

Эмпирическую базу исследования составили официальные документы Республики Казахстан (Стратегия «Казахстан-2050», Стратегический план на 2024–2029 гг.); результаты пилотного экспертного опроса, проведенного автором в Казахстане (106 респондентов из числа представителей госуправления, науки, бизнеса и НКО); вторичный анализ публикаций казахстанских исследователей в области ЦУР и ESG.

Результаты и их обсуждение

Фрагментарность коммуникаций. Одной из ключевых проблем управления переходом к устойчивому развитию в Республике Казахстан является фрагментарность коммуникаций между государственными институтами и научным сообществом. Под фрагментарностью мы понимаем отсутствие системного, институционализированного механизма взаимодействия, когда отдельные контакты между наукой и государством носят эпизодический характер и не формируют устойчивую практику совместного принятия решений.

Анализ казахстанских исследований позволяет выделить ряд показательных контекстов, в которых проявляется фрагментарность.

Во-первых, взаимодействие науки и государства ограничивается преимущественно прикладными исследованиями, заказанными для решения узких задач, без интеграции научного знания в стратегическое планирование. Так, участие научных институтов в подготовке государственных программ чаще всего сводится к подготовке справочных материалов или экспертных заключений, не влияющих на формирование повестки.

Во-вторых, отсутствует единый канал коммуникации между государственными органами и научным сообществом по вопросам устойчивого развития. Несмотря на существование международного центра «Зелёные технологии и инвес-

тиционные проекты» в Астане и Регионального центра по ЦУР в Алматы, их деятельность носит преимущественно консультационный характер, а механизмы включения казахстанских учёных в процесс выработки стратегий остаются ограниченными. Казахстанский институт стратегических исследований (КИСИ) выполняет значительную роль как экспертно-аналитический центр, но его деятельность всё же концентрируется вокруг ограниченного круга задач [Корнилов 2023].

Отдельного внимания заслуживает статистика по внедрению ESG-практик. По данным Смоляковой, в 2021–2022 гг. более 70% крупнейших национальных компаний Казахстана подготовили ESG-отчётность, однако в структуре этих документов преобладали показатели экологического (E) и управленческого (G) характера. Социальный блок (S) был представлен примерно у трети компаний¹.

Для выявления особенностей взаимодействия государства, научного Белье-васообщества, бизнеса и гражданского сектора в управлении переходом к устойчивому развитию нами был проведён экспертный опрос в Казахстане (n = 106). В опросе приняли участие представители государственных органов (21%), научных институтов и университетов (38%), бизнес-структур (25%) и неправительственных организаций (16%).

Большинство опрошенных (78%) отметили, что роль научного сообщества в настоящее время сводится к поставке данных и аналитики для государственных органов. Лишь 2 % экспертов считают, что учёные активно участвуют в фасилитации процессов изменений или выполняют функцию посредников между государством, бизнесом и обществом. Таким образом, научное знание в Казахстане преимущественно воспринимается как вспомогательный ресурс, а не как полноценный элемент управления переходом.

62% экспертов охарактеризовали коммуникацию между государством и наукой как эпизодическую и проектно-ориентированную, 27% – как формализованную (например, участие в государственных заседаниях и конференциях), и только 11% отметили наличие устойчивых каналов взаимодействия. Более половины респондентов (54%) указали на отсутствие эффективных механизмов обратной связи между государственными структурами и научным сообществом.

Среди основных барьеров эксперты выделили: слабую институционализацию научного участия в стратегическом планировании (48%); недостаток межсекторальных площадок для коммуникации (41%); низкий уровень вовлечённости гражданского общества и населения (33%).

Наиболее востребованными мерами разрешения выявленных противоречий эксперты назвали создание национальной коммуникационной платформы для взаимодействия науки, власти, бизнеса и НКО (73%); институционализацию роли учёных как фасилитаторов и посредников (56%); развитие общественно-экспертных советов при государственных органах (44%).

¹ Исследование корпоративных ESG-практик в Казахстане // Курсив медиа, 17 ноября 2022 г. [эл. ресурс]: <https://kz.kursiv.media/2022-11-17/issledovanie-korporativnyh-esg-praktik-v-kazahstane/?ysclid=mex5z607dd763941718> (дата обращения: 12.08.2025).

Таким образом, фрагментарность коммуникаций в Казахстане выражается в слабой институционализации научного участия, преобладании эпизодических контактов, недостаточности механизмов долгосрочного диалога и координации.

Ценностные противоречия

Одним из ключевых факторов фрагментарности коммуникаций власти и научного сообщества являются ценностные противоречия. По сути, в Казахстане (обществе перехода к устойчивому развитию) еще не удалось достичь ценностного консенсуса между основными акторами – государством, бизнесом и научным сообществом. Под ценностным консенсусом понимается согласование базовых принципов и приоритетов устойчивого развития (экономических, экологических, социальных), на основе которых формируется совместная политика и стратегия.

Государство и бизнес в Казахстане, в первую очередь, ориентированы на экономическую эффективность и рост. Приоритетными направлениями остаются развитие сырьевых отраслей, экспорт углеводородов и привлечение инвестиций. В национальных стратегиях устойчивое развитие чаще всего рассматривается как инструмент диверсификации экономики и повышения конкурентоспособности¹. Научное сообщество и часть НКО акцентируют внимание на необходимости экологической устойчивости и учёта долгосрочных рисков. В их дискурсе ключевыми являются такие темы, как декарбонизация, охрана биоразнообразия, энергоэффективность и социальное равенство. В результате возникает асимметрия, при которой экономика и рост трактуется как самоценность, тогда как социальные и экологические измерения воспринимаются вторично. Такая же ситуация складывается и в системах образования. Отмечается, что на национальном уровне политика в области образования в большей степени сосредоточена на подготовке кадров для экономики и рынка труда, а не на формировании целостной концепции «образования в интересах устойчивого развития». Гафу Г., Терликбаева Н., Жансейтова А. отмечают, что формально Казахстан демонстрирует приверженность международной повестке ООН, но на практике интеграция устойчивого развития в высшее образование остаётся ограниченной и несистемной [Гафу, Терлікбаева, Жансейтова 2024].

Препятствием системному диалогу является и отсутствие полной согласованности индикаторов устойчивого развития, особенно в социальной сфере (S-компонент ESG). Если для экологических (E) и управленческих (G) аспектов существуют относительно чёткие показатели (выбросы CO₂, энергоёмкость, корпоративное управление), то для социального измерения (S) единого подхода нет. На практике компании ограничиваются отчётами о создании рабочих мест или благотворительной деятельности, в то время как вопросы качества жизни, равенства доступа к социальным благам и справедливости остаются за пределами

¹ Стратегический план развития Республики Казахстан на 2024–2029 гг. – Астана: Министерство национальной экономики РК, 2023. – 128 с.

анализа [Torebekova, 2024]. В 2021 году правительство приняло Стратегию достижения углеродной нейтральности до 2060 года, однако крупнейшие компании ТЭК выражали сомнение в реалистичности этих целей, указывая на угрозу экономическим интересам¹. По данным исследования З. Торебековой, академическое сообщество указывает на «экологическую слепоту» государственных программ, где социальные и экологические риски систематически занижаются. Однако, по мнению З. Торебековой, «постепенное развитие нового поколения ученых, обладающих современными знаниями и опытом, может создать критическую массу среди ученых, которая расширит участие экспертов в разработке политики. Нынешняя динамика власти среди заинтересованных групп также может привести к существенным изменениям в казахстанской научной политике. Таким образом, существует вероятность того, что в ближайшем будущем страна может перейти к более плюралистической системе принятия решения» [Torebekova, 2024].

В числе последствий отсутствия ценностного консенсуса отметим: (а) риски формализации ESG-повестки, на уровне бизнеса отчётность по ESG может носить декларативный характер и не предполагать глубокой трансформации бизнес-моделей; (б) риски фрагментации научных исследований (научные проекты по устойчивому развитию существуют, но они не всегда интегрируются в государственные программы или корпоративные стратегии); (с) риски роста недоверия между акторами перехода (отсутствие единого ценностного языка и согласованных индикаторов снижает легитимность управленческих решений и усиливает восприятие устойчивого развития как «импортированной» повестки, а не внутреннего приоритета).

Таким образом, проблемы ценностного консенсуса в Казахстане выражаются в дисбалансе приоритетов. Экономическая эффективность остаётся главной целью государства и бизнеса, а научное сообщество акцентирует экологические и социальные повестки. Отсутствие согласованных индикаторов, особенно в S-измерении ESG, препятствует системному диалогу, приводит к формализации отчётности и снижает доверие между акторами. Вероятно, решение данной проблемы возможно через разработку национальных стандартов ESG, включающих социальные индикаторы, и через создание платформы для межсекторного ценностного диалога.

Обобщая сказанное, предлагаем сопоставление реального и «идеального состояния» состояния коммуникаций государственных и научных акторов (таблица 1).

Сопоставление показывает разрыв между существующим состоянием коммуникаций и идеальной моделью, необходимой для эффективного управления переходом к устойчивому развитию. В перспективе требуется институционализация постоянных каналов диалога, согласование ценностных ориентиров и развитие процессно-ориентированной модели, где наука выступает не только поставщиком данных, но и полноправным актором изменений.

¹ Министерство экологии, геологии и природных ресурсов РК. Стратегия достижения углеродной нейтральности Республики Казахстан к 2060 году. – Астана, 2021. – 64 с.

Таблица 1. Сопоставление моделей коммуникации государства и научного сообщества в управлении переходом к устойчивому развитию в Казахстане / Comparison of communication models of the state and the scientific community in managing the transition to sustainable development in Kazakhstan

Параметр	Реальная ситуация («как есть»)	Идеальная модель («как должно быть»)
Роль государства	Формулирует стратегические документы преимущественно с акцентом на экономический рост; наука привлекается фрагментарно	Выступает координатором и заказчиком научно обоснованных стратегий; учитывает экологические и социальные измерения
Роль науки	Поставщик данных и экспертиз; участие носит эпизодический характер	Полноценный актор и фасилитатор диалога; соавтор стратегий и программ
Каналы взаимодействия	В основном формальные консультации, экспертные заключения «по запросу»	Институционализированные платформы диалога: экспертные советы, «живые лаборатории», регулярные конференции
Ценностные приоритеты	Государство и бизнес – экономическая эффективность; наука и НКО – экология и социальная устойчивость (ценностный разрыв)	Согласование приоритетов: баланс экономических, экологических и социальных целей; общие индикаторы ESG и ЦУР
Индикаторы и отчётность	Экологические и управленческие показатели отражены, социальные индикаторы (S) почти отсутствуют	Полный набор ESG-показателей, включая социальные; национальные стандарты мониторинга ЦУР
Характер коммуникации	Фрагментарный, формализованный, слабо институционализированный	Системный, регулярный, процессно-ориентированный, встроенный в управление
Результаты взаимодействия	Частичная интеграция науки в управление; низкий уровень доверия между акторами	Совместное производство знаний (co-production of knowledge); повышение легитимности и эффективности решений

Пути преодоления фрагментарности коммуникаций в Казахстане

Выявленные и вышеописанные проблемы являются предметом внимания государственных институтов Казахстана. «Учитывая, что частный сектор и гражданское общество являются катализатором многих задач устойчивого развития необходимо активизировать работу по вовлечению их в реализацию ЦУР»¹. Пути преодоления этих проблем можно условно разделить на несколько направлений:

¹ Реализация целей устойчивого развития в Республике Казахстан: аналитический обзор, 2024. С. 17 [эл. ресурс]: https://eri.kz/documents/news/news_inst/2025/jan25/Realizacija_CUR_v_RK.PDF?ysclid=mex3ze6tei639020230 (дата обращения 03.08.2025).

Укрепление научной отрасли. По данным КИСИ в Казахстане на 9% увеличен общий бюджет на развитие науки в 2024–2026 гг. по сравнению с предыдущим трёхлетним периодом. Но предусмотрено преимущественного финансирования прикладной науки. В целом же «государство стремится дойти до стадии, когда 1% от ВВП будет выделяться на науку»¹. В настоящее время в Казахстане «насчитывается более 25 тысяч научных сотрудников. Эта цифра на 13% больше по сравнению с 2023 годом. Они работают в 425 исследовательских организациях, число которых за два года увеличилось на 11 единиц. Увеличен государственный заказ на подготовку PhD-докторов. В результате количество грантов выросло до 1 900 мест, количество докторантов в 2024–2025 учебном году достигло 7 633 человек»².

Создание экспертно-аналитических центров. Ключевым посредником между наукой и государством выступает Казахстанский институт стратегических исследований (КИСИ) при президенте Республики Казахстан – аналитический центр, обеспечивающий государственные структуры экспертными оценками и научно обоснованными предложениями по стратегическому развитию. В экологической и инновационной сфере эту функцию дополняет Международный центр «Зелёные технологии и инвестиционные проекты» (г. Астана), который координирует проекты по «зелёной» энергетике и устойчивому развитию. Целесообразно связать их деятельность между собой и на их платформе реализовать согласованную (по целям и ценностям) модель коммуникации государства и научного сообщества.

Интеграция ЦУР в стратегическое планирование. В Стратегическом плане развития Республики Казахстан на 2024–2029 гг. отдельные цели устойчивого развития (ЦУР) интегрированы в государственные программы и показатели эффективности³. Казахстанские исследователи говорят об актуальности совершенствования наукоемкости и экономики знаний в обеспечении устойчивого экономического развития Казахстана [Тлепов, Арын, Исаева, Шаяхметова 2024]. Это усиливает необходимость привлечения науки к разработке индикаторов, оценке прогресса и подготовке экспертных заключений.

Международное сотрудничество и региональные платформы. В Казахстане действует Региональный центр по целям устойчивого развития под эгидой ООН. Он выполняет функции коммуникационной площадки, где представители казахстанских исследовательских институтов, международных организаций и государственных органов совместно разрабатывают проекты по декарбонизации.

¹ Развитие науки в Казахстане: мотивация, вызовы и потенциал // Казахстанский институт стратегических исследований при президенте Республики Казахстан (КИСИ), 11 апреля 2025 г. [эл. ресурс]: <https://kisi.kz/ru/razvitie-nauki-v-kazahstane-motivachiya-vyzovu-i-potencial/> (дата обращения 01.08.2025)

² Там же.

³ Стратегический план развития Республики Казахстан на 2024–2029 гг. – Астана: Министерство национальной экономики РК, 2023. – 128 с.

зации и «зелёной экономике»¹. Целесообразно цели и ценности этих проектов интегрировать с учетом национального контекста и потребностей в повышении научно-технологического суверенитета страны. Участие Казахстана в адаптации лучших международных практик в сфере ESG применительно к деятельности казахстанских компаний проанализировано О.В. Куур, Е.В. Варавиным, М.В. Козловой [Куур, Варавин, Козлова 2024].

Развитие ESG-практик и корпоративной отчётности. С 2021 г. в ряде национальных компаний начали внедряться стандарты ESG. В подготовке методик и отчётности участвуют исследовательские центры и университеты, что формирует новые каналы взаимодействия науки, бизнеса и государства. Эти каналы следует обобщить, выделить наиболее эффективные практики и институционализировать их на уровне государства (в документах и рекомендациях).

Формирование экспертных советов и общественных площадок. С 2022 года при отдельных министерствах Казахстана создаются общественные советы и экспертные группы, включающие представителей научных организаций. Их деятельность пока носит консультативный характер. Целесообразно согласовать позиции государства и ученых и договориться о том, что эти площадки станут инструментом регулярного диалога государства и академического сообщества.

Таким образом, решение проблем фрагментарности коммуникаций и ценностных противоречий может опираться как на имеющиеся механизмы диалога, так и через развитие экспертных институтов, международное сотрудничество, формирование общественно-научных площадок.

Обсуждение результатов с позиции принятого теоретико-методологического базиса

С позиций коэволюционной парадигмы (Н.Н. Моисеев, В.И. Вернадский) выявленные проблемы коммуникации показывают несогласованность позиций в отношении развития общества. По сути, об этом речь шла в исследованиях Н.К. Нурлановой и О. Сабденова еще в начале 2000-х гг. [Нурланова, Сабденов 2008]. Государство и бизнес концентрируются на экономическом росте, тогда как наука настаивает на экологической и социальной устойчивости. Отсутствие ценностного консенсуса между акторами подтверждает необходимость выстраивания коэволюционных стратегий, где именно эффективное взаимодействие государства и научного сообщества становится системообразующим условием сбалансированного развития.

С точки зрения акторно-сетевой теории (Б. Латур, М. Каллон, Дж. Ло) устойчивое развитие в Казахстане можно рассматривать как сеть взаимодействий между разнородными акторами – государством, наукой, бизнесом, НКО, международными организациями и даже «нечеловеческими агентами», такими как стра-

¹ United Nations ESCAP. SDG Regional Hub in Almaty, 2023 [эл. ресурс]: <https://www.unescap.org> (дата обращения: 28.08.2025).

тегические документы, индикаторы ESG и формы отчётности. В этой сети наука остаётся «слабым актором»: она признана поставщиком данных, но её знания не прошли процесс «перевода» в управленческую практику. Государство же, контролируя ключевые стратегии («Казахстан-2050», «Стратегический план-2024–2029», «Стратегия углеродной нейтральности-2060»), выступает «сильным узлом» всей сети коммуникаций в процессе перехода к устойчивому развитию, определяющим рамку коммуникаций и закрепляющим приоритет экономической эффективности. Документы и индикаторы при этом работают как самостоятельные акторы: недостатки в социальных показателях (S-компонента ESG) фактически исключают социальное измерение из «игры». Таким образом, проблемы коммуникации науки и власти – это не только институциональные пробелы, но и проявление того, что научный дискурс ограничен в доступе к политике устойчивого развития страны и управления.

В логике теории социальных переходов (Й. Ротманс, Д. Лоорбах) Казахстан находится на ранней стадии перехода: нормативная база и стратегии существуют, но институциональные механизмы и устойчивые каналы взаимодействия пока не сложились. На уровне «ниши» появляются пилотные проекты (ESG-отчётность, «зелёные» технологии, университетские инициативы), но «режим» (государственные институты и крупный бизнес) сохраняет ориентацию на сырьевую экономику и краткосрочную эффективность. В результате инновации и новые знания не интегрируются в господствующие практики, а коммуникации между властью и наукой остаются фрагментарными. Это препятствует формированию единой «карты перехода» и усиливает ценностный дисбаланс.

Применение концепций Multi-Level Perspective (MLP) и Multi-Actor Perspective (MAP) к казахстанскому кейсу показывает, что коммуникации недостаточно синхронизированы как по уровням (от государственных стратегий до локальных инициатив), так и по акторам. Взаимодействие власти и науки разрывается между декларативным уровнем стратегий и слабой практикой их реализации, что ведёт к несогласованности «ниши инноваций» и «режима институтов».

Иными словами, сквозь призму разных теоретических подходов просматривается один и тот же вывод: главный барьер перехода Казахстана к устойчивому развитию заключается в дефиците системной коммуникации между государством и наукой. Без институционализации диалога, признания науки не только источником данных, но и полноценным актором, способным фасилитировать процессы изменений, движение к устойчивости останется проблематичным.

Выводы. Проведённый анализ показал, что в Казахстане одним из барьеров на пути к устойчивому развитию является фрагментарность коммуникаций между государством и научным сообществом. Наука в основном воспринимается как поставщик данных и экспертных заключений, в то время как её потенциал как фасилитатора диалога и агента изменений остаётся недостаточно востребованным.

Ситуация характеризуется некоторым ценностным дисбалансом. Государство и бизнес ориентированы преимущественно на экономическую эффективность и рост, тогда как наука акцентирует внимание на экологической и социальной устойчивости. Отсутствие согласованных индикаторов, особенно в S-компоненте ESG, препятствует формированию целостной повестки.

С позиций коэволюционной парадигмы выявленные проблемы коммуникации свидетельствуют о несогласованности развития общества и природы, что требует новых коэволюционных стратегий, основанных на взаимодействии науки и власти. Акторно-сетевая теория позволяет увидеть, что устойчивое развитие конструируется как сеть переговоров между разнородными акторами, где государство выступает «сильным узлом», а наука лишена агентности и равного доступа к процессу «перевода» знаний в управленческую практику. Теория социальных переходов демонстрирует, что Казахстан находится на ранней стадии трансформации. Нормативная база создана, но инновации и новые знания пока не встроены в доминирующий режим, а коммуникации остаются разрозненными.

Успех перехода к устойчивому развитию в Казахстане обусловлен разными факторами, в числе которых и фактор качества и институционализации коммуникаций государств и научного сообщества. Для достижения долгосрочных целей необходимо признание науки не только поставщиком данных, но и полноправным актором изменений; создание национальных платформ и «живых лабораторий» для межсекторального диалога; переход от декларативного к процессно-ориентированному взаимодействию; развитие ценностного консенсуса через образование, общественные дискуссии и согласование индикаторов устойчивого развития. Именно системная коммуникация между государством и научным сообществом способна стать условием успешного институционального перехода Казахстана к устойчивому развитию.

Источники

- Вернадский В.И. (1989). Научная мысль как планетное явление. М.: Наука.
- Ғафу Г.Ғ., Терлікбаева Н.Р., Жансеитова А.К. (2024). Қазақстандағы жоғары білім жүйесі тұрақты дамуға бағытталған ба? Ұлттық және институционалды саясатты талдау [Направлена ли система высшего образования в Казахстане на устойчивое развитие? Анализ национальной и институциональной политики] // Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің ХАБАРШЫСЫ. Педагогика. Психология. Әлеуметтану сериясы. № 2 (147). С. 259-281.
- Комлева В.В., Шевелева Ю.Р. (2021). Нидерландская школа социального управления переходом к устойчивому развитию: теоретико-методологические взгляды // Государственная служба. Т. 23. № 5(133). С. 67-74.
- Корнилов А.А. (2023). Евразийский вектор внешней политики Республики Казахстан: концепции, региональные тренды, интеграционные проекты: дисс... канд. полит. н. Нижний Новгород.
- Куур О.В., Варавин Е.В., Козлова М.В. (2024). Факторы ESG-трансформации экономики Казахстана в контексте его устойчивого развития // Экономика: стратегия и практика. № 19(2). С. 20-40. DOI: 10.51176/1997-9967-2024-2-20-40.
- Моисеев Н.Н. (1988). Экология человечества глазами математика (Человек, природа и будущее цивилизации). М.: Молодая гвардия.

Моисеев Н.Н. (1990). Человек и ноосфера. М.: Молодая гвардия.

Нурланова Н.К. Сабденов О. (2008). Устойчивое развитие Казахстана в условиях глобализации: модели, стратегии, приоритеты и механизмы реализации. Институт экономики МОН РК [режим доступа]: https://scholar.google.be/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=-lzt7IMAAAAJ&citation_for_view=-lzt7IMAAAAJ:kNdYlx-mwKoC (дата обращения: 28.08.2025).

Толганбаева Г.А. (2021). Научные основы управления переходом к устойчивому развитию в Нидерландах // Государственная служба. Т. 23. № 4(132). С. 43-50. DOI: 10.22394/2070-8378-2021-23-4-43-50.

Толганбаева Г.А. (2022). Концепт многоакторной перспективы как аналитический инструмент для исследования перехода к устойчивому развитию // Государственная служба. Т. 24. № 6(140). С. 64-72. DOI: 10.22394/2070-8378-2022-24-5-64-72.

Толганбаева Г.А. (2022). Роль исследователей в управлении переходом к устойчивому развитию: нидерландская модель // Этносоциум и межнациональная культура. № 9(171). С. 70-78.

Төлепов Ә.Е., Арын А.М., Исаева Б.К., Шаяхметова Л.М. (2024). Қазақстанның ғылыми сыйымды экономикасының елеуетінің қалыптасу жағдайын бағалау [Оценка состояния формирования потенциала наукоемкой экономики Казахстана] // Вестник Атырауского университета имени Халелы Досмухамедова. № 74(3) С. 206-216. DOI: 10.47649/vau.24.v74.i3.18.

