

>ЖУРНАЛИСТ **СОЦИАЛЬНЫЕ** **КОММУНИКАЦИИ**

ПЕРИОДИЧЕСКОЕ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЕ ИЗДАНИЕ
издается с 2011 г.

включен в Перечень рецензируемых научных изданий ВАК
по отраслям науки и группам специальностей научных работников:
22.00.04 — социальная структура,
социальные институты и процессы.
Журнал входит в систему РИНЦ

Главный редактор **Л. А. Речицкий**,
кандидат исторических наук, доцент

№ 3 (51) 2023

ЭКСПЕРТНЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

Богданович Галина Юрьевна — профессор, доктор филологических наук, декан факультета славянской филологии и журналистики Таврической академии Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского.

Валовая Мария Дмитриевна — профессор, доктор экономических наук, кандидат филологических наук, профессор кафедры таможенного дела и евразийской интеграции Международной школы бизнеса и мировой экономики Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова.

Ванев Георгий Станев — профессор, доктор политических наук, главный редактор газеты «Работнически вестник» (Республика Болгария).

Вартанова Елена Леонидовна — профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Гавра Дмитрий Петрович — профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой связей с общественностью Высшей школы журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета.

Гарифуллин Васил Загитович — профессор, доктор филологических наук, руководитель Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Казанского (Приволжского) федерального университета.

Доктороу Гилберт — доктор философии (США).

Дугин Евгений Яковлевич — профессор, доктор социологических наук, заведующий кафедрой телевидения и радио ФГБОУ «Академия медиаиндустрии».

Ибраева Галия Жунусовна — доктор политических наук, профессор факультета журналистики Казахского нацио-

нального университета имени аль-Фараби (Республика Казахстан, Алма-Ата).

Иванищева Ольга Николаевна — профессор, доктор филологических наук, заведующая кафедрой русского языка и массовых коммуникаций Мурманского арктического государственного университета.

Коновалова Ольга Васильевна — профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры политологии и этнополитики Южно-Российского института управления — филиала РАНХиГС при Президенте Российской Федерации (Ростов-на-Дону).

Лозовский Борис Николаевич — профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати и сетевых изданий департамента «Факультет журналистики» Уральского федерального университета имени первого Президента России Б. Н. Ельцина.

Орлова Татьяна Дмитриевна — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры продюсерства и художественного творчества Института современных знаний имени А. М. Широкова, Республика Беларусь, г. Минск.

Пую Анатолий Степанович — профессор, доктор социологических наук, директор Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» СПбГУ.

Самусевич Ольга Михайловна — доцент, кандидат филологических наук, декан факультета журналистики Белорусского государственного университета.

Скворцов Ярослав Львович — доцент, кандидат социологических наук, декан факультета международной журналистики Московского государственного института международных отношений (университет).

Тарасов Илья Николаевич — профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политики, социальных технологий и массовых коммуникаций Балтийского федерального университета имени Иммануила Канта.

Умановский Вячеслав Владленович — кандидат педагогических наук, ректор ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», секретарь Союза журналистов России.

Чумиков Александр Николаевич — профессор, доктор политических наук, доктор политических наук, профессор, профессор кафедры коммуникационных технологий Института международных отношений и социально-политических наук Московского государственного лингвистического университета.

Шабров Олег Федорович — профессор, доктор политических наук, заведующий кафедрой политологии и политического управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации.

Шапиро Брюс — профессор коммуникации Йельского университета (США).

Шкондин Михаил Васильевич — профессор, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник Проблемной научно-исследовательской лаборатории комплексного изучения актуальных проблем журналистики факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ ЖУРНАЛА

Головкин Сергей Борисович — кандидат филологических наук, доцент факультета дизайна и медиакоммуникаций Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ.

Играев Борис Анатольевич — доцент, кандидат филологических наук, заведующий кафедрой журналистики Тульского государственного университета.

Комиссаров Валерий Петрович — кандидат филологических наук, доцент кафедры журналистики Чувашского государственного университета.

Коханова Людмила Александровна — профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры периодической печати факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова.

Мальцев Геннадий Петрович — член-корреспондент РАЕН, генеральный директор Издательского дома «Журналист».

Речицкий Леонид Антонович — доцент, кандидат исторических наук, главный редактор журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Тулупов Владимир Васильевич — профессор, доктор филологических наук, декан факультета журналистики Воронежского государственного университета.

Харыбин Евгений Витальевич — профессор кафедры, кандидат физико-математических наук, заместитель главного редактора журнала «Журналист. Социальные коммуникации».

Хелемендик Виктор Сергеевич — профессор, доктор исторических наук, член-корреспондент Академии образования Российской Федерации.

CONTENTS

		MAIN THEME
6	<i>L. A. Rechitsky</i>	«Language is a very imperfect and dangerous tool...»
MEDIA COMMUNICATIONS AND JOURNALISM		
11	<i>E. V. Kolesnikova</i>	Problems of media security and media education in Russia
17	<i>K. A. Boldina</i>	The language of hostility in russian news telegram channels (using the example of mash media)
31	<i>A. G. Martyshkina</i> <i>P. G. Loginova</i>	Metaphor as a way to implement persistence in french political media communication using the example of Eric Zemmur's linguistic tools
MEDIA AND SOCIETY		
43	<i>Shao Yang</i> <i>Shao Kuitsun</i>	Shaping the political discourse of the ice silk road initiative
54	<i>M. A. H. Abuhamdia</i>	The image of muslims in the anglo-saxon media discourse
63	<i>M. A. H. Abuhamdia</i>	Stereotyping of muslims in western media
73	<i>M. A. Lazareva</i>	«Soft power» of russia in the cis: tools, difficulties and ways of development
CULTURAL COMMUNICATIONS		
78	<i>Yu. D. Granin</i>	The role of philosophical knowledge in the evolution of science in the 17th and 20th centuries. Actor-network approach. Part 2
PRACTICE		
101	<i>Yu. D. Granin</i>	«The space of experience» and «the horizon of expectations» of liberal patriots
HISTORY OF JOURNALISM		
116	<i>R. P. Tamazanova</i>	Ilya Dobrolovskii — editor of Herald of Asia
MEDIA EDUCATION		
124	<i>A. V. Rubas</i>	The work of the press service in the era of digital transformation. The program of the advanced training course for employees of press services and PR departments

СОДЕРЖАНИЕ

ГЛАВНАЯ ТЕМА		
6	<i>Л. А. Речицкий</i>	«Язык — очень несовершенное и опасное орудие...»
МЕДИАКОММУНИКАЦИИ И ЖУРНАЛИСТИКА		
11	<i>Е. В. Колесникова</i>	Проблемы медиабезопасности и медиаобразования в России
17	<i>К. А. Болдина</i>	Язык вражды в российских новостных telegram-
	<i>А. Г. Мартышкина</i>	каналах (на примере медиа Mash)
31	<i>П. Г. Логинова</i>	Метафора как способ реализации персуазивности во Французской политической медиакоммуникации на примере лингво-риторического инструментария Эрика Земмура
СМИ И ОБЩЕСТВО		
43	<i>Шао Ян</i>	Формирование политического дискурса
	<i>Шао Куйцун</i>	инициативы «Ледовый шелковый путь»
54	<i>М. А. Х. Абухамдия</i>	Образ мусульман в англосаксонском медийном дискурсе
63	<i>М. А. Х. Абухамдия</i>	Стереотипизация мусульман в западных СМИ
73	<i>М. А. Лазарева</i>	Применение РФ «мягкой силы» на постсоветском пространстве: реальность и перспективы
КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ		
78	<i>Ю. Д. Гранин</i>	Роль философского знания в эволюции науки 17-20 столетий. Акторно-сетевой подход Часть 2
ПОЛИТОЛОГИЯ		
101	<i>Ю. Д. Гранин</i>	«Пространство опыта» и «горизонт ожиданий» либерал-патриотов
ИСТОРИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ		
116	<i>Р. П. Тамазанова</i>	Илья Доброловский — редактор «Вестника Азии»
МЕДИАОБРАЗОВАНИЕ		
125	<i>А. В. Рубас</i>	Работа пресс-службы в эпоху цифровой трансформации. Программа курса повышения квалификации сотрудников пресс-служб и PR-отделов

«ЯЗЫК — ОЧЕНЬ НЕСОВЕРШЕННОЕ И ОПАСНОЕ ОРУДИЕ...»

Синопсис. Так отзывался о языке русский философ Николай Александрович Бердяев, вступая в спор по поводу гносеологической проблемы в языкознании о сущности и многозначности слов. В своем труде «Философия свободы» он далее писал: «...он нас подводит на каждом шагу, рождает из себя противоречия и запутывает».

Насколько точна оценка состояния языка в науке и литературе начала XX века, настолько актуально она звучит в условиях использования в коммуникационном процессе современных технологий сбора и распространения информации, образования безграничного информационного пространства, когда человек превращается в жертву этих технологий и всевластия массмедиа. Мы взяли эту цитату из его книги для обозначения главной темы номера, поскольку большинство публикуемых статей посвящены исследованию языка массмедиа.

Закончим цитирование следующим предложением: «Особенно труден стал язык с тех пор, как реальный смысл, реальное содержание слов почти утеряно, значение слов стало номинальным»¹.

Сказанное Бердяевым следует воспринимать как призыв к осторожности в подборе слов и построении фразы при ведении диалога. Расценивать как предупреждение от непродуманного употребления модных языковых нововведений, когда многозначность и неверное толкование заложенного в слове смысла может привести к драматическим последствиям для участников коммуникативного процесса.

Многозначность слова суть последствия многовековой трансформации языка, рост в геометрической прогрессии контактов между народами в политике, науке, образовании, культуре и иных социальных сферах. В искажении и утрате смысла отрицательную роль сыграли и технологические революции. Новинки, используемые для создания информационного продукта, пополняют словарный запас технических специалистов новыми понятиями и терминами. К сожалению, они привели к стандартизации медиатекстов, упрощению языка медиа. Теле- и радиозфир, газетные полосы, социальные сети наводнены словами-стереотипами, обедняющими содержание и искажающими изначальный смысл.

Язык — основное средство и орудие коммуникации, а слово — материальная форма мыслительного отражения предметов и социальных явлений. Суждения Бердяева о языке могут служить своеобразным камертоном для понимания сущности слова в коммуникации. Они подчеркивают важность при ведении общественного диалога четкого подбора слов, наполнен-

¹ Бердяев Н. А. Философия свободы. Гл. 3. Гносеологическая проблема. URL: http://philologos.narod.ru/texts/berd_lang.htm (дата обращения: 18 августа 2023).

ных конкретным содержанием и понятным для собеседников и аудитории смыслом. Но это возможно только в том случае, если участники коммуникативного процесса обладают высокой культурой речи, что позволяет им предельно ясно выражать собственное мнение и быть понятными в отстаивании своей гражданской позиции.

Тема языка и культуры речи — одна из ведущих в журнале. Мы регулярно публикуем результаты исследований современного состояния языка в медиакоммуникациях. Бывает, что они вызывают дискуссии у членов редакционного совета, когда вместе с исследователями делаешь вывод, что отечественная журналистика в XXI веке теряет богатство русского языка, которым на протяжении почти трех столетий славилась российская журналистика. О языке сегодняшних медиа невозможно сказать словами Паустовского: «Нам дан во владение богатый, меткий, могучий и поистине волшебный русский язык».

Статья кандидата политических наук, доцента кафедры журналистики Института филологии и журналистики Национального исследовательского Нижегородского государственного университета имени Н. И. Лобачевского К. А. Болдиной и бакалавра направления «Журналистика» той же кафедры А. Г. Мартышкиной «Язык вражды в российских новостных telegram-каналах (на примере медиа Mash)» продолжает разговор о достаточно распространенном в массмедиа явлении — риторике ненависти и негативно-оценочной форме контента. Авторы изучили содержание новостных каналов на платформе мессенджера Telegram и выяснили, что десять процентов публикаций канала содержат элементы языка вражды. Они считают, что язык вражды недопустим в информационных сообщениях влиятельных новостных ресурсов.

Кандидат филологических наук, доцент кафедры международной коммуникации факультета мировой политики МГУ имени М. В. Ломоносова П. Г. Логинова свое исследование посвятила Французской политической медиакоммуникации и особенностям политической медиариторике. О результатах она рассказывает в статье «Метафора как способ реализации персуазивности во французской политической медиакоммуникации на примере лингвориторического инструментария Эрика Земмура». Метафоричность выступлений Земмура привлекала потенциальный электорат политика, а нестандартное использование риторико-стилистических приемов хорошо воспринималось аудиторией, запоминалось и выделяло его речь из выступлений других кандидатов.

Молодой исследователь, аспирант кафедры теории и истории журналистики филологического факультета Российского университета дружбы народов М. А. Х. Абухамдия исследует распространенное на Западе социальное явление — исламофобию. Изучив англосаксонские СМИ, он приходит к выводу, что формирование образа мусульманина и исламской идентичности ведется в трех направлениях. В рамках западного создается недружественный образ, в рамках мусульманского поддерживаются мусульманские организации и формируется положительный образ, а российское направление очень часто продуцирует враждебное отношение к мусульманам, что видно на примере закупаемой в других странах

телепродукции. Об этом он пишет в статье «Образ мусульман в англо-саксонском медийном дискурсе».

В статье «Стереотипизация мусульман в западных СМИ» Абухамдия исследует, как создание негативного образа мусульман способствует возникновению новых языковых и внеязыковых способов их репрезентации в медиадискурсе, в том числе и с помощью стереотипов.

Леонид Речицкий

«LANGUAGE IS A VERY IMPERFECT AND DANGEROUS TOOL...»

Synopsis. *This is how the Russian philosopher Nikolai Alexandrovich Berdyaev spoke about the language, entering into a dispute about the epistemological problem in linguistics about the essence and ambiguity of words. In his work «The Philosophy of Freedom» he further wrote: «... it lets us down at every step, creates contradictions and confuses us».*

How accurate is the assessment of the state of language in science and literature at the beginning of the XX century, it sounds so relevant in the context of the use of modern technologies for collecting and distributing information in the communication process, the formation of an unlimited information space, when a person becomes a victim of these technologies and the omnipotence of the mass media. We took this quote from his book to indicate the main topic of the issue, since most of the published articles are devoted to the study of the language of mass media.

Let's finish the quotation with the following sentence: «The language has become especially difficult since the real meaning, the real content of words has almost been lost, the meaning of words has become nominal»².

What Berdyaev said should be taken as a call for caution in choosing words and constructing phrases when conducting a dialogue. To be regarded as a warning against the ill-considered use of fashionable language innovations, when ambiguity and misinterpretation of the meaning inherent in the word can lead to dramatic consequences for the participants of the communicative process.

The ambiguity of the word is the consequences of the centuries-old transformation of the language, the exponential growth of contacts between peoples in politics, science, education, culture and other social spheres. Technological revolutions also played a negative role in the distortion and loss of meaning. Novelties used to create an information product replenish the vocabulary of technical specialists with new concepts and terms. Unfortunately, they have led to the standardization of media texts, simplification of the media language. The TV and radio airwaves, newspaper strips, and social networks are flooded with stereotyped words that impoverish the content and distort the original meaning.

Yes, language is the main means and instrument of communication, and the word is a material form of mental reflection of objects and social phenomena.

² Berdyaev N. A. The Philosophy of Freedom. Chapter 3. Epistemological problem. URL: http://philologos.narod.ru/texts/berd_lang.htm (accessed: August 18, 2023).

Berdyayev's judgments about language can serve as a kind of tuning fork for understanding the essence of the word in communication. They emphasize the importance in conducting a public dialogue of a clear selection of words filled with specific content and meaning understandable to interlocutors and the audience. But this is possible only if the participants of the communicative process have a high culture of speech, which allows them to express their own opinion very clearly and be understandable in defending their civic position.