Avelino F. (2009). Empowerment and the challenge of applying transition management to ongoing projects. *Policy Sciences*. Vol. 42. No. 4. P. 369-390. DOI: 10.1007/s11077-009-9102-6.

Avelino F. (2021). Theories of power and social change. Power contestations and their implications for research on social change and innovation. *Journal of Political Power*. Vol. 14. No. 3. P. 425-448. DOI: 10.1080/2158379X.2021.1875307.

Avelino F., Wittmayer J.M. (2016). Shifting power relations in sustainability transitions: a multi-actor perspective. *Journal of Environmental Policy and Planning*. Vol. 18. No. 5. P. 628-649. DOI: 10.1080/1523908X.2015.1112259.

Callon M., Latour B. (1981). Unscrewing the Big Leviathan: How Actors Macro-Structure Reality and How Sociologists Help Them to Do So. In: Knorr-Cetina K., Cicourel A. V. (eds.) *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies*. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1981. P. 277-303 [access mode]: <https://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/09-LEVIATHAN-GB.pdf> (accessed 18.08.2025).

Geels F.W. (2002). Technological Transitions as Evolutionary Reconfiguration Processes: A Multi-level Perspective and a Case-study. *Research Policy*. No. 31. P. 1257-1274. DOI: 10.1016/S0048-7333(02)00062-8.

Geels F.W. (2011). The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. *Environmental innovation and societal transitions*. Vol. 1. No. 1. P. 24-40.

Kemp R., Loorbach D., Rotmans J. (2007). Transition management as a model for managing processes of co-evolution towards sustainable development. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*. Vol. 14. No. 1. P. 78-91. DOI: 10.1080/13504500709469709.

Latour B. (1996). On Actor-Network Theory: A Few Clarifications. *Soziale Welt*. Vol. 47. No. 4. P. 369-381.

Latour B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford Univ. Press.

Law J. (1992). Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy, and Heterogeneity. *Systems Practice*. Vol. 5. No. P. 379-393.

Loorbach D. (2007). *Transition Management: New Mode of Governance for Sustainable Development*. Erasmus University Rotterdam.

Torebekova Zh. Academic participation in policy-making in Kazakhstan: diss. thesis. Syracuse University, 2024 [access mode]: <https://surface.syr.edu/etd/1859/> (accessed: 03.08.2025).

Van Den Bergh J., Stagl S. (2003). Coevolution of economic behaviour and institutions: towards a theory of institutional change. *Journal of Evolutionary Economics*. Vol. 13. No. 3. P. 289-317. DOI: 10.1007/s00191-003-0158-8.

Wittmayer J.M., Loorbach D. (2016). Governing transitions in cities: fostering alternative ideas, practices, and social relations through transition management. In: *Governance of urban sustainability transitions*. P. 13-32. Tokyo: Springer. DOI: 10.1007/978-4-431-55426-4_2.

■ ■ ■ Problems of state – science communication in transition to sustainable development (on the example of the Republic of Kazakhstan)

Tolganbaeva G.A.

Green Tower Group, Almaty, Republic of Kazakhstan.

Abstract. The article examines the problems of communication between the state and the scientific community in the context of the transition to sustainable development in the Republic of Kazakhstan. The sustainability transition requires the alignment of economic, environmental, and social goals. However, in the Kazakhstani case, this process is complicated by the weak institutionalization of the role of science and the fragmented nature of cross-sectoral communication. The theoretical framework of the analysis includes the co-evolutionary paradigm, transition theory, and actor-network theory, which allow sustainable development to be interpreted as the outcome of complex interactions among actors and networks. Additionally, the Multi-Level Perspective (MLP) and Multi-Actor Perspective (MAP) approaches are employed, highlighting the need for synchronization of processes across different levels and among various stakeholder groups. The empirical basis of the study includes Kazakhstan's strategic documents, statistical data, and the results of an expert survey. The findings reveal that science is largely perceived as a data provider, feedback mechanisms remain episodic, and there are no consistent social indicators within the ESG framework. At the same time, positive developments have been observed: the establishment of expert centers, the integration of the Sustainable Development Goals (SDGs) into strategic planning, the expansion of ESG practices, and the creation of public-expert councils. The study concludes that the success of Kazakhstan's sustainability transition depends on the institutionalization of communication between government and science, the adoption of process-oriented models of interaction, and the development of a value-based consensus.

Keywords: Kazakhstan, sustainable development, communication, state – science communication, public administration, co-evolutionary paradigm, social transition theory, actor-network theory, multi-level perspective (MLP), multi-actor perspective (MAP), sustainable development goals (SDGs), ESG

For citation: Tolganbaeva G.A. (2025). Problems of state – science communication in transition to sustainable development (on the example of the Republic of Kazakhstan). *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 101-115. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-101-115.

Inf. about the author: Tolganbaeva Gulmira Adykanovna – CEO of Green Tower Group; applicant of the Institute of Public Administration and Management of RANEPa. ORCID: 0009-

0007-5246-7875. E-mail: tgulmira.kz@mail.ru. Address: 050022, Republic of Kazakhstan, Almaty, Shevchenko st, 90.

Received: 16.08.2025. Accepted: 20.09.2025.

References

- Avelino F. (2009). Empowerment and the challenge of applying transition management to ongoing projects. *Policy Sciences*. Vol. 42. No. 4. P. 369-390. DOI: 10.1007/s11077-009-9102-6.
- Avelino F. (2021). Theories of power and social change. Power contestations and their implications for research on social change and innovation. *Journal of Political Power*. Vol. 14. No. 3. P. 425-448. DOI: 10.1080/2158379X.2021.1875307.
- Avelino F., Wittmayer J.M. (2016). Shifting power relations in sustainability transitions: a multi-actor perspective. *Journal of Environmental Policy and Planning*. Vol. 18. No. 5. P. 628-649. DOI: 10.1080/1523908X.2015.1112259.
- Callon M., Latour B. (1981). Unscrewing the Big Leviathan: How Actors Macro-Structure Reality and How Sociologists Help Them to Do So. In: Knorr-Cetina K., Cicourel A. V. (eds.) *Advances in Social Theory and Methodology: Toward an Integration of Micro- and Macro-Sociologies*. Boston: Routledge & Kegan Paul, 1981. P. 277-303 [access mode]: <https://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/09-LEVIATHAN-GB.pdf> (accessed 18.08.2025).
- Gafu G.G., Terlikbaeva N.R., Zhanseitova A.K. (2024). Is the higher education system in Kazakhstan aimed at sustainable development? Analysis of national and institutional policies. *L.N. Gumilev Eurasian National University. Pedagogy. Psychology. Sociology*. No. 2 (147). P. 259-281 (in Kaz.).
- Geels F.W. (2002). Technological Transitions as Evolutionary Reconfiguration Processes: A Multi-level Perspective and a Case-study. *Research Policy*. No. 31. P. 1257-1274. DOI: 10.1016/S0048-7333(02)00062-8.
- Geels F.W. (2011). The multi-level perspective on sustainability transitions: Responses to seven criticisms. *Environmental innovation and societal transitions*. Vol. 1. No. 1. P. 24-40.
- Kemp R., Loorbach D., Rotmans J. (2007). Transition management as a model for managing processes of co-evolution towards sustainable development. *The International Journal of Sustainable Development & World Ecology*. Vol. 14. No. 1. P. 78-91. DOI: 10.1080/13504500709469709.
- Komleva V.V., Sheveleva Yu.R. (2021). The Dutch school of social management of the transition to sustainable development: theoretical and methodological views. *Public Administration*. Vol. 23. No. 5 (133). P. 67-74 (in Rus.).
- Kornilov A.A. (2023). The Eurasian vector of foreign policy of the Republic of Kazakhstan: concepts, regional trends, integration projects: diss... CandSc. (Polit.). Nizhny Novgorod (in Rus.).
- Kuur O.V., Varavin E.V., Kozlova M.V. (2024). Factors of ESG transformation of the economy of Kazakhstan in the context of its sustainable development. *Economy: strategy and practice*. No. 19(2). P. 20-40. DOI: 10.51176/1997-9967-2024-2-20-40 (in Rus.).
- Latour B. (1996). On Actor-Network Theory: A Few Clarifications. *Soziale Welt*. Vol. 47. No. 4. P. 369-381.
- Latour B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford Univ. Press.
- Law J. (1992). Notes on the Theory of the Actor-Network: Ordering, Strategy, and Heterogeneity. *Systems Practice*. Vol. 5. No. P. 379-393.
- Loorbach D. (2007). *Transition Management: New Mode of Governance for Sustainable Development*. Erasmus University Rotterdam.
- Moiseev N.N. (1988). *Man, Nature, and the Future of Civilization*. Moscow: Molodaya Gvardia (in Rus.).

Moiseev N.N. (1990). Man and the Noosphere. Moscow: Molodaya Gvardia (in Rus.).

Nurlanova N.K. Sabdenov O. (2008). Sustainable Development of Kazakhstan in the Context of Globalization: Models, Strategies, Priorities, and Implementation Mechanisms. Institute of Economics, Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan [access mode]: https://scholar.google.be/citations?view_op=view_citation&hl=ru&user=-lzt7IMAAAAJ&citation_for_view=-lzt7IMAAAAJ:kNdYlx-mwKoC (accessed: 28.08.2025).

Toleпов A.E., Aryn A.M., Isaeva B.K., Shayakhmetova L.M. (2024). Assessment of the state of formation of the potential of the knowledge-intensive economy of Kazakhstan. Bulletin of Atyrau University named after Khalel Dosmukhamedov. No. 74(3) P. 206-216. DOI: 10.47649/vau.24.v74.i3.18 (in Kaz.).

Tolganbaeva G.A. (2021). Scientific foundations of managing the transition to sustainable development in the Netherlands. *Public Administration*. Vol. 23. No. 4 (132). P. 43-50. DOI: 10.22394/2070-8378-2021-23-4-43-50 (in Rus.).

Tolganbaeva G.A. (2022). The concept of a multi-actor perspective as an analytical tool for studying the transition to sustainable development. *Public Administration*. Vol. 24. No. 6 (140). P. 64-72. DOI: 10.22394/2070-8378-2022-24-5-64-72 (in Rus.).

Tolganbaeva G.A. (2022). The role of researchers in managing the transition to sustainable development: the Dutch model. *Ethnosocium and interethnic culture*. No. 9(171). P. 70-78 (in Rus.).

Torebekova Zh. Academic participation in policy-making in Kazakhstan: diss. thesis. Syracuse University, 2024 [access mode]: <https://surface.syr.edu/etd/1859/> (accessed: 03.08.2025).

Van Den Bergh J., Stagl S. (2003). Coevolution of economic behaviour and institutions: towards a theory of institutional change. *Journal of Evolutionary Economics*. Vol. 13. No. 3. P. 289-317. DOI: 10.1007/s00191-003-0158-8.

Vernadsky V.I. (1989). Scientific thought as a planetary phenomenon. Moscow: Nauka (in Rus.).

Wittmayer J.M., Loorbach D. (2016). Governing transitions in cities: fostering alternative ideas, practices, and social relations through transition management. In: Governance of urban sustainability transitions. P. 13-32. Tokyo: Springer. DOI:10.1007/978-4-431-55426-4_2.

■ ■ ■ Цифровая трансформация коммуникации в академической среде: опыт студентов немецких вузов

Галицкая Д.В.

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД России, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Современные вузы функционируют в условиях глобальной цифровой трансформации, которая радикально изменяет формы академической деятельности и предъявляет новые требования к организации образовательных процессов. Одним из ключевых измерений этого процесса становится коммуникация, которая, в частности, формирует академический опыт студентов, влияет на их вовлечённость в различные образовательные практики и становится важным фактором академического развития. Актуальность статьи обусловлена амбивалентным влиянием процессов цифровизации на эффективность коммуникации в современной образовательной среде. На примере немецких вузов показано, что цифровизация обеспечивает автоматическую обратную связь и гибкость взаимодействия, но также приводит к рискам замещения традиционных форм диалога процедурными сигналами и метриками, а также снижает степень личного контакта. Изменения академической коммуникации в вузах Германии в условиях цифровизации трактуются на основе данных проведённого автором опроса студентов немецких вузов (N=442) в июле и августе 2025 года. Результаты показывают, что цифровая образовательная среда, с одной стороны, расширяет доступ к информации и формализованным каналам обратной связи, но с другой — ведёт к ряду рисков: редуцирования коммуникации до операционных показателей качества, фрагментарности информирования, эмоциональной дистанции и неравномерного доступа к каналам участия. Студенты отмечают недостаток личного общения, эмпатии и поддержки, а также ограниченные возможности для включения в продуктивные академические практики. Эти выводы позволяют рассматривать цифровизацию как значимый фактор трансформации социально-коммуникативного пространства университета.

Ключевые слова: высшее образование, цифровизация образовательной среды, коммуникация в вузе, студенческий опыт, академическое развитие

Для цитирования: Галицкая Д.В. Цифровая трансформация коммуникации в академической среде: опыт студентов немецких вузов // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 116-129. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-116-129.

Сведения об авторе: Галицкая Диана Владимировна – аспирант кафедры социологии МГИМО МИД России. ORCID: 0009-0005-9603-4719. E-mail: d.galitzkaia@inno.mgimo.ru. Адрес: 119571, Россия, г. Москва, пр-т Вернадского, 76.

Статья поступила в редакцию: 20.08.2025. Принята к печати: 20.09.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. Современные вузы постоянно сталкиваются с глобальными вызовами цифровизации, что требует наличие современных механизмов адаптации традиционных образовательных практик к новым реалиям [Heinz 2023; Armila и др. 2024]. В этих условиях возрастает роль академического развития, понимаемого как комплексная деятельность по совершенствованию образовательных практик, научных исследований, организационных структур и кадрового потенциала вуза [McGrath 2020]. Оно выполняет посредническую функцию между различными уровнями и группами интересов внутри вуза — студентами, преподавателями, администрацией, а также между факультетами и дисциплинарными областями [Lundberg, Stigmar 2022]. Поэтому академическое развитие во многом зависит от того, насколько эффективны каналы и формы коммуникации в университетской среде.

Одним из важных последствий цифровизации становится трансформация процессов коммуникации в вузе. Грамотно выстроенные процессы коммуникации в контексте вуза обеспечивают условия для интеграции студентов в академическую деятельность, передачи знаний и развития профессиональных компетенций [Godsk, Møller 2025]. Недостаточно слаженные каналы коммуникации, напротив, могут привести к рискам отчуждения студентов, снижению мотивации и симулированию образовательной деятельности [Чугров, Галицкая 2021]. Само распространение цифровых коммуникаций, с одной стороны, расширяет возможности быстрого обмена информацией, но также изменяет и заменяет традиционную коммуникацию её виртуальной формой [Шарков, Омельчук 2021].

Выбор Германии в качестве исследовательского кейса обусловлен несколькими факторами. Во-первых, немецкая система высшего образования активно реализует стратегические программы цифровой трансформации [Arndt и др. 2020], что делает её показательным примером для анализа. Во-вторых, Германия сочетает развитую инфраструктуру и традиции университетской автономии с новыми управленческими практиками, ориентированными на показатели эффективности и международную конкурентоспособность. В-третьих, опыт Германии может быть полезен для стран с аналогичной задачей модернизации высшего образования, включая Россию, где также актуализируются вопросы цифровизации и академического развития.

Цель статьи заключается в анализе восприятия студентами вузов Германии изменения коммуникационных практик в условиях цифровизации. Задачи: (1) определение ключевых трансформационных практик коммуникации в университетской среде под влиянием цифровизации; (2) анализ результатов опроса студентов немецких вузов относительно восприятия эффективности коммуникации в образовательной среде; (3) определение проблемных полей коммуникации современной академической среды на примере немецких вузов.

Трансформация коммуникации в академической среде под влиянием цифровизации

Традиционные методы преподавания и обучения основывались на непосредственной доступности, взаимном физическом присутствии, прямом восприятии и интерпретации информации, однако теперь оно характеризуется более ситуативным взаимодействием [Ketter и др. 2018]. Сегодня различные системы управления обучением (*Learning Management Systems, LMS*), такие как Moodle или ILIAS, позволяют организовывать обучение независимо от времени и места. Цифровые курсы поддерживают асинхронные форматы и виртуальный международный обмен, а также обеспечивают автоматическую обратную связь [Bormann, Truschkat 2022]. Подобные цифровые инструменты дают возможность осуществлять учебную коммуникацию через интерактивные доски для совместной работы (например, *Miroboard*), цифровые пинборды (например, *TaskCard*), а задания с интерактивными учебными материалами [Trapp, Klewin 2024].

Это приводит к переносу значительной части коммуникации в академической среде на управляемые цифровыми платформами каналы (LMS-платформы, чаты, переписка по электронной почте) [Lübcke и др. 2022]. Там же коммуникация всё чаще подтверждается «сигналами выполнения» — иконками успешной загрузки, отметкой прохождения модуля, статистикой в журнале, а не содержательным диалогом.

Отсутствие возможности сразу задать вопрос или уточнить детали после занятия делает академическую коммуникацию более фрагментарной и менее персонализированной. Исследования показывают, что преподаватели в такой среде всё чаще воспринимаются как «отстранённые фигуры», доступ к которым ограничен рамками платформ и таймингов вебинаров [Lörz, Koormann 2024; Кравченко, Носкова и др. 2023].

При этом характер самой цифровой коммуникации влияет на стимулирование участия студентов в образовательном процессе. Например, электронные письма от преподавателей с обращением по имени повышают вероятность того, что студенты в ответ будут более активно обращаться к преподавателям с вопросами или за поддержкой. Субъективно большинство студентов оценивали персональные письма как более «приятные» и «мотивирующие» [Mühlhauser, Herrmann 2023: 85]. Особенно эффективными оказались письма, связанные с актуальной темой курса: их влияние на готовность студентов к коммуникации оказалось выше по сравнению с более обобщёнными сообщениями [там же]. Таким образом, качество общения со стороны преподавателя напрямую влияет на отклик от студентов и их вовлечение в работу.

Помимо этого, сегодня коммуникация в вузе между студентами и администрацией всё чаще трансформируется в систему процедур и метрик качества. В логике *student representation* студенты становятся «агентами качества», чья роль сводится к сбору и передаче обратной связи через анкеты, комитеты и отчёты, что

редуцирует их голос до операциональных индикаторов. В результате цифровые платформы структурируют академическую коммуникацию как транзакцию, а не как подлинный обмен смыслами [Matthews, Dollinger 2023].

Для неакадемического персонала немецких вузов сама возможность использования онлайн-форматов коммуникации воспринимается более положительно. В частности, исследования показывают, что переход на такие форматы во время пандемии воспринимался сотрудниками вузов не только как вынужденная мера, но и как структурная возможность — особенно в случае межвузовского и межкампусного сотрудничества [Haag, Kubiak 2022]. Онлайн-сессии, видеоконференции и дистанционные совещания позволили экономить время, снизить транспортные издержки и обеспечить более гибкое распределение рабочих задач. Особенно подчёркивались преимущества цифрового формата для работы с внешними преподавателями и дистанционных защит выпускных работ. Однако фиксировался и рост критики в отношении растущей управляемости и цифрового контроля за научной деятельностью: цифровые инструменты могут использоваться как механизм количественной оценки и мониторинга продуктивности, что вызвало опасения у сотрудников вузов [там же].

Помимо этого, в немецкоязычном дискурсе довольно часто поднимаются вопросы о защите и обработке персональных данных в контексте оцифрованных средств коммуникации. С 2018 года в Германии действует Общий регламент по защите данных (DSGVO), который, в частности, обязывает вузы назначать ответственных по защите данных [Aden, Rumpel 2020]. Однако на практике у многих вузов недостаточно ресурсов для корректного использования данных, особенно в сфере *Learning Analytics*, где анализ поведения студентов позволяет прогнозировать академические риски, но одновременно создаёт угрозу демотивации и усиления социального контроля и подрывает доверие студентов к работе цифровых систем [Scheidig, Holmeier 2021; Rohs, Weber 2020].

Дополнительные этические вызовы связаны с использованием студентами искусственного интеллекта (ИИ). Данные исследований показывают, что немецкие студенты в последние годы нередко обращаются к чат-ботам (таким как *ChatGPT*) как к наставникам по учебным вопросам, а также используют их для помощи в написании работ или для поиска литературы [Budde, Friedrich 2024]. Подобное развитие напрямую влияет на академическую коммуникацию. Студенты начинают предпочитать получение быстрых и «доходчивых» ответов от автоматизированных систем, а не от настоящих преподавателей. Это приводит к формированию новых коммуникативных моделей, когда вопросы, которые ранее обсуждались в личных беседах, всё чаще выносятся на обсуждение системам ИИ.

Таким образом, переход к новым, цифровым формам коммуникации имеет системные последствия для академического развития. В профессиональном развитии преподавателей становится необходимым развивать навыки коммуникации в онлайн среде, т.е. поддержку обратной связи, выбор правильных форм коммуникации. Для студентов коммуникация становится критическим фактором

академической интеграции, влияющая на уровень их активного участия. Для неакадемического персонала цифровые инструменты могут помочь повысить эффективность каналов коммуникаций, но также они несут за собой риски чрезмерного контроля.

Помимо этого, новые виды коммуникации могут усиливать риск чрезмерного контроля и зависимости от количественных показателей, как для неакадемического персонала вуза, так и для остальных участников образовательного процесса. Тенденция развития активной коммуникации с системами ИИ последних лет, с одной стороны, облегчает доступ к знаниям, но с другой — несёт риск ослабления личной обратной связи и социальной составляющей академической коммуникации, а также получение только поверхностного рода знаний.

Материал и методы исследования

Эмпирической основой исследования стал социологический опрос студентов вузов Германии, направленный на выявление их восприятия процессов цифровизации и академического развития. Анкета была разработана на основе тематических блоков академического развития (исследования, обучение и преподавание, коммуникация, цифровизация, социальные аспекты и пр.) и включала как закрытые, так и открытые вопросы.

Опрос проводился в онлайн-формате в период с 10 июля по 17 августа 2025 года. Анкета была составлена автором на двух языках – немецком и английском, с целью охватить не только местных, но и иностранных студентов. В выборку вошли студенты и недавние выпускники немецких вузов (выпустившиеся не более 2-х лет назад) различных направлений и вузов по всей Германии. В опросе принимали участие 442 человека.

Результаты опроса студентов немецких вузов относительно восприятия эффективности коммуникации в образовательной среде

Результаты опроса в целом показывают, что цифровизация академической среды существенно изменяет формы и содержание академической коммуникации. Формально существующие каналы взаимодействия (платформы LMS и другие сервисы) воспринимаются студентами как недостаточно эффективные.

В частности, это проявляется в уровне информированности студентов о проведении различных научно-исследовательских мероприятий в вузе, таких как научные конференции, тематические семинары, поддержка студенческих исследовательских групп. Почти каждый пятый (19,7%) отмечает, что информация о таких мероприятиях носит скорее случайный характер, а ещё 5,4% студентов вынуждены самостоятельно искать сведения. При этом до 4,3% студентов информация не доходит вовсе.

Среди тех студентов, которые посещают различные университетские мероприятия, больше всего тех, кто посещает конференций в роли слушателей (38,5%),

а также участвует в семинарах и воркшопах (29,8%). При этом формы поддержки со стороны преподавателей при желании студента поучаствовать в каком-либо мероприятии носят минимальный характер: чаще всего это консультации по подбору литературы (48%) и помощь при выборе темы (44,6%) (рисунок 1).



Рисунок 1. Формы поддержки преподавателями исследовательской деятельности студентов / Forms of faculty support for students' research activities

Более содержательные практики взаимодействия между преподавателями и студентами, предполагающие совместную деятельность и включённость в академическое сообщество, встречаются существенно реже. Так, участие студентов в проектах преподавателей фиксируется почти у трети респондентов (31,9%), но такие формы, как инициирование совместных публикаций (14,5%), встречается заметно реже.

Анализ оценки студентами развития компетенций в вузе в целом показывает, что во время обучения наиболее успешно у них формируются академические и исследовательские навыки (научное письмо – 60,2%, анализ литературы – 54,1%, интерпретация данных – 50%), тогда как цифровые и межкультурные компетенции развиваются заметно слабее (39,6% и 23,3% соответственно). Это интересно в контексте цифровой трансформации, потому как в стратегических документов развития немецких вузов (*Hochschulentwicklungspläne*) часто особое внимание уделяется системному укреплению цифровых навыков, развитию цифровой педагогики и интеграции различных цифровых технологий и инструментов [Arndt и др. 2020]. Несмотря на приоритет развития цифровых компетенций студентов на уровне организации вуза, на уровне студенческого опыта оно реализуется пока ограниченно.

Показательно, что в ответах на открытый вопрос о том, развития каких компетенций и навыков скорее не хватает, обнаружилось скорее скрытое, но важное

измерение более личностного уровня академической среды: запросы на эмпатию, поддержку, больший контакт между людьми и креативность (к примеру, такие ответы, как *Empathie* – «Эмпатия», *Zwischenmenschlichkeit* – «Межличностные отношения», *motivierte Lehrende* – «Мотивирующие преподаватели», *personal support* – «персональная поддержка», *connection between people* – «контакт между людьми», *Creativity* – «Креативность»).

Сложности коммуникации для студентов наблюдаются и в характере взаимодействия с администрацией вуза. Наиболее частые жалобы студентов касаются долгого ожидания обработки документов (33,9%), отсутствия обратной связи (31,4%) и недостатка информации (31%). Это указывает на то, что формальные каналы коммуникации не гарантируют прозрачности и быстрой доступности информации.

В академической среде Германии существует практика, при которой обучающиеся не только пассивно потребляют готовые учебные программы, но и могут активно участвовать в выборе тем, а также регулярно давать обратную связь по поводу организации курсов. Такая практика нацелена на большее соответствие запросам студентов. Результаты опроса демонстрируют, что вовлечение студентов в процесс формирования курсов остаётся преимущественно на уровне умеренной активности. Только 8,4% респондентов указали на очень активное участие, тогда как наибольшая группа студентов (32,6%) оценивает своё участие как «довольно активное», и ещё 29,2% отмечали вовлечённость лишь «иногда, при некоторых темах» (рисунок 2).

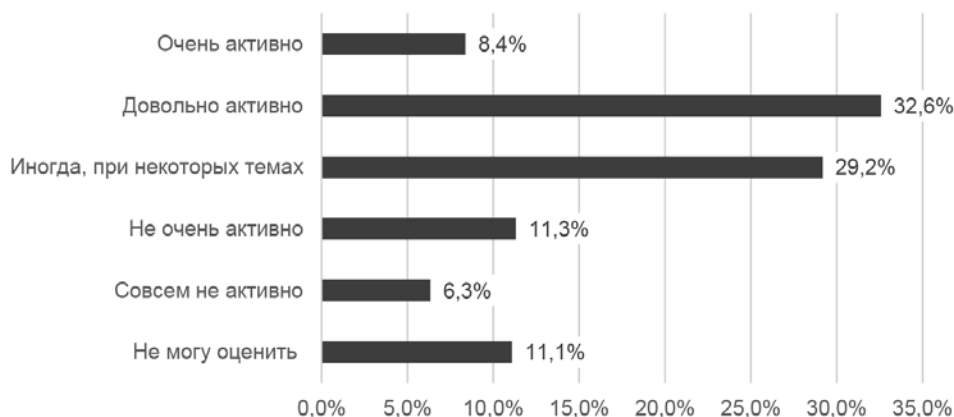


Рисунок 2. Степень вовлечения студентов в обновление содержания курсов / Degree of student involvement in updating course content

При этом сами механизмы взаимодействия являются инструментами более формализованной коммуникации. Наиболее распространёнными формами оказались участие студентов через студенческие представительства (37,6%) и про-

ведение опросов (36,9%). Вторым по популярности блоком выступили более неформальные форматы — личные разговоры (29,4%) и совместные встречи (24%). Открытые дискуссии, которые могли бы выполнять функцию коллективного обсуждения, встречаются реже (16,3%). При этом 9,7% студентов заявляют, что в их вузах подобных возможностей вовсе нет, а 8,1% ничего не слышали о таких возможностях.

Отдельной темой для рассмотрения являлась распространённая практика краткосрочного трудоустройства студентов в немецкие вузы — HiWi (*Hilfswissenschaftler:innen; studentische Hilfskraft*). При таком виде занятости студенты работают в различных подразделениях своего вуза и выполняют задачи, связанные с исследовательской или преподавательской деятельностью, а также организационной или технической поддержкой. Такая работа рассматривается как элемент академической социализации и способ получения практического опыта уже во время обучения.

Анализ ответов респондентов показал, что студенты в целом оценивают деятельность HiWi как значимый ресурс для развития практических (60,4%) и исследовательских (44,8%) навыков, однако её роль в области коммуникации и установления профессиональных контактов воспринимается ограниченно. Лишь 29,2% респондентов отметили, что такая работа способствует формированию сетей и укреплению связей в академической среде, тогда как гораздо чаще подчёркивалось развитие индивидуальных компетенций (рисунок 3).



Рисунок 3. Влияние практики HiWi на развитие профессиональных и сетевых возможностей студентов / The impact of HiWi practices on the development of students' professional and networking capabilities

В блоке вопросов, связанном с коммуникацией вуза с обществом и внешними акторами, видно, что студенты в целом осведомлены о таких инициативах, но

воспринимают их в первую очередь как отдельные проекты или действия отдельных подразделений (51,8%). Только четверть опрошенных отмечает, что вклад вуза действительно широко освещается. При этом фиксируются различия по полу и возрасту: мужчины чаще сообщают о знании проектных инициатив, тогда как женщины чаще затрудняются ответить, что может указывать на менее равный доступ к коммуникационным каналам. Также молодые студенты (до 20 лет) оказываются наименее информированными, что свидетельствует о разрыве в трансляции информации. Форматы кооперации, которые воспринимаются наиболее позитивно, связаны с практико-ориентированным общением, такое как гостевые лекции представителей бизнеса и НКО (53,4%) или практические семестры (50%).

Обсуждение. Интерпретация полученных данных показывает, что цифровизация активно трансформирует академическую коммуникацию в вузах и смещает её акцент от живого общения к взаимодействию на цифровых платформах и к формализованным каналам. Несмотря на наличие широкого разнообразия цифровых инструментов и форматов, студенты немецких вузов фиксируют дефицит личного общения, эмоциональной поддержки и вовлечения в продуктивные академические практики.

Важным показателем проблематичности коммуникации является наблюдаемый разрыв между наличием различных форматов научных мероприятий для студентов и наличием информации об этом. Немецкие вузы предлагают множество форм академической активности, но многие студенты не участвуют в них из-за отсутствия информации. В этом проявляется структурное дефицитное поле коммуникации, когда организационные процедуры не сопровождаются достаточной информирующей или мотивирующей работой. Помимо этого, даже при наличии развитых цифровых средств создаётся ощущение фрагментарности коммуникации и неравного доступа к информации.

Была выявлена определённая степень ограниченности коммуникационных каналов, через которые преподаватели вовлекают студентов в публичные и продуктивные академические практики. При этом именно персональное приглашение или адресное обращение преподавателя выступает мощным мотивационным фактором.

Коммуникация с администрацией немецких вузов часто оказывается затруднена и неэффективна даже при наличии электронных систем документооборота и цифровых каналов взаимодействия. Помимо этого, администрация вузов преимущественно использует институциональные и формализованные каналы коммуникации (опросы, студенческие советы), которые позволяют поддерживать управляемость и контроль, но не обеспечивают в должной мере личный диалог. Более открытые и межличностные формы остаются менее распространёнными.

Анализ показывает, что студенты рассматривают возможность трудоустройства в вузе в качестве ассистента (HiWi) прежде всего как инструмент для развития индивидуальных компетенций, но её коммуникативный и сетевой эффект

оценивается значительно слабее. Внешняя коммуникация вузов также воспринимается скорее фрагментарно, что в целом может указывать на дефицит системных и доступных каналов взаимодействия как внутри академической среды, так и за её пределами.

В итоге можно выделить следующие проблемные поля для коммуникации, возникшие на фоне внедрения процессов цифровизации во все аспекты деятельности вузов:

1. *Формализация взаимодействия.* Коммуникация всё чаще переходит в формальные каналы (анкеты, платформы, автоматизированные опросы), что только снижает возможности проведения живого диалога и сводит коммуникацию к показателям и метрикам.

2. *Смещение фокуса на формальные показатели.* Цифровые платформы и системы качества структурируют коммуникацию вокруг отчётности и индикаторов («качество преподавания», «обратная связь»), а не вокруг содержательных обсуждений.

3. *Фрагментарность и случайность информирования.* Подобный вызов может подрывать равный доступ к коммуникационным и информационным каналам. При этом даже при наличии современных цифровых каналов коммуникаций коммуникация не всегда воспринимается как системная.

4. *Эмоциональная дистанция.* Студенты отмечают дефицит эмпатии, поддержки и личного контакта, которое не заменяется распространением цифровых технологий.

5. *Ограниченность вовлечения в академическую коммуникацию.* Участие в продуктивных форматах (таких как исследовательские группы, совместные проекты, подготовка публикаций) среди студентов происходит значительно ниже, чем в более «пассивных» активностях (как участие в конференциях в роли слушателя).

6. *Неравномерный доступ к каналам информирования.* Согласно опросу, женщины и молодые студенты чаще отмечают недостаток информации или трудности в оценке инициатив своих вузов. Это может усиливать риск социального неравенства в академической коммуникации.

Выводы. Студенческое восприятие указывает на двойственный характер трансформации коммуникаций в образовательной среде: цифровые платформы расширяют возможности быстрого доступа и формализованных каналов обратной связи, но одновременно создают риски ограничения межличностного общения и получения только фрагментарной информации.

Немецкие университеты вынуждены придерживаться институционализованной логики процедур, при этом у студентов наблюдается запрос на более живое взаимодействие, эмоциональную поддержку и включённость в академическое сообщество.

Следует учитывать, что исследование базируется на восприятии студентов и отражает их субъективный опыт, а также специфику именно немецкого ака-

демического контекста. Перспективным направлением может стать сопоставление опыта разных национальных систем и других участников образовательной деятельности — преподавателей и исследователей, а также неакадемического персонала.

Источники

Кравченко С.А., Носкова А.В. [и др.] (2023). Цифровой поворот в системе образования: социально-гуманитарный контекст: монография. М.: МГИМО-Университет.

Чугров С.В., Галицкая Д.В. (2021). Онлайн-коммуникация в образовательной среде России и Германии: функциональные и дисфункциональные эффекты цифровизации // Коммуникология. Том 9. № 4. С. 97-113. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-4-97-113.

Шарков Ф.И., Омельчук И.С. (2021). Цифровые технологии: преимущества и проблемы развития и киберпреступность // Коммуникология: электронный научный журнал. Том 6. № 2. С. 33-43.

Aden H., Rumpel R. (2020). Hochschul-Datenschutz in Zeiten der Digitalisierung. In: M. Egger De Campo, O. Resch (eds.). Digitalität@HWR. Baden-Baden: Nomos. P. 37-57. DOI: 10.5771/9783748905318-37.

Armila P., Sivenius A., Stanković B., Juutilainen L. (2024). Digitalization of education: Commodification hidden in terms of empowerment? *Postdigital Science and Education*. No. 6. P. 556-571. DOI: 10.1007/s42438-022-00347-8.

Arndt C., Figura L., Ladwig T., Grundmann A. (2020). Strategische Ansätze der Bundesländer zur Digitalisierung in der Hochschulbildung. Forschungsprojekt HEIDS – Higher Education Institutions' Digital Strategies. Hamburg: Technische Universität Hamburg. DOI: 10.15480/882.2060.2.

Bormann I., Truschkat I. (2022). Soziale Innovationen und Vertrauen am Beispiel von Digitalisierung im Bildungsbereich. In: E. Schüll, H. Berner, M.L. Kolbinger, M. Pausch (eds.). Soziale Innovation im Kontext: Beiträge zur Konturierung eines unscharfen Konzepts Wiesbaden: Springer Fachmedien. P. 79-101.

Budde J., Friedrich J.-D. (2024). Monitor Digitalisierung 360°: Wo stehen die deutschen Hochschulen? (Arbeitspapier Nr. 83). Berlin: Hochschulforum Digitalisierung.

Godsk M., Møller K.L. (2025). Engaging students in higher education with educational technology. *Education and Information Technologies*. No. 30. P. 2941-2976. DOI: 10.1007/s10639-024-12901-x.

Haag H., Kubiak D. (2022). *Hochschule in krisenhaften Zeiten: Eine qualitativ-explorative Längsschnittstudie zum Erleben der Pandemie von Lehrenden, Forschenden und Studierenden*. Frankfurt am Main: Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW).

Heinz J. (2023). Bildungsgerechtigkeit in einer digitalen Gesellschaft. *MedienPädagogik Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*. No. 52. P. 191-216. DOI: 10.21240/mpaed/52/2023.02.10.X.

Ketter V., Schmidt J., Tsirikiotis A. (2018). Digitalisierung der Hochschulbildung aus sozialwissenschaftlicher Perspektive: Das Forschungsprojekt „DISTEL“. In: B. Getto, P. Hintze, M. Kerres (eds.). Digitalisierung und Hochschulentwicklung. Proceedings zur 26. Tagung der Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft e.V. Münster; New York: Waxmann. P. 84-92.

Lörz M., Koopmann J. (2024). Wie haben sich die Studienbedingungen, sozialen Ungleichheiten und Studienabbruchintentionen im Laufe der COVID-19-Pandemie verändert? Diskurs Kindheits- und Jugendforschung. *Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research*. No. 4. P. 495-516. DOI: 10.3224/diskurs.v19i4.05.

Lübcke M., Bosse E., Book A., Wannemacher K., Gilch H. (2022). Impact of the COVID-19 pandemic on the digitalization and strategic development of German universities. In: J.F. Desnos, R. Yahyapour, R. Vogl (eds.). Proceedings of EUNIS 2022 — The 28th International Congress of European University Information Systems. Göttingen, Germany. Vol. 86. P. 87-94.

Lundberg A., Stigmar M. (2022). Deliberative academic development with university teachers in times of crisis. *International Journal for Academic Development*. No. 27 (2). P. 163-175. DOI: 10.1080/1360144X.2022.2084742.

Matthews K.E., Dollinger M. (2023). Student voice in higher education: the importance of distinguishing student representation and student partnership. *Higher Education*. No. 85. P. 555-570. DOI: 10.1007/s10734-022-00851-7.

McGrath C. (2020). Academic developers as brokers of change: insights from a research project on change practice and agency. *International Journal for Academic Development*. Vol. 25. P. 94-106. DOI: 10.1080/1360144X.2019.1665524.

Mühlhauser M., Herrmann D. (2023). Studie zum Nutzen persönlicher E-Mails in der Online- und Präsenzlehre. In: Mrohs L., Franz J., Herrmann D., Lindner K., Staake T. (eds.). *Digitale Kulturen der Lehre entwickeln. Rahmenbedingungen, Konzepte und Werkzeuge*. Wiesbaden: Springer VS. P. 63-89. DOI: 10.1007/978-3-658-43379-6_5.

Rohs M., Weber C. (2020). Digitale Medien in der wissenschaftlichen Weiterbildung. In: W. Jütte & M. Rohs (eds.), *Handbuch wissenschaftliche Weiterbildung*. Wiesbaden: Springer VS. P. 455-478.

Scheidig F., Holmeier M. (2021). Learning Analytics aus institutioneller Perspektive: Ein Orientierungsrahmen für die hochschulische Datennutzung. In: *Hochschulforum Digitalisierung* (eds.). *Digitalisierung in Studium und Lehre gemeinsam gestalten: Innovative Formate, Strategien und Netzwerke*. Wiesbaden: Springer VS. P. 215-232.

Trapp A., Klewin G. (2024). Jonglage mit zu vielen Bällen?! Digitalität, Diversität und pädagogischer Doppeldecker als Anspruch an Lehrveranstaltungen in der Lehrer:innenbildung. In: T. Witt, C. Herrmann, L. Mrohs, H. Brodel, K. Lindner, I. Maidanuk (eds.). *Diversität und Digitalität in der Hochschullehre*. Bielefeld: Transcript Verlag. P. 103-115.

■ ■ ■ Digital Transformation of Communication in Academic Environment: the experience of students at German universities

Galitskaia D.V.

Moscow State Institute of International Relations (MGIMO – University), Moscow, Russia.

Abstract. Modern universities operate under the conditions of global digital transformation, which radically reshapes academic practices and introduces new requirements for the organization of educational processes. One of the key dimensions of these changes is communication, which shapes students' academic experience, influences their engagement in educational practices, and becomes an important factor of academic development. The relevance of this article lies in the ambivalent impact of digitalization processes on the effectiveness of communication in the contemporary educational environment. Using German universities as a case study, the article demonstrates that digitalization provides automated feedback and flexible interaction, but also entails risks of replacing traditional forms of dialogue with procedural signals and metrics, thereby reducing the degree of personal contact. Transformations of academic communication in German higher education under conditions of digitalization are analyzed based on data from a student survey (N=442) conducted by the author in July and August 2025. The results show that the digital learning environment, on the one hand, expands access to information and formalized feedback channels, but on the other, leads to several risks: reducing communication to operational quality indicators, fragmentary information delivery, emotional distance, and unequal access

to participation channels. Students emphasize the lack of personal interaction, empathy, and support, as well as limited opportunities for involvement in productive academic practices. These findings suggest that digitalization should be viewed as a significant factor in the transformation of the socio-communicative space of the university.

Keywords: higher education, digitalization of the educational environment, university communication, student experience, academic development

For citation: Galitskaia D.V. (2025). Digital transformation of communication in academic environment: the experience of students at German universities. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 116-129. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-116-129.

Inf. about the author: Galitskaia Diana Vladimirovna – postgraduate student at the Department of Sociology, MGIMO – University. ORCID: 0009-0005-9603-4719. E-mail: d.galitzkaia@inno.mgimo.ru. Address: 119571, Russia, Moscow, Vernadsky av., 76.

Received: 20.08.2025. *Accepted:* 20.09.2025.

References

- Aden H., Rumpel R. (2020). Hochschul-Datenschutz in Zeiten der Digitalisierung. In: M. Egger De Campo, O. Resch (eds.). *Digitalität@HWR*. Baden-Baden: Nomos. P. 37-57. DOI: 10.5771/9783748905318-37 (in Ger.).
- Armila P., Sivenius A., Stanković B., Juutilainen L. (2024). Digitalization of education: Commodification hidden in terms of empowerment? *Postdigital Science and Education*. No. 6. P. 556-571. DOI: 10.1007/s42438-022-00347-8.
- Arndt C., Figura L., Ladwig T., Grundmann A. (2020). Strategische Ansätze der Bundesländer zur Digitalisierung in der Hochschulbildung. Forschungsprojekt HEIDS – Higher Education Institutions' Digital Strategies. Hamburg: Technische Universität Hamburg. DOI: 10.15480/882.2060.2 (in Ger.).
- Bormann I., Truschkat I. (2022). Soziale Innovationen und Vertrauen am Beispiel von Digitalisierung im Bildungsbereich. In: E. Schüll, H. Berner, M.L. Kolbinger, M. Pausch (eds.). *Soziale Innovation im Kontext: Beiträge zur Konturierung eines unscharfen Konzepts* Wiesbaden: Springer Fachmedien. P. 79-101 (in Ger.).
- Budde J., Friedrich J.-D. (2024). Monitor Digitalisierung 360°: Wo stehen die deutschen Hochschulen? (Arbeitspapier Nr. 83). Berlin: Hochschulforum Digitalisierung (in Ger.).
- Chugrov S.V., Galitskaya D.V. (2021). Online communication in the educational environment of Russia and Germany: functional and dysfunctional effects of digitalization // *Communicology*. Vol. 9. No. 4. P. 97-113. DOI: 10.21453/2311-3065-2021-9-4-97-113 (in Rus.).
- Godsk M., Møller K.L. (2025). Engaging students in higher education with educational technology. *Education and Information Technologies*. No. 30. P. 2941-2976. DOI: 10.1007/s10639-024-12901-x.
- Haag H., Kubiak D. (2022). *Hochschule in krisenhaften Zeiten: Eine qualitativ-explorative Längsschnittstudie zum Erleben der Pandemie von Lehrenden, Forschenden und Studierenden*. Frankfurt am Main: Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW) (in Ger.).
- Heinz J. (2023). Bildungsgerechtigkeit in einer digitalen Gesellschaft. *MedienPädagogik Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung*. No. 52. P. 191-216. DOI: 10.21240/mpaed/52/2023.02.10.X (in Ger.).
- Ketter V., Schmidt J., Tsirikiotis A. (2018). Digitalisierung der Hochschulbildung aus sozialwissenschaftlicher Perspektive: Das Forschungsprojekt „DISTEL“. In: B. Getto, P. Hintze, M. Kerres (eds.). *Digitalisierung und Hochschulentwicklung*. Proceedings zur 26. Tagung der Gesellschaft für Medien in der Wissenschaft e.V. Münster; New York: Waxmann. P. 84-92 (in Ger.).

Kravchenko S.A., Noskova A.V. [et al.] (2023). Digital turn in the education system: social and humanitarian context: monograph. Moscow: MGIMO-University (in Rus.).

Lörz M., Koopmann J. (2024). Wie haben sich die Studienbedingungen, sozialen Ungleichheiten und Studienabbruchintentionen im Laufe der COVID-19-Pandemie verändert? Diskurs Kindheits- und Jugendforschung. *Discourse. Journal of Childhood and Adolescence Research*. No. 4. P. 495-516. DOI: 10.3224/diskurs.v19i4.05 (in Ger.).

Lübcke M., Bosse E., Book A., Wannemacher K., Gilch H. (2022). Impact of the COVID-19 pandemic on the digitalization and strategic development of German universities. In: J.F. Desnos, R. Yahyapour, R. Vogl (eds.). *Proceedings of EUNIS 2022 — The 28th International Congress of European University Information Systems*. Göttingen, Germany. Vol. 86. P. 87-94.

Lundberg A., Stigmar M. (2022). Deliberative academic development with university teachers in times of crisis. *International Journal for Academic Development*. No. 27 (2). P. 163-175. DOI: 10.1080/1360144X.2022.2084742.

Matthews K.E., Dollinger M. (2023). Student voice in higher education: the importance of distinguishing student representation and student partnership. *Higher Education*. No. 85. P. 555-570. DOI: 10.1007/s10734-022-00851-7.

McGrath C. (2020). Academic developers as brokers of change: insights from a research project on change practice and agency. *International Journal for Academic Development*. Vol. 25. P. 94-106. DOI: 10.1080/1360144X.2019.1665524.

Mühlhauser M., Herrmann D. (2023). Studie zum Nutzen persönlicher E-Mails in der Online- und Präsenzlehre. In: Mrohs L., Franz J., Herrmann D., Lindner K., Staake T. (eds.). *Digitale Kulturen der Lehre entwickeln. Rahmenbedingungen, Konzepte und Werkzeuge*. Wiesbaden: Springer VS. P. 63-89. DOI: 10.1007/978-3-658-43379-6_5 (in Ger.).

Rohs M., Weber C. (2020). Digitale Medien in der wissenschaftlichen Weiterbildung. In: W. Jütte & M. Rohs (eds.), *Handbuch wissenschaftliche Weiterbildung*. Wiesbaden: Springer VS. P. 455-478 (in Ger.).

Scheidig F., Holmeier M. (2021). Learning Analytics aus institutioneller Perspektive: Ein Orientierungsrahmen für die hochschulische Datennutzung. In: Hochschulforum Digitalisierung (eds.). *Digitalisierung in Studium und Lehre gemeinsam gestalten: Innovative Formate, Strategien und Netzwerke*. Wiesbaden: Springer VS. P. 215-232 (in Ger.).