The topic of language and speech culture is one of the leading topics in the magazine. We regularly publish the results of research on the current state of language in media communications. It happens that they cause discussions among members of the editorial board when, together with researchers, you conclude that domestic journalism in the XXI century is losing the richness of the Russian language, Russian journalism has been famous for almost three centuries. It is impossible to say about the language of today's media in the words of Paustovsky: «We have been given possession of a rich, accurate, powerful and truly magical Russian language.»

An article by Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Department of Journalism of the Institute of Philology and Journalism of the National Research State University of Nizhny Novgorod named after N. I. Lobachevsky K. A. Boldina and bachelor in Journalism from the same department A. G. Martyshkina «The language of enmity in Russian telegram news channels (using the example of mash media)» continues the conversation about a fairly common phenomenon in the mass media - the rhetoric of hatred and the negatively assessed form of content. The authors studied the content of news channels on the Telegram messenger platform and found out that ten percent of the channel's publications contain elements of hate speech. They believe that the language of hostility is unacceptable in the information messages of influential news resources.

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of International Communication, Faculty of World Politics, Moscow State University named after M. V. Lomonosov P. G. Loginova devoted her research to French political media communication and the peculiarities of political media rhetoric. She talks about the results in the article «Metaphor as a way of implementing persistence in French political media communication on the example of Eric Zemmour's linguistic tools». The metaphorical nature of Zemmour's speeches attracted the potential electorate of the politician, and the non-standard use of rhetorical and stylistic techniques was well perceived by the audience, remembered and distinguished his speech from the speeches of other candidates.

Young researcher, post-graduate student of the Department of Theory and History of Journalism of the Philological Faculty of the Peoples' Friendship University of Russia M. A. Kh. Abukhamdia explores a widespread social phenomenon in the West — Islamophobia. Having studied the Anglo-Saxon media, he comes to the conclusion that the formation of the image of a Muslim and Islamic identity is conducted in three directions. An unfriendly image is created within the Western one, Muslim organizations are supported within the Muslim one and a positive image is formed, and the Russian direction very often produces a hostile attitude

towards Muslims, which is evident from the example of television products purchased in other countries. He writes about this in the article «The image of Muslims in the Anglo-Saxon media discourse».

In the article «Stereotyping of Muslims in the Western media», Abukhamdia explores how the creation of a negative image of Muslims contributes to the emergence of new linguistic and extra-linguistic ways of their representation in the media discourse, in particular, through stereotypes.

Leonid Rechitsky

УДК 070
ББК 76.01

Е. В. КОЛЕСНИКОВА,
кандидат филологических наук,
старший преподаватель кафедры телевизионных,
радио- и интернет-технологий
Российского государственного
гуманитарного университета;
Россия, г. Москва.
e-mail: happy_me@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ МЕДИАБЕЗОПАСНОСТИ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ¹

***Аннотация.** Бесспорно, вопросы медиабезопасности являются актуальными на данный момент. Этот вопрос обсуждается и на государственном уровне, и общественностью, и крупными компаниями. На данный момент появилось много инструментов для борьбы с фейковыми новостями: специальные программы, которые или ограничивают возможность совершать редактирование фото или видео, или отслеживают подобные манипуляции; многие СМИ разрабатывают инструменты по выявлению и распознаванию фейковых новостей; во многих странах мирах, в том числе и в России, появляются законы, предусматривающие ответственность за распространение заведомо ложной информации. Но не менее важно подготовить потенциальную аудиторию к грамотному потреблению контента.*

***Ключевые слова:** СМИ, медиапотребление, фейки, фейковые новости, медиабезопасность, медиаобразование.*

E. V. KOLESNIKOVA,
Candidate of Philological Sciences,
Senior Lecturer at the Department of Television,
Radio and Internet Technologies
of the Russian State University for the Humanities;
Moscow, Russia.
e-mail: happy_me@mail.ru

¹ Работа выполнена в рамках проекта РГГУ «Медиабезопасность в эпоху цифровых трансформаций» (конкурс «Проектные научные коллективы РГГУ»). The work was carried out within the framework of the RSUH project «Media security in the era of digital transformations» (competition «RSUH Project research teams»).

PROBLEMS OF MEDIA SECURITY AND MEDIA EDUCATION IN RUSSIA

Abstract. *Undoubtedly, media security issues are relevant at the moment. This issue is being discussed at the state level, by the public, and by large companies. At the moment, many tools have appeared to combat fake news: special programs that either limit the ability to edit photos or videos, or track such manipulations, many media outlets are developing tools to identify and recognize fake news, in many countries of the world, including Russia, there are laws that provide for responsibility for dissemination of deliberately false information. However, these are not all ways to deal with fakes. It is equally important to prepare the potential audience for the competent consumption of content.*

Keywords: *mass media, media consumption, fakes, fake news, media security, media education.*

Актуальность данной темы обусловлена тем, что в последнее время растет количество как потребляемой информации, так и различных платформ, где она размещается. Кроме того, современные технологии, которые становятся все доступнее, позволяют быстро создавать интересный и привлекательный контент. Постоянный доступ к новостям и различным видам контента становится также доступнее благодаря развитию технологий.

Многие исследования показывают, что количество людей, проводящих время в интернете, непрерывно растет. По данным ВЦИОМ, 74 % россиян ежедневно заходят в глобальную сеть, при этом доля «heavy users» — тех, кто в интернете проводит более четырех часов в день, — составляет 35%, это каждый третий. За пять лет доля ежедневных пользователей выросла на 12 п. п. именно за счет «heavy users» (2018 г. — 23 %, 2019 г. — 27 %, 2020 г. — 31 %, 2023 г. — 35 %), то есть пользование интернетом стало более интенсивным. Не пользуются сетью совсем 16 % (-3 п.п. к 2018 г.)². Также, согласно проведенным исследованиям, типичный представитель группы «heavy users» — молодой человек до 25 лет с высшим и неполным высшим образованием, с хорошим или очень хорошим материальным положением³.

Вопросы медиабезопасности, безусловно, важны для всех людей, независимо от возраста и количества потребляемого медиаконтента. Однако стоит уделить особое внимание этой теме при подготовке студентов, чья будущая профессия связана с подготовкой, обработкой и распространением медиаконтента. В первую очередь, конечно же, студентам, обучающимся на факультетах журналистики. Поскольку перед ними будет стоять задача не только создавать конкурентоспособный медиаконтент, но и доносить основные аспекты медиаграмотности до широкой аудитории. Повышение общего уровня медиаграмотности позволит сделать безопасным не только интернет, но и поможет защитить современный мир от информационных угроз.

² Цифровой детокс — 2023: о пользовании интернетом и отдыхе от него // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/cifrovoy-detoks-2023-o-polzovanii-internetom-i-otdykhe-ot-nego> (дата обращения: 01.07.2023).

³ Там же.

Стоит отметить, что на данный момент существует большое количество медиаугроз. Главная из них — фейковые новости. Об их разрушительном воздействии говорилось уже не раз. Они способны испортить репутацию человека или компании, нанести вред экономике и повлиять на политическую ситуацию как в отдельной стране, так и во всем мире. Было немало случаев, когда фейковая новость приносила серьезные убытки крупным компаниям. Так, например, компания «PepsiCo» потерпела серьезные убытки из-за якобы некорректного высказывания своего председателя совета директоров и CEO в адрес сторонников ныне бывшего президента Дональда Трампа⁴. Кроме того, фейки могут стать серьезной угрозой и безопасности общества. Так, в 2016 г. мужчина с оружием пришел в ресторан быстрого питания и устроил стрельбу. Причиной такого поведения послужила распространяемая в интернете теория заговора⁵. Нападавший признал неправомерность своих действий и заявил, что не был уверен в полученной информации, но термин «фейковые новости» не признает. Эта история получила широкий общественный резонанс.

Конечно, нельзя сказать, что сейчас нет инструментов для борьбы с фейковыми новостями. Некоторые компании уже давно взялись за разработки технологий, которые позволят не только выявлять отредактированные изображения, но и ограничивать возможность совершить какие-либо манипуляции с ним. Например, американская компания Axon Enterprise Inc, которая специализируется на производстве энергетического оружия для правоохранительных органов, еще в 2019 г. заявила о производстве новых нателных камер для полицейских, особенность которых заключается в том, что без специального доступа нельзя совершить какие-либо действия с видеоизображением. К борьбе с фейковым контентом присоединились и крупные компании, в их числе Microsoft, Google, Яндекс и популярные социальные сети. Компании занимаются в основном разработкой новых технологий для борьбы с дезинформацией, а социальные сети вводят различные ограничения и инструменты по защите своих пользователей. Нельзя не упомянуть и Content Authenticity Initiative (CAI) — ассоциацию по борьбе с дезинформацией и фейковыми новостями, в состав которой входят крупные СМИ, компании по производству программного обеспечения и производству оборудования для создания визуального контента.

Важно отметить, что с фейковыми новостями борются и на законодательном уровне. Уголовный кодекс РФ⁶ предусматривает наказание за распространение заведомо ложной информации, повлекшей за собой тяжкие последствия: штраф, принудительные или исправительные работы, а также

⁴ *LaCapria K.* Pepsi CEO tells Trump supporters to take their business elsewhere // Snopes. URL: <https://www.snopes.com/fact-check/pepsi-ceo-tells-trump-supporters-to-take-their-business-elsewhere/> (дата обращения: 01.07.2023).

⁵ «Pizzagate conspiracy» gunman: «I regret how I handled the situation» // The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/us-news/2016/dec/08/pizzagate-conspiracy-gunman-i-regret-how-i-handled-the-situation> (дата обращения: 01.07.2023).

⁶ Статья 207.2. «Публичное распространение заведомо ложной общественно значимой информации, повлекшее тяжкие последствия» от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 13.06.2023) // КонсультантПлюс. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/7dcac8801f9fa5415250803c6d4bc4366bb91f1b/ (дата обращения: 01.07.2023).

лишение свободы. По данным ВЦИОМ, большая часть населения поддерживает закон и считает, что он поможет снизить долю фейков в СМИ⁷.

Однако в борьбе с фейковыми новостями важно применять не только различные методы ограничения и наказания за создание и распространение подобной информации, но и подготовить и обучить потенциальных потребителей контента. Согласно отчету National Literacy Trust, доля пользователей в возрасте 12–15 лет в интернете также неуклонно растет. И лишь немногие из них обладают какими-либо навыками информационной грамотности, а большая часть доверяет информации, полученной на просторах интернета. Когда же речь заходит о безопасности детей и подростков в Интернете, то чаще всего предлагают вводить различные ограничения и вести постоянный контроль: родительский контроль на гаджетах, различные фильтры для поисковых систем, контроль со стороны родителей и ограничение времени в интернете⁸. Эти меры, конечно же, будут эффективны, но не менее важно объяснять юным пользователям, как правильно потреблять и использовать получаемую информацию.

Стоит отметить, что не все дети даже в старшем возрасте обладают базовыми знаниями медиабезопасности. Как уже говорилось, данные знания особенно актуальны для студентов факультетов журналистики.

В этой ситуации наиболее важными становятся задачи обучения:

- *грамотному потреблению медиаконтента*: поскольку студенты постоянно находятся под воздействием непрекращающегося информационного потока, знания, как правильно работать с поступающей информацией и ее источниками, являются важным инструментом в их последующей профессиональной деятельности;
- *критическому восприятию поступающей информации*: это не только необходимый навык для журналиста, но и важный жизненный навык, который пригодится студентам помимо учебы;
- *пользованию основными инструментами фактчекинга*: необходимо познакомить не только с самими инструментами фактчекинга, но и с различными ресурсами, которые помогут быстро и доказательно выявить фейковую новость;
- *созданию качественного контента с точки зрения основных требований к журналистскому материалу, а также медиабезопасности*: студенты должны помнить, что как будущие журналисты они несут ответственность за публикуемые материалы в интернете, и одним из важных этапов их подготовки будет ознакомление с законодательством.

⁷ Фейк-ньюс: мнение россиян о новом законе // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/fejk-nyus-mnenie-rossiyan-o-novom-zakone> (дата обращения: 01.07.2023).

⁸ Безопасный интернет: эксперты рассказали, как защитить детей от опасного контента в Сети // Официальный сайт мэра Москвы. URL: <https://www.mos.ru/news/item/75512073/> (дата обращения: 01.07.2023).

Для решения данных задач можно прибегнуть к следующим методам:

- *проводить регулярные занятия с обучающимися*: это могут быть как самостоятельные курсы и факультативы, так и кейсовые методы обучения. Как отметил в своем интервью журналист и преподаватель одного из российских вузов, студенты сами обращаются в рамках его занятий с просьбой разобрать те или иные новости на предмет их достоверности⁹. Конечно же, такую инициативу со стороны студентов необходимо активно поддерживать и поощрять;
- *повышать уровень знаний учителей и преподавателей*: очевидно, что медиаландшафт постоянно преобразовывается, поэтому необходимо постоянно повышать свой уровень знаний;
- *проводить регулярные мастер-классы со специалистами из СМИ, пиар-компаний и т. д.*: данный формат давно себя зарекомендовал как интересный для студентов метод получения новых знаний;
- *привлекать к участию в проектной деятельности*: активное участие в различных проектах, несомненно, закрепит полученные знания и позволит отработать на практике полученные знания.

Конечно, это не исчерпывающий список рекомендаций. Можно использовать и литературу, которая изучается студентами как в рамках занятий, так и факультативно. Например, книги С. Н. Ильченко «Фейк-контроль, или Новости, которым не надо верить: как нас дурачат СМИ»¹⁰, А. В. Манойло и др. «Фейки: анатомия лжи»¹¹ и А. Бон «Фейк. Все, что надо знать о пропаганде, фальшивых новостях и теориях заговора»¹² и другие.

Но не стоит забывать, что самым главным оружием в борьбе с фейковыми новостями будут оставаться критическое мышление и ответственность каждого пользователя интернета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бон А. Фейк. Все, что надо знать о пропаганде, фальшивых новостях и теориях заговора. М.: МИФ, 2020.
2. Бочко Д. М. Медиабезопасность и транспрофессионализм в современном дискурсе СМИ // Вестник ЧелГУ. 2013. № 21 (312). С. 87–92.
3. Быкадорова А. С., Шаповалова Е. В. Медиабезопасность как актуальное направление медиаобразовательной деятельности // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. № 4 (26). С. 53–57.
4. Зеленова А. Е. Медиаобразование будущих журналистов как основа медиабезопасности // Вестник ЧелГУ. 2013. № 21 (312). С. 215–218.

⁹ Всегда найдется человек, который поедет в пустыню // Факультет журналистики РГГУ. URL: <https://www.rsuh.ru/media/news/detail.php?ID=928878> (дата обращения: 01.07.2023).

¹⁰ Ильченко С. Н. Фейк-контроль, или Новости, которым не надо верить: как нас дурачат СМИ. М.: Феникс. С. 188.

¹¹ Манойло А. В. Фейки: анатомия лжи. / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Б. А. Рожина, К. С. Стригунова. Горячая линия-Телеком. 2021. С. 384.

¹² Бон А. Фейк. Все, что надо знать о пропаганде, фальшивых новостях и теориях заговора // М.: МИФ, 2020. С. 168.

5. *Ильченко С. Н.* Фейк-контроль, или Новости, которым не надо верить: как нас дурачат СМИ. М.: Феникс, 2020.
6. *Манойло А. В.* Фейки: анатомия лжи / А. В. Манойло, А. И. Петренко, Б. А. Рожина, К. С. Стригунова. Горячая линия-Телеком. 2021.

Поступила в редакцию 07 июля 2023 г.