Sharkov F.I., Omelchuk I.S. (2021). Digital technologies: advantages and problems of development and cybercrime // *Communicology: electronic scientific journal*. Vol. 6. No. 2. P. 33-43 (in Rus.).

Trapp A., Klewin G. (2024). Jonglage mit zu vielen Bällen?! Digitalität, Diversität und pädagogischer Doppeldecker als Anspruch an Lehrveranstaltungen in der Lehrer:innenbildung. In: T. Witt, C. Herrmann, L. Mrohs, H. Brodel, K. Lindner, I. Maidanjuk (eds.). *Diversität und Digitalität in der Hochschullehre*. Bielefeld: Transcript Verlag. P. 103-115 (in Ger.).

■ ■ ■ Прогнозы развития региональных рынков труда в нарративах специалистов центров занятости населения Ростовской области и воссоединенных территорий Российской Федерации

Зинченко Я.Г., Змияк С.С., Понамарёв А.Б., Понеделков А.В.

Южно-Российский институт управления – филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Аннотация. Прогнозы развития тенденций занятости, трудоустройства потенциальной рабочей силы, миграционных потоков представляют в настоящее время особый интерес в свете предпринимаемых государством крупномасштабных инициатив в рамках нового национального проекта «Кадры». В условиях недостаточной полноты статистической информации, связанной с объективными трудностями определения общей численности населения, его половозрастной структуры, количества экономически активного населения, сведений об экономической деятельности хозяйствующих субъектов на территориях воссоединенных регионов имеет научную ценность экспертное мнение специалистов центров занятости населения Ростовской области как интеграционного хаба и воссоединенных территорий Российской Федерации. В статье приводятся результаты экспертного опроса специалистов центров занятости населения Ростовской области, Донецкой и Луганской Народных Республик, Запорожской и Херсонской областей. Авторским коллективом был выполнен контент-анализ ответов экспертов на открытые вопросы, посвященные развитию региональных рынков труда в пятилетней перспективе. Анализ нарративов выявил ключевые ожидания, опасения и тенденции, которые будут определять кадровую и миграционную ситуацию в регионе. Эксперты выделяют два ключевых взаимосвязанных вызова – структурный кадровый голод в жизненно важных производственных отраслях и социальной сферы, а также демографическое давление, выражающееся в старении населения и оттоке перспективной, образованной, квалифицированной молодежи в крупные агломерации.

Ключевые слова: тенденции, прогноз, ожидания, центры занятости населения, воссоединенные территории

Финансирование: Статья подготовлена в рамках выполнения научно-исследовательской работы государственного задания РАНХиГС 1.7-2025-1 Тенденции и перспективы развития региональных рынков труда в контексте изменяющихся социально-экономических условий (на примере Ростовской области и новых субъектов Российской Федерации))

Для цитирования: Зинченко Я.Г., Змияк С.С., Понамарёв А.Б., Понеделков А.В. Прогнозы развития региональных рынков труда в нарративах специалистов центров занятости населения Ростовской области и воссоединенных территорий

Конфликт интересов: отсутствует.

Российской Федерации // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 130-140.
DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-130-140.

Сведения об авторах: Зинченко Ярослава Геннадиевна – кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой социологии Южно-Российского института управления – филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, д. 70/52-54-56;

Змияк Сергей Сергеевич – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой экономической теории и предпринимательства Южно-Российского института управления – филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, д. 70/52-54-56;

Понамарёв Александр Борисович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Южно-Российского института управления – филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, д. 70/52-54-56;

Понеделков Александр Васильевич – доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой политологии и этнополитики Южно-Российского института управления – филиала федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», 344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Пушкинская, д. 70/52-54-56.

Статья поступила в редакцию: 30.08.2025. Принята к печати: 25.09.2025.

Введение и постановка проблемы. Научная рефлексия о состоянии и особенностях функционирования региональных рынков труда в ракурсе социологической предметности осуществляется по нескольким актуальным направлениям. К первому можно отнести исследования, посвященные структурным дисбалансам и дефициту кадров. О таких проблемах писали М.В. Симонова, Л.В. Санкова и Ф.И. Мирзабалаева [Симонова и др., 2023] и коллектив авторов, в который входили А.А. Яник, С.М. Попова, С.Ф. Карпова [Яник и др., 2023], уделивший внимание проблеме функционирования региональных рынков труда в новых условиях. Второй востребованной исследовательской нишей может считаться анализ тенденций, связанных с дефицитом квалифицированных кадров [Колесникова и др., 2023]; Чекмарев и др., 2023]. Примечательно, что проблемой кадров чаще всего интересуются представители экономических наук. Имеют место и достаточно специфические работы, посвященные конкретным отраслевым кадровым проблемам – IT отрасли [Васильева, Каманина, 2023], здравоохранения [Канева и др., 2024]; [Шейман, Сажина, 2018]; [Бизин, 2023], промышленности [Погонышев и др., 2023], секторе АПК [Погонышев и др., 2022]; [Сычев и др., 2023]. Популярным направлением для научных изысканий также может считаться попытка рассмот-

реть потенциал влияния трендов прекаризации [Бобков и др., 2023]; Попов, 2023]; [Леонидова, 2023] занятости на региональные рынки труда. Также исследователей интересует функционирование региональных рынков труда в контексте динамично меняющихся условий. Наиболее востребованным могут считаться работы, посвященные особенностям функционирования региональных рынков труда в условиях глобальной нестабильности [Новосельский и др., 2023], цифровой трансформации [Миролюбова, Радионова, 2023]; [Строев, Близкий, 2023]; [Мыслева, 2024]. Начиная с 2022 г. в целом, так как экономическая ситуация динамически меняется в зависимости от внешних (санкционное давление, геополитическая ситуация) [Захаров и др., 2023]; [Сафиуллин, Ельшин, 2023]; [Маслова и др., 2023], заканчивая внутренними (повышение ключевой ставки, налогов, НДС, воздействия регулятора) авторы исследований часто продуцируют статьи, направленные на осмысление, систематизацию и структурирование ключевых тенденций, характерных для региональных рынков труда. Следует отметить, что дефицит кадров, вопросы удержания персонала, необходимости наполнения стратегически важных отраслей экономики квалифицированными кадрами допустимо считать самыми востребованными исследовательскими направлениями.

Материал и методы исследования. В рамках государственного задания Президентской академии по исследованию тенденций и перспектив развития региональных рынков труда воссоединенных территорий, временным творческим коллективом было принято решение провести серию экспертных опросов представителей центров занятости населения, занимающих руководящие должности и должности специалистов. Такое решение было обусловлено недостаточной полнотой статистической информации, связанной с объективными трудностями определения общей численности населения, его половозрастной структуры, количества экономически активного населения, сведений об экономической деятельности хозяйствующих субъектов на территориях воссоединенных регионов.

Отбор экспертов производился документальным методом с учетом уровня занимаемой должности и стажа работы в ней. Полевой этап исследования был проведен в мае-июле текущего года. Исследование охватило следующие регионы: Ростовская область, Донецкая и Луганская Народные Республики, Запорожская и Херсонская области. Количество собранных анкет – 317.

Для анализа ключевых ожиданий, опасений и тенденций, определяющих кадровую и миграционную ситуацию в регионах, нами был проведен контент-анализ ответов экспертов на открытые вопросы, посвященные развитию региональных рынков труда в пятилетней перспективе.

Результаты исследования. Экспертам был поставлен следующий вопрос прогнозного типа: *«Представьте себе ситуацию на региональном рынке труда через пять лет. Какие тенденции занятости, миграции, трудоустройства потенци-*

альной рабочей силы Вы можете спрогнозировать?» Респонденты должны были дать развернутые ответы с аргументацией своей позиции.

Нам удалось выделить 302 релевантных высказывания после исключения неинформативных ответов, связанных с затруднением эксперта высказаться по существу, что указывает, с одной стороны на интерес опрашиваемых к данной теме, а с другой – демонстрирует экспертность зафиксированных мнений.

Если сгруппировать и проранжировать ответы экспертов, то можно выделить следующую пятерку лидеров среди прогнозов:

- 1) усугубление кадрового дефицита – 152 упоминания;
- 2) возрастание влияния автоматизации и цифровизации как в производственной, так и в сфере услуг – 98 упоминаний;
- 3) усиление миграционных процессов в контекстах оттока молодежи и притока мигрантов – 85 упоминаний;
- 4) широкое распространение гибких форм занятости, таких как удаленная работа и фриланс – 64 упоминания;
- 5) сохранение необходимости профессионализации кадров через систему непрерывного образования (переобучения и повышения квалификации) – 58 упоминаний.

Анализируя тенденции по-отдельности, можно выделить следующие нарративы экспертов.

Тенденции занятости на региональных рынках труда

Таблица 1. Основные прогнозы в сфере занятости

Ключевые темы (прогнозы)	Частота упоминания	Ключевые категории (аргументы)	Наиболее содержательные цитаты
Кадровый дефицит	152	Нехватка IT-специалистов, медиков, педагогов, квалифицированных рабочих. Низкая заработная плата, отток молодежи из региона	«Несмотря на цифровизацию и автоматизацию, проблема нехватки квалифицированных специалистов остается актуальной. Особенно остро ощущается дефицит в IT-сфере, инженерии, медицине и производственных отраслях.»
Влияние технологий	98	Автоматизация уничтожит рутинные профессиональные области (кассиры, бухгалтеры, водители). Усилится спрос на IT-специалистов, аналитиков.	«Уйдут в прошлое профессии секретарей, водителей, курьеров, бухгалтеров... Их заменят технологии и сервисы.»

Окончание табл. 1

Ключевые темы (прогнозы)	Частота упоминания	Ключевые категории (аргументы)	Наиболее содержательные цитаты
Изменение структуры спроса на отдельные категории работников	45	Рост сферы услуг, особенно в здравоохранении из-за старения населения, в образовании, IT-сфере.	«Через 5 лет рынок труда значительно изменится под влиянием автоматизации, искусственного интеллекта и роста цифровой экономики. Ожидается, что будет создано много новых рабочих мест в сферах, связанных с технологиями, науками, медициной... Одновременно с этим, некоторые традиционные профессии могут стать менее востребованными.»

Таким образом, основной прогноз экспертов по общей тенденции занятости на рынке труда можно сформулировать следующим образом: кадровый дефицит углубится, особенно это коснется социальной сферы и высокотехнологичной промышленности. Ситуация будет усугубляться за счет демографического спада и оттока молодежи в другие регионы. Эксперты ожидают глубоких структурных изменений на рынке труда, вызванных технологическими демографическими факторами.

Тенденции миграции на региональных рынках труда

Таблица 2. Основные прогнозы в сфере миграции

Ключевые темы (прогнозы)	Частота упоминания	Ключевые категории (аргументы)	Наиболее содержательные цитаты
Отток молодежи и квалифицированных кадров в другие регионы	52	Переезд молодежи в крупные городские агломерации (Москва, Санкт-Петербург) и развитые регионы в поисках лучшего качества жизни карьерного продвижения	«Молодые специалисты ищут лучшие возможности в крупных городах и региональных центрах... Это создает отток квалифицированных кадров из менее развитых регионов.»
Рост зависимости от иностранной рабочей силы	28	Заполнение вакансий в строительстве, жилищно-коммунальном, сельском хозяйстве мигрантами из среднеазиатских республик СНГ	«Роль трудовых мигрантов из стран СНГ... в заполнении вакансий в строительстве, ЖКХ, транспорте, сельском хозяйстве станет еще более значимой.»

Ключевые темы (прогнозы)	Частота упоминания	Ключевые категории (аргументы)	Наиболее содержательные цитаты
Внутренняя «маятниковая» миграция	5	Развитие форматов удаленной работы в перспективе позволит жить в малых городах, работая на компании из крупных центров экономической жизни	«Поляризация: концентрация экономической активности... продолжится в крупных агломерациях... Малые города, моногорода... будут сталкиваться с усилением оттока молодежи, если только не получит развитие фриланс»

Обобщая нарративы экспертов по данному блоку, можно обозначить основной прогноз по миграции на региональных рынках труда как процесса, который может стать ключевым фактором, способным как компенсировать, так и усугублять демографические проблемы региона.

Тенденции трудоустройства и характера работы

Таблица 3. Основные прогнозы в сфере трудоустройства

Ключевые темы (прогнозы)	Частота упоминания	Ключевые категории (аргументы)	Наиболее содержательные цитаты
Гибкие формы занятости	64	Массовый переход на удаленную, гибридную и проектную работу (фриланс), особенно среди квалифицированных специалистов	«Фриланс, удаленная работа и временные проекты станут более распространенными, предоставляя работникам большую свободу и гибкость, но и требуя от них большей ответственности за собственное развитие.»
Необходимость переобучения	58	Быстрое устаревание профессиональных знаний и навыков потребует непрерывного образования на протяжении всего карьерного пути работника	«Сотрудники будут переходить к активному поиску человекоцентричных работодателей, готовых предложить им более высокую зарплату и расширенный социальный пакет.»
Смена приоритетов соискателей	41	Рост запросов соискателей на высокую заработную плату, социальный пакет, баланс работы и частной жизни, ориентация на «человекоцентричного» работодателя	«Для обеспечения конкурентоспособности региональной рабочей силы потребуются непрерывное обучение и переквалификация.»

В этой части респонденты прогнозируют трансформацию взаимоотношений между работником и работодателем в свете указанных ранее тенденций кадрового дефицита и демографического спада. Очевидным для экспертов является дальнейшее логическое развитие тренда на «рынок соискателя», диктующего свои условия конкурирующему за него работодателю.

Таблица 4. Свод основных прогнозов экспертов по региональным рынкам труда

Основные направления анализа нарративов	Ключевая тенденция	Частота упоминания	Характер прогноза
Занятость	Острый дефицит кадров, автоматизация	152	Тревожный, проблемный
Миграция	Отток молодежи, приток иностранной рабочей силы	85	Негативный, вызовы и риски для региона
Трудоустройство	Гибкость форматов работы, необходимость непрерывного образования и профессионализации	64	Трансформационный, требующий адаптации

Выводы. Подытоживая результаты ответов экспертов, можно отметить в целом тревожную картину ожиданий относительно будущего региональных рынков труда воссоединенных территорий. Доминируют два взаимосвязанных вызова – структурный кадровый голод в жизненно важных производственных отраслях и социальной сфере, а также демографическое давление, выражающееся в старении населения и оттоке перспективной, образованной, квалифицированной молодежи в крупные агломерации.

Технологический прогресс воспринимается экспертами как двойственная сила: с одной стороны, он создает новые профессии и облегчает человеческий труд, с другой – усугубляет социальное неравенство, вытесняя работников низкой квалификации и увеличивая разрыв между развитыми и депрессивными территориями.

Успешное будущее региона, по мнению опрошенных, будет напрямую зависеть от способности власти и бизнеса создать привлекательные условия для жизни и работы общими усилиями (жилищное строительство и развитие социальной инфраструктуры), от переустройства государством системы высшего и профессионального образования для балансирования спроса и предложения рынка труда и эффективного управления миграционными процессами. Без этого новым регионам грозят закрепление роли периферийных территорий с устойчивым кадровым дефицитом и ограниченными возможностями для развития.

Источники

Бизин С.В. (2023). Проблематика управления кадровым обеспечением системы здравоохранения региона // *Лидерство и менеджмент*. Том 10. № 4. С. 1419–1438.

Бобков В.Н., Одинцова Е.В., и др. (2023). Влияние прекаризации на качество занятости и уровень жизни поколенных групп экономически активного населения. *Ижевск: Общество с ограниченной ответственностью «Издательство «Шелест»»*. 104 с.

Васильева Е.В., Каманина А.Н. (2023). Дефицит ИТ-кадров в России на современном этапе: причины и пути преодоления // *Дискуссия*. № 2(117). С. 108–118.

Захаров Д.К., Каштанова Е.В., и др. (2023). Рынок труда России в условиях экономических санкций // *Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России*. Том 12. № 4. С. 13–17.

Канева Д.А., Тарараева Т.Ю., и др. (2024). Проблема дефицита врачебных кадров в здравоохранении России: причины и пути решения (литературный обзор) // *Современные проблемы здравоохранения и медицинской статистики*. № 1. С. 747–767. Колесникова О.А., Маслова Е.В., и др. (2023). Кадровый дефицит на современном рынке труда России: проявления, причины, тренды, меры преодоления // *Социально-трудовые исследования*. № 4(53). С. 179–189.

Леонидова Г.В. (2023). Признаки прекаризации занятости педагогических кадров общего образования: региональный срез // *Проблемы развития территории*. Том 27. № 6. С. 157–177.

Маслова Е.В., Колесникова О.А., и др. (2023). Сдвиги на рынке труда в условиях санкционного давления и необходимые направления его регулирования // *Экономика труда*. Том 10. № 1. С. 27–46.

Миролюбова Т.В., Радионова М.В. (2023). Цифровая трансформация и ее влияние на социально-экономическое развитие российских регионов // *Экономика региона*. Том 19. № 3. С. 697–710.

Мысляева И.Н. (2024). Государственное регулирование социально-трудовых отношений в условиях цифровой экономики // *Уровень жизни населения регионов России*. Том 20. № 1. С. 27–38.

Новосельский С.О., Петрушина О.В., и др. (2023). Оценка формирования и использования человеческого капитала региона в условиях глобальной нестабильности // *Учет и статистика*. Том 20. № 4. С. 60–74.

Погонышев В.А., Ториков В.Е., и др. (2022). Цифровые двойники в сфере АПК // *Современные тенденции развития аграрной науки: Сборник научных трудов международной научно-практической конференции, Брянск, 01–02 декабря 2022 года*. Том 4. С. 729–734. Брянск: Брянский государственный аграрный университет.

Погонышев В.А., Ториков В.Е., и др. (2023). Вопросы совершенствования инженерно-технологической обеспеченности АПК в условиях цифровизации // *Вестник Брянской ГСХА*. № 3(97). С. 51–59.

Попов А.В. (2023). Влияние прекаризации на уровень жизни и положение российской молодежи в сфере занятости // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. Том 16. № 6. С. 236–251.

Сафиуллин М.Р., Ельшин Л.А. (2023). Санкционное давление на экономику России: пути преодоления издержек и выгоды конфронтации в рамках импортозамещения // *Финансы: теория и практика*. Том 27. № 1. С. 150–161.

Симонова М.В., Санкова Л.В. и др. (2023). Стратегическое планирование кадрового обеспечения социально значимых отраслей экономики регионов // *Креативная экономика*. Том 17. № 8. С. 2815–2838.

Строев В.В., Близкий Р.С. (2023). Особенности цифровизации экономики в рамках развития регионов страны // *Московский экономический журнал*. Том 8. № 11.

Сычев С.М., Бельченко С.А., и др. (2023). Динамика развития агропромышленного комплекса (на примере Брянской области – 2022, 2023 годы) // *Вестник Брянской ГСХА*. № 1(95). С. 3–9.

Чекмарев О.П., Ильвес А.Л., и др. (2023). Занятость и дефицит кадров в России в условиях санкционного давления: факторный анализ предложения труда // *Экономика труда*. Том 10. № 4. С. 475–496.

Шейман И.М., Сажина С.В. (2018). Кадровая политика в здравоохранении: как преодолеть дефицит врачей // *Мир России. Социология. Этнология*. Том 27. № 3. С. 130–153.

Яник А.А., Попова С.М., и др. (2023). Региональные рынки труда в России в новых условиях: проблемы и возможности выхода из «колеи развития» // *ДЕМИС. Демографические исследования*. Том 3. № 4. С. 165–182.

■ ■ ■ Forecasts of regional labor markets development in the narratives of specialists of employment centers of the Rostov region and the reunified territories of the Russian Federation

Zinchenko Ya.G., Zmiyak S.S., Ponamarev A.B., Ponedelkov A.V.

South-Russian Institute of Management of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Rostov-on-Don, Russian Federation

Abstract. Forecasts of the development of employment trends, employment of potential labor, and migration flows are currently of particular interest in light of the large-scale initiatives undertaken by the state as part of the new national project «Personnel». In the context of insufficient completeness of statistical information related to the objective difficulties of determining the total population, its gender and age structure, the number of economically active population, and information about the economic activities of economic entities in the territories of the reunified regions, the expert opinion of specialists from the employment centers of the Rostov Region as an integration hub and the reunified territories of the Russian Federation is of scientific value. The article presents the results of an expert survey conducted by specialists from employment centers in the Rostov Region, the Donetsk and Lugansk People's Republics, and the Zaporizhzhia and Kherson Regions. The author team conducted a content analysis of the experts' responses to open-ended questions on the development of regional labor markets over a five-year period. The analysis of the narratives revealed key expectations, concerns, and trends that will shape the regional labor and migration landscape.

Keywords: trends, forecast, expectations, employment centers, reunified territories

Funding: The article was prepared as part of the research work of the state assignment of the Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration 1.7-2025-1 Trends and Prospects for the Development of Regional Labor Markets in the Context of Changing Socio-Economic Conditions (on the Example of the Rostov Region and the New Subjects of the Russian Federation))

For citation: Zinchenko Ya.G., Zmiyak S.S., Ponamaryov A.B., Ponedelkov A.V. (2025). Forecasts of regional labor markets development in the narratives of specialists of employment centers of the Rostov Region and the reunified territories of the Russian Federation. Vol 13. No 3. P.130-140. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-130-140.

Inf. about the authors: Zinchenko Yaroslava Gennadievna - Candidate of Sciences in Sociology, Head of the Department of Sociology, South Russian Institute of Management, branch of RANEPa. ORCID: 0000-0002-5765-8693; E-mail: zinchenko-yg@ranepa.ru. Address: 344002, Russia, Rostov-on-Don, Pushkinskaya Street, 70/52-54-56. Sergey Sergeevich Zmiyak - Doctor of Economics, Head of the Department of Economic Theory and Entrepreneurship, South Russian Institute of Management, branch of RANEPa. ORCID: 0000-0003-3212-3649; E-mail: zmiyak-ss@ranepa.ru. Address: 344002, Russia, Rostov-on-Don, Pushkinskaya Street, 70/52-54-56.

Ponamarev Alexander Borisovich - Candidate of Sciences in Sociology, Associate Professor, South Russian Institute of Management, Branch of RANEPa. ORCID: 0000-0003-2226-6144; E-mail: kalvarus94@gmail.com. Address: 344002, Russia, Rostov-on-Don, Pushkinskaya Street, 70/52-54-56.

Ponedelkov Alexander Vasilyevich - Doctor of Political Sciences and Head of the Department of Political Science and Ethnopolitics South Russian Institute of Management, branch of RANEPa. ORCID: 0000-0002-5447-1647; E-mail: ponedelkov-av@ranepa.ru. Address: 344002, Russia, Rostov-on-Don, Pushkinskaya Street, 70/52-54-56.

Received: 30.08.2025. Accepted: 25.09.2025.

References

Bizin S.V. (2023). Issues of managing healthcare system staffing in the region. *Leadership and Management*. Vol. 10, No. 4, pp. 1419–1438. (in Rus.)

Bobkov V.N., Odintsova E.V., et al. (2023). The impact of precarization on employment quality and living standards of generational groups of the economically active population. Izhevsk: LLC Shelest Publishing House. 104 p. (in Rus.)

Chekmarev O.P., Ilves A.L., et al. (2023). Employment and labor shortage in Russia under sanctions pressure: a factor analysis of labor supply. *Labor Economics*. Vol. 10, No. 4, pp. 475–496. (in Rus.)

Kaneva D.A., Tararaeva T.Yu., et al. (2024). The problem of physician shortage in Russian healthcare: causes and solutions (literature review). *Current Issues of Healthcare and Medical Statistics*. No. 1, pp. 747–767. (in Rus.)

Kolesnikova O.A., Maslova E.V., et al. (2023). Personnel shortage in the modern Russian labor market: manifestations, causes, trends, and measures to overcome it. *Social and Labor Research*. No. 4(53), pp. 179–189. (in Rus.)

Leonidova G.V. (2023). Signs of precarization of employment among general education teaching staff: a regional perspective. *Problems of Territory's Development*. Vol. 27, No. 6, pp. 157–177. (in Rus.)

Mirolyubova T.V., Radionova M.V. (2023). Digital transformation and its impact on the socio-economic development of Russian regions. *Economy of Region*. Vol. 19, No. 3, pp. 697–710. (in Rus.)

Myslyaeva I.N. (2024). State regulation of social and labor relations in the digital economy. *Living Standards of the Population in the Regions of Russia*. Vol. 20, No. 1, pp. 27–38. (in Rus.)

Novoselsky S.O., Petrushina O.V., et al. (2023). Assessment of the formation and use of regional human capital under global instability. *Accounting and Statistics*. Vol. 20, No. 4, pp. 60–74. (in Rus.)

Pogonysh V.A., Torikov V.E., et al. (2022). Digital twins in the agro-industrial complex. Modern Trends in the Development of Agricultural Science: *Proceedings of the International Scientific and Practical Conference*, Bryansk, December 01–02, 2022. Vol. 2, pp. 729–734. Bryansk: Bryansk State Agrarian University. (in Rus.)

Pogonysh V.A., Torikov V.E., et al. (2023). Issues of improving engineering and technological support of the agro-industrial complex under digitalization. *Bulletin of Bryansk State Agricultural Academy*. No. 3(97), pp. 51–59. (in Rus.)

Popov A.V. (2023). The impact of precarization on the living standards and employment situation of Russian youth. *Economic and Social Changes: Facts, Trends, Forecast*. Vol. 16, No. 6, pp. 236–251. (in Rus.)

Safiullin M.R., Elshin L.A. (2023). Sanctions pressure on the Russian economy: ways to overcome costs and benefits of confrontation within import substitution. *Finance: Theory and Practice*. Vol. 27, No. 1, pp. 150–161. (in Rus.)

Sheiman I.M., Sazhina S.V. (2018). Human resource policy in healthcare: how to overcome physician shortages. *Universe of Russia. Sociology. Ethnology*. Vol. 27, No. 3, pp. 130–153. (in Rus.)

Simonova M.V., Sankova L.V., et al. (2023). Strategic planning of staffing support for socially significant sectors of the regional economy. *Creative Economy*. Vol. 17, No. 8, pp. 2815–2838. (in Rus.)

Stroev V.V., Blizkiy R.S. (2023). Features of economy digitalization in the context of regional development in Russia. *Moscow Economic Journal*. Vol. 8, No. 11. (in Rus.)

Sychev S.M., Belchenko S.A., et al. (2023). Dynamics of agro-industrial complex development (on the example of Bryansk region – 2022, 2023). *Bulletin of Bryansk State Agricultural Academy*. No. 1(95), pp. 3–9. (in Rus.)

Vasilieva E.V., Kamanina A.N. (2023). Shortage of IT specialists in Russia at the present stage: causes and ways of overcoming it. *Discussion*. No. 2(117), pp. 108–118. (in Rus.)

Yanik A.A., Popova S.M., et al. (2023). Regional labor markets in Russia under new conditions: problems and opportunities to break out of the «development rut». *DEMIS. Demographic studies*. Vol. 3, No.4, P. 165–182.

Zakharov D.K., Kashtanova E.V., et al. (2023). The Russian labor market under economic sanctions. *Human Resource Management and Intellectual Resources in Russia*. Vol. 12, No.4, P. 13–17.

СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ

SOCIOLOGY OF CULTURE

■ ■ ■ Культурная эволюция как коммуникативная модель конвергентного знания

Индрикова А.А.

Московский Государственный Лингвистический Университет, Москва, Российская Федерация.

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению тезауруса кумулятивной культурной эволюции как коммуникативной модели научной конвергенции, обеспечивающей интеграцию естественно-научного и гуманитарного знания в условиях современного технологического перехода. Проблема, обсуждаемая в статье, заключается в отсутствии универсальных понятийных инструментов, обеспечивающих согласование дисциплинарных языков и выработку общего смыслового поля для междисциплинарных коммуникаций. Методологическую основу работы составляют эволюционный конструктивизм, позволяющий трактовать развитие знания как процесс активного смыслопорождения, и конструктивный реализм В.С. Степина, подчеркивающий необходимость соотнесения когнитивных конструкций с объективными структурами реальности. В результате показано, что тезаурус кумулятивной культурной эволюции формирует онтологический фокус научной коммуникации, выступая в качестве когнитивной карты междисциплинарных связей, инструмента интеграции гуманитарных и естественных наук. Особое значение уделяется концептам ноосферы и восходящей эволюции, которые задают мировоззренческое основание для согласования научных дискурсов. Сделан вывод о высокой эффективности тезауруса в качестве модели научной конвергенции и перспективах его применения в социологии коммуникации, в цифровой гуманитаристике и в разработке коммуникативной стратегии будущего России.

Ключевые слова: тезаурус, коммуникативная модель, научная конвергенция, культурная эволюция, социология коммуникации

Для цитирования: Индрикова А.А. Культурная эволюция как коммуникативная модель конвергентного знания // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 142-154. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-142-154.

Сведения об авторе: Индрикова Анастасия Александровна – кандидат культурологии, доцент, доцент кафедры мировой культуры Института гуманитарных и прикладных наук Московского Государственного Лингвистического Университета (ИГПН МГЛУ). ORCID: 0000-0002-3457-2862. E-mail: anastasia.indrikova@yandex.ru. Адрес: 119034, Россия, г. Москва, ул. Остоженка, д. 38 стр.1.

Статья поступила в редакцию: 11.08.2025. *Принята к печати:* 20.09.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. Современное развитие науки характеризуется стремлением к междисциплинарности и интеграции разнородных областей знания. Трансдисциплинарность признается одной из ключевых эпистемических характеристик современного научного знания [Погорский 2014]. Ученые разных направлений пытаются осмыслить тектонические масштабы слияния социогуманитарного знания и техносферы и сформулировать возникающие в этой связи методологические задачи [Gontier, Bradie 2021; Marten 2001; Masan 1995; May 2009; Olssen 1995; Wagner et al. 2015]. «Необходима принципиальная, революционная перестройка всего технологического базиса в неразрывной связи его научной, производственной, социально-политической и культурной составляющих» [Ковальчук и др. 2013: 5].

Конвергенция наук – от естественных до гуманитарных – становится не только стратегическим ориентиром, но и необходимым условием адекватного ответа на вызовы XXI века: глобальные экологические трансформации, технологические революции, кризисы идентичности и цивилизационные разломы. В этой ситуации особую значимость приобретает разработка коммуникативных моделей, способных не только обеспечивать эффективный обмен знаниями между различными научными сообществами, но и формировать метауровень понятийной интеграции. Одной из таких моделей может выступать тезаурус кумулятивной культурной эволюции, основанный на концептах ноосферы и восходящей эволюции.

Тезаурус, в отличие от энциклопедии или классификатора, не только фиксирует знания, но и организует их в систему смысловых координат, позволяя отслеживать динамику научных категорий и открывать новые смысловые пересечения. В контексте кумулятивной культурной эволюции тезаурус становится инструментом гуманитарной экспертизы, сборки и трансфера гуманитарного и естественно-научного знания, переводя идеи биосферной ответственности, антропотехногенеза и когнитивных трансформаций в универсальный понятийный язык. Такая организация позволяет выстроить модель коммуникации, где ученые различных областей науки находят точки корреляции в рамках общего понятийного «каркаса» тезауруса. Через эти точки неслучайной конвергенции проходят линии ноосферной коммуникации, необходимого для выстраивания коммуникативных траекторий разумного взаимодействия техно- и биосфер в экспоненциально и хаотично разрастающемся пространстве конвергентного знания.

Социальная актуальность тезауруса кумулятивной культурной эволюции связана с необходимостью выработки нового типа мировоззренческих и образовательных стратегий, способных преодолеть фрагментарность современного знания. Концепт ноосферы (В.И. Вернадский) подчеркивает коллективное измерение человеческого разума и его способность становиться фактором технологического развития планетарного масштаба [Вернадский]. М.В. Ковальчук обосновывает необходимость современной науки в новых природоподобных технологиях [Ковальчук и др. 2013], для разработки которых требуется и «природоподобная» философия, и соответствующая ее основаниям методология, и тезаурус. Сама

логика научной конвергенции требует артикуляции нового технологического уклада, основанного на ноосферном – разумном – природоподобии.

Концепт восходящей эволюции, апеллирующий к идеям русского космизма, соотносится с актуальной категорией современной науки – кумулятивной культурной эволюцией (А.А. Пелипенко) через общее понимание культуры как процесса усложнения, расширения и возрастания уровней и целей социальной организации в процессе антропокультурогенеза [Пелипенко 2023]. В совокупности эти категории формируют системообразующую концептуальную основу для новой коммуникативной модели науки, где конвергентное знание предстает не как сумма изолированных фактов, а как система эволюционно-направленных смыслов.

Таким образом, актуальность тезауруса кумулятивной культурной эволюции как коммуникативной модели научной конвергенции определяется:

- потребностью в интеграции естественно-научного и гуманитарного знания;
- необходимостью формирования новых понятийных и образовательных стратегий в условиях цивилизационных вызовов;
- перспективой ноосферной и эволюционной ориентации науки, обеспечивающей развитие междисциплинарных коммуникаций на качественно новом – уровне.

Отсюда задачей становится исследование коммуникативного потенциала тезауруса кумулятивной культурной эволюции как коммуникативного инструмента метанаучной рефлексии, позволяющий выявлять точки пересечения когнитивных, культурных и технологических процессов. Такой подход создает предпосылки для формирования единой коммуникативной платформы, объединяющей исследования в области когнитивной лингвистики, нейронаук, антропологии и культурологии. Более того, тезаурус позволяет моделировать не только коммуникативные взаимодействия внутри научного сообщества, но и их социальные последствия — от трансформации образовательных практик до коммуникативных стратегий будущего страны.

Степень научной разработанности проблемы. Вопросы коммуникативных моделей в науке активно разрабатываются в разных областях знания — от лингвистики и когнитивистики до социологии науки и информационных технологий. Значительное внимание уделяется тезаурусам как инструментам организации и трансляции знания. Традиционно тезаурусы рассматривались в контексте информационно-поисковых систем и терминологических баз. Так, работы Ю.Д. Апресяна показали роль словарей-тезаурусов в создании систематизированных семантических моделей языка [Апресян и др. 2006]. Подобный подход ориентирован на точность передачи понятийных структур и создание универсальных средств межъязыковой и междисциплинарной коммуникации. Одновременно с пониманием систематизирующего значения тезауруса подчеркивается его концептуальность: «Словарь всегда концептуален, даже если его концепция и не декларирована составителями» [Апресян и др. 1997].

В коммуникативистике тезаурусы анализируются как средства оптимизации профессиональных и научных коммуникаций. Исследования Т.А. ван Дейка [Dijk 2014] раскрывают значимость когнитивных структур для понимания дискурса и демонстрируют, что тезаурусы могут рассматриваться как инструмент согласования когнитивных карт участников коммуникации.

Попытки осмысления тезаурусов в контексте научной конвергенции предприняты в междисциплинарных исследованиях. Так, Клейн рассматривает тезаурус как инструмент интеграции научных дискурсов, позволяющий выстраивать мосты между различными дисциплинарными языками [Klein 1990]. В более поздних исследованиях, посвященных глобальной конвергенции науки [Wagner et al. 2015] подчеркивается необходимость создания универсальных коммуникативных моделей для интеграции знания на мировом уровне.

Вместе с тем, специализированных тезаурусов, направленных именно на интеграцию естественно-научного и гуманитарного знания в ключе кумулятивной культурной эволюции, в научной литературе практически нет. Существующие разработки носят либо технический характер (терминологические базы в биологии, медицине, информатике), либо ориентированы на отдельные гуманитарные сферы (например, культурология или лингвистика).

Эффективность тезауруса как коммуникативной модели научной конвергенции заключается в его способности:

- 1) фиксировать и систематизировать понятийные ресурсы разных дисциплин;
- 2) выявлять междисциплинарные пересечения и «точки роста» новых научных направлений;
- 3) обеспечивать когнитивную совместимость научных языков.

Тезаурус кумулятивной культурной эволюции в данном контексте может быть рассмотрен как уникальная коммуникативная модель, поскольку он ориентирован на интеграцию ключевых концептов (ноосфера, восходящая эволюция), обладающих высоким уровнем универсальности и способностью объединять исследовательские подходы. Его эффективность определяется тем, что он не просто структурирует терминологию, но и задает мировоззренческий каркас научной коммуникации, формируя когнитивное поле для совместного решения глобальных проблем.

Таким образом, изучение научной разработанности проблемы указывает на высокий коммуникативный потенциал тезауруса кумулятивной культурной эволюции, что определяет необходимость его целенаправленного теоретического исследования, практической разработки и апробации.

Методология исследования

Исследование научной конвергенции через тезаурус сегодня видится особенно востребованным по трём ключевым причинам, которые напрямую связаны с трансформацией научного знания в условиях цифровизации и трансдисциплинарности.

1. *Рост объёма и сложности знаний.* Современная наука генерирует колоссальные объёмы данных, включая разные по содержанию тексты, медиа и статистические массивы. Без систематизированной терминологической карты — а тезаурус именно её и обеспечивает — становится невозможно эффективно интегрировать данные из разных дисциплин. Тезаурус структурирует понятия, фиксирует их иерархии и смысловые связи, что позволяет исследователям из разных областей «говорить на одном языке» и снижает риск семантических разрывов при междисциплинарном обмене.

2. *Конвергенция социального и технологического знания.* Тезаурус играет роль мета-интерфейса между социальными и техническими науками: в социальных науках он помогает формализовать сложные культурные и поведенческие концепты, делая их доступными для количественного анализа, в технических — превращает абстрактные инженерные или вычислительные категории в элементы, которые могут быть интерпретированы через призму социального контекста. Таким образом, тезаурус становится механизмом «перевода» между гуманитарным смысловым аппаратом и машинно-ориентированными системами, включая ИИ и большие языковые модели.

3. *Концептуальная векторизация нейросетей и создание научно- и культурно верифицированной онтологии цифровой гуманитаристики.* В цифровой гуманитаристике как обширно развивающейся области трансдисциплинарного знания тезаурус служит глубинным семантическим «каркасом» с определенной заложенной в его системное ядро онтологическими концептами, содержащими культурные коды, которые могут использоваться в алгоритмах интерпретации запросов пользователей нейросетей. Тезаурус, таким образом, осуществляет своего рода концептуальную векторизацию текстов и формирует ответы на основе заложенной в ее системе категорий картины мира. Тезаурус может использоваться для концептуального анализа корпусных словарей, задавать концептуальную рамку для тематического моделирования, и учитываться как стратегия векторизации текстов; позволяет связывать исторические и современные источники по смысловым траекториям, а не только по ключевым словам; поддерживает интерпретируемость результатов ИИ, так как машинные алгоритмы могут объясняться через понятия, зафиксированные в тезаурусе. В итоге цифровая гуманитаристика получает не просто инструмент поиска или классификации, а онтологическую инфраструктуру, способную отражать эволюцию культурных, политических и научных концептов.

Методологической основой исследования тезауруса кумулятивной культурной эволюции как коммуникативной модели научной конвергенции выступает сочетание подходов эволюционного конструктивизма и конструктивного реализма. Такой выбор обусловлен необходимостью учитывать одновременно динамику становления научного знания и его культурно-онтологическую укорененность, что особенно значимо в условиях междисциплинарной интеграции.

Эволюционный конструктивизм базируется на идее о том, что познание и культура развиваются как процессы активного конструирования смыслов, включен-

ных в эволюционные механизмы усложнения и самосохранения. В отличие от классических теорий познания, рассматривающих знание как отражение внешнего мира, эволюционный конструктивизм подчеркивает, что когнитивные системы — от индивидуального сознания до коллективных культурных структур — не пассивно воспринимают информацию, а формируют собственные модели действительности в ответ на вызовы среды. В контексте кумулятивной культурной эволюции этот подход позволяет рассматривать тезаурус не как статичное хранилище терминов, а как динамическую систему, эволюционирующую вместе с научным знанием, социальными практиками и технологиями.

Теоретико-методологическая парадигма конструктивного реализма [Степин и др. 2018], подчеркивает двойственную природу научного знания: оно, с одной стороны, конструируется исследовательскими сообществами в рамках их когнитивных и культурных практик, а с другой — ориентировано на выявление устойчивых структур объективной реальности. Такой подход позволяет избежать как редукции знания к социокультурным конструктам, так и представления науки как чисто объективного отражения мира. В исследовании тезауруса кумулятивной культурной эволюции конструктивный реализм обеспечивает методологический баланс: понятийные структуры тезауруса трактуются как продукты культурной и научной деятельности, но одновременно они соотносены с реальными процессами эволюции природы, общества и технологий.

Совмещение эволюционного конструктивизма и конструктивного реализма позволяет выстроить методологическую рамку, где тезаурус понимается как коммуникативная модель, отражающая динамику научной конвергенции и обеспечивающая ее онтологическую рамку. Эволюционный конструктивизм задает акцент на изменчивости и когнитивной активности науки, а конструктивный реализм обеспечивает нормативное основание для оценки адекватности понятийных моделей в отношении реальности. Такая комбинация делает возможным создание тезауруса, способного быть не только инструментом междисциплинарного перевода, но и механизмом выработки целостной картины мира.

Таким образом, методология исследования позволяет рассматривать тезаурус кумулятивной культурной эволюции как живую, развивающуюся систему смыслов, которая служит одновременно когнитивным инструментом, коммуникативной платформой и мировоззренческим каркасом научной конвергенции.

Результаты исследования

Как показывает накопленный человечеством опыт, научная мысль второй половины 20 века преобразовывала планету стихийно, неравномерно, без учета возможных последствий, таких как ресурсное истощение планеты и энергетический дисбаланс. Н.Н. Моисеев в конце XX века неслучайно приходит к созданию эколого-политологической парадигмы науки, в которой разумное социальное управление – ноосфера – становится центральной категорией и условием выхода из системного кризиса цивилизации [Моисеев 2015]. Условием и пер-

вым шагом к преодолению системного цивилизационного кризиса поэтому представляется коммуникативная «перезагрузка» современной науки в логике ноо-антропогенеза, в новой артикуляции идей ноосферы, приведение к общему знаменателю (через общий тезаурус-словарь) достижений культуры и техносферы.

В изучении коммуникации сегодня одной из приоритетных задач является обеспечение инструментов преобразования текстов и обработки данных нейросетей технологиями глубокого качественного анализа смыслов.

Тезаурус как методология научной конвергенции – это не только способ организации знаний, но и средство создания общего семантического пространства, где социальное и технологическое знание могут быть интегрированы. Для цифровой гуманитаристики это означает переход от «анализаторов текста» к «интерпретаторам смыслов», что напрямую повышает ценность таких исследований в эпоху ИИ.

Особая значимость тезауруса восходящей эволюции состоит в возможности его применения в качестве гуманитарной экспертизы текстовой деятельности при анализе текстовых данных, особенно медиапоток, а также в работе ИИ и нейросетей. Гуманитарная экспертиза состоит в предоставлении инструмента глубинного смыслового анализа и интерпретации концептуальной онтологии текстовой семантики и, отсюда – понимание направления и характера текстовой деятельности по отношению к ноосфере как высшей цели разумной человеческой деятельности. Именно такую деятельность директор Курчатковского института М.В. Ковальчук называет «природоподобной», т.е. не нарушающей законы природы, соответствующей идее разумной научной мысли человека. Тезаурус структурирует ключевые семантические понятия, отображающие прогрессивные, эволюционные тенденции в человеческом познании и культуре.

Векторизация медиатекстов, основанная на таком тезаурусе, позволяет интерпретировать не только статистические данные, но и смысловую структуру текста, выявлять его корреляцию с философскими категориями эволюции знания, что улучшает интерпретируемость и помещает качество семантического анализа на новый уровень, а также позволяет моделям ИИ учитывать динамику смысловых изменений во времени.

Векторизация текста представляет собой метод преобразования слов, предложений и документов в численные векторы, используемые для анализа и обработки текстовых данных. В современных NLP-платформах, таких как spaCy (свободно распространяемая библиотека на Python с обширным функционалом для обработки естественного языка) векторизация реализуется через встроенные методы: построение эмбедингов, частотные модели (TF-IDF), модели на основе контекста (Word2Vec, FastText, transformer эмбединги). Это позволяет эффективно решать задачи кластеризации, классификации, семантического поиска и тематического анализа. Векторизация обеспечивает математическую основу для количественного представления смысловых и синтаксических характеристик текста, облегчая их анализ с применением методов машинного обучения.

В контексте цифровых гуманитарных наук и научной конвергенции технических и гуманитарных дисциплин применение тезауруса восходящей эволюции способствует интеграции качественных категорий (концептов) с количественными методами анализа. Он позволяет объединить философские подходы к эволюции знания (например, эволюционную эпистемологию) с цифровыми инструментами обработки текста, создавая платформу для междисциплинарных исследований, в которой смысл и структурное развитие понятий учитываются наравне с вычислительными метриками.

Дальнейшая разработка коммуникативных моделей тезауруса открывает новые направления для применения в социологии коммуникации, особенно с позиций конструктивистской эволюционной эпистемологии. Здесь антропокосмизм выступает как метафизико-культурная рамка, позволяющая трактовать развитие научных коммуникаций и знания в терминах «антропно-космистского» синтеза. В свете конструктивистской эволюционной эпистемологии это позволяет рассмотреть знание как конструктивно-эмергентное явление, которое развивается через культурные, технологические и символические взаимодействия с целью умного преобразования социальной, технологической и природной среды.

Обсуждение

Современная социология коммуникации сталкивается с ситуацией кризиса понятийного аппарата. Фрагментация медиасреды, ускоряющаяся цифровизация и размывание границ между научным, политическим и массовым дискурсами привели к тому, что классические модели коммуникации – линейные, интеракционные, системные – оказываются недостаточными для анализа динамики смыслопроизводства в условиях глобальных трансформаций. В этом контексте тезаурус кумулятивной культурной эволюции открывает принципиально новые методологические горизонты.

Прежде всего, идея восходящей эволюции как объяснительная модель кумулятивной культурной эволюции позволяет интерпретировать коммуникацию как процесс поступательного усложнения когнитивных структур общества. В этом ракурсе социальная коммуникация предстает механизмом эволюционного роста культурных смыслов, обеспечивающим переход от локальных и сегментарных форм знания к глобальным и интегративным. Для социологии коммуникации это означает возможность перейти от анализа поверхностных медиапрактик к выявлению глубинных когнитивных и эволюционных оснований современного дискурса.

Дальнейшая разработка коммуникативных моделей тезауруса отвечает актуальным вызовам социологии коммуникации – кризису доверия, росту информационного шума, поляризации общественного мнения. Конструктивистская эволюционная эпистемология позволяет рассматривать коммуникацию как процесс активного построения смыслов, где каждый акт взаимодействия определенным образом модифицирует когнитивные карты участников. Тезаурус, интегрированный в когнитивные карты медиа платформ и платформ ИИ в этом случае высту-

пает инструментом стабилизации и согласования смыслов, своего рода «семантическим навигатором», позволяющим удерживать коммуникацию в поле восходящей эволюции, а не энтропийной деградации.

Наиболее перспективными для социологии коммуникации представляются следующие модели тезауруса кумулятивной эволюции:

– *Модель когнитивной конвергенции* – направленная на согласование понятийных систем различных социальных групп и дисциплинарных сообществ, способная снизить риск конфликтов интерпретаций.