УДК 070
ББК 76.0

К. А. БОЛДИНА,
кандидат политических наук,
доцент кафедры журналистики
Института филологии и журналистики
Национального исследовательского Нижегородского
государственного университета имени Н. И. Лобачевского;
Россия, г. Нижний Новгород.
e-mail: olesova@yandex.ru

А. Г. МАРТЫШКИНА,
бакалавр направления «Журналистика» кафедры журналистики
Института филологии и журналистики
Национального исследовательского Нижегородского
государственного университета имени Н. И. Лобачевского;
Россия, г. Нижний Новгород.
e-mail: anastasia.martyshkina@gmail.com

ЯЗЫК ВРАЖДЫ В РОССИЙСКИХ НОВОСТНЫХ TELEGRAM-КАНАЛАХ (НА ПРИМЕРЕ МЕДИА MASH)

***Аннотация.** Статья посвящена изучению особенностей контента российских новостных каналов на платформе мессенджера Telegram с точки зрения включения в публикации языка вражды. Особое внимание в статье уделяется специфике современных цифровых медиа, обобщению подходов к определению языка вражды, выявлению особенностей языка вражды в российском медианпространстве telegram-каналов и основным причинам его распространения. Удалось выяснить, что на распространение языка вражды в Telegram влияет и особый правовой статус мессенджера: Роскомнадзор не может напрямую регулировать контент в приложении, а заблокированные ведомством интернет-медиа активно переходят в мессенджер, в котором они продолжают беспрепятственно публиковать информацию. Более того, администрация мессенджера не проводит обширную политику модерации контента, устраняя лишь некоторые материалы, противоречащие правилам сообщества, но даже запрещенный контент можно продолжать просматривать, используя способы обхода блокировки.*

Исследование основано на контент-анализе 250 публикаций telegram-канала Mash, вышедших в период с января 2022 г. по май 2023 г. Данная эмпирическая база была проанализирована методом сплошной выборки на предмет присутствия языка вражды. Мы получили следующие результаты: минимум в 10 % публикаций канала встречаются элементы языка вражды, чаще всего в контексте криминальных происшествий, что может привести к усугублению конфликтов и напряженности в обществе. В основном язык вражды в канале направлен на представителей другой национальности или расы, а также на людей с инвалидностью,

психическими расстройствами или на незащищенные слои общества: заключенных, бездомных и т. д. Несмотря на то что процент публикаций, содержащих язык вражды, не такой большой, сам факт его стабильного присутствия в крупных, влиятельных новостных ресурсах является неприемлемым, поскольку это приводит не только к формированию и закреплению негативных образов и стереотипов, но и к социальной изоляции определенных групп людей, в то время как одна из главных функций массмедиа — интегративная — состоит в том, чтобы объединять людей, находить точки соприкосновения и пути решения разногласий.

Ключевые слова: новые медиа, интернет-СМИ, telegram-журналистика, новостной контент, telegram-каналы, язык вражды.

K. A. BOLDINA,

Candidate of Political Sciences, Associate Professor
of the Journalism Department
of the Institute of Philology and Journalism
of National Research State University
of Nizhny Novgorod named after N. I. Lobachevsky;
Russia, Nizhny Novgorod.
e-mail: olesova@yandex.ru

A. G. MARTYSHKINA,

Bachelor of Journalism, Department of Journalism,
Institute of Philology and Journalism,
National Research State University
of Nizhny Novgorod named after N. I. Lobachevsky;
Russia, Nizhny Novgorod.
e-mail: anastasia.martyshkina@gmail.com

THE LANGUAGE OF HOSTILITY IN RUSSIAN NEWS TELEGRAM CHANNELS (USING THE EXAMPLE OF MASH MEDIA)

Abstract. The article is devoted to the study of the features of the content of Russian news channels on the Telegram messenger platform from the point of view of the inclusion of hate speech in publications. Special attention is paid in the article to the specifics of modern digital media, generalization of approaches to the definition of the «language of hostility», identification of the features of the language of hostility in the Russian media space of telegram channels and the main reasons for its spread. It was found out that the special legal status of the messenger also affects the spread of hate speech in Telegram: Roskomnadzor cannot directly regulate the content in the application, and the Internet media blocked by the agency actively switch to the messenger, in which they continue to publish information freely. Moreover, the administration of the messenger does not conduct an extensive content moderation policy, eliminating only

some materials that contradict the rules of the community, but even prohibited content can continue to be viewed using ways to bypass the blocking. The study is based on a content analysis of 250 publications of the telegram channel Mash, published in the period from January 2022 to May 2023. This empirical base was analyzed by a continuous sampling method for the presence of hate speech. We have obtained the following results: at least 10 % of the channel's publications contain elements of hate speech, most often in the context of criminal incidents, which can lead to aggravation of conflicts and tension in society. Basically, the hate speech in the channel is directed at representatives of another nationality or race, as well as at people with disabilities, mental disorders or unprotected segments of society: prisoners, homeless, etc. Despite the fact that the percentage of publications containing hate speech is not so large, the very fact of its stable presence in large, influential news resources is unacceptable, since this leads not only to the formation and consolidation of negative images and stereotypes, but also to the social isolation of certain groups of people, while one of the main the function of mass media — integrative is to unite people, find common ground and ways to resolve differences.

Keywords: *new media, online media, telegram journalism, news content, telegram channels, hate speech.*

ВВЕДЕНИЕ

Последние несколько лет общество значительно трансформировалось под влиянием современных технологий. В журналистике, как в одной из ключевых профессий медиасистемы, также произошли существенные изменения. Главным образом преобразились тренды в потреблении информации: все больше людей называют своим основным источником новостей интернет-издания, социальные сети. Сейчас многие новостные ресурсы переходят в мессенджеры, поскольку современному пользователю наиболее удобно потреблять информацию, не выходя за рамки одного приложения. Особенно популярным в России стал мессенджер Telegram, в котором есть функция создания публичных каналов.

У каждого пользователя появилась возможность распространять информацию, не имея регистрации СМИ, беспрепятственно делиться своим мнением с большей аудиторией. С одной стороны, это положительная тенденция, так как у читателей появился еще более широкий выбор источников информации, но, с другой стороны, это сказалось на распространении языка вражды, что может негативно отразиться не только на репутации журналистики как сферы деятельности, но и на обществе в целом.

Язык вражды нашел свое распространение в том числе в новостных telegram-каналах, поскольку администрация приложения, активно продвигая свободу слова, не проводит широкую политику модерации контента, а такие органы, как Роскомнадзор, не могут самостоятельно блокировать ресурсы в мессенджере. Авторы популярных каналов, часто анонимных, прибегают к использованию расистских, ксенофобных, эйблистских, сексистских высказываний для того, чтобы привлечь подписчиков и просмотры,

ведь именно экспрессивные и агрессивные высказывания вызывают общественный резонанс.

В статье анализируются характерные особенности и направленность языка вражды в российских новостных telegram-каналах и даются рекомендации по его устранению на примере одного из крупнейших поставщика оперативных сводок — медиа Mash.

ОСОБЕННОСТИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Эмпирической базой исследования послужили 250 публикаций telegram-канала Mash, проанализированные методом сплошной выборки, начиная с января 2022 г. Для анализа использовался словарь «Таких дел» «Мы так не говорим»¹, содержащий список слов и выражений, которые могут быть восприняты как враждебный язык. Была использована классификация языка вражды А. М. Верховского².

В процессе исследования авторы статьи обращаются к трудам российских и зарубежных авторов, посвященным специфике новых медиа, функционирующих в том числе на платформах мессенджеров, а также к языку современных СМИ и различным аспектам языка вражды в традиционных и новых медиа.

Исследование кандидата филологических наук А. Ю. Гарбузняк показало, что перенос медиапотребления на цифровые медиаплатформы, такие как социальные сети, мессенджеры и видеохостинги, стал главным фактором эволюции средств массовой информации. Изначально цифровизации подверглись традиционные СМИ, которые создавали интернет-сайты для дублирования контента своей основной платформы. К началу 2010-х гг. мультимедийные форматы стали трендом в развитии журналистских материалов, а социальные сети начали рассматриваться как важный фактор в расширении аудитории. В период с 2017 по 2020 годы новые медиапроекты начали размещаться на цифровых медиаплатформах, как на основных площадках³.

Исследуя популярность мессенджеров как поставщиков новостного контента, мы выяснили, что в условиях мультимедиаизации стало важно грамотно использовать визуальный язык. Современная аудитория не вычитывает текстовую информацию полностью, а заостряет внимание на отдельных ее частях. Различные визуальные элементы помогают читателям ориентироваться в материале. Современные создатели информационного контента осознают необходимость включать аудиторию в медиасреду посредством интерактивного интерфейса. У пользователей есть возможность реагировать на публикации, выражать свое отношение к ним через комментарий, лайк или дизлайк, и репост. Кроме того, интернет-журнали-

¹ Мы так не говорим. Словарь «Таких дел». Такие дела. URL: <https://takiedela.ru/slova> (дата обращения: 20.11.2022).

² Верховский А. М. Язык вражды против общества: сборник статей. М.: Центр «Сова», 2007.

³ Гарбузняк А. Ю. Новые медиа как фактор «расщепления» Интернет-СМИ // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2022. № 1. С. 25–28.

стика старается отходить от рамок традиционных жанров⁴. С укоренением новых интерактивных форматов журналистских материалов ученые начинают выделять новый информационный жанр, который возник в результате симбиоза между платформами социальных сетей и журналистикой. Социальные новости — это онлайн-новости, смешанные с одной из форм социального взаимодействия, и они полностью зависят от сайтов социальных сетей. Такими новостными сообщениями можно делиться, голосовать за или против, высказывать свое мнение в комментариях, а та информация, что представлена пользователю, зависит от того, как он взаимодействовал с подобным контентом в прошлом⁵.

Этот жанр отражает влияние поп-культурных тенденций на социальные сети: использование аббревиатур, меметических образов и GIF, характерных для данной платформы. Все эти приемы помогают повысить популярность журналистских медиапроектов на платформах, бизнес-модели которых основаны на обмене информацией и социальных связях между пользователями⁶.

Еще одной важной и характерной особенностью цифровых медиа стала возможность править информацию в режиме реального времени. В течение нескольких минут пользователь имеет возможность прочитать другой текст, если автор его отредактировал. Тогда как в печатной журналистике читателю доступен только окончательный вариант текста, неизменный после выхода издания⁷. Возможность оперативно вносить правки в материал можно назвать преимуществом новых медиа, которое также говорит о стремлении журналистов к публикации достоверной информации. Однако из-за этого читатели, привыкшие воспринимать информацию, как нечто, не требующее проверки и изменения, начинают ставить под сомнение любые сообщения, опубликованные в интернете⁸.

В процессе исследования выяснилось, что для современных цифровых медиа свойственно наиболее быстро реагировать на изменения социального контекста, поэтому в публикациях часто используется языковая игра, намеренное и мотивированное нарушение языковых норм, нетипичное использование лингвистических единиц. Текст электронных СМИ нередко воспринимается как ребус, требующий детальной проработки, а не простого прочтения⁹.

⁴ Авдонина Н. С. Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа / Н. С. Авдонина, В. Н. Богатырева // Вестник Приамурского государственного университета им. Шолом-Алейхема. 2020. № 2 (39). С. 9–14.

⁵ Russell-Rose T. Designing the search experience: monograph / T. Russell-Rose, T. Tate. Massachusetts: Morgan Kaufmann Publishers, 2013. P. 25–27.

⁶ Burgess J. Digital journalism as symptom, response, and agent of change in the platformed media environment / J. Burgess, E. Hurcombe // Digital Journalism. 2019. № 7 (3). P. 4–7.

⁷ Višňovský J. How has journalistic content been changing on the internet? Differences in presentation of journalistic outputs in the press and on the web / J. Višňovský, M. Ungerová, K. Kubíková // 4th International Science Conference «European Realities — Movements» (12–13 December 2019). Osijek: The Academy of Arts and Culture in Osijek, 2019. P. 197–200.

⁸ Афанасьева Е. А. Создание и распространение контента: этические регуляторы в цифровом медиaprостранстве // Журналистский ежегодник. 2014. № 5. С. 89–91.

⁹ Литвишко О. М. Лингвокреативность в дискурсе электронных СМИ: средства и методы / О. М. Литвишко, Н. С. Руденко, Ю. П. Чалая // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2022. № 1. С. 119–123.

Контент новых медиа часто наполнен рядом элементов, призванных оказывать манипулятивное воздействие на пользователя. Пытаясь изменить внутреннюю картину мира, социальные установки или эмоциональное состояние, электронные тексты осуществляют одновременно несколько функций. Эмотивная функция апеллирует к эмоциональному отклику реципиента, запугивая, эпатажуя или мотивируя его на определенные поступки. Фактическая функция призвана расположить пользователя к себе, установив доверительный контакт. Посредством имплицативной функции передается скрытый смысл сообщения¹⁰. Ученые выделяют особую потребность пользователей в зрелищности и событийности, поэтому в цифровых медиа применяются специфические средства придания сообщению экспрессивности и эмоциональности. В сетевых текстах можно встретить измененное правописание и намеренные ошибки, умноженные согласные и гласные, использование эмодзи и т. п.¹¹ О склонности к использованию эмоциональной лексики говорит и табуоидизация заголовков.

Демократизация языка цифровых медиа, а также отсутствие цензуры имеет и негативную сторону. Исследователь А. Д. Шабалин отметил игнорирование нормативного базиса лингвотики в некоторых публикациях интернет-СМИ. По его мнению, свобода слова в сети была подменена вседозволенностью, которая выражается в цинизме, пошлости, речевой агрессии и нецензурных выражениях, которые встречаются в публикациях¹².

Благодаря развитию социальных сетей, а также цифровых медиа каждый пользователь получил возможность стать непосредственным участником онлайн-коммуникации. Любой человек, имеющий доступ к Интернету, может публично выражать свое мнение, находить единомышленников, а также объединяться в сообщества на основе общих интересов или взглядов. Неограниченная свобода слова в сети имеет как преимущества, так и серьезные недостатки. Один из них — распространение языка вражды (от *англ.* hate speech), которое несет за собой эскалацию нетерпимости, дискриминации и вербального насилия в интернете.

Мы обнаружили, что на сегодняшний день не существует единственно верного определения языка вражды, которое было бы принято всеми учеными. А. В. Гладилин в своем исследовании руководствуется определением американского сайта юридических дефиниций, согласно которому язык вражды — это преследуемая по закону коммуникация, которая не несет никакого смысла, кроме как выражения ненависти к некоторой группе, особенно если подобная коммуникация может спровоцировать насилие¹³.

¹⁰ Литвишко О. М. Указ. соч.

¹¹ Юрина И. А. Исследование социальных сетей в контексте лингвистики новых медиа / И. А. Юрина, Н. Ю. Бородулина, М. Н. Макеева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 11 (77). С. 179–181.

¹² Шабалин А. Д. Язык новых медиа и его следствия: Homo Confusus, аксиологический релятивизм, языковая регрессия // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения: сборник материалов VIII (XXII) Международной научно-практической конференции молодых ученых (15–17 апреля 2021 г.). Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет. С. 35–36.

¹³ Гладилин А. В. «Язык вражды» в традиционных и новых медиа // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 21 (312). С. 144–153.

Н. В. Жадунова и Е. А. Коваль отмечают, что язык вражды — это проявление агрессии в отношении индивида или группы, вызванное наличием у них характеристик, отличных от мировоззренческих установок субъектов, использующих язык вражды в коммуникации. Они также подчеркивают, что язык вражды используется с целью утверждения доминантного положения в социуме и признания нормативности своей позиции, при этом разделяя людей на «своих» и «чужих», а также «хороших» и «плохих» соответственно¹⁴.

Согласно определению А. Денисовой, языком вражды считаются все языковые средства, используемые для выражения отрицательного отношения оппонентов, т. е. носителей иных субкультурных ценностей. Она также подчеркивает, что язык вражды возник из-за внелингвистических противоречий и конфликтов, которые берут свое начало из истории, политических или экономических интересов, а также из-за отсутствия культуры ведения дискуссий¹⁵.

Н. О. Автаева, рассматривая гендерный аспект языка вражды, подчеркивает, что данное явление может выступать не только как форма расизма, ксенофобии, межнациональной вражды, нетерпимости и гомофобии, но также сексизма¹⁶. При этом язык вражды используется чаще против женщин, чем мужчин, что исторически связано с их дискриминацией в обществе.