– *Модель ноосферной коммуникации* – ориентированная на выстраивание каналов взаимодействия, где ключевым критерием является не эффективность манипуляции, а степень включенности коммуникации в глобальные процессы устойчивого развития и биосферной ответственности. Многое для концептуализации такой модели коммуникации сделал Ю.П. Буданцев, обосновавший новое направление коммуникологии – ноокоммуникологию [Буданцев 1995], активно разрабатываемой сегодня в категориях экологии медиа- и ноосферного пространства [Шарков и др. 2023; Шарков, Силкин 2023]. Нарботанный категориальный аппарат ноокоммуникологии вместе с эколого-политологической парадигмой универсального эволюционизма Н.Н. Моисеева [Моисеев] и философскими категориями русского космизма могут составить концептуальное ядро тезауруса.

Современная социология коммуникации нуждается в тезаурусе кумулятивной культурной эволюции именно потому, что без него она рискует остаться в плену аналитики поверхностных эффектов — лайков, репостов, алгоритмических трендов — и утратить способность видеть эволюционные направления развития общества. Тезаурус задает «долгосрочную рамку» анализа: он позволяет выявлять не только то, как люди коммуницируют здесь и сейчас, но и определять каким образом их коммуникация формирует горизонты будущего. Современные ученые коммуникативисты, культурологи и представители конвергентных областей знания (М.В. Ковальчук, Ф.И. Шарков, В.В. Силкин, А.А. Индриков, Л.А. Поелуева, А.А. Индрикова (Беляцкая) и др.) все чаще обращаются к исследованию актуальных коммуникативных стратегий будущего России, у которой есть фундаментальная научная парадигма, ориентированная на стратегию соотнесения технологического будущего человечества с природоподобным экологичным биосферным и социальным (ноосферным) развитием [Ковальчук и др. 2013; Силкин и др. 2023; Шарков и др. 2023; 2025; Индриков и др. 2019; 2023; Поелуева 2024; Беляцкая 2016].

Выводы. Таким образом, перспективы методологии в социологии коммуникации непосредственно связаны с разработкой коммуникативных моделей тезауруса кумулятивной культурной эволюции. Именно эта понятийная и методологическая основа тезаурусного подхода с социально-конструктивным ноокоммуникологическим содержанием способна придать дисциплине новый импульс в эпоху, когда исследования коммуникации как фактора социальной эволюции выдвинулись на передний край науки.

Источники

- Апресян В.Ю., Апресян Ю.Д., Бабаева Е.Э., Богуславская О.Ю., Иомдин Б.Л., Крылова Т.В., Левонтина И.Б., Санников А.В., Урысон Е.В.; отв. ред. Апресян Ю.Д. (2006). Языковая картина мира и системная лексикография. Москва: Языки славянских культур.
- Апресян Р.Г., Артемьева О.В., Максимов Л.В. (1997). Проблемы этики. О систематизации этического знания // Философские науки. № 1 [эл. ресурс]: https://iphras.ru/uplfile/ethics/biblio/Apressyan/problemu_eth.html (дата обращения: 4.08.2025).
- Беляцкая А.А. (2016). Антропокосмизм: универсальный методологический принцип // Русский универсум в условиях глобализации: Сб. статей участников Всерос. науч.-практ. конф. (Арзамас, 26–28 октября 2016 г.) / Науч. ред. Е.В. Валеева; отв. ред. С.В. Напалков. Арзамас: Интерконтакт. С. 434-437. EDN: XQMZAN.
- Буданцев Ю.П. (1995). Очерки ноокоммуникологии (массовая коммуникация в ноосфере). Москва: Международный независимый эколого-политологический университет.
- Вернадский В.И. (2013). Биосфера и ноосфера. Москва: Айрис-пресс.
- Индриков А.А., Поелуева Л.А., Индрикова А.А. (2019). Монументализм: фактор «больших идей» в самоорганизации сетевого пространства // Аудиовизуальные медиа в условиях трансформации социокультурной среды: материалы междунар. науч.-практ. конф. (Минск, 05 апреля 2019 г.) / Под ред. В.Г. Булацкого. Минск: БГУ. С. 41-45. EDN: KEGCJM.
- Индриков А.А., Поелуева Л.А., Индрикова А.А. (2023). Метаязык «восходящей эволюции»: рефлексия над монументальными основаниями культуры // Знание. Понимание. Умение. № 1. С. 146-159. DOI: 10.17805/zpu.2023.1.10. EDN: SIMSIB.
- Ковальчук М.В., Нарайкин О.С., Яцишина Е.Б. (2013). Конвергенция наук и технологий – новый этап научно-технического развития // Вопросы философии. № 3. С. 3-11.
- Моисеев Н.Н. (2015). Экологический и нравственный императивы для перестройки системы образования и воспитания в современной России // Вестник экологического образования в России. Т. 3. № 77. С. 13-15. EDN: UXWORD.
- Пелипенко А.А. (2023). Концепции эволюции и развития в смыслогенетической теории культуры // Культура культуры. № 1. EDN: YQUBVO.
- Погорский Э.К. (2014). Особенности цифровых гуманитарных наук // Знание. Понимание. Умение. №5. EDN: TGFCNJ [эл. ресурс]: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2014/5/Pogorskiy_Digital-Humanities/ (дата обращения: 10.07.2023).
- Поелуева Л.А. (2024). Русская культура в цивилизационной рамке: как сохранить себя в цифровом мире? // Цифровое общество: социологическое измерение настоящего и будущего: сб. материалов конф. (Москва, 02–03 ноября 2023 г.). Москва: Российское общество социологов. С. 325-328. EDN: LPEKKS.
- Поелуева Л.А., Индриков А.А., Беляцкая А.А. (2016). Антропокосмизм-монументализм-сетевой гуманизм: коммуникативная стратегия информационно-технологического будущего России // Коммуникология. Т. 4. № 2. С. 97-110. EDN: WNDMZT.
- Силкин В.В., Шарков Ф.И., Киреева О.Ф. (2023). Инвестиции в человеческий капитал: интеллектуальные, организационные и физические ресурсы // Коммуникология. Т. 11. № 3. С. 123-134. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-3-123-134. EDN: IFBYTG.
- Степин В.С., Смирнова Н.М., Синеокая Ю.В. (2018). Существуют ли методологический изоморфизм естественнонаучного и социально-гуманитарного знания? // Философский журнал. Т. 11. № 3. С. 150-165. DOI: 10.21146/2072-0726-2018-11-3-150-165. EDN: YAEVHF.
- Шарков Ф.И., Кириллина Н.В., Киреева О.Ф. (2023). Трансформация политического медиапространства в рамках ноосферной парадигмы (к 160-летию В. Вернадского) // Полис. Политические исследования. № 4. С. 182-191. DOI: 10.17976/jpps/2023.04.13. EDN: VYLVSZ.

Шарков Ф.И., Потапчук В.А., Голушко И.И. (2025). Инновации медиаиндустрии: новые медиа и искусственный интеллект // Коммуникология. Т. 13. № 1. С. 13-24. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-1-13-24. EDN: UZIKIE.

Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2023). Трансформация экологии человека, медиа- и ноосферного пространства // Социальная коммуникация в современном российском обществе: сб. докл. Всерос. науч.-практ. конф. (Москва, 20 октября 2022 г.) / Отв. ред. В.А. Мансуров, Т.З. Адамьянц; ред. Е.Ю. Иванова, П.С. Юрьев. Москва: Российское общество социологов. С. 64-72. EDN: JGJGTQ.

Dijk, van T.A. (2014). *Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

Gontier N., Bradie M. (2021). Evolutionary Epistemology: Two Research Avenues, Three Schools, and A Single and Shared Agenda. *Journal for General Philosophy of Science. Zeitschrift für Allgemeine Wissenschaftstheorie*. No. 52 (2). P. 197-209.

Klein J.T. (1990). *Interdisciplinarity: History, Theory, and Practice*. Detroit: Wayne State University Press.

Marten G.G. (2001). *Human Ecology: Basic Concepts for Sustainable Development*. Sterling, VA: Earthscan.

Masan P.R. (1995). The ecology of the noosphere: where the ecological movement falls short. *Kybernetes*. Vol. 24. No. 9. P. 13-34. DOI: 10.1108/03684929510101812.

May R.M. (2009). Ecological science and tomorrow's world. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*. Vol. 365. No. 1537. P. 41-47. DOI: 10.1098/rstb.2009.0151.

Olssen M. (1995). The epistemology of constructivism. *Access: contemporary issues of education*. Vol. 13. No. 2. P. 82-94.

Wagner C.S., Park H.W., Leydesdorff L. (2015). The continuing growth of global cooperation networks in research: A conundrum for national governments. *PLoS ONE*. Vol. 10. No. 7. e0131816. DOI: 10.1371/journal.pone.0131816.

■ ■ ■ Cultural Evolution as a Communicative Model of Convergent Knowledge

Indrikova A.A.

Moscow State Linguistic University, Moscow, Russia.

Abstract. The article is devoted to the consideration of the thesaurus of cumulative cultural evolution as a communicative model of scientific convergence, ensuring the integration of natural scientific and humanitarian knowledge in the context of modern technological transition. The research problem consists in the absence of universal conceptual tools that can ensure the alignment of disciplinary languages and the creation of a common semantic field for interdisciplinary communications. The methodological framework combines evolutionary constructivism, which interprets the development of knowledge as a process of active meaning-making, and constructive realism in interpretation of Vyacheslav Stepin, which emphasizes the necessity of correlating cognitive constructions with the objective structures of reality. The results show that the thesaurus of cumulative cultural evolution functions as a cognitive map of interdisciplinary connections, a tool for integrating the humanities and natural sciences, and also forms a kind of ontological focus of scientific communication. Particular attention is given to the concepts of the noosphere and ascending evolution, which provide a

worldview foundation for reconciling scientific discourses. In conclusion the author suggests the thesaurus a model of scientific convergence, which may have prospects for application in communication studies, digital humanities, and the development of communicative strategies for the future of Russia.

Keywords: thesaurus, communicative model, scientific convergence, cultural evolution, sociology of communication

For citation: Indrikova A.A. (2025). Cultural evolution as a communicative model of convergent knowledge. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 142-154. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-142-154.

Inf. about the author: Indrikova Anastasia Alexandrovna – CandSc (Cult.), associate professor at the Department of World Culture, Institute of Humanities and Applied Sciences, Moscow State Linguistic University. *ORCID:* 0000-0002-3457-2862. *E-mail:* anastasia.indrikova@yandex.ru. *Address:* 119034, Russia, Moscow, Ostozhenka st., 38 bldg. 1

Received: 11.08.2025. *Accepted:* 20.09.2025.

References

Apresyan R.G., Artemyeva O.V., Maksimov L.V. (1997). Problems of Ethics. On the Systematization of Ethical Knowledge. *Philosophical Sciences*. No. 1 [el. source]: https://iphras.ru/uplfile/ethics/biblio/Apressyan/problemy_eth.html (accessed 4.08.2025) (in Rus.).

Apresyan V.Yu., Apresyan Yu.D., Babaeva E.E., Boguslavskaya O.Yu., Iomdin B.L., Krylova T.V., Levontina I.B., Sannikov A.V., Uryson E.V.; ed. Apresyan Yu.D. (2006). The Language Picture of the World and Systematic Lexicography. Moscow: Languages of Slavic Cultures (in Rus.).

Belyatskaya A.A. (2016). Anthropocosmism: A Universal Methodological Principle. In: The Russian Universe in the Context of Globalization: A Collection of Articles by Participants of the All-Russian Scientific and Practical Conf. (Arzamas, October 26–28, 2016), ed. E.V. Valeeva; Responsible ed. S.V. Napalkov. Arzamas: Intercontact. P. 434-437. EDN: XQMZAN (in Rus.).

Budantsev Yu.P. (1995). Essays on Noocommunicology (Mass Communication in the Noosphere). Moscow: International Independent Ecological and Political Science University (in Rus.).

Dijk, van T.A. (2014). Discourse and Knowledge: A Sociocognitive Approach. Cambridge: Cambridge University Press.

Gontier N., Bradie M. (2021). Evolutionary Epistemology: Two Research Avenues, Three Schools, and A Single and Shared Agenda. *Journal for General Philosophy of Science. Zeitschrift für Allgemeine Wissenschaftstheorie*. No. 52 (2). P. 197-209.

Indrikov A.A., Poelueva L.A., Indrikova A.A. (2019). Monumentalism: The Factor of “Big Ideas” in the Self-Organization of Network Space. In: Audiovisual Media in the Context of the Transformation of the Sociocultural Environment: Proc. of the International Scientific and Practical Conf. (Minsk, April 5, 2019), ed. V.G. Bulatsky. Minsk: BSU. P. 41-45. EDN: KEGCJM (in Rus.).

Indrikov A.A., Poelueva L.A., Indrikova A.A. (2023). The Metalanguage of “Ascending Evolution”: Reflection on the Monumental Foundations of Culture. *Knowledge. Understanding. Skills*. No. 1. P. 146-159. DOI: 10.17805/zpu.2023.1.10. EDN: SIWSIB (in Rus.).

Klein J.T. (1990). Interdisciplinarity: History, Theory, and Practice. Detroit: Wayne State University Press.

Kovalchuk M.V., Naraykin O.S., Yatsishina E.B. (2013). Convergence of Sciences and Technologies – a New Stage of Scientific and Technological Development. *Questions of Philosophy*. No. 3. P. 3-11 (in Rus.).

- Marten G.G. (2001). *Human Ecology: Basic Concepts for Sustainable Development*. Sterling, VA: Earthscan.
- Masan P.R. (1995). The ecology of the noosphere: where the ecological movement falls short. *Kybernetes*. Vol. 24. No. 9. P. 13-34. DOI: 10.1108/03684929510101812.
- May R.M. (2009). Ecological science and tomorrow's world. *Philosophical Transactions of the Royal Society B*. Vol. 365. No. 1537. P. 41-47. DOI: 10.1098/rstb.2009.0151.
- Moiseev N.N. (2015). Environmental and Moral Imperatives for Restructuring the Education and Upbringing System in Modern Russia. *Bulletin of Environmental Education in Russia*. Vol. 3. No. 77. P. 13-15. EDN: UXWORD (in Rus.).
- Olssen M. (1995). The epistemology of constructivism. *Access: contemporary issues of education*. Vol. 13. No. 2. P. 82-94.
- Pelipenko A.A. (2023). Concepts of Evolution and Development in the Meaning-Genetic Theory of Culture. *Culture of Culture*. No. 1. EDN: YQUBVO (in Rus.).
- Poelueva L.A. (2024). Russian Culture in a Civilizational Framework: How to Survive in the Digital World? In: *Digital Society: Sociological Dimension of the Present and Future: Collection of Conf. Materials* (Moscow, November 2-3, 2023). Moscow: Russian Society of Sociologists. P. 325-328. EDN: LPEKKC (in Rus.).
- Poelueva L.A., Indrikov A.A., Belyatskaya A.A. (2016). Anthropocosmism-Monumentalism-Network Humanism: Communicative Strategy of Russia's Information-Technological Future. *Communicology*. Vol. 4. No. 2. P. 97-110. EDN: WNDMZZ (in Rus.).
- Pogorsky E.K. (2014). Features of Digital Humanities // Knowledge. Understanding. Skill. No. 5. EDN: TGFCNJ [el. source]: http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2014/5/Pogorskiy_Digital-Humanities/ (accessed 10.07.2023) (in Rus.).
- Sharkov F. I., Kirillina N. V., Kireeva O. F. (2023). Transformation of the political media space within the framework of the noospheric paradigm (on the 160th anniversary of V. Vernadsky). *Polis. Political Studies*. No. 4. P. 182-191. DOI: 10.17976/jpps/2023.04.13. EDN: VYLVSZ (in Rus.).
- Sharkov F. I., Potapchuk V. A., Golushko I. I. (2025). Media industry innovations: new media and artificial intelligence. *Communicology*. Vol. 13. No. 1. P. 13-24. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-1-13-24. EDN: UZIKIE (in Rus.).
- Sharkov F.I., Silkin V.V. (2023). Transformation of human ecology, media and noospheric space. In: *Social communication in modern Russian society: collection. report All-Russian scientific-practical conf.* (Moscow, October 20, 2022) / Rep. ed. V.A. Mansurov, T.Z. Adamyants; ed. E.Yu. Ivanova, P.S. Yuryev. Moscow: Russian Society of Sociologists. P. 64-72. EDN: JGJGTQ (in Rus.).
- Silkin V.V., Sharkov F.I., Kireeva O.F. (2023). Investments in Human Capital: Intellectual, Organizational, and Physical Resources. *Communicology*. Vol. 11. No. 3. P. 123-134. DOI: 10.21453/2311-3065-2023-11-3-123-134. EDN: IFBYTG (in Rus.).
- Stepin V.S., Smirnova N.M., Sineokaia Yu.V. (2018). Is There a Methodological Isomorphism of Natural Science and Social and Humanitarian Knowledge? *Philosophical Journal*. Vol. 11. No. 3. P. 150-165. DOI: 10.21146/2072-0726-2018-11-3-150-165. EDN: YAEVHF (in Rus.).
- Vernadsky V.I. (2013). *Biosphere and Noosphere*. Moscow: Iris-Press (in Rus.).
- Wagner C.S., Park H.W., Leydesdorff L. (2015). The continuing growth of global cooperation networks in research: A conundrum for national governments. *PLoS ONE*. Vol. 10. No. 7. e0131816. DOI: 10.1371/journal.pone.0131816.

■ ■ ■ Репрезентация образов учёных и изобретателей в детской мультипликации: социокультурный аспект

Удалова Е.С.

Пензенский государственный университет (ПГУ), Пенза, Российская Федерация.

Аннотация. В статье анализируются образы учёного и изобретателя, представленные в 26 отечественных и зарубежных мультипликационных продуктах (1965–2024). В исследовании применяются структурный и интерпретативный подходы к анализу образов, аксиологический, герменевтический, семиотический методы анализа, дискурс-анализ и традиционный анализ документов. Транслируемые образы являются одним из аспектов формирования у детской аудитории ценности знания и интереса к науке. Визуальная составляющая персонажей, зачастую стереотипная (очки, белый халат, характерная причёска), является средством демонстрации личностных качеств героя, а также его целей и особенностей научной деятельности. Отечественные мультфильмы часто изображают учёных неоднозначно: несмотря на их благородные цели и стремление приносить пользу обществу, их эксцентричный внешний вид делает персонажей непривлекательными. В некоторых героях прослеживается национальная самобытность образа учёного, что в целом обогащает образ, делает его более интересным и привлекательным для детской аудитории. Увлечённость работой, внимательное отношение к расчётам, оптимизм, трудолюбие, терпение, целеустремлённость – качества, присутствующие у героев учёных и изобретателей. Для героев важны ценности знания, науки, идеи, открытия, нестандартного решения проблемы. При этом цели их деятельности могут быть направлены как на благо общества и окружающих, так и на достижение личных интересов. В зарубежных мультфильмах чаще встречаются персонажи, чьи научные изыскания сочетаются с желанием достичь материального благополучия. Проведенный анализ подтверждает предположение о том, что образы учёного и изобретателя являются неотъемлемым элементом исследовательской культуры детей, формируя тем самым установки и ценности молодого поколения, способного в будущем решать нетривиальные задачи и адекватно справляться с проблемами современного общества.

Ключевые слова: образы учёного и изобретателя, ценности науки, мультипликационный фильм, детская аудитория

Для цитирования: Удалова Е.С. Репрезентация образов учёных и изобретателей в детской мультипликации: социокультурный аспект // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 155-167. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-155-167.

Сведения об авторе: Удалова Екатерина Сергеевна – к. филос. н., доцент кафедры «Социально-гуманитарные дисциплины» Пензенского государственного университета. ORCID: 0000-0002-5543-2762. E-mail: des-2312@mail.ru. Адрес: 440026, Россия, г. Пенза, ул. Красная, д. 40.

Статья поступила в редакцию: 19.07.2025. *Принята к печати:* 20.09.2025.

Конфликт интересов: отсутствует.

Введение. Исследовательская деятельность и наука играют важную роль в современном обществе. Уровень научного развития является показателем его благополучия и прогресса. Это означает, что крайне важным становится формирование у подрастающего поколения ценностей знания, науки и исследовательской деятельности.

Мультипликационные фильмы служат для детей наглядным и доступным источником информации о способах взаимодействия с окружающим миром, и, соответственно, представляют собой эффективный инструмент донесения до детской аудитории определённых ценностей [Ткач 2010; Суворова 2014; Леонтьева 2022].

Изучение влияния средств массовой информации на детскую аудиторию является актуальными для научного сообщества с XX века. Еще в 1960-е годы А. Бандура эмпирически доказал влияние примеров жестокости героев, демонстрируемых СМИ, на поведенческие установки детей дошкольного возраста [Bandura 1969]. В 1970–1980-е годы первые исследования влияния телевидения на детей были проведены в СССР. При этом интерес отечественных учёных к теме возрастал пропорционально увеличению значимости самого телевидения. В 1990-е годы проводится ряд социологических исследований влияния телевидения на детей [Шариков, Чудинова 2007: 78].

В 2000-ые годы интерес отечественных учёных к теме влияния мультпродуктов на детей увеличивается. Изучаются влияние мультфильмов на становление межкультурной компетентности [Сторожева, Микиденко 2017]; предпочтения подростков в анимации [Савинова, Ворошилов 2023], воздействие агрессивного содержания мультпродуктов на поведение детей [Алешкин, Щукина 2002], формирование демографических установок и гендерных стереотипов у детей под влиянием мультпродукта [Антонов, Лактюхина и др. 2013]. Исследуются и образы, представленные в мультпродуктах для детской аудитории: образ школьного учителя [Маченин 2016], образ семьи [Леонтьева 2022].

При этом образы учёного и научной деятельности анализировались на основе взглядов молодежи [Разина, Володарская 2019; Кондрашихина и др. 2021], а также через призму кинематографических образов [Медведева 2015, Рыма-ренко 2018].

Изучение образа учёного в детских мультфильмах является важным дополнением к имеющимся исследованиям. Эти образы содержат ценности и нормы исследовательской деятельности, оценку статуса учёных и науки. Поэтому целью нашего исследования ставим выявление и анализ образов учёных и изобретателей в детской мультипликации.

Материалы и методы исследования

В исследовании применены структурный и интерпретативный подходы к анализу образов. В работе используются аксиологический, компаративный, герменевтический, семиотический методы анализа, дискурс-анализ, а также традиционный анализ документов.

Эмпирическим материалом для исследования служат отечественные и зарубежные мультипликационные продукты, транслируемые в период с 1965 по 2024 годы, в которых присутствуют герои учёный или изобретатель. Предметом исследования являются образы учёного и изобретателя, представленные в 26 отобранных мультфильмах.

Результаты исследования

Увеличивается количество мультфильмов, где присутствуют герои учёные и изобретатели. Если в период с 1960-х по 2000-ый год вышло 10 таких мультфильмов, то за последние 25 лет (с 2000 по сегодняшний день) – уже 16. Особенно заметен этот рост в российской мультипликации.

Внешний вид учёного и обстановка его деятельности. Герои-учёные мультфильмов – как правило, люди или антропоморфные существа, преимущественно мужского пола. Исключением здесь являются лишь две героини – учёный бабушка Изольда¹ и изобретатель Гайка². Деятели науки показываются обычно в зрелом возрасте, изобретатели не редко представлены юными, при этом способными персонажами. Во внешнем облике героев практически у всех присутствует одинаковая атрибутика – очки, белый халат и своеобразная причёска. Визуальные особенности не только соответствуют стереотипным представлениям о внешности учёного, но и помогают обозначить некоторые личностные качества. Например, постоянный поиск своих очков профессором Чудаковым³ показывает рассеянность и увлечённость работой. Стильная причёска с осветленной прядью, а также модные обтягивающие джинсы, Рекса Вектора подчеркивают его современность и уверенность в себе⁴. А редкие торчащие волосы профессора Боббермана символизируют тщетность и бесполезность его работы⁵.