Б. Парех предлагает трехчастную характеристику языка вражды, которая аккумулирует выводы многих других исследователей. Во-первых, язык вражды направлен против конкретного или легко идентифицируемого лица или чаще всего группы лиц по произвольному или нормативно неактуальному признаку. Во-вторых, он стигматизирует целевую группу, имплицитно или эксплицитно приписывая ей качества, считающиеся крайне нежелательными. В-третьих, он рассматривает целевую группу в качестве законного объекта враждебности¹⁷. Л. Ричардсон-Селф в своем исследовании особенно подчеркивает, что язык вражды, как правило, нацелен на «небелую расу», «нехристианскую религию», «негетеросексуальную ориентацию», так как его использование является выражением враждебности к исторически угнетаемым группам. При этом она приходит к выводу о том, что язык вражды никогда не направлен на человека как индивидуума, но на человека как члена определенной маргинализированной группы, что отличает язык вражды от оскорбления. Таким образом, речь представляет собой акт угнетения, а угнетающая функция языка вражды — это именно то, что делает его морально, социально и политически неприемлемым¹⁸.

¹⁴ Коваль Е. А. Нормативные ограничения языка вражды / Е. А. Коваль, Н. В. Жадунова // Мир человека: нормативное измерение: сборник трудов международной научной конференции (29—30 апреля 2017 г.). Саратов: Саратовская государственная юридическая академия, 2017. С. 170—176.

¹⁵ Денисова А. Язык вражды в российских СМИ: гендерное измерение // Женщина Плюс... URL: <http://www.owl.ru/win/womplus/2002/denisova2.htm> (дата обращения: 17.11.2022).

¹⁶ Автаева Н. О. Язык вражды в современных СМИ: гендерный аспект // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 811—813.

¹⁷ Parekh B. Is there a case for banning hate speech? // The content and context of hate speech: Rethinking regulation and responses. Cambridge University Press, 2012. P. 37—56.

¹⁸ Richardson-Self L. Woman-hating: on misogyny, sexism, and hate speech // Hypatia. 2020. № 33 (2). P. 256—258.

Несмотря на то что язык вражды в Интернете по своей сути не отличается от аналогичных выражений, встречающихся в офлайне, в сети существуют особые проблемы, характерные только для цифровых медиа и социальных сетей. Враждебные выражения могут оставаться в киберпространстве в течение длительного времени в различных форматах на различных платформах. Чем дольше контент остается доступным, тем больший ущерб он может нанести жертвам, что расширяет возможности преступников. Если удалить контент на ранней стадии, можно ограничить воздействие, однако это не остановит проблему. Плохо сформулированные мысли, которые в прошлом не нашли бы публичного выражения и поддержки, теперь могут оказаться на площадках, где они могут быть видны большой аудитории¹⁹.

Анонимность в интернете может предоставить возможности для более свободной речи, потому что люди могут говорить то, что думают, не опасаясь того, как другие отреагируют или непредсказуемо ответят, например, из-за цвета кожи, сексуальной ориентации или гендерной идентичности. Однако существуют доказательства того, что анонимность может подтолкнуть людей к более ненавистным высказываниям. Осознание своей анонимности может устранить страх быть привлеченным к ответственности за ненавистнические высказывания, а также вызвать ощущение, что обычные правила поведения не действуют в рамках интернет-платформы²⁰.

В этой связи на платформах социальных сетей и мессенджеров контент даже крупных и авторитетных изданий оказывается подверженным современным тенденциям и нередко носит признаки языка вражды. В рамках нашего исследования особое внимание уделяется наиболее популярной сегодня медийной площадке — мессенджеру Telegram и одному из топовых медийных каналов на его платформе — каналу Mash.

Ученые С. Уолтер и Э. Маккой рассматривают Telegram как альтернативное медиа. С теоретической точки зрения это источники и платформы, которые бросают вызов традиционным СМИ из-за того, что они якобы потеряли объективность или стали скрывать и искажать реальность распространяемой информации. Производители альтернативных СМИ стремятся дать голос маргинализированным группам, но чаще всего сами становятся необъективными по своей природе. Кроме того, исследования показывают, что анонимные telegram-каналы обладают свойством затягивать пользователей. Поскольку информация постоянно обновляется, а каналы быстро наполняются обсуждениями, пользователям приходится постоянно заходить в приложение, чтобы не пропустить контент и не остаться в стороне от дискуссии²¹.

Вовлеченность аудитории особенно важна создателям контента, работающим в рамках telegram-канала. Чем больше охваты, тем больше возможностей для монетизации, а получение прибыли — одна из основных целей

¹⁹ Countering online hate speech: monograph / I. Gagliardone [etc.]. Paris: UNESCO Publishing, 2015.

²⁰ Brown A. What is so special about online (as compared to offline) hate speech? // *Ethnicities*. 2018. № 18 (3). P. 297–298.

²¹ Walther S. US extremism on Telegram: Fueling disinformation, conspiracy theories, and accelerationism / S. Walther, A. McCoy // *Perspectives on Terrorism*. 2017. № 2. P. 101–102.

ведения публичного канала. Согласно статистическим данным, около 70 % администраторов заявили, что они ведут канал с целью заработка, а 38 % используют канал для построения личного бренда и привлечения внимания к себе²². Монетизировать telegram-канал можно разными способами: за счет публикации рекламных постов, участия в партнерских программах или благодаря пожертвованиям от подписчиков²³. Таким образом, владельцы каналов нередко намеренно распространяют экспрессивную, враждебную информацию, стараясь привлечь как можно больше подписчиков и просмотров, так как именно такие публикации, как правило, вызывают общественный резонанс. Это становится возможным, так как Telegram не участвует в широкой политике удаления контента по сравнению с другими международными социальными сетями, удаляя только порнографические материалы и лишь некоторые агрессивные высказывания на своих публичных каналах²⁴.

Мы проанализировали данные рейтинга 100 самых популярных новостных telegram-каналов в России в марте 2023 г., опубликованные на сайте TGStat²⁵. Важно отметить, что названия каналов часто сами по себе несут враждебный характер, например «Топор Live», находящийся на втором месте по количеству подписчиков, а также SHOT, «Запрещенка», «Мышеловка», «Руби топором» и т. д. Кроме того, в рейтинг вошло значительное количество telegram-каналов с военной тематикой (WarGonzo, «Миротворец» и т. д.), что продиктовано сложившейся в стране ситуацией, связанной со специальной военной операцией.

Если рассмотреть топ-10 новостных telegram-каналов, можно заметить, что семь из десяти популярных каналов являются анонимными и всего три зарегистрированы как СМИ. Интересно, что возраст половины этих каналов не превышает двух лет, средний возраст канала два года четыре месяца. Дольше всего существует канал «РИА Новости», но первое место в рейтинге занимает «Прямой эфир», с момента создания которого прошел всего один год. В среднем в этих каналах ежедневно публикуется около 50 новостных сообщений, включая рекламные. При этом количество подписчиков не коррелируется с количеством публикаций в день. Средний охват рекламной публикации в новостном канале, входящем в топ-10, варьируется от 140 тыс. до 919 тыс.

Можно сделать вывод о том, что большая часть популярных новостных telegram-каналов — это анонимные каналы без конкретного владельца, не зарегистрированные в качестве СМИ. Telegram для них является основной площадкой для распространения информации, так как на платформе отсутствует цензура и серьезная модерация контента. Названия каналов

²² Исследование аудитории Telegram 2023 г. TGStat. URL: <https://tgstat.ru/research-2023> (дата обращения: 25.05.2023).

²³ Ахмадуллина А. Все способы монетизации телеграм-канала: от простых до бизнесовых // Vc.ru. URL: <https://vc.ru/u/1380057-aleksandra-ahmadullina/578008-vse-sposoby-monetizacii-telegram-kanala-ot-prostyh-do-biznesovyh> (дата обращения: 20.04.2022).

²⁴ Walther S. Указ. соч.

²⁵ Рейтинг Telegram-каналов. TGStat. URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=members> (дата обращения: 20.04.2022).

нередко имеют враждебный характер, что служит своеобразным инструментом для привлечения внимания. Анонимный канал может набрать подписчиков и популярность всего за год. Охваты рекламных публикаций могут достигать значений в 900 тыс. просмотров в сутки.

Mash — это российское интернет-СМИ, которое также имеет популярный канал в Telegram и паблик во «ВКонтакте». Все проекты входят в состав медиахолдинга News Media. Идея создания принадлежит Никите Могутину, бывшему заместителю главного редактора Life.

Mash не имеет свидетельства о регистрации СМИ, тем не менее медиаконтент канала соответствует стандартам официальных массмедиа. Деятельность Mash в Telegram сравнима с работой информационных агентств, которые ведут аккаунты в социальных сетях, а также могут выступать в качестве независимых массмедиа, формируя собственную аудиторию. Основной контент канала — эксклюзивные новости, которые затем становятся информационными поводами для других каналов и СМИ.

Telegram-канал Mash стал популярным источником новостей с момента своего запуска в 2017 г. Согласно данным TGStat²⁶, на данный момент он занимает 6-е место в рейтинге российских новостных telegram-каналов по количеству подписчиков и 4-е место по охвату публикаций и цитируемости. На источник подписано более 1 763 000 человек, охват одной публикации в среднем превышает 680 000, а индекс цитирования составляет 8 539,4. Коэффициент вовлеченности подписчиков — 38,6 %, что является сильным и реалистичным показателем для telegram-канала. Можно сделать вывод, что данный канал действительно популярен и востребован среди пользователей. Высокий индекс цитирования является показателем эффективности контента, а также заинтересованности в нем других медиа, поскольку они нередко ссылаются на Mash как первоисточник.

Согласно данным Similarweb, основную аудиторию интернет-сайта Mash составляют мужчины — 63,09 %, а женщин всего 36,91 %. Крупнейшая возрастная группа посетителей — молодые люди от 25 до 34 лет (33,51 %). Наиболее вероятно, что такие же данные будут релевантными и для telegram-канала.

Популярность и цитируемость канала сравнимы с крупными СМИ, что накладывает определенную ответственность на его авторов. Качество контента должно соответствовать определенным стандартам. Одной из отличительных особенностей канала Mash является непринужденный стиль информационных сообщений, которые часто наполнены сленгом, нецензурной лексикой и отсылками к популярной культуре. Авторы канала взяли пример с социальных сетей, контент которых пользователи ценят за краткость и непосредственность. Использование эмодзи также помогает создать узнаваемый тон, который легко воспринимается читателями.

Стиль telegram-канала Mash характеризуется разговорным тоном, в повествование часто включаются элементы сторителлинга. Использование вопросов и риторических приемов, таких как ирония и сарказм, также помогает стимулировать вовлеченность среди читателей. Авторы часто

²⁶ Рейтинг Telegram-каналов. TGStat.

открыто или завуалированно выражают собственное мнение и точку зрения, не оставляя возможности читателю самостоятельно дать оценку ситуации. Кроме того, в telegram-канале отключены инструменты взаимодействия с подписчиками: нельзя оставить комментарий, а также эмодзи-реакцию на сообщение.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проведенный анализ выявил, что в 27 из 250 (10,8 %) публикаций содержится язык вражды. Для достоверности результатов исследование было проведено на случайно выбранных публикациях с учетом временного интервала. Также использовался словарь, разработанный экспертами в области коммуникаций и включающий широкий спектр слов и выражений, которые могут быть восприняты как язык вражды.

На основе полученных данных можно сделать вывод о том, что почти каждая десятая публикация канала Mash содержит язык вражды — цифра весьма существенная для канала с миллионной аудиторией и высокими охватами. Стоит отметить, что полученные результаты не являются неожиданными, поскольку использование враждебной коммуникации не противоречит тональности бренда Mash. Негативный тон может быть использован для привлечения внимания читателей и создания эмоционального отклика, что может привести к повышению напряженности, резонансности и, как следствие, привлечению новых читателей. Однако не все выражения, относящиеся к языку вражды, могут быть использованы авторами канала намеренно и, вполне возможно, не несут цели оскорбить определенную группу людей. Некоторые слова и выражения закрепились в сознании людей и используются без осознания их проблематичности, но это не избавляет журналистов от ответственности.

У данного telegram-канала очень большая и лояльная аудитория, его цитируют не только другие каналы мессенджера, но и крупные традиционные СМИ, что может способствовать распространению языка вражды и оказывать негативное влияние на становление медиаэтики и статус интернет-журналистики в целом.

В публикациях канала Mash нередко можно увидеть некорректный, оскорбительный и виктимизирующий термин «проститутка» или «эскортница». Не существует единого мнения относительно того, как этично обозначать людей, оказывающих сексуальные услуги за деньги, однако очевидно, что эти слова используются для унижения подобных женщин, а также подчеркивания их криминальности и «низкой социальной ценности». Более корректным и нейтральным можно считать термин «секс-работница» или выражение «человек, вовлеченный в коммерческий секс», поскольку оно описывает ситуацию, в которой находится человек, а не приписывает ей никакую связанную с этой деятельностью идентичность²⁷.

²⁷ Петрова В. Бездомные, наркопотребители и трудовые мигранты: как корректно говорить об уязвимых группах // Бумага. URL: <https://paperpaper.ru/bezdomnye-narkopotrebiteli-i-trudov> (дата обращения: 24.04.2023).

В новостных сообщениях telegram-каналов можно встретить такие слова, как «нелегал», «гастарбайтер» или «приезжий», по отношению к людям другой национальности. Термин «нелегал» подразумевает нарушение иммиграционного законодательства, однако это понятие не должно использоваться для описания людей, которые часто вынуждены работать в другой стране неофициально. Вместо этого предлагается использовать термин «недокументированный мигрант», который не имеет негативной коннотации и указывает на то, что проблема заключается не в человеке, а в системе и законах, которые не дают ему возможности легализоваться. Слово «гастарбайтер» приобрело негативный смысл и часто ассоциируется с неквалифицированным работником-мигрантом. Корректным термином является «трудовой мигрант». Он не несет в себе негативного подтекста, а также не связан с вредными стереотипами. Слово «приезжий», хотя изначально и не имело отрицательного значения, со временем стало вызывать негативные ассоциации и обрело негативную окраску, поэтому вместо него предлагается использовать слово «иностранец».

Telegram-канал иногда неоправданно упоминает психические расстройства, приписывает их людям для того, чтобы откровенно высмеять их личностные качества и особенности. Такие слова и выражения как «слабоумие», «шиза», «городская сумасшедшая», «биполярная легенда», «душилилы» (в отношении людей, совершивших самоубийство путем повешения) встречаются в публикациях Mash.

В публикациях также была замечена и такая форма враждебного языка, как виктимблейминг. Этот термин обозначает явление, когда вина за совершенное преступление перекладывается на жертву, а преступнику находят оправдания²⁸. Например, жертву могут обвинять в «неподобающем» или «вызывающем» поведении. В новостном сообщении Mash мужчина, в отношении которого были совершены действия сексуального характера, называется «обиженным мальчонкой». Подобная объективация приводит к тому, что жертвы чувствуют себя виновными, испытывают необходимость скрывать преступления, что не позволяет проводить расследования и наказывать виновных. Такая практика лишает жертв возможности получить помощь и защиту, которую медиа должны им предоставлять. Также некорректно использовать термин «жертва насилия», поскольку в нем есть патологизация. Предлагается использовать выражение «человек, переживший сексуализированное насилие», в котором есть оттенок того, что травма осталась в прошлом, а не является для человека клеймом на всю жизнь.

Для того чтобы устранить проявления языка вражды в публикациях новостных telegram-каналов, их владельцам изначально нужно признать, что такая проблема действительно существует и они только ухудшают ситуацию, публикуя враждебный контент. Авторам-журналистам, которые пишут в Telegram, предлагается использовать язык толерантности и корректные выражения, чтобы создать более уважительную и доброжелательную среду.

²⁸ Попова Н. «Она сама виновата»: что такое виктимблейминг // Горящая изба. URL: <https://burninghut.ru/viktimblejming> (дата обращения: 24.04.2023).

Это может уменьшить риск возникновения конфликтов и споров между пользователями, а также помочь в построении более инклюзивного сообщества. Более того, использование толерантного языка может улучшить репутацию медиа, сделать его приятным для чтения и более привлекательным для новых пользователей.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Авдонина Н. С.* Актуальные тенденции цифровой журналистики и новых медиа / Н. С. Авдонина, В. Н. Богатырева // Вестник Приамурского государственного университета имени Шолом-Алейхе-ма. 2020. № 2 (39). С. 9–14.
2. *Автаева Н. О.* Язык вражды в современных СМИ: гендерный аспект // Вестник Нижегородского университета имени Н. И. Лобачевского. 2010. № 4 (2). С. 811–813.
3. *Афанасьева Е. А.* Создание и распространение контента: этические регуляторы в цифровом медиaprостранстве // Журналистский ежегодник. 2014. № 5. С. 89–91.
4. *Ахмадуллина А.* Все способы монетизации телеграм-канала: от простых до бизнесовых // Vc.ru. URL: <https://vc.ru/u/1380057-aleksandra-ahmadullina/578008-vse-sposoby-monetizacii-telegram-kanala-ot-prostyh-do-biznesovyh> (дата обращения: 20.04.2022).
5. *Верховский А. М.* Язык вражды против общества: сб. статей. М.: Центр «Сова», 2007.
6. *Гарбузняк А. Ю.* Новые медиа как фактор «расщепления» Интернет-СМИ // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2022. № 1. С. 25–28.
7. *Гладилин А. В.* «Язык вражды» в традиционных и новых медиа // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2013. № 21 (312). С. 144–153.
8. *Денисова А.* Язык вражды в российских СМИ: гендерное измерение // Женщина Плюс... URL: <http://www.owl.ru/win/womplus/2002/denisova2.htm> (дата обращения: 17.11.2022).
9. Исследование аудитории Telegram 2023 г. TGStat. URL: <https://tgstat.ru/research-2023> (дата обращения: 25.05.2023).
10. *Коваль Е. А.* Нормативные ограничения языка вражды / Е. А. Коваль, Н. В. Жадунова // Мир человека: нормативное измерение: Сборник трудов международной научной конференции (29–30 апреля 2017 г.). Саратов: Саратовская государственная юридическая академия, 2017. С. 170–176.
11. *Литвишко О. М.* Лингвокреативность в дискурсе электронных СМИ: средства и методы / О. М. Литвишко, Н. С. Руденко, Ю. П. Чалая // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2022. № 1. С. 119–123.
12. Мы так не говорим. Словарь «Таких дел». Такие дела. URL: <https://takiedela.ru/slova> (дата обращения: 20.11.2022).

13. *Петрова В.* Бездомные, наркопотребители и трудовые мигранты: как корректно говорить об уязвимых группах // Бумага. URL: <https://paperpaper.ru/bezdomnye-narkopotrebiteli-i-trudov/> (дата обращения: 24.04.2023).
14. *Попова Н.* «Она сама виновата»: что такое виктимблейминг // Горящая изба. URL: <https://burninghut.ru/viktimblejming/> (дата обращения: 24.04.2023).
15. Рейтинг Telegram-каналов. TGStat. URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels/news?sort=members> (дата обращения: 20.04.2022).
16. *Шабалин А. Д.* Язык новых медиа и его следствия: Номо Confusus, аксиологический релятивизм, языковая регрессия // Актуальные проблемы лингвистики и литературоведения: сборник материалов VIII (XXII) Международной научно-практической конференции молодых учёных (15–17 апреля 2021 г.). Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет. 2021. С. 35–36.
17. *Юрина И. А.* Исследование социальных сетей в контексте лингвистики новых медиа / И. А. Юрина, Н. Ю. Бородулина, М. Н. Макеева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. № 11 (77). С. 179–181.
18. *Brown A.* What is so special about online (as compared to offline) hate speech? // *Ethnicities*. 2018. № 18 (3). P. 297–298.
19. *Burgess J.* Digital journalism as symptom, response, and agent of change in the platformed media environment / J. Burgess, E. Hurcombe // *Digital Journalism*. 2019. № 7 (3). P. 4–7.
20. *Gagliardone I.* Countering online hate speech: monograph / I. Gagliardone, D. Gal, T. Alves, G. Martinez. Paris: UNESCO Publishing, 2015.
21. *Parekh B.* Is there a case for banning hate speech? // *The content and context of hate speech: rethinking regulation and responses*. Cambridge University Press, 2012. P. 37–56.
22. *Richardson-Self L.* Woman-hating: on misogyny, sexism, and hate speech // *Hypatia*. 2020. № 33 (2). P. 256–258.
23. *Russell-Rose T.* Designing the search experience: monograph / T. Russell-Rose, T. Tate. Massachusetts: Morgan Kaufmann Publishers, 2013. P. 25–27.
24. *Višňovsky J.* How has journalistic content been changing on the internet? Differences in presentation of journalistic outputs in the press and on the web / J. Višňovský, M. Ungerová, K. Kubíková // 4th International Science Conference «European Realities — Movements» (12–13 December 2019). Osijek: The Academy of Arts and Culture in Osijek. 2019. P. 197–200.
25. *Walther S.* US extremism on Telegram: fueling disinformation, conspiracy theories, and accelerationism / S. Walther, A. McCoy // *Perspectives on terrorism*. 2017. № 2. P. 101–102.

Поступила в редакцию 16 июня 2023 г.

УДК 81.1
ББК 81.1

П. Г. ЛОГИНОВА,
кандидат филологических наук,
доцент кафедры международной коммуникации
факультета мировой политики
Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова;
Россия, г. Москва.
e-mail: polina-loginova@inbox.ru

МЕТАФОРА КАК СПОСОБ РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРСУАЗИВНОСТИ ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ НА ПРИМЕРЕ ЛИНГВОРИТОРИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ЭРИКА ЗЕММУРА

***Аннотация.** Статья посвящена проблематике образного компонента в составе метафорических словоупотреблений во французском политическом медиaprостранстве на примере политической коммуникации лидера современных ультраправых формаций Эрика Земмура. На базе выступлений французского политического деятеля репрезентирована реализация функций метафоры как важнейшего тропа в сфере современных политических медиакоммуникаций. Показано, что реализация персуазивности детерминирует потенциал политической медиариторики как частной риторики языка политических медиакоммуникаций. Лингвокогнитивному анализу подвергнуты устные выступления Э. Земмура, репрезентированные в поликодовых риторических медиатекстах. Охватываемый временной период — 2022 год. Проиллюстрировано, что реализация персуазивной стратегии Э. Земмура детерминирует использование политиком изобразительно-выразительных лингвистических единиц эмоционального воздействия, а именно риторико-стилистического лингвоинструментария, содержащего образный компонент. Отмечается, что посредством метафорических словоупотреблений, а также таких риторических приемов, как олицетворение, анафорический повтор и аргумент к авторитету, политиком в той или иной форме осуществляется моделирование сознанием социума и потенциального электората. Актуальность работы определяется главенствующей ролью антропоцентризма в современной гуманитаристике, неугасающим интересом к изучению лингвокогнитивной специфики вербального поведения акторов мировой политической арены, а также обуславливается необходимостью проведения лингвокогнитивного анализа лингвориторического феномена Э. Земмура, не исследованного в российской коммуникативистике.*

***Ключевые слова:** политическая медиакоммуникация, поликодовый риторический медиатекст, политическая медиариторика, метафора, Эрик Земмур.*

P. G. LOGINOVA,

Senior Lecturer, PhD in linguistics,
International Communication Department, School of World Politics,
Lomonosov Moscow State University;
Russia, Moscow.
e-mail: polina-loginova@inbox.ru

METAPHOR AS A WAY TO IMPLEMENT PERSISTENCE IN FRENCH POLITICAL MEDIA COMMUNICATION USING THE EXAMPLE OF ERIC ZEMMUR'S LINGUISTIC TOOLS

Abstract. *The article considers the functions and significance of metaphor as a cognitive language unit in contemporary French medialandscape by the example of the verbal behavior and political mediacommunication of the outstanding representative of the French far-right wing Eric Zemmour. It is attempted to illustrate that diverse attributes and peculiarities of the linguistic usage of metaphor defined as communicative (including depictive, emphatic, incentive (motivational), promotional functions) could promote the respective ideology of the ultra-right politician lately being extremely popular in France. The linguistic units that represent the specifics of E. Zemmour's political communication were extracted from his two major speeches, such as «Speech at Trocadero» and «Speech in Grimaud». It is mentioned that by diverse means of rhetoric figures of speech persuasive strategies by influencing people's consciousness are realized by modeling attitude and opinion towards current political context. The author draws special attention to the new scope of research, so called political mediarhetoric that permits conducting such type of linguistic analysis. It is also remarked that the methods and approaches of the envisaged new scope of research could be appropriate within linguistic analyses while studying the specifics of political discourse and media communication in general. The practical significance of the article could be determined by implementing the example of the extracted language units into method books while teaching the language of French political discourse at Universities to students of politics and future international journalists.*

Keywords: *political mediarhetoric, metaphor, Eric Zemmour, French medialandscape.*

ВВЕДЕНИЕ

Медиатизация политической сферы как деятельности индивидов и социальных групп в ракурсе их отношений к действующему политическому режиму и государственной власти репрезентирует важнейший объект исследования современной гуманитаристики в силу того, что политические процессы обусловлены медиа и подлежат анализу лишь в неразрывном единстве со средствами массовой коммуникации. Как отмечает Е. Я. Дугин¹, «медиа, благодаря информационным и цифровым технологиям, пронизывают все

¹ Дугин Е. Я. Медиаconstituent of the digital economy // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 4. С. 161.

элементы общественной и государственной деятельности: медиатизация — одна из наиболее существенных характеристик современной цивилизации». По мнению Е. Л. Вартановой, «Сама идея “человека медийного” — это идея человека, существование которого напрямую формируется процессом получения, потребления и осмысления медиатизированной информации, медийной средой... в каждом конкретном индивидууме эта идея реализуется разным образом: кто-то более медийный, кто-то менее. Но в целом, процесс медиатизации, который связан с производством, хранением, переработкой и потреблением информации, становится одним из основополагающих в личном и социальном опыте»².

Современное медиапространство априори является политизированным в силу того, что политика в той или иной форме проникает во все сферы феномена медиа, актуализируя непрерывную коммуникацию индивидов. В. В. Кравцов подчеркивает, что «сегодня медийное интернет-пространство представляет собой идеальную площадку для политического дискурса»³, «на которой возможно открытое обсуждение социально-политических процессов, объединение по политическим и религиозным взглядам, профессиональным интересам, возможность разрабатывать гражданские инициативы, принимать участие в политическом процессе»⁴. М. Маклюэн, в свою очередь, исследуя воздействие электронных средств коммуникации на индивидов, справедливо отмечал, что средства массовой информации неразрывно связаны с чувствами индивида⁵, являясь своего рода «продолжением человеческих чувств», что репрезентируется в вербальном поведении акторов современной французской политической арены, детерминирующем роль антропоцентризма как социально-мировоззренческого представления.

Антропоцентризм в медиасреде — результат смены научной парадигмы в языковедческой науке начиная с 50-х годов двадцатого столетия, в настоящее время представляющий собой одно из перспективных направлений социально-гуманитарных исследований, обуславливающий необходимость изучения проблематики манипуляции сознанием социума посредством вербального, аудио и визуального инструментария, что активно осуществляется на современной французской политической арене. Понятие антропоцентризма сопряжено с понятием персонификации медиапространства: как отмечает Е. В. Дугин, «новые медиатехнологии меняют представление о способах коммуникации, укрепляют тенденцию персонификации потребления информации и содействуют высокой вариативности и эффективности информационно-коммуникационных процессов в современном обществе»⁶.

² Вартанова Е. Л. «Человек медийный» — новая ступень эволюции или приложение к гаджету? URL: <https://www.nkj.ru/open/27523>.

³ Кравцов В. В. Инновационная журналистика и власть в современном медийном пространстве: дис. ... д-ра филол. наук. М., 2012.

⁴ Кравцов В. В. Политическая пропаганда и СМИ // Вестник Академии медиаиндустрии. 2022. № 1. С. 139–140.

⁵ Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. 2-е изд. М.: Гиперборея : Кучково поле, 2007.

⁶ Дугин Е. Я. Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций. М.: Канон + РООИ «Реабилитация», 2021.

ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

В политической медиакоммуникации, понимаемой вслед за В. И. Аннушкиным как «общезначимый современный текст, в создании которого принимают участие новейшие техническо-электронные средства, формирующие принципиально новые виды речевых коммуникаций»⁷, изобразительно-выразительным и стилистически-маркированным средствам языка, репрезентирующим речевое поведение политических деятелей, отводится особая роль: являясь неотъемлемой спецификой мультимодальных поликодовых политических риторических медиатекстов, они детерминируют «власть языка в политике». Как отмечает Т. Г. Добросклонская, «именно язык СМИ является тем кодом, той универсальной знаковой системой, с помощью которой в индивидуальном и массовом сознании формируется картина окружающего мира»⁸. Очевидно, что в значительной степени именно *благодаря яркости и выразительности речевого поведения политиков, та или иная политическая партия обретает популярность*.

Наукой, изучающей актуализацию риторико-стилистической специфики языка политических медиакоммуникаций, является политическая медиариторика, в качестве ключевой категории которой выступает мультимодальный поликодовый риторический медиатекст, актуализирующийся в различных формах политической медиакоммуникации и разновекторных жанрах политической медиаречи и понимаемый как мультимодальная поликодовая формация когнитивно-дискурсивного характера. Предтечей поликодового риторического политического медиатекста является медиатекст, который определялся следующим образом Я. Н. Засурским: «Текст обладает новыми возможностями: теперь это и звучащее слово, и изображение зрительное, и, конечно, графика. Такая многоплановость, многомерность текста приводят к созданию действительно полифонического, коммуникационного продукта. В нашей науке анализ текста как универсального продукта массовой коммуникации в условиях конвергенции только начинается»⁹.

На когнитивно-идеологическом уровне языка политической медиакоммуникации осуществляется манипулирование сознанием социума политическими деятелями, ключевая стратегия которых — персуазивность, так как именно умение убеждать, завоевывать электорат ведет к приходу к власти и ее удержанию. Термин «персуазивность» вслед за А. В. Голодновым понимается как «универсальная стратегия текстообразования для регулярно воспроизводимых в разных коммуникативно-речевых сферах (рекламе, политике, религии и т. д.) ситуаций, в которых к доминирующим целям

⁷ Аннушкин В. И. Медиариторика: современный статус и важнейшие задачи // Медиариторика и современная культура общения: наука — практика — обучение: сб. статей XXII Международной научной конференции (30 января — 1 февраля 2019 г.) / отв. ред. В. И. Аннушкин. М.: Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, 2019. С. 23.

⁸ Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория и методы. М.: Издательские решения, 2020. С. 20.

⁹ Засурский Я. Н. Медиатекст в современных СМИ. Колонка редактора // Вест. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 3. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/kolonka-redaktora-mediatekst-v-kontekste-konvergentsii%20(1).pdf.

адресанта относится изменение посткоммуникативного поведения реципиента»¹⁰. В политической медиариторике «персуазивная стратегия детерминирует использование определенных совокупностей языковых средств как рационального убеждения, так и эмоционального воздействия»¹¹, то есть риторико-стилистического инструментария, определяющего стиль политической медиакommunikации акторов современной политической арены и обуславливающего вербально-психологическое воздействие на реципиентов и потенциальный электорат. В настоящей работе риторика трактуется, с одной стороны, вслед за Г. Г. Хазагеровым, как «ораторское искусство, воздействие на аудиторию с помощью слова»¹², и, с другой стороны, вслед за В. И. Аннушкиным «как искусство речи предлагать образцы содержательно-стилевого творчества и формировать стиль деятельности и речевых взаимоотношений»¹³. Говоря о значимости ораторского наследия античности, В. И. Аннушкин отмечает, что «софистика возникла в Древней Греции как предтеча риторики»¹⁴. Великий Цицерон подчеркивал, что «красноречие — спутник мира, союзник тишины и уже хорошо организованного общества (*bene constituae ci-vitatis*) питомец»¹⁵.