В некоторых персонажах прослеживается национальная самобытность учёного, что обогащает и делает образ интересным. Сдержанность, консерватизм, уважение к традициям пронизывают внешний облик англичанина Уоллеса: в одеянии присутствуют строгость, аккуратность и щепетильность, в одежде предпочитает белую классическую рубашку, красный галстук, пиджак, жилет⁶. Традиционное утреннее чтение газеты, чаепитие имеют особое значение для Уоллеса, несмотря на то, что сама процедура утреннего подъёма героя весьма техно-

¹ М/ф «Три кота: Зимние каникулы», Россия, 2024.

² М/с «Чип и Дейл спешат на помощь», США, 1989.

³ М/ф «Фиксики: Большой секрет», Россия, 2017; м/ф «Фиксики против кработов», Россия, 2019.

⁴ М/с «Мишки-братишки. Снова вместе», Китай, 2018.

⁵ М/ф «В стране бобберов: Гомункулус», СССР, 1991; м/ф «В стране бобберов: Обед с господином Грызли», Россия, 1993.

⁶ М/ф «Невероятные приключения Уоллеса и Громита: Стрижка «под ноль», Великобритания, 1995; м/ф «Уоллес и Громит: самая дикая месть», Великобритания, 2024.

логизирована. В образе этого изобретателя сочетаются уважение к национальным традициям и приверженность современным технологиям.

Образ учёного, чьи поступки и ценности заслуживают уважения, может обладать непривлекательной внешностью, что, в свою очередь, не вызывает желания быть похожим на героя. Так, причудливость в образе (да и в имени) учёного можно встретить у персонажа мультсериала «Синий трактор» (Россия, 2014) Профессора Кислых Щей. Учёный хоть и пожилой мужчина с сединой в волосах, но герой забавный, несуразно пританцовывающий и даже умеющий читать ритмичный речитатив. Профессор Чудаков¹ – еще один пример доброго и талантливого образа учёного, но не привлекательного из-за своей «чудаковатости».

В отечественных мультфильмах не встречаются персонажи, чьи цели сводились бы к причинению вреда обществу. При этом именно положительные отечественные герои посредством визуальной презентации могут казаться не привлекательными из-за странностей внешнего облика и поведения.

Среда научной деятельности представлена в мультфильмах также стереотипно: есть помещения–лаборатории с оборудованием, техническими устройствами, колбами, пробирками, а также могут быть крупные библиотеки. В таких рабочих зонах часто царит «творческий беспорядок», подчеркивающий увлечённость хозяина.

Ценности и цели учёного и изобретателя. Для героев важными являются ценности науки, знания, открытий. Герои–учёные верят в науку, что отражено в их фразах: «Наука спасёт мир!» (профессор Бобberman)², «Да здравствует наука и техника!»³, «Признаться, я чуть не усомнился в реальности происходящего... Как ужасно было бы жить в мире, где наука осмеивается, и где господствует сон разума!» (Лосяш⁴). Для изобретателей наиболее важна ценность идеи и открытия. В советском мультфильме герой Архимед демонстрирует важность ценностей идей («Эврика!»⁵) и изобретений, которые могут быть полезными для человека. Изобретатель Декстер создает необычные творения и для него результаты работы – это возможность познать и преобразить мир («Изобретение – портал в другое измерение»⁶). «Новый день – новые изобретения!»⁷ – девиз героя Уоллеса на каждый день.

Цели же научной деятельности у героев отличаются. Цели могут быть направлены на благо обществу: создание атомной энергии, изобретательская и про-

¹ М/ф «Фиксики: Большой секрет», Россия, 2017; м/ф «Фиксики против крабатов», Россия, 2019.

² М/ф «В стране бобберов: Гомункулус», СССР, 1991.

³ М/ф «Здравствуй, атом», СССР, 1965.

⁴ М/с «Смешарики», Россия, 2004.

⁵ М/ф «Коля, Оля и Архимед», СССР, 1972.

⁶ М/с «Лаборатория Декстера», США, 1996.

⁷ М/ф «Уоллес и Громит: самая дикая месть», Великобритания, 2024.

светительская деятельность, изучение новых видов животных. Также цели могут противостоять интересам общества, и заключаться, например, в желании захватить или уничтожить человечество (Нортон Нимнул¹). Герой Доктор Нефарио не скрывает своих истинных намерений: *«Я скучаю по злу. Зловещие заговоры, планы – я этим живу»*².

Альтруистические цели изобретателя не исключают желания получить материальное вознаграждение за свой труд. Так, английский персонаж Уоллес создает свои конструкции для того, чтобы помогать людям: *«Я с детства обожаю изобретать то, что может помочь людям»*³. При этом его открытия не только полезны для окружающих, но и самому автору приносят доход. Героя беспокоят вполне обыденные ситуации, например, необходимость оплаты счетов: *«Мы найдём способ оплатить счета»*, *«Норботы – это какое-то чудо. Скоро мы оплатим все счета»*⁴. Таким образом, герой-изобретатель демонстрирует способы решения проблем посредством своих знаний и умений. Для героя Уоллеса материальные ценности являются важными: изобретатель проживает в просторном доме с красивым ухоженным садом, жилище оборудовано техническими устройствами, делающими жизнь хозяина комфортной.

В целом отечественные герои-учёные чаще демонстрируют ориентацию на высокие цели науки, возможность помогать обществу. Так, например, герой профессор Чудаков (м/ф «Фиксики против кработов», Россия, 2019) мечтает о новой лаборатории, на которую и планирует потратить заработанные деньги. Или изобретатель Пин к материальным ценностям относится равнодушно, и более того, даже подчеркивает особую значимость для себя именно любимого дела в противовес благам материальным: *«И тогда я понимаю, что если сегодня у тебя есть все пирожные мира, но нет любимый дело, то завтра останутся только воспоминания о грязный посуда. Художник должен быть голодный»*⁵. Пожалуй, исключением здесь является Профессор Кислых Щей. Несмотря на нелепый и забавный вид героя, он не только даёт детям доступные объяснения, но и занимается вполне практичными и важными делами – выбирает автомобиль и удобную квартиру для своей семьи. Выбор же делается с учётом своих исследовательских интересов: *«Нам с квартирой повезло – на балконе так светло. Будет-будет здесь моя лаборатория. Посмотрите, ну-ка, ну-ка, здесь теперь живёт наука!»*⁶.

В некоторых образах учёных можно отметить ориентации на ценности, не связанные непосредственно с исследовательской деятельностью, но при этом содержательно дополняющие образ. Например, можно отметить значимость

¹ М/с «Чип и Дейл спешат на помощь», США, 1989.

² М/ф «Гадкий Я – 2», США, 2013.

³ М/ф «Уоллес и Громит: самая дикая месть», Великобритания, 2024.

⁴ Там же.

⁵ М/с «Смешарики», Россия, 2004.

⁶ М/с «Синий трактор», Россия, 2014, серия «Квартира для Профессора».

семейных ценностей для героев преимущественно отечественных мультфильмов. Так, профессор Селезнев (м/ф «Тайна третьей планеты», СССР, 1981) представлен семейным человеком, который прекрасно справляется с воспитанием дочери. Профессор Кислых Щей показан как женатый человек с двумя детьми. Или учёный бабушка Изольда, для которой семейные ценности являются не менее важными, чем наука и исследовательская деятельность: *«Единственное, что я хотела бы в настоящее время – провести время с семьёй»*¹. У учёного-полярника Коли есть семья, а его напарник Юра только мечтает об этом: *«Тебе хорошо, ты – семейный, вот бы тоже найти свою любовь»*².

Личностные качества учёного и изобретателя. Образы включают, прежде всего, качества, необходимые для исследовательской деятельности.

Среди таких качеств можно отметить увлечённость своей работой. Юный изобретатель Декстер (м/с «Лаборатория Декстера», США, 1996) настолько погружен в мир изобретений, что ему совершенно не хочется тратить своё время на «ненужные дела», например, посещать занятия по физической культуре. Самоотдача науке может потребовать жертв, иногда в ущерб семейным интересам. *«Больше полугода дома не была»*³ – признаётся бабушка Изольда, а её сын вспоминает: *«Сколько себя помню, мама постоянно в экспедициях»*⁴.

Внимательность к деталям и точность расчётов – неотъемлемые составляющие научной деятельности, что наглядно иллюстрируют герои, например, профессор Бобберман, подчёркивающий: *«Главное – правильно произвести расчеты»*⁵, и бабушка Изольда с её наставлением: *«Надо точно соблюдать параметры»*⁶.

Герои своим примером показывают, что оптимизм и вера в успех – необходимые компоненты научной деятельности. Их девизы – яркое тому подтверждение: от настойчивого *«Это должно работать!»* (Гайка)⁷ до философского *«Это не провал, а черновик успеха»* (Доктор Нефарио)⁸, от оптимистичного *«Небольшая доработка всё исправит»* (Контраптус)⁹ до решительного *«Пора начинать с чистого листа!»* (Пин)¹⁰.

Научная деятельность требует трудолюбия, терпения и целеустремленности. Например, Фил демонстрирует упорство, месяцами собирая и настраивая

¹ М/ф «Три кота: Зимние каникулы», Россия, 2024.

² М/с «Белые сны», Россия, 2024.

³ М/ф «Три кота: Зимние каникулы», Россия, 2024.

⁴ Там же.

⁵ М/ф «В стране бобберов: Гомункулус», СССР, 1991.

⁶ М/ф «Три кота: Зимние каникулы», Россия, 2024.

⁷ М/с «Чип и Дейл спешат на помощь», США, 1989.

⁸ М/ф «Гадкий Я», США, Франция, 2010.

⁹ М/с «Контраптус – гений!», Франция, 2009.

¹⁰ М/с «Смешарики», Россия, 2004, серия «Последняя ошибка Пина».

телескоп («У меня сегодня испытание телескопа. Я с ним месяц почти возил-ся – собирал, настраивал»¹). Герой «Белых снов» Юра подчеркивает, что «преодоление себя – это тоже своего рода героизм»². А для бабушки Изольды исследования – «дело жизни», «результат многолетних трудов», и вообще, по её мнению, «наука требует терпения!»³.

Научная деятельность немыслима без ответственности и дисциплины, что наглядно демонстрируют персонажи отечественных мультфильмов – полярники Коля и Юра («Потеря научных образцов – не в мою смену!», «Время и топливо не просто так выделяют, а на научную работу»⁴).

Также образы героев могут дополняться другими качествами, например, активностью и предприимчивостью, ориентированных на коммерческий успех. Так, Уоллес создает полезные и востребованные изобретения, и успешно продаёт результат своего труда. «Умный гном – в каждый дом!»⁵ – рекламный лозунг Уоллеса, который успешно привлекает покупателей технической новинки. А учёный Контраптус, иронично самовосхваляясь («Он изобрёл всё на свете, а если не изобрёл, то изобретёт!»⁶), кажется весёлым и обаятельным.

Взаимодействие с другими людьми, признание личности и достижений учёного другими. Увлечённость изобретательством нередко приводит к тому, что учёные, изобретатели и их открытия остаются непонятыми или даже отвергнутыми окружающими. Мультфильм «Коля, Оля и Архимед» (СССР, 1972) демонстрирует, как гениальные открытия Архимеда сталкиваются с непониманием и даже насмешками окружающих, в то же время показывает реакцию самого изобретателя на ситуацию. Это позволяет юным зрителям не только познакомиться с научными достижениями Архимеда, но и понять, как справляться с возникающими трудностями.

Непонимание результатов научной деятельности представлено в сюжете мультфильма «В стране бобберов» (Россия, 1993). Выращенный в колбе Герой для спасения всех от чудовища никого не спасает, погибает, персонажи мультфильма остаются в ситуации безысходности, а само открытие профессора Боббермана означает бессмысленность и бесполезность изобретения.

В ориентированных на детскую аудиторию мультипликационных продуктах поднимаются порой весьма не детские темы. Профессор Бобберман, созданный в 1990-ые годы отечественными мультипликаторами, участвует в застолье, драке. С глубоким смыслом учёный высказывается и о «чудовище», грозящей опасности: «Вот летальный напиток... выпьем и улетим в другую страну».

¹ М/с «Новаторы», Россия, 2011.

² М/с «Белые сны», Россия, 2024.

³ М/ф «Три кота: Зимние каникулы», Россия, 2024.

⁴ М/с «Белые сны», Россия, 2024.

⁵ М/ф «Уоллес и Громит: самая дикая месть», Великобритания, 2024.

⁶ М/с «Контраптус – гений!», Франция, 2009.

«А Родина?» – спрашивают у профессора. «Подождем, когда всё образуется, и вернемся»¹ – отвечает учёный. Таким образом, в образе профессора Боббермана отображены настроения и проблемы, характерные для российской науки и общества того времени. Также опасения изобретателя Уоллеса о выходе технологий из-под контроля заставляют задуматься о границах прогресса и ответственности человека за свои изобретения: «Разве технологии не упрощают нам жизнь? Это здорово, пока они понимают, кто в доме хозяин»².

Таблица 1. Репрезентация образов учёного и изобретателя в отечественных и зарубежных мультфильмах / Representation of the images of scientists and inventors in Russian and foreign cartoons

Отечественные	Зарубежные
Чаще образ учёного	Чаще образ изобретателя
1. Внешний вид	
Очки, белый халат, специфическая причёска как способ демонстрации личностных качеств	
Не привлекательная причудливость внешнего вида героев, ориентированных на благо общества	Не привлекательная несуразность в образе встречается у героев, ориентированных на вред обществу Национальная самобытность
2. Ценности и цели	
Ценности: наука, знание, открытия	
Цель – помощь другим людям, обществу Материальные ценности не важны Семейные ценности	Цели: помощь другим людям, обществу или захват и уничтожение человечества Материальные ценности важны
3. Личностные качества	
Увлечённость работой, внимательность к деталям и расчётам, оптимизм, трудолюбие, терпение, целеустремлённость, ответственность, дисциплинированность	
Альтруизм	Активность, предприимчивость
4. Взаимодействие с другими людьми, признание личности и достижений героя	
Достижения героев признаются, но иногда возникает непонимание со стороны окружающих	

Обсуждение. В мультфильмах можно увидеть разных учёных и изобретателей, которые отличаются внешней презентацией, ценностями и целями, а также степенью отражения научной деятельности.

В российских мультфильмах преобладают образы учёных, а в зарубежных – изобретателей. Это отражает разное понимание роли науки и её представителей. Отечественные герои-учёные мотивированы стремлением к развитию знаний и служению обществу, их работа – это долгий, кропотливый, требующий

¹ М/ф «В стране бобберов: Обед с господином Грыззли», Россия, 1993.

² М/ф «Уоллес и Громит: самая дикая месть», Великобритания, 2024.

самоотдачи и терпения процесс. Они воплощают идеал жертвенности ради науки. Изобретатели же чаще ориентированы на создание быстрых и практичных решений, улучшающих жизнь людей, для них важны оригинальность и новаторство.

В западных мультфильмах нередко встречаются герои, чьи цели включают не только научный прогресс и общественное благо, но и личную выгоду, материальные блага. Причём такая мотивация может быть представлена двояко: как отрицательное качество, когда личные интересы могут стать важнее помощи другим (изобретатель как антагонист), или как положительное, демонстрирующее предприимчивость и практичность героя (изобретатель как протагонист). В отечественных же мультфильмах редко затрагивается материальная сторона жизни учёных и изобретателей, внимание акцентируется на полной самоотдаче науке, порой в ущерб другим сферам. Такая идеализация может быть не всегда понятна или привлекательна для современного зрителя.

Внешний вид героев стереотипен, что отмечается и в других исследованиях образа учёных [Глухова 2018], и включает очки, белый халат и своеобразную причёску, а также лабораторию с оборудованием. В визуализации образа показаны характер учёного, его цели и отношение к научной деятельности. Интересно, что в российских мультфильмах встречаются противоречивые образы: учёные преследуют благородные цели, но их внешность и поведение намеренно подчёркивают странности и «чужаковатость», что делает их менее привлекательными. Впрочем, причудливость в поведении и внешнем виде учёного достаточно устойчивые характеристики образа учёного, транслируемого не только для детской аудитории [Фуртай 2018]. Такая противоречивость трансляции образов обуславливает в дальнейшем и неоднозначность представлений детей об учёных и науке [Разина, Володарская 2019; Кондрашихина, Медведева, Кажарская 2021].

В некоторых персонажах прослеживается национальная самобытность героя учёного, что в целом обогащает и делает образ более интересным.

Ценности, связанные с образами учёных и изобретателей, выходят за рамки научной деятельности. Они также транслируют важные семейные ценности, как это видно на примерах персонажей отечественных мультфильмов «Белые сны», «Три кота: Зимние каникулы» и «Тайна третьей планеты». Таким образом, образ учёного может способствовать формированию семейных ценностей у детей [Немова, Бурухина 2014; Леонтьева 2022]. В то же время мы часто видим героя-изобретателя, полностью поглощённого работой, жертвующего личной жизнью ради науки, что подчёркивает его страсть, самоотверженность или даже «самопожертвование» [Медведева 2025].

Герои мультфильмов воплощают в себе качества учёного и изобретателя: увлечённость работой, скрупулёзность в расчётах, позитивный настрой и уверенность в результате, а также упорство и настойчивость в достижении целей. В образах учёных, особенно в российской анимации, нередко подчёркиваются такие важные качества, как ответственность и дисциплинированность. Дополнительную привлекательность героям-учёным придают такие черты, как обаяние, самои-

рония, предприимчивость, доброта и справедливость, что делает их близкими и интересными для юных зрителей.

Несмотря на содержательные особенности образов учёного и изобретателя, все они играют важную роль в социализации детей – показывают значимость ценностей знания, необходимость развивать такие качества как любознательность, целеустремлённость, трудолюбие. Более того, посредством транслируемых образов учёных решается задача популяризации науки как важной сферы деятельности.

Выводы. Изучение образа учёного и изобретателя в мультипликационных продуктах представляет собой важный аспект формирования у детской аудитории ценностей знания и интереса к научной деятельности. Мультипликационный фильм как доступный и увлекательный формат способен не только донести сложные научные идеи, но и сформировать положительный образ учёного как искателя и творца. Такие герои могут вдохновлять детей на познание мира, развивая любознательность и стремление к открытиям.

Акцент на положительных качествах учёных, таких как целеустремленность, трудолюбие, дисциплина, творческий подход к решению проблем, способствует развитию у детской аудитории критического мышления и ответственности за свои поступки. Таким образом, образы учёного и изобретателя, транслируемые в мультипликационных продуктах, становятся эффективным инструментом формирования исследовательской культуры, обуславливая появление заинтересованного и активного поколения, способного решать актуальные проблемы современного общества.

Источники

Алешкин Н.И., Щукина И.А. (2002). Влияние мультипликационных фильмов агрессивного содержания на поведение детей дошкольного возраста // Сибирский психологический журнал. № 16 (17). С. 56-61.

Антонов Г.В., Лактюхина Е.Г. (2013). Мультсериал «Клуб Винкс»: формирование демографических установок и гендерных стереотипов у детей в возрасте 7–12 лет (по материалам контент-анализа) // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. № 2 (20). С. 92-98.

Глухова М.Е. (2018). Стереотипы внешности в современной детской российской анимации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. Том 11. вып. 1. С. 128-141. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2018.111.

Дохова З.Р., Чеправкова Т.А. (2013). Мультфильм как механизм конструирования у детей дошкольного возраста эгалитарных гендерных представлений (на материале мультсериала «Винкс») // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. № 160. С. 85-91.

Кондрашихина О.А., Медведева С.А., Кажарская О.Н. (2021). Образ учёного в представлениях студентов-психологов // Международный научно-исследовательский журнал. № 2-3 (104). С. 68-71. DOI: 10.23670/IRJ.2021.103.2.075.

Леонтьева Т.В. (2022). Особенности структуры образа семьи в современных российских мультипликационных фильмах // Общество: социология, психология, педагогика. №4. С. 45-49. DOI: 10.24158/sp.2022.4.6.

Маченин А.А. (2016). Собираательный образ школьного учителя в отражении теле/кино/интернет медиапространства // Медиаобразование. Media Education. № 3. С. 23-48.

Медведева С.М. (2015). Самопожертвование учёного в изображении отечественного кино // Вестник МГИМО–университета. № 5 (44). С. 231-239.

Немова О.А., Бурухина А.Ф. (2014). Мультипликационные фильмы как средство формирования семейных духовно–нравственных ценностей // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. № 1. С. 152-173.

Разина Т.В., Володарская Е.В. (2019). Образ учёного в представлениях современных подростков // Вестник Сыктывкарского университета. № 3 (11). С. 46-62.

Рымаренко О.С. (2018). О новых образах учёного и научной деятельности в телевизионных сериалах // Межкультурная коммуникация: Запад–Россия–Восток. Материалы Международной студенческой научно-практической конференции. Под редакцией Е.Е. Тихомировой. Новосибирск. С. 74-81. EDN: YSUEQB

Савинова Л.Ю., Ворошилов Л.В., Лукашенко Д.В., Тюжин С.А. (2023). Предпочтения современных подростков в анимации // Комплексные исследования детства. Т. 5. № 2. С. 110-117. DOI: 10.33910/2687-0223-2023-5-2-110-117.

Сторожева С.П., Микиденко Л.Н. (2017). Мультипликация как фактор формирования межкультурной компетентности // Идеи и идеалы. № 1(31). Т. 2. С. 12-24. DOI: 10.17212/2075-0862-2017-1.2-12-24.

Суворова Н.В. (2014). Мультипликация как способ влияния на формирование социокультурной идентичности ребёнка // Молодой учёный. № 8 (67). С. 740-742.

Ткач В.П. (2010). Влияние мультфильмов на социализацию детей // Социология. №2. С. 199-206.

Фуртай Ф. (2018). Безумный герой кинематографа: учёный как зеркало экзистенциальных страхов // Международный журнал исследований культуры. №3(32). С. 53-67.

Шарииков А.В., Чудинова В.П. (2007). Детское телевидение. Взгляд социолога // Дети и культура / Отв. ред. Б.Ю. Сорочкин. М.: КомКнига. С. 58-85.

Bandura A. (1969). Principles of Behavior Modification. NY: Holt, Rinehart and Winston.

■ ■ ■ Representation of Images of Scientists and Inventors in Animated Cartoons: socio-cultural aspect

Udalova E.S.

Penza State University (PSU), Penza, Russia.

Abstract. This article represents the analysis of the images of scientists and inventors in 26 Russian and foreign animated cartoons (1965–2024). The study is based on structural and interpretive approaches to image analysis, axiological, hermeneutic, semiotic, discourse, and traditional document analysis. The premise is that the translated images form the value of knowledge and interest in science. The visual component of the characters, often stereotypical, is an important means of demonstrating the personal qualities of the hero, as well as his goals and the specifics of scientific activity. Domestic (Russian) cartoons often depict scientists ambiguously: despite their desire to benefit society, their eccentric appearance makes the characters unattractive. In some characters, the national originality of the scientist's image is traced, which makes the image more interesting to children. Passion for work, careful attention to calculations, optimism, hard work, determination – these are

the qualities present in the heroes of cartoons. The values of knowledge, science, ideas, discoveries are important for the heroes. At the same time, the goals of their activities can be aimed both at the benefit of society, and at achieving personal interests. On the other hand, foreign cartoons more often feature characters whose scientific research is combined with a desire to achieve material well-being. The study confirms the assumption that the images of scientists and inventors are an integral element of children's research culture, thereby shaping the attitudes and values of the younger generation capable to solve non-trivial problems and adequately cope with the issues of modern society in the future.

Keywords: images of a scientist and an inventor, values of science, animated film, animated cartoons, children's audience

For citation: Udalova E.S. (2025). Representation of images of scientists and inventors in animated cartoons: socio-cultural aspect. *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 155-167. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-155-167.

Inf. about the author: Udalova Ekaterina Sergeevna – CandSc (Philos.), associate professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines at Penza State University. *ORCID*: 0000-0002-5543-2762. *E-mail*: des-2312@mail.ru. *Address*: 440026, Russia, Penza, Krasnaya St., 40.

Received: 19.07.2025. *Accepted:* 20.09.2025.