Тропы как риторические фигуры, придающие речи колоритность, выразительность, образность и персуазивность за счет речевой формы, используемые политическими деятелями в своих устных выступлениях различных жанров на стилистическом уровне способствуют достижению власти и ее удержанию. Тропы исследуются в ракурсе элокуции, наиболее изученного и разработанного пласта риторического учения.

В рамках настоящей статьи под понятием тропеики как науки о стилистико-риторических фигурах, употребленных в переносном значении с целью усиления экспрессии и стилистической маркированности языковых знаков (язык как система знаков) и выразительности речи, подразумевается, вслед за М. Р. Желтухиной, «семиотическая система, элементы которой (отдельные тропы) иерархически организованы, лингвистически мотивированы, вербально и невербально семантически выражены, передают нереальное содержание, принадлежат к «непрямой речи», характеризующейся проявлением парадоксов тождества и различия. Вновь созданные выразительные средства сконструированы по-новому с учетом нормы естественного языка, в результате чего получается метафорическая (переносная) речь»¹⁶. Таким образом, под тропами понимается система элементов, участвующих в контекстуальных отношениях семантического переноса.

Подобным элементом является метафора в политической медиакommunikации — троп, подвергнутый когнитивному анализу в настоящей статье.

¹⁰ *Голоднов А. В.* Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2011.

¹¹ *Голоднов А. В.* Указ. соч.

¹² *Хазагеров Г. Г.* Политическая риторика. М.: Никколо-Медиа, 2002.

¹³ *Аннушкин В. И.* Медиариторика: современный статус и важнейшие задачи. С. 31.

¹⁴ *Аннушкин В. И.* Риторика: учеб. пособие для практических семинаров и краткосрочных курсов. М.: Флинта : Наука, 2006. С. 111.

¹⁵ Цицерон. *Cicero. Ciceronis Scripta. Brutus. Vol. II. Part I. Lips.*, 1863. Параграф 45. С. 208.

¹⁶ *Желтухина М. Р.* Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004. С. 9.

В риторике метафоре как риторическому приему и тропу отводится особое место. Понятие метафоры как тропа восходит к Аристотелю, понимавшему под данным тропеическим средством подражание жизни, своего рода «перенос смысла с одного понятия на другое». Метафора как троп актуализируется во всех жанрах политической речи, а именно в агональных, ритуальных, информативных и ориентационных жанрах (на уровне как государственных, так и гражданских речей), репрезентируясь в сфере политической медиакommunikации в политических риторических медиатекстах, исследуемых в рамках политической медиариторики.

Рассматриваемое в статье современное французское медиaprостранство детерминирует континуум политических взглядов акторов французской политической арены, репрезентируемое разновекторными политическими риторическими медиатекстами, представляющими собой устные выступления современных политических деятелей.

Политическая медиакommunikация анализируется на примере гражданской политической речи лидера современных ультраправых формаций французской политической арены Э. Земмура, репрезентированная в его поликодовых политических риторических медиатекстах, детерминирующих континуум политических взглядов политика.

Материал исследования представлен коммуникативными средствами, актуализированными в поликодовых политических риторических медиатекстах, репрезентирующих идеологию Э. Земмура — в устных выступлениях политика, текстах, которые представлены на его официальном интернет-сайте.

Лингвокогнитивному анализу подвергнуты языковые знаки (единицы языка), полученные методом контент-анализа двух устных выступлений Э. Земмура за 2022 г.: речи на площади Трокадеро и речь в Гримо. Анализ рассматриваемых выступлений позволяет определить специфику лингвориторического инструментария важнейшего актора современной французской политической арены.

В процессе исследования используются такие когнитивно-коммуникативные методы, как стилистический метод, метод дискурсивного анализа, метод контекстуального анализа, применяемый при изучении метафорического значения лингвистических единиц, а также описательный метод и такие общенаучные методы, как синтез и анализ.

Франция — страна с богатейшим политико-риторическим наследием. Политическая риторика современной Франции как теория французской политической речи и политического красноречия сложилась под влиянием как античной риторики, так и ораторского мастерства политических деятелей эпохи Великой Французской революции. Один из ярчайших ораторов на современной французской политической арене — Эрик Земмур, лидер французского ультраправого крыла, бывший журналист и писатель, кандидат на пост президента Французской республики в 2022 г., в прошлом обозреватель газеты «Le Figaro», освещающей идеологию правых сил. Феномен Эрика Земмура тщательно изучается современными французскими экс-

пертами по политической коммуникации: не имея солидного политического прошлого, в значительной степени благодаря своему выдающемуся ораторскому мастерству, наполненному экспрессией и патетикой стилю политической медиакommunikation, французский политик-республиканец, ратующий за концепцию «светского государства», так называемого «l'état laïque», Э. Земмур пропагандирует теорию «новых правых сил», продолжая завоевывать французский электорат.

В статье «Феномен Эрика Земмура» В. Малышев следующим образом говорит о языковой личности Э. Земмура, приводя цитату из авторитетного издания «Politico»: «В чем же кроется причина стремительного роста популярности этого публициста и писателя? Эрик Земмур родился в семье алжирских евреев, переселившихся во Францию с началом Алжирской войны. «Журналист, — пишет Politico, — известен своим острым языком»¹⁷.

В данном исследовании анализируется образный компонент в составе лингвориторического инструментария Э. Земмура. Метафора понимается вслед за Аристотелем как троп, актуализирующий перенос смысла с одного понятия на другое, и вслед за А. П. Чудиновым как «основная ментальная операция, способ познания и категоризации мира»¹⁸. Образный компонент в составе метафорических конструкций позволяет, с точки зрения Л. В. Минаевой, «реконструировать концептуальные структуры в сознании создателя речевого сообщения ... метафоры быть использованы для достижения определенных политических целей»¹⁹, А. П. Чудинов, в свою очередь, акцентировал внимание на том, что в языке политической коммуникации «метафора — это не средство украшения уже готовой мысли, а способ мышления, повседневная реальность языка», чем она и выступает в речах Э. Земмура. Как риторико-стилистическому приему и ключевому компоненту тропеики в политической коммуникации Э. Земмура метафоре отводится особая роль.

Как отмечают французские исследователи, коммуникативное вербальное поведение Эрика Земмура характеризуется обилием образных конструкций, коммуникативная функция которых обусловлена по большей части их популяризаторским характером, цель которых — склонить на свою сторону электорат и прийти к власти. Как отмечает эксперт по политической коммуникации А. Микалик: «Ce 30 novembre Éric Zemmour, dans sa vidéo a annoncé sa candidature à la présidentielle. Dix minutes durant lesquelles le candidat a multiplié les figures de style et pirouettes rhétoriques»²⁰. (30 ноября, в видеосюжете Э. Земмур известил о том, что будет выдвигать свою кандидатуру на пост президента Франции. На протяжении десяти минут политик жонглировал риторико-стилистическими фигурами». Посредством

¹⁷ Малышев В. Феномен Эрика Земмура. URL: https://www.stoletie.ru/politika/fenomen_erika_zemmura_805.htm.

¹⁸ Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии: монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013. С. 12.

¹⁹ Минаева Л. В. Речь в мире политики: монография. М.: Аспект Пресс, 2019. С. 191.

²⁰ Michalik M.-L. Entre anaphore et insistance, comment est construit le discours de candidature d'Éric Zemmour. URL: <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/entre-anaphore-et-insistance-comment-s-est-construit-le-discours-de-candidature-d-eric-zemmour-20211130>.

использования метафоры Э. Земмур стремится отчасти завуалировать свои цели; происходит своего рода метафорическая проекция). (Здесь и далее перевод автора. — П. Л.)

ОБРАЗНЫЕ ПРИЕМЫ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Лингвистические примеры устных выступлений Э. Земмура, подвергнутые лингвокогнитивному анализу, репрезентируют актуализацию феномена метафоры в политической медиакommunikации политика, иллюстрируя реализацию его стратегии персуазивности.

1. Образный компонент в составе анафоры, олицетворения, аргумента к авторитету и апелляции к истории как риторико-стилистических приемов употребляется Э. Земмуром в одном из его ярких выступлений во время речи перед многотысячной толпой на площади Трокадеро в Париже:

«*Ma France, c'est celle des vers de Racine qui font pleurer le Roi Soleil, c'est celle de Bonaparte qui part de rien et bâtit un Empire avec les rêves de ses soldats... Ma France, c'est Charles Aznavour qui chante la bohème...*» (Моя Франция — это Франция Расина, заставлявшего плакать самого Короля Солнца (Людовика XIV. — П. Л.), это Франция Бонапарта, возникшего из ниоткуда и построившего империю мечтами своих солдат... Моя Франция — это Франция Шарля Азнавура, воспевающего богему...).

Любовь политика к Франции, ее корням и историческому наследию реализуется в побудительной функции метафорических словоупотреблений: звучит призыв к сохранению идентичности Франции и ее культурного наследия.

2. Образный компонент в составе олицетворения параллельно с эпифорой как риторико-стилистической фигурой, подразумевающей повторение конечных знаков языка для усиления экспрессии и эмоциональной окраски, используется Э. Земмуром с целью своего рода призыва французов, собравшихся на площади Трокадеро, к патриотизму и любви к родине:

«*La France fière et indépendante, c'est nous! Le pays qui ne baissera jamais les yeux, c'est nous! La patrie de l'effort et du mérite, c'est nous! La puissance française, c'est nous! La Reconquête, c'est nous!*» — (Франция, гордая и независимая, *это мы!* Страна, которая никогда не опустит глаза (в значении «гордая страна» — П. Л.), *это мы!* Родина небывалых заслуг, *это мы!* Мощь Франции, *это мы!* Отвоевание, *это мы!* («La Reconquête» дословно «Отвоевание». «Реконкиста», — название партии, возглавляемой Э. Земмуром. — П. Л.).

Политик намеренно повторяет местоимение множественного числа «мы» с целью подчеркивания эмоциональной сплоченности своего потенциального электората.

3. Во время речи в Гримо (Гримо (Grimaud) — коммуна во Франции в регионе Прованс — Альпы — Лазурный берег. — П. Л.) в 2022 г. посредством образного компонента в составе метафоры реализуется побудительная функция метафоры как тропа, детерминирующая актуализацию персуазивности и агональности Э. Земмура в его призыве к французам голосовать за политика на пост президента страны в 2022 г.:

«Ne votez ni par habitude, ni par lassitude, ni par dépit. Votez par *fierté*. Dimanche 12 juin, *mettez du courage, de la ferveur, de la lucidité et de la grandeur dans l'urne*». («Не голосуйте по привычке, от скуки и с чувством досады. Голосуйте гордо. В воскресенье, 12 июня, опустите в урну все ваше мужество, величие, горячность, силу воли, четкость понимания, чего вы хотите»).

С целью оказания эмоционального давления и побуждая к голосованию за свою кандидатуру политик прибегает к использованию стилистически маркированных языковых средств и насквозь метафоричных абстрактных понятий.

4. Метафорический компонент в составе риторических приемов: аргумент к авторитету, апелляция к предшественникам и историческим деятелям, а также олицетворение используются Э. Земмуром с целью иллюстрации своей сопричастности к истории и демонстрации своей значимости. Риторический прием «аргумент к авторитету» является отличительной особенностью французской политической коммуникации в целом: «цитирование известного ученого придает достоверности и весомости интеллективному изложению», помогают политику «выстоять в схватке с идеологическим оппонентом, иллюстрируют преемственность научного знания»²¹. Обращаясь к авторитету великих французских политических деятелей, писателей, поэтов, Э. Земмур, призывая к ассимиляции, стремится укрепить политическое влияние и усилить идеологическое наполнение своей речи:

«*Jeunesse de France, souviens-toi des mots du Général de Gaulle quand les premiers résistants arrivent à Londres: «Je ne vous féliciterai pas d'être venus, vous avez fait votre devoir. Quand la France agonise, ses enfants se doivent de la sauver. Je le dis à tous les jeunes Français: apprenez à aimer nos paysages, apprenez à aimer nos monuments, nos mots, notre langue, nos héros. Mieux: ayez la volonté d'ajouter votre strophe au long poème français. Écoutez Romain Gary: «Je n'ai pas une goutte de sang français, mais la France coule dans mes veines!» («Французская молодежь, вспомни слова генерала де Голля, когда первые участники движения сопротивления прибыли в Лондон: «Я не буду вас поздравлять, вы здесь потому, что вы просто выполнили свой долг. Когда Франция в агонии, ее дети должны ее спасти». Я говорю это всем молодым французам: учитесь любить наши памятники, наши*

²¹ Минаева Л. В. Указ. соч. С. 198.

пейзажи, наши слова, наш язык, наших героев. Более того: добавьте по строчке к французской поэме. Послушайте Ромена Гари: “во мне нет ни капли французской крови, но Франция течет в моих жилах!”).

5. Олицетворение как риторико-стилистический прием и экспрессивное средство политической медиакоммуникации, актуализирующее эстетическую и коммуникативную функции метафоры, представляет собой одно из важнейших речевых средств воздействия на реципиентов, используемое Э. Земмуром с целью трансляции своих идей. Необходимо подчеркнуть, что именно французский язык в силу своей певучести, особой мелодики и лингвистической специфики репрезентирует потенциал олицетворения как риторико-стилистического средства воздействия на аудиторию, используемого часто в составе анафорического повтора, как в примере ниже (из речи Э. Земмура на площади Трокадеро в Париже):

«Vous n'avez que *la France* pour vous défendre et *la France* n'a que vous pour la défendre! ... *J'aime l'État* qui fait régner l'ordre, pas celui qui traque les honnêtes gens. *J'aime l'État* qui fait régner la justice, pas celui qui décide quels commerces sont essentiels et lesquels ne le sont pas. *J'aime l'État* qui fait régner la paix, pas celui qui regarde les casseurs saccager les vitrines et les squatteurs s'installer où ils veulent». («У вас есть *только Франция*, которая способна защитить вас, и только вы, в свою очередь, *есть у Франции*, чтобы ее защитить! ... Я люблю государство, в котором царит порядок, а не попираются права честных граждан. *Я люблю государство*, в котором царит справедливость, а не господствуют решения, определяющие, какие компании играют первостепенную роль, а какие нет. *Я люблю государство*, в котором правит мир, а не в котором бесчинствуют хулиганы и бездомные живут, где им вздумается).

Понятие «государство» выступает в речи политика как некий живой организм.

Таким образом, метафоричность политической медиакоммуникации Э. Земмура обуславливает привлечение внимания реципиентов и потенциального электората. Образный компонент в составе метафорических словоупотреблений приковывает внимание аудитории; нестандартное использование политиком риторико-стилистических приемов врезается в память, смысл сказанного хорошо запоминается, выделяя речь Э. Земмура из выступлений других политиков, которым свойственно излагать свои мысли в более доходчивой, предельно доступной форме (как, например, Ж.-Л. Меланшону).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Бурное развитие цифровизации и информационно-коммуникационных технологий обуславливает непрерывную медиатизацию политической

сферы, взаимодействие и взаимовлияние политики и феномена медиа, детерминируя сопряженность политики и медиапространства.

В языке французской политической медиакommunikации метафоре как тропу и риторико-стилистическому средству воздействия на аудиторию отводится ключевая роль в реализации персуазивной стратегии политических деятелей. В политической медиакommunikации Э. Земмура метафора — реальность языка, своеобразный способ мышления; благодаря ей в той или иной форме транслируется идеология ультраправого крыла, осуществляется манипулирование сознанием социума и, как следствие, происходит удержание политиком позиций на современной французской политической арене: реализуются побудительная, коммуникативная и эстетическая функции метафоры. Таким образом, образный компонент в составе метафорических словоупотреблений в устных выступлениях Э. Земмура актуализирует реализацию его стратегии персуазивности.

Феномен образного компонента в составе метафоры во французской политической медиакommunikации репрезентируется посредством методологии политической медиариторики как частной риторики языка политических медиакommunikаций, представляющей собой перспективную область медиариторических исследований. Методологический аппарат политической медиариторики позволяет осуществлять лингвостилистический и лингвориторический анализ образного компонента в современной политической медиакommunikации.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аннушкин В. И.* Риторика: учеб. пособие для практических семинаров и краткосрочных курсов. М.: Флинта : Наука, 2006.
2. *Аннушкин В. И.* Медиариторика: современный статус и важнейшие задачи // Медиариторика и современная культура общения: наука — практика — обучение: сб. статей XXII Международной научной конференции (30 января — 1 февраля 2019 г.) / отв. ред. В. И. Аннушкин. М.: Государственный институт русского языка имени А. С. Пушкина, 2019.
3. *Вартанова Е. Л.* «Человек медийный» — новая ступень эволюции или приложение к гаджету? URL: <https://www.nkj.ru/open/27523>.
4. *Голоднов А. В.* Персуазивность как универсальная стратегия текстообразования в риторическом метадискурсе: дис. ... д-ра филол. наук. СПб., 2011.
5. *Добросклонская Т. Г.* Медиалингвистика: теория и методы. М.: Издательские решения, 2020.
6. *Дугин Е. Я.* Медиаиндустрия в условиях цифровых трансформаций. М.: Канон + РООИ «Реабилитация», 2021.
7. *Дугин Е. Я.* Медиасоставляющая цифровой экономики // Вест. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2018. № 4.
8. *Желтухина М. Р.* Специфика речевого воздействия тропов в языке СМИ: автореф. дис. ... д-ра филол. наук. М., 2004.

9. Засурский Я. Н. Медiateкст в современных СМИ // Колонка редактора. Вест. Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2005. № 2. С. 3–6. URL: [file:///C:/Users/User/Downloads/kolonka-redaktora-mediatekst-v-kontekste-konvergentsii%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/kolonka-redaktora-mediatekst-v-kontekste-konvergentsii%20(1).pdf).
10. Кравцов В. В. Инновационная журналистика и власть в современном медийном пространстве: дис. ... д-ра филол. наук: М., 2012.
11. Кравцов В. В. Политическая пропаганда и СМИ // Вестник Академии медиаиндустрии. 2022. № 1. С. 139–140.
12. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Г. Николаева. М.: Гиперборей : Кучково поле, 2007.
13. Малышев В. Феномен Эрика Земмура. URL: https://www.stoletie.ru/politika/fenomen_erika_zemmura_805.htm.
14. Минаева Л. В. Речь в мире политики: монография. М.: Аспект Пресс, 2019.
15. Хазагеров Г. Г. Политическая риторика. М.: Никколо-Медиа, 2002.
16. Цицерон. Ciceron. Ciceronis Scripta. Brutus. Vol. II. Part I. Lips., 1863. Параграф 45.
17. Чудинов А. П. Очерки по современной политической метафорологии: монография. Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2013.
18. Michalik M.-L. Entre anaphore et insistance, comment est construit le discours de candidature d'Éric Zemmour. URL: <https://www.lefigaro.fr/langue-francaise/entre-anaphore-et-insistance-comment-s-est-construit-le-discours-de-candidature-d-eric-zemmour-20211130>.
19. Zemmour É. Le discours du Trocadéro. URL: <https://www.ericzemmour.fr/discours-trocadero>.
20. Zemmour É. Le discours de Grimaud. URL: <https://www.ericzemmour.fr/discours-grimaud>.

Поступила в редакцию 29 июня 2023 г.

УДК 070(4/9)

ШАО ЯН,

старший преподаватель Чжунцзянского колледжа,
Тяньцзиньский финансово-экономический университет;
Китай, г. Тяньцзинь.
e-mail: SYDesign13@126.com

ШАО КУЙЦУН,

магистр факультета журналистики
Московского государственного университета
имени М. В. Ломоносова;
Россия, г. Москва.
e-mail: 209979541@qq.com

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА ИНИЦИАТИВЫ «ЛЕДОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ»

Аннотация. В данной статье рассматриваются способы информационной поддержки масштабного международного проекта «Ледовый шелковый путь» — судоходного канала, который соединяет три крупных экономических хаба — Восточную Азию, Северную Америку и Западную Европу, пересекая Полярный круг, со стороны российских и китайских СМИ. Обсуждение данной инициативы в медиaprостранстве началось с 2013 г., когда руководство КНР выступило с инициативой создания «Экономического пояса Шелкового пути» с приданием ему негласного статуса «Морского пути XXI века» и части Арктического водного пути. Позже к дискуссии о перспективах развития этого проекта присоединилась Россия, что положило начало всестороннему сотрудничеству двух стран в области освоения Арктики. Продолжающийся политический дискурс по данной проблеме определяется совместной арктической политикой двух стран, которая заключается в активном освоении, использовании, управлении и защите Арктики, создании для этого благоприятных условий. В современных политических условиях Китай и Россия должны иметь возможность обсуждения вопросов, связанных с Арктикой, в публичном пространстве, защищая тем самым законные права и интересы своих стран, и одновременно продвигать проект «Ледовый шелковый путь» в соответствии с китайско-российской арктической стратегией. Будучи основным способом познания мира и получения информации современными людьми, средства массовой информации играют важную роль в международной политике и построении политического дискурса.

Ключевые слова: Ледовый шелковый путь, Арктика, Китай, Россия, инициатива, дискурс, СМИ, судоходный канал, Северный морской путь, российско-китайское взаимодействие.

SHAO YANG,

Senior Lecturer of Zhujiang College,
Tianjin University of Finance and Economics;
China, Tianjin.
e-mail: SYDesign13@126.com

SHAO KUI TSUN,

Master of the Faculty of Journalism of
Moscow State University named after M. V. Lomonosov;
Russia, Moscow.
e-mail: 209979541@qq.com

SHAPING THE POLITICAL DISCOURSE OF THE ICE SILK ROAD INITIATIVE

Abstract. *This article discusses the ways of information support for a large-scale international project «The Ice Silk Road» — a shipping channel that connects three major economic hubs — East Asia, North America and Western Europe, crossing the Arctic Circle, by Russian and Chinese media. The discussion of this initiative in the media space began in 2013, when the leadership of the PRC came up with an initiative to create the «Economic Belt of the Silk Road» with giving it the unspoken status of the «Sea Route of the 21st Century» and part of the Arctic Waterway. Later, Russia joined the discussion about the prospects for the development of this project, which marked the beginning of comprehensive cooperation between the two countries in the development of the Arctic. The ongoing political discourse on this issue is determined by the joint Arctic policy of the two countries, which consists in the active development, use, management and protection of the Arctic, and the creation of favorable conditions for this. In the current political environment China and Russia should be able to discuss issues related to the Arctic in the public space, thereby protecting the legitimate rights and interests of their countries and at the same time promoting the Ice Silk Road project in accordance with the Chinese-Russian Arctic strategy. Being the main way of understanding the world and obtaining information by modern people, the media play an important role in international politics and the construction of political discourse.*

Keywords: *Ice Silk Road, Arctic, China, Russia, initiative, discourse, media, shipping channel, Northern Sea Route, Russian-Chinese interaction.*

ВВЕДЕНИЕ

«Ледовый шелковый путь» как глобальный проект берет свое начало из совместного коммюнике, опубликованного на Двдцдтой встрече премьер-министров Китая и России в 2015 г. Уже в тексте этого коммюнике стали вырисовываться контуры будущего Ледового шелкового пути. Основным постулатом этой инициативы было «Укрепление сотрудничества в области развития и использования северного водного пути и проведение

исследований арктического судоходства»¹. В дальнейшем фокус сотрудничества двух сторон постепенно переместился на Дальний Восток России и в Арктику. Содержание сотрудничества охватывает политику, экономику, культуру, сферу охраны окружающей среды, строительство арктической инфраструктуры, что может стать основой для дальнейшего строительства Шелкового пути по льду.

Арктический регион занимает особое место на геополитической карте мира. Территория Арктики, расположенная на Севере и долгое время считающаяся «мертвой землей», не приспособленной для жизни людей, не проходимой ни водным, ни наземным путем, сравнительно недавно стала осваиваться человеком. Многочисленные экспедиции из разных стран искали новые водные маршруты из Северной Атлантики через Северный Ледовитый океан начиная еще с 16 века, но только в 19-м столетии был впервые пройден весь маршрут Севморпути, до северной оконечности Евразии, что доказало существование арктической водной магистрали. Северный морской путь как кратчайшая морская дорога между Европейской частью России и Дальним Востоком сыграл огромную роль в освоении Арктики.

Северный морской путь в законодательных документах РФ определен как «исторически сложившаяся национальная единая транспортная коммуникация России в Арктике»². Именно Советский Союз был первой страной, использовавшей здесь так называемые дрейфующие полярные станции³. Согласно Арктической стратегии России до 2035 г., чтобы справиться со все более серьезными вызовами в Арктике, необходимо развивать в этом регионе промышленность для уменьшения его зависимости от других российских субъектов. Поэтому Ледовый шелковый путь как раз соответствует потребностям Арктической стратегии России с возможностью создания здесь парков высокотехнологичной и наукоемкой продукции.

Для китайской экономики освоение и использование Арктики также имеет огромное значение. Несмотря на тот факт, что в Арктическом совете Китай имеет статус наблюдателя, согласно Белой книге по арктической политике Китая, опубликованной китайским правительством в январе 2018 г., «Китай является важной заинтересованной стороной в делах Арктики»⁴. Строительство Ледового шелкового пути и сокращение расстояния между импортной и экспортной торговлей поможет решить проблему избыточного производства энергии в Китае.

Общая протяженность маршрута Ледового шелкового пути на треть короче традиционного морского пути, а значит, арктический маршрут

¹ Совместное коммюнике 20-й очередной встречи премьер-министров Китая и России. URL: <https://www.mfa.gov.cn/chn/pds/ziliao/1179/t1325537.htm>.

² Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 г. № 645 «О стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45972>.

³ Визе В. Ю. Северный морской путь М.; Л.: Изд-во Главсевморпути, 1940. С. 50.

⁴ Белая книга «Арктическая политика Китая» 26 января 2018 года / Информационное бюро Государственного Совета Китая. URL: <http://www.scio.gov.cn/zfbps/32832/document/1618203/1618203.htm>.

полностью изменит глобальную структуру морских перевозок, что окажет значительное влияние на развитие энергетики и международную торговлю, поскольку территория, прилегающая к Ледовому шелковому пути, богата полезными ископаемыми, природным газом и рыбными ресурсами, то есть имеет большой экономический потенциал.

В мае 2017 г. Китаем и Россией был официально утвержден маршрут Ледового шелкового пути. Предполагалось, что он будет проходить по Арктическому водному пути, состоящему из двух проходов: «Северо-Западный проход» вдоль побережья Канады и «Северо-Восточный проход» вдоль побережья Сибири⁵.

Для реализации проекта транспортными ведомствами двух сторон было решено сформировать политическую и правовую базу для сотрудничества в Арктике⁶. Более того, Министерство торговли Китая и Министерство экономического развития России создали специальный рабочий механизм для содействия созданию Ледового шелкового пути, который предполагает координацию развития и использования арктических водных путей, разработку ресурсов в Арктике, строительство инфраструктуры и всестороннее сотрудничество в области туризма и научных исследований. В то же время Ледовый шелковый путь также является частью и продолжением Китайского пояса и пути⁷.

В 2021 г. Центральный комитет Коммунистической партии Китая и Государственный совет опубликовали «Общий план развертывания национальной трехмерной транспортной сети»⁸. В этом документе Китай подчеркнул необходимость улучшения транспортной сети, обращенной к миру, уделяя особое внимание созданию семи наземных международных транспортных каналов, таких как Новый евразийский континентальный мост и четыре международных судоходных маршрута, включая «Ледовый шелковый путь» через Северный Ледовитый океан. Однако для успешной реализации проекта «Ледовый шелковый путь» необходимы не только понимание его огромного экономического потенциала и усилия по созданию надежной правовой основы сотрудничества, но и условия для формирования вокруг него благоприятного политического дискурса.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА «ЛЕДОВЫЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ»

С самого начала строительства Ледового шелкового пути данная инициатива стала предметом острых дискуссий. Несмотря на огромные перспективы по освоению Арктики, из-за сложной геополитической ситуации восемь стран, территории которых прилегают к арктическому побережью, имеют здесь разные интересы, что потенциально может вызвать множество

⁵ Ледовый Шелковый путь // Китай. 2018. № 6 (152). С. 53–55.

⁶ Концепция сотрудничества на море в рамках инициативы «Один пояс и один путь». URL: <https://www.yidaiyilu.gov.cn/wcm.files/upload/CMSydylgw/201706/201706200155054.pdf>.

⁷ Люмен. Шелковый путь по льду [ЕВ/ОЛ] (2019-2-20) [2019-12-01]. Китайская сеть «Пояса и пути». URL: <https://www.yidaiyilu.gov.cn/zchj/slbk/80077.htm>.

⁸ Порт Ляньюньган. URL: <https://uniflot.com/ports/port-lyanyungan>.

противоречий. В частности, полезные ископаемые, природный газ, рыболовство и арктические водные пути как часть Ледового шелкового пути делают как арктические, так и неарктические страны конкурентами. Соединенные Штаты, Канада, Россия, Дания и Норвегия претендуют на определенные территории в Арктике, и по вопросу контроля над Арктикой между этими странами всегда было много споров.

Проблема арктических водных маршрутов и Ледового шелкового пути оказывают влияние не только на арктические страны, но и на страны, расположенные вблизи арктического маршрута. Так, Южная Корея, Япония и другие государства постоянно выражают озабоченность по поводу развития арктических водных магистралей, и часто именно эти страны оказываются в центре международных дискуссий по поводу Арктики, что не может не отражаться на политических и экономических решениях касательно освоения этого региона. Кроме того, на эти страны оказывают давление внешние силы во главе с США, которые, как известно, сегодня контролируют не только политические процессы в западном мире, но и большинство мировых информационных площадок.

Географическое положение России делает её крупнейшей арктической страной в мире, с огромными запасами здесь энергетических ресурсов. Общий объем добычи природного газа в арктическом регионе составляет 83 % всей добычи России, а нефти — 15 %. Поэтому развитие Арктики очень важно для России. Такую же значимость Арктический регион имеет и для Китая, для развития как сельского хозяйства, так и отраслей промышленности. Ввиду этих естественных геополитических причин именно Китай и Россия должны прежде всего осваивать Арктику, реализовывая там свои законные интересы, продвигая в международном дискурсе проект «Ледовый шелковый путь», преодолевая информационную изоляцию.

Открытие Арктического маршрута и Ледового шелкового пути уже значительно улучшило позиции России в системе международной морской торговли. Строительство инфраструктуры вдоль побережья Ледового шелкового пути будет способствовать повышению уровня безопасности региона в целом, например во избежание нападения сомалийских пиратов, для защиты национальных интересов Китая и России и предотвращения агрессивных действий, направленных против двух стран и их союзников.

ФОРМИРОВАНИЕ ДИСКУРСА ИНИЦИАТИВЫ ЛЕДОВОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ

Очевидно, что для отстаивания общих интересов Китая и России в ходе их совместного освоения Ледового шелкового пути необходимо выстраивать соответствующий дискурс, с официальными заявлениями Китая и России об их целях и задачах в Арктике, активно участвовать в формулировании и принятии решений по различным вопросам совместного взаимодействия. Огромный потенциал развития Арктического региона определяет особую значимость любого официального заявления или намерения в рамках данного проекта двух стран.

В последние годы о значении Ледового шелкового пути было много сказано и написано, однако из-за сложной геополитической ситуации в Арктике дискурс по данному вопросу выявил много противоречий, что объясняется комплексным характером затрагиваемых там проблем⁹.