References

- Aleshkin N.I., Shchukina I.A. (2002). The Impact of Aggressive Animated Films on the Behavior of Preschool Children. *Siberian Psychological Journal*. No. 16 (17). P. 56-61 (in Rus.).
- Antonov G.V., Laktyukhina E.G. (2013). The Animated Series "Winx Club": Formation of demographic attitudes and gender stereotypes in children aged 7-12 Years (based on content analysis). *Bulletin of Volgograd State University. Series 7: Philosophy*. No. 2 (20). P. 92-98 (in Rus.).
- Bandura A. (1969). Principles of Behavior Modification. NY: Holt, Rinehart and Winston.
- Dokhova Z.R., Chepravkova T.A. (2013). Cartoon as a mechanism for constructing egalitarian gender representations in preschool children (based on the animated series "Winx"). *Bulletin of the A.I. Herzen State Pedagogical University of Russia*. No. 160. P. 85-91 (in Rus.).
- Furtai F. (2018). The Mad Hero of Cinema: The Scientist as a Mirror of Existential Fears. *International Journal of Cultural Studies*. No. 3 (32). P. 53-67 (in Rus.).
- Glukhova M.E. (2018). Appearance Stereotypes in Contemporary Russian Children's Animation. *Bulletin of St. Petersburg University. Sociology*. Vol. 11. Issue 1. P. 128-141. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2018.111 (in Rus.).
- Kondrashikhina O.A., Medvedeva S.A., Kazharskaya O.N. (2021). The Image of a Scientist in the Perceptions of Psychology Students. *International Research Journal*. No. 2-3 (104). P. 68-71. DOI: 10.23670/IRJ.2021.103.2.075 (in Rus.).
- Leontyeva T.V. (2022). Features of the Structure of the Image of the Family in Modern Russian Animated Films. *Sociology, Psychology, Pedagogy*. No. 4. P. 45-49. DOI: 10.24158/spp.2022.4.6. (in Rus.).
- Machenin A.A. (2016). The Collective Image of a School Teacher as Reflected in TV/Film/Internet Media Space. *Media Education*. No. 3. P. 23-48 (in Rus.).
- Medvedeva S.M. (2015). Self-Sacrifice of a Scientist as Portrayed by Russian Cinema. *Bulletin of MGIMO University*. No. 5 (44). P. 231-239 (in Rus.).

Nemova O.A., Burukhina A.F. (2014). Animated films as a means of developing family spiritual and moral values. *Bulletin of Moscow University. Series 18. Sociology and political science*. No. 1. P. 152-173 (in Rus.).

Razina T.V., Voldarskaya E.V. (2019). The image of a scientist in the minds of modern teenagers. *Bulletin of Syktyvkar University*. No. 3 (11). P. 46-62 (in Rus.).

Rymarenko O.S. (2018). On new images of a scientist and scientific activity in television series. In: *Intercultural communication: West-Russia-East. The Materials of the International Student Scientific and Practical Conference*. Edited by E.E. Tikhomirova. Novosibirsk. P. 74-81. EDN: YSUEQB (in Rus.).

Savinova L.Yu., Voroshilov L.V., Lukashenko D.V., Tyuzhin S.A. (2023). Preferences of modern teenagers in animation. *Comprehensive studies of childhood*. Vol. 5. No. 2. P. 110-117. DOI: 10.33910/2687-0223-2023-5-2-110-117 (in Rus.).

Sharikov, A.V., Chudinova, V.P. (2007). Children's Television: A Sociologist's View. In: B.Yu. Sorochkin (ed.), *Children and Culture*. Moscow: KomKniga. P. 58-85 (in Rus.).

Storozheva S.P., Mikidenko L.N. (2017). Animation as a Factor in the Formation of Intercultural Competence. *Ideas and Ideals*. No. 1 (31). Vol. 2. P. 12-24. DOI: 10.17212/2075-0862-2017-1.2-12-24 (in Rus.).

Suvorova N.V. (2014). Animation as a Way of Influencing the Formation of a Child's Sociocultural Identity. *Young Scientist*. No. 8 (67). P. 740-742 (in Rus.).

Tkach V.P. (2010). The Impact of Cartoons on Children's Socialization. *Sociology*. No. 2. P. 199-206 (in Rus.).

■ ■ ■ Медиатизация политического пространства: проблемы инклюзивности новых медиа

Киреева О.Ф.¹, Квернадзе Э.Т.².

1. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации.

2. АО «Первый канал», Москва, Российская Федерация.

Аннотация. В этой статье рассматривается медиатизация политики и политического пространства. Для получения полного представления о медиатизации политики анализируются разные контекстуальные условия, когда политические субъекты адаптируются к логике развития медиа при конкретных условиях. Медиатизация политики – это сложный процесс, тесно связанный с наличием медийной логики в обществе и политической сфере. Медиатизация отличается от идеи «медиации» – естественной, предопределённой миссии средств массовой информации по передаче смысла от коммуникаторов целевой аудитории. Медиатизация политики позволяет расширить доступ населения к системе политической власти, в которой медиа становятся не просто посредником между властью и населением, а превращаются в субъект политического управления. Расширению роли медиа в этом процессе способствует развитие инклюзивности новых медиа.

Рассматривается эволюция понятий «инклюзия» и «медиаинклюзия», становление культуры инклюзивности.

Ключевые слова: политическое пространство, медиатизация, новые медиа, инклюзивность.

Для цитирования: Киреева О.Ф., Квернадзе Э.Т. Медиатизация политического пространства: проблемы инклюзивности новых медиа // Коммуникология. 2025. Том 13. № 3. С. 168-175. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-168-175.

Сведения об авторах: Киреева Ольга Феликсовна, кандидат социологических наук, доцент кафедры управления информационными процессами факультета журналистики ИГСУ РАНХиГС. Адрес: 119571. Пр. Проспект Вернадского, 82. E-mail: kiroлга08@list.ru; Квернадзе Эка Тариеловна – шеф-редактор Дирекции социальных и публицистических программ АО «Первый канал». Адрес: 127427 Москва, ул. Академика Королева, 12. E-mail: ehka-kvernadze@yandex.ru.

Статья поступила в редакцию: 15.08.2025. *Принята к печати:* 27.09.2025.

Введение

Цифровой ландшафт постоянно меняется, а вместе с ним растёт и важность обеспечения инклюзивности и разнообразия в новых медиа. Новые медиа, включающие социальные сети, новостные онлайн-издания, блоги и другие цифровые

Конфликт интересов: отсутствует.

платформы, способны формировать общественный дискурс и влиять на социальные нормы. Поэтому крайне важно, чтобы онлайн-представительство было инклюзивным и отражало различные точки зрения.

Политическое пространство сосредоточено вокруг центра: подобно тому, как страна может быть сосредоточена вокруг столицы, её политика фильтруется и фокусируется на парламенте, на зале заседаний совета, на конкретной комнате, в центре которой находится стол. Действительно, можно сказать, что политика сосредоточена вокруг тех мест, где она происходит. Некоторые пространства становятся политическими из-за привычки и рутины: люди занимаются политикой в каком-то месте, и это место становится местом, где они занимаются политикой.

В процессе интеграции политического пространства и медийной сферы происходит взаимная трансформация политического дискурса и медиадискурса. Определение политики как «опосредованной» – это простая истина, поскольку коммуникация и средства массовой информации являются необходимыми условиями для функционирования политических систем [Mazzoleni; Schulz]. Некоторые учёные, например Дойч, обобщенно утверждают, что политика – это коммуникация. Безусловно, на сущность и содержание политики, сильно повлиял рост популярности средств массовой информации в XIX–XX веках. Влияние медиа на политическую среду лежит в основе концепции медиатизации. СМИ, как основной компонент медиа, стали сильно влиять на политическую жизнь. Они заняли центральное место в большинстве политических процессов, таких как избирательные кампании, правительственные коммуникации, публичная дипломатия.

Общепризнано, что средства массовой информации, особенно информационные агентства, обладают значительной властью, позволяющей им структурировать и формировать политическую реальность, определяя, что является предметом общественного обсуждения, поднимая актуальные вопросы. Сосредоточивая внимание на определённых политических событиях и проводя журналистские расследования, СМИ могут стимулировать общественные дебаты, влиять на повестку предвыборных кампаний и побуждать политических деятелей акцентировать внимание поднятым вопросам и занимать определённую позицию по ним. Эта власть усиливается или ослабевает в зависимости от политической среды в конкретной стране. В политическом пространстве, где отношения между СМИ и политиками характеризуются тесной взаимозависимостью, политическая повестка является результатом взаимодействия обеих сторон [Semetko, Blumler, Gurevitch, & Weaver].

Концепция и следствие медиатизации

Медиатизация – одна из наиболее обсуждаемых теорий в современных медиационных исследованиях [Lundby; Schulz; Mazzoleni]. Проще говоря, она исследует влияние, которое средства массовой информации в различных формах оказывают на другие сферы общества и социальной жизни: в частности, на политику, вой-

ну, религию и образование [Hepp]. Политика является одной из областей, в которых это понятие применяется чаще всего и наиболее убедительно [Strömbäck and Esser]. При таком подходе медиатизация определяется как процесс в ходе которого политические институты и политические акторы – чтобы убедить других акторов и общественность – становятся всё более зависимыми от СМИ и подчиняются их логике производства и распространения. Таким образом, СМИ заняли центральное место в большинстве политических процессов, таких как избирательные кампании или коммуникация в сфере государственного управления.

Тем не менее использование концепции медиатизации вызывает немало критики. Во-первых, очевидно, что новая цифровая медиасистема бросает вызов самым традиционным определениям этой концепции [Klinger and Svensson]. Во-вторых, для некоторых медиатизация – это медиацентричный причинно-следственный процесс, в котором игнорируются важные взаимосвязи между различными субъектами и институтами [Deacon and Stanyer]. В-третьих, для некоторых медиализация как теория в слишком большой степени опирается на расплывчатую и моно-литическую центральную концепцию «медийной логики» [Landerer].

Следствием медиатизации политики является отбор («просеивание») политических элит посредством навязывания политической коммуникации в целом требований и форматов освещения, диктуемых СМИ. Кроме того, во многих западных демократиях наблюдается постепенное ослабление партийных организаций. Например, методы привлечения политических кадров (лидеров, активистов, кандидатов, мэров и т. д.) из партийных структур начали передаваться внешним агентам – в основном экспертам по коммуникациям, политехнологам и специалистам в области СМИ, – которые применяют тактику и следуют критериям, противоречащим традиционной профессиональной политике.

Среди наиболее заметных последствий медиатизации также можно выделить способность СМИ определять повестку политических дебатов, зрелищность и персонализацию политической коммуникации, фрагментацию политического дискурса и реализацию эффекта «просеивания».

Журналисты по-прежнему используют свое влияние и профессиональные ресурсы для контроля над потоком информации, но политики, специалисты по связям с общественностью и онлайн-активисты теперь участвуют в этом в меньшей степени. Чедвик [Chadwick] утверждает, что учитывая множество новых способов, с помощью которых теперь может коммуницировать политик, общественные дебаты становятся гораздо более сложными, а цикл политической информации претерпевает значительные изменения.

В общем виде многие авторы представляют медиатизацию как социальный процесс, в ходе которого общество насыщается медиа до такой степени, что медиа уже невозможно отделить от других институтов общества.

Важно, чтобы каждый мог получить доступ к медиа и наслаждаться ими, независимо от своих возможностей. Это значит, что нужно учитывать такие аспекты, как программы для чтения с экрана, навигация с помощью клавиатуры и цвето-

вой контраст. Но также важно понимать, что доступность – это спектр возможностей. То, что подходит одному человеку, может не подойти другому, поэтому гибкость – ключевой фактор медиаинклюзивности. Один из важнейших аспектов проектирования с учётом доступности – это учёт обратной связи с пользователями.

Включенность медиа в политические процессы

Внедрение новых медиа в среду политической коммуникации также требует адаптации теоретических подходов, с помощью которых анализируется взаимодействие между вовлечёнными в политический процесс субъектами. Инклюзивность в медиа – это участие различных групп в создании, распространении и потреблении медиаконтента. Это касается, в частности, расы, этнической принадлежности, пола, сексуальной ориентации, инвалидности и возраста.

Формирование политической инклюзивности новых медиа сопряжено с рядом трудностей. Одним из самых серьёзных препятствий является монополизация медиамагнатами подавляющего большинства сегментов медиасферы. Другой проблемой является распространённость стереотипов и предвзятых представлений о возможностях беспрепятственного использования новых медиа всеми слоями населения. Такой сложившийся стереотип ограничивает возможности реального участия населения в политических процессах.

Формирование культуры инклюзивности

Формирование культуры инклюзивности – ещё одна ключевая задача. Инклюзивные медиа должны создавать среду, в которой каждый будет чувствовать себя ценным, уважаемым и вовлечённым. Недостаточно просто нанимать сотрудников из разных слоёв общества – нужно создать корпоративную культуру, которая поддерживает и поощряет разнообразие.

Это может включать в себя предоставление обучения и ресурсов для поддержки сотрудников из разных социальных групп, содействие открытому общению и сотрудничеству, а также реагирование на потребности и проблемы разных членов команды. Создавая инклюзивную культуру, медиакомпании могут привлекать и удерживать талантливых сотрудников из разных социальных групп и создавать более инклюзивный и репрезентативный контент.

Развитие новых медиа в политической сфере

Преимущества инклюзивных новых медиа можно увидеть в различных аспектах онлайн-взаимодействия. Например, лпрос, проведенный исследовательским центром Pew, показал, что 70 % взрослых считают, что интернет приносит пользу обществу, и многие ссылаются на его способность предоставлять доступ к различным точкам зрения и информации¹. Более того, инклюзивный онлайн-контент

¹ <https://www.pewresearch.org/>

может оказывать положительное влияние на отдельных людей, особенно из маргинализированных сообществ, давая им чувство принадлежности и одобрения.

Инклюзивные медиа имеют веские экономические преимущества. Компании, которые придерживаются принципов инклюзивности, с большей вероятностью могут привлечь самых разных клиентов и удержат их. Дело не только в прибыли – речь также идет о создании бренда, но и в добавлении новых функций, в переосмыслении всего медиапроцесса. В инклюзивных медиа каждый этап процесса – от создания контента до его распространения пересматривается с учётом инклюзивности. Инклюзивность в новых медиа имеет решающее значение для обеспечения разнообразия и репрезентативности в медиaprостранстве.

Применение инклюзивных технологий в цифровом пространстве

Иструменты, платформы и методы делают медиадоступными и интересными для всех, независимо от их способностей или происхождения. Инклюзивные медиатехнологии прошли долгий путь с момента своего появления в нише.

У инклюзивных медиатехнологий большое будущее, и оно зависит от ряда новых технологий. От дополненной реальности (AR) до виртуальной реальности (VR) – эти технологии способны кардинально изменить наше восприятие медиа. Но дело не только в технологиях, но и в том, как мы их используем.

При этом важно помнить, что эти технологии всё ещё находятся на ранней стадии развития и им предстоит преодолеть немало трудностей. Возьмём, к примеру, потенциал 5G в области перевода и субтитров в режиме реального времени. Это может сделать медиаконтент доступным для глобальной аудитории, устранив языковые барьеры и открыв новые возможности для контента. Но важно помнить, что технология 5G всё ещё находится на ранней стадии развития и ей предстоит решить ещё много задач.

Заключение

Медиатизация политики позволяет расширить доступ населения к системе политической власти, в которой медиа становятся не просто посредником между властью и населением, но и превращаются в субъект политического управления. Расширению роли медиа в этом процессе способствует расширение инклюзивности новых медиа.

Информация, получаемая из средств массовой информации, влияет на социальную и культурную жизнь общества. Присутствие новых медиа создало новую культуру, к которой вынуждены приспосабливаться политики. Повышение инклюзивности новых медиа привело к социальным изменениям во всех аспектах общественной жизни и сформировало общественные требования к современному образу жизни.

Важные исследовательские вопросы касаются того, как инклюзивность новых медиа оказывает воздействие на политические процессы, с помощью каких

механизмов медиатизации политического пространства, в каких форматах и с помощью каких методов предпринимаются попытки политического убеждения. Преимущества инклюзивных медиа несомненны. Они способствуют формированию более информированного общества, большинство членов которого включены в медиапространство. Такая ситуация способствует формированию более толерантных и инклюзивных сообществ.

Источники

- Силкин В.В., Шарков Ф.И. (2021). Деградация классических СМИ и зарождение современной социологии медиакоммуникации//Коммуникология: электронный научный журнал. Том 6. № 2. С.79-97.
- Шарков Ф.И. (2007). Правовое регулирование коммуникационной деятельности: в рекламе, связях с общественностью, журналистике. М.: Дашков и К^о.
- Шарков Ф.И. (2022). Ноосферная парадигма глобализации политического медиапространства//Век глобализации. № 3 (43). С. 33-44.
- Шарков Ф.И., Кириллина Н.В. (2022). Конвергируемость реальных и виртуальных сообществ в цифровом пространстве: социологический обзор //Социологическое обозрение. No 3. С. 229-249. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2022-3-229-249>
- Шарков Ф.И., Силкин В.В. (2021). Генезис социологии медиапространства//Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. Т. 21. № 3. С. 557-566.
- Chadwick, A. (2011), The political information cycle in hybrid news system: The British prime minister and the “bullygate” affair. The International Journal of Press/Politics, 16:1, pp. 3–29. Contexts, traditions, arguments’, Communication Theory, 23:3, pp. 191–202.
- Deacon, D. and Stanyer, J. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon?. Media, Culture & Society, 36:7, pp. 1032–44
- Deutsch, K. W. (1963). The nerves of government: Models of political communication and control. New York: Free Press.
- Hepp, A. (2013), The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the “mediation of everything. European Journal of Communication, 28:6, pp. 615–29.
- Klinger and Svensson (2015), The emergence of network media logic in political communication.
- Landerer, N. (2013), ‘Rethinking the logics: A conceptual framework for the mediatization of politics’, Communication Theory, 23:3, pp. 239–58.
- Lundby, K. (ed.) (2009), Mediatization: Concept, Changes, Consequences, New York: Peter Lang.
- Matthews, D. R. (1978). Winnowing: The news media and the 1976 presidential nominations. In J. D. Barber (ed.), Race for the presidency. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Mazzoleni, G. (1987). Media logic and party logic in campaign coverage: The Italian general election of 1983. European Journal of Communication, 2(1), 81–103.
- Mazzoleni, G. and Schulz, W. (1999), “Mediatization” of politics: A challenge for democracy?. Political Communication, 16:3, pp. 247–61.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). “Mediatization” of politics: A challenge for democracy? Political Communication, 16, 247–261.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. European Journal of Communication, 19, 87–101.
- Semetko, H. A., Blumler, J. G., Gurevitch, M., & Weaver, D. H. (1991). The formation of campaign agendas. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Strömbäck, J. and Esser, F. (eds) (2014), Mediatization of politics: Towards a theoretical framework in Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies, Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 3–28.

■ ■ ■ Mediatization of the political space: problems of inclusivity of new media

Kireeva O.F.¹, Kvernadze E.T.²

1. Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Moscow, Russian Federation.

2. JSC «Channel One» Moscow, Russian Federation.

Abstract. This article examines the mediatization of politics and the political space. To get a detailed understanding of the mediatization of politics, various cases are analyzed in different contextual conditions, when politics adapts to the logic of media development under specific conditions. The mediatization of politics is a complex process closely related to the presence of media studies in society and the political sphere. It differs from the idea of “mediation” – the natural, predetermined mission of the media to convey meaning from communicators to the target audience. The mediatization of politics makes it possible to expand the access of the population to the system of political power, in which the media become not just an intermediary between the government and the population, but turn into a subject of political governance. The expansion of the media's role in this process is facilitated by the development of the inclusivity of new media. The article examines the evolution of the concepts of “inclusion” and “media inclusion”, the formation of a culture of inclusivity.

Keywords: political space, mediatization, new media, inclusivity.

For citation: Kireeva O.F., Kvernadze E.T. Mediatization of the Political Space: Problems of Inclusivity of New Media // *Communicology*. Vol. 13. No. 3. P. 168-175. DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-3-168-175.

Inf. about the authors: Kireeva Olga Feliksovna, PhD in Sociology, Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration. Moscow, Russian Federation. Associate Professor at the Faculty of Journalism. *Address:* 119571. Russia. Moscow. Vernadsky, av. 82 ; Kvernadze Eka Tariyelovna – editor-in-chief of the Directorate of social and journalistic Programs of JSC “Channel One». *Address:* 12 Akademika Koroleva str., Moscow, 127427. *E-mail:* ehka-kvernadze@yandex.ru .

Received: 15. 08.2025. *Accepted:* 27 09.2025.

References

- Chadwick, A. (2011), The political information cycle in hybrid news system: The British prime minister and the “bullygate” affair. *The International Journal of Press/Politics*, 16:1, pp. 3–29.
- Contexts, traditions, arguments’, *Communication Theory*, 23:3, pp. 191–202.
- Deacon, D. and Stanyer, J. (2014). Mediatization: Key concept or conceptual bandwagon?. *Media, Culture & Society*, 36:7, pp. 1032–44
- Deutsch, K. W. (1963). *The nerves of government: Models of political communication and control*. New York: Free Press.
- Hepp, A. (2013), The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the “mediation of everything”. *European Journal of Communication*, 28:6, pp. 615–29.

- Klinger and Svensson (2015), The emergence of network media logic in political communication.
- Landerer, N. (2013), 'Rethinking the logics: A conceptual framework for the mediatization of politics', *Communication Theory*, 23:3, pp. 239–58.
- Lundby, K. (ed.) (2009), *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*, New York: Peter Lang.
- Matthews, D. R. (1978). Winnowing: The news media and the 1976 presidential nominations. In J. D. Barber (ed.), *Race for the presidency*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall
- Mazzoleni, G. (1987). Media logic and party logic in campaign coverage: The Italian general election of 1983. *European Journal of Communication*, 2(1), 81–103.
- Mazzoleni, G. and Schulz, W. (1999), "Mediatization" of politics: A challenge for democracy?. *Political Communication*, 16:3, pp. 247–61.
- Mazzoleni, G., & Schulz, W. (1999). "Mediatization" of politics: A challenge for democracy? *Political Communication*, 16, 247–261.
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19, 87–101.
- Semetko, H. A., Blumler, J. G., Gurevitch, M., & Weaver, D. H. (1991). *The formation of campaign agendas*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Sharkov F.I. (2007). Legal regulation of communication activities: in advertising, public relations, journalism. M.: Dashkov and Co. F.I. Sharkov (2022).
- Sharkov F.I., Kirillina N.V. (2022). Convergence of real and virtual communities in the digital space: a sociological review // *A sociological review*. No. 3. pp. 229-249. <https://doi.org/10.17323/1728-192x-2022-3-229-249>
- Sharkov F.I., Silkin V.V. (2021). The genesis of the sociology of media space//*Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Sociology*. Vol. 21. No. 3, pp. 557-566.
- Silkin V.V., Sharkov F.I. (2021). The degradation of classical media and the emergence of modern sociology of media communication//*Communicology: an electronic scientific journal*. Volume 6. No. 2, pp.79-97.
- Strömbäck, J. and Esser, F. (eds) (2014), *Mediatization of politics: Towards a theoretical framework in Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, pp. 3–28.
- The Noospheric paradigm of the globalization of the political media space//*The age of globalization*. No. 3 (43), pp. 33-44.

Международная академия коммуникологии

Коммуникология. Том 13. № 3. 2025. Communicology (Russia). Vol. 13. No 3. 2025.

Ссылку на опубликованные в журнале статьи оформлять следующим образом:

а) 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.

б) 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 29.09.2025 г. Формат 70х100/16

Бумага офсетная. Печать цифровая. Усл. печ. л. 14,3. Заказ №

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленных материалов в ООО «Фотоэксперт»

109316, г. Москва, Волгоградский проспект, д. 42,

корп. 5, эт. 1, пом. I, ком. 6.3-23Н