Как было сказано выше, основная проблема, с которой сталкиваются Китай и Россия при строительстве Ледового шелкового пути, заключается в том, что некоторые арктические страны сопротивляются совместному освоению и использованию Арктики при участии Китая и России. В рамках дискурсивной площадки, контролируемой Соединенными Штатами, международное сообщество неспособно оценить успехи Китая и России в их совместном продвижении по Ледовому шелковому пути при освоении Арктики¹⁰. Как результат — другие арктические страны отказались от сотрудничества с Китаем и Россией в освоении Ледового шелкового пути, а в западных СМИ, особенно американских, деятельность Китая и России в Арктике, в том числе по линии Ледового шелкового пути, постоянно дискредитируется. Более того, из-за обострения геополитической борьбы за Арктику стран, входящих в Арктический регион, постоянно усиливается санкционное давление на Россию, что может оказать негативное влияние на совместное строительство «Ледового шелкового пути»¹¹. В то же время многие страны занимают выжидательную позицию.

В этих условиях именно средства массовой информации СМИ могут стать источником достоверной информации и инструментом налаживания конструктивного диалога между всеми сторонами, заинтересованными в освоении Арктики и строительстве Ледового шелкового пути.

Создание международной дискуссионной площадки по данному вопросу требует усилий по разным направлениям формирования дискурсивных платформ. В дополнение к международным конференциям и обмену официальными заявлениями между суверенными странами, общими дискурсивными платформами в современном мире являются как традиционные СМИ, так и интернет. Сегодня основной медийный ресурс находится в руках западного истеблишмента во главе с Соединенными Штатами. Американские ценности продвигают BBC, Associated Press, голливудские фильмы и др. При этом традиционные массмедиа постепенно вытесняются электронными СМИ, на базе интернета появляются и быстро развиваются новые средства массовой информации, с новыми техническими возможностями¹². Можно

⁹ Юй Т., Сазонов С. Л. Россия и Китай вместе осваивают «Шелковый путь на льду» // Актуальные проблемы развития КНР в процессе ее регионализации и глобализации: материалы X Международной научно-практической конференции / Забайкальский государственный университет; науч. ред. Т. Н. Кучинская, В. С. Морозова. Чита: Изд-во Забайкальского государственного университета, 2018.

¹⁰ Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 г. № 645 «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45972>.

¹¹ Ларченко Л. В. СМП как важнейшая часть Ледового шелкового пути: состояние и перспективы // «Neftegaz.RU». 2020. № 10, 2 октября. URL: <https://magazine.neftgaz.ru/articles/transportirovka/633506-sm-p-kak-vazhnayshaya-chast-ledovogo-shelkovogo-puti-otsenka-sovremennogo-sostoyaniya-i-perspektiv-ra>.

¹² Цянь Лаймин. Пять изменений в распространении информации в контексте новых средств массовой информации [J]. Исследование городской партийной газеты. 2018 (07). С. 40–43.

сказать, что распространение информации перешло из рук профессиональных журналистов и правительства в руки дилетантов — блогеров и случайных комментаторов, и то, каким образом воспользоваться правом высказаться в эпоху новых медиа, имеет жизненно важное значение для продвижения Китая и Россией инициативы Ледового шелкового пути.

В современном мире действенность средств массовой информации коррелирует с теорией мимикрии, согласно которой мир, который люди познают в эпоху больших медиа, — это не воспроизведение объективной среды, а картина реальности, созданная средствами массовой информации посредством отбора новостей, обработки информации и репортажа¹³. Поэтому роль средств массовой информации становится еще более важной в эпоху доминирования массмедиа при формировании общественного мнения. Доступ Китая и России к мировому информационному пространству позволит свободно говорить о Ледовом шелковом пути, его преимуществах и достижениях, разрушая ту мимикрическую среду, которую искусственно создают вокруг него политические противники.

Особую роль здесь могут сыграть социальные сети, которые благодаря быстрому развитию сетевых технологий изменили модель коммуникаций, где ранее доминировали традиционные СМИ. Построение дискурсивной системы в социальных сетях требует навыков быстрой новостной коммуникации и подразумевает творческую реализацию идей в мультимедийном пространстве.

Алгоритм работы в социальных сетях предполагает целенаправленное распространение информации в соответствии с потребностями пользователей.

Интернет обеспечивает основу для интеграции множества форм медиа. Сообщения с изображениями, видео и текстом могут одновременно размещаться в социальных сетях, что по сравнению с традиционными СМИ гораздо эффективнее для понимания сути события и минимизации времени на усваивание этой информации. Информация, предоставляемая новой медиаплатформой, богаче, а скорость передачи информации от ее сбора до выпуска выше. Если несколько платформ взаимосвязаны, то эта информация может быть быстро размещена на нескольких платформах, что расширяет возможности журналистов по высказыванию, сокращая дистанцию между СМИ и аудиторией, а также приближая событие к аудитории во времени. Кроме того, мультиплатформенные публикации расширяют саму аудиторию.

В свою очередь, целенаправленное распространение информации в соответствии с потребностями пользователей в эпоху новых медиа и возможности анализа больших данных может способствовать адресной доставке информации пользователям. Этот подход отражает общую тенденцию, когда приоритетом в эпоху новых медиа является образ мыслей пользователей, а значит, сервисное мышление. Соответственно, право на высказывание

¹³ Ван Ливу. О важности голоса и направляющей силы в условиях изменения медиа-ландшафта [J]. Руководство по исследованию новостей. 2018 (02).

в общественном дискурсе сегодня связано с необходимостью изменения мышления, присущего традиционным медиа, и возможностью формировать мышление аудитории, предлагая соответствующую информацию, постоянно анализировать потребности аудитории различных платформ для создания того контента, который привлекает пользователей.

Эти подходы применимы и для популяризации Ледового шелкового пути, поскольку в современном обществе политическое мышление формируется во многом благодаря социальным сетям. В данной связи требуется анализ характеристик пользователей на разных платформах, создание целевого контента с максимальным объемом информации для определенной группы пользователей. Например, интерес представляют современные популярные платформы для коротких видеороликов, такие как TikTok, где пользователи — это в основном молодые люди, которые имеют высокую покупательную способность и желание развлекаться, поэтому реклама для молодых людей может содержать информацию о путешествиях, посещении достопримечательностей по маршруту Ледового шелкового пути, возможности по пути снимать красивые видеоролики о местной культуре, чтобы привлечь молодежь к проблематике Ледового шелкового пути.

Например, для инвесторов, заинтересованных в финансировании проекта Ледового шелкового пути, или компаний, желающих участвовать в строительстве маршрута, можно размещать централизованную рекламу на платформах, которые часто посещают эти пользователи.

Таковыми платформами могут выступать финансовые журналы, финансовые электронные газеты или платформы обмена опытом в области экономики. Содержание рекламы на подобных сайтах явно отличается от контента, ориентированного на молодежь. Таких пользователей больше интересует реклама об экономических аспектах строительства Ледового шелкового пути. Соответственно, здесь следует продвигать преференциальную политику Ледового шелкового пути, публикуя аналитические материалы или видеоролики для привлечения интереса инвесторов к проекту и профильных предприятий к участию в строительстве Ледового шелкового пути, ориентируясь на достижение эффекта «сарафанного радио».

Строительство Ледового шелкового пути вызвало бурные дискуссии в Китае на всех уровнях, выявившие ряд проблем, с которыми приходится сталкиваться при реализации данного проекта. В этом смысле показательно мнение М. Чэня, сотрудника Китайского исследовательского центра освоения океана Бюро океанографии Министерства образования Китая, который заявил, что в процессе строительства Ледового шелкового пути Китай и Россия столкнутся со сложными геополитическими вызовами, что делает Арктику полем для ожесточенных игр между великими державами.

В то же время, как он полагает, аппаратное и программное обеспечение и техническая поддержка Арктического водного пути еще относительно отсталые, система оперативной информационной связи с большими данными для совместного использования маршрута и навигации еще не создана, что также является проблемой строительства Ледового шелкового

пути¹⁴. В свою очередь, китайское академическое сообщество обсуждало этот вопрос на международном уровне. Так, Артур Гушсин, приглашенный научный сотрудник Института исследований развития Фудана и исследователь арктических проблем в Институте Акваплан-Нива в Норвегии, опубликовал статью, в которой выразил озабоченность тем ущербом местной экологии, который может быть нанесен в ходе освоения Арктики. По его мнению, «Опасность для окружающей среды в Арктике представляет балластная вода, содержащая множество инвазивных видов растений, которые могут изменить систему питания местных живых организмов»¹⁵.

Дискуссии о строительстве Ледового шелкового пути идут и на неформальных площадках КНР. Их содержание достаточно позитивно. Так, на крупнейшей китайской платформе вопросов и ответов, интернет-портале «Чжиху» активно обсуждается строительство инфраструктуры Ледового шелкового пути, его средне- и долгосрочные перспективы, инвестиционная привлекательность. Мнения участников этого форума можно обобщить следующим образом: сотрудничество между Китаем как большой страной со своими энергетическими потребностями и Россией в строительстве Ледового шелкового пути должно подразумевать и строительство Арктического водного пути в Северном Ледовитом океане, и расширение горизонтов его стратегического планирования, поскольку, как написал в своем блоге Цзэн Янцин, «Китай вкладывает сотни миллиардов долларов в Северный Ледовитый океан «Ледовый шелковый путь», чтобы повлиять на будущее стратегическое развитие космоса»¹⁶. Открытие Ледового шелкового пути, по мнению многих китайцев, откроет широкие возможности для целого ряда инвестиционных проектов, и этот дискурс только начинает набирать обороты благодаря информационной поддержке этого проекта в обеих странах.

В то же время, важно понимать, что именно завоевание доверия пользователей является основной целью новых средств массовой информации в любого рода общественных дискурсах. Поэтому коммуникатору необходимо действовать взвешенно и профессионально. Новые средства массовой информации должны быть интегрированы с традиционными средствами массовой информации с целью объединить их преимущества — быстрое распространение первых с авторитетом вторых, расширить коммуникационные возможности и социальное влияние, оптимизировать способы коммуникации для установления атмосферы социального доверия, обеспечение доминирующих позиций в общественном дискурсе.

Опираясь на новые средства массовой информации (интернет и др.), в эпоху новых средств массовой информации Китай и Россия имеют все возможности сформировать тот политический дискурс вокруг инициативы

¹⁴ Чэнь М. Основные проблемы и вызовы, стоящие перед строительством «Полярного шелкового пути». URL: http://aoc.ouc.edu.cn/_t719/2022/0610/c9821a372308/page.htm (дата обращения: 15.06.23).

¹⁵ Гушсин А. С какими проблемами сталкивается Ледовый шелковый путь? URL: http://cn.china-daily.com.cn/2017lwt/2018-10/24/content_37126424.htm (дата обращения: 15.06.23).

¹⁶ Цзэн Янцин. Почему Китай вкладывает сотни миллиардов долларов в «Ледовый шелковый путь», чтобы повлиять на будущее стратегическое развитие космоса. URL: <https://zhuanlan.zhihu.com/p/248282684> (дата обращения: 18.06.23).

«Ледовый шелковый путь», который поможет донести голоса Китая и России до всего мира и успешно реализовать связанные с ним проекты.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕДОВОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ В XXI-М СТОЛЕТИИ

Ледовый шелковый путь — это огромные возможности для развития Арктического региона. Можно сказать, он является продуктом сотрудничества и общей направленностью арктической стратегии Китая и России. Этот проект одновременно отвечает арктическим стратегиям обеих стран, усиливая их международный статус и повышая уровень экономического развития, а также укрепляя их национальную безопасность¹⁷. Поэтому так важно создать вокруг Ледового шелкового пути благоприятное информационное поле.

В эпоху новых медиа и интернет-технологий, благодаря возможности передачи больших данных, пользователи могут получать достоверную и точную информацию о любой общественно-политической инициативе. Китай и Россия могут воспользоваться всеми техническими возможностями СМИ и последовательно создавать совместные дискурсивные платформы, позволяющие им проводить свою политическую повестку, в том числе относительно Ледового шелкового пути.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Содержание дискурса инициативы «Ледовый шелковый путь» в современных геополитических условиях должно быть ориентировано на общую стратегию Китая и России в Арктике, которая заключается в активном освоении, использовании, управлении и защите Арктики при наличии активной информационной поддержки.

В эпоху новых медиа Китай и Россия должны преодолеть ограничения, искусственно создаваемые в информационном пространстве рядом западных стран, чтобы иметь возможность формировать ту повестку дня в отношении строительства Ледового шелкового пути на международной арене, которая бы отвечала истинным интересам Китая и России в Арктике и способствовала бы продвижению проекта «Ледовый шелковый путь» в соответствии с китайско-российской арктической стратегией.

Принимаемые меры будут способствовать экономическому развитию и строительству инфраструктуры российского Арктического региона, а также повышению международного статуса и авторитета Китая и России.

ЛИТЕРАТУРА

1. Белая книга «Арктическая политика Китая». 26 января 2018 года. Информационное бюро Государственного Совета Китая. URL: <http://www.scio.gov.cn/zfbps/32832/document/1618203/1618203.htm>.

¹⁷ Михайличенко К. М. Проект «Ледовый шелковый путь» в рамках инициативы «Один пояс и один путь» как реализация интересов России и Китая в Арктическом регионе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2019. Т. 21, № 2. С. 333–345. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-2-333-345.

2. Ван Ливу. О важности голоса и направляющей силы в условиях изменения медиа-ландшафта [J] // Руководство по исследованию новостей. 2018(02):1-2, 42.
3. Визе В. Ю. Северный морской путь. М.; Л.: Изд-во Главсевморпути, 1940. С. 50.
4. Концепция сотрудничества на море в рамках инициативы «Один пояс и один путь». URL:<https://www.yidaiyilu.gov.cn/wcm.files/upload/CMSydylgw/201706/201706200155054.pdf>.
5. Ларченко Л. В. СМП как важнейшая часть Ледового шелкового пути: состояние и перспективы. // «Neftegaz.RU». 2020. № 10, 2 октября. URL: <https://magazine.neftegaz.ru/articles/transportirovka/633506-smp-kak-vazhneyshaya-chast-ledovogo-shelkovogo-puti-otsenka-sovremennogo-sostoyaniya-i-perspektiv-ra>.
6. Ледовый Шелковый путь // Китай. 2018. № 6 (152). С. 53–55.
7. Люмен. Шелковый путь по льду [ЕВ/ОЛ] (2019-2-20) [2019-12-01] // Китайская сеть «Пояса и пути». URL: <https://www.yidaiyilu.gov.cn/zchj/slbk/80077.htm>.
8. Михайличенко К. М. Проект «Ледовый шелковый путь» в рамках инициативы «Один пояс и один путь» как реализация интересов России и Китая в Арктическом регионе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. 2019. Т. 21, № 2. С. 333–345. DOI: 10.22363/2313-1438-2019-21-2-333-345.
9. Порт Ляньюньган. URL: <https://uniflot.com/ports/port-lyanyungan>.
10. Совместное коммюнике 20-й очередной встречи премьер-министров Китая и России. URL: <https://www.mfa.gov.cn/chn/pds/ziliao/1179/t1325537.htm>.
11. Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 г. № 645 «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 г.». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/45972>.
12. Цянь Лаймин. Пять изменений в распространении информации в контексте новых средств массовой информации [J] // Исследование городской партийной газеты. 2018. № 7. С. 40–43.
13. Чэнь Минхуэй. Основные проблемы и вызовы, стоящие перед строительством «Полярного Шелкового пути». URL: http://aoc.ouc.edu.cn/_t719/2022/0610/c9821a372308/page.htm (дата обращения: 15.06.23).
14. Юй Т., Сазонов С. Л. Россия и Китай вместе осваивают «Шелковый путь на льду» // Актуальные проблемы развития КНР в процессе ее регионализации и глобализации: материалы X Международной научно-практической конференции // Забайкальский государственный университет; науч. ред. Т. Н. Кучинская, В. С. Морозова. Чита: Изд-во Забайкальского государственного университета, 2018.

Поступила в редакцию 23 июня 2023 г.

УДК: 32.019.5
ББК: 60.561.2

М. А. Х. АБУХАМДИЯ,
аспирант кафедры теории и истории журналистики
филологического факультета
Российского университета дружбы народов;
Россия, г. Москва.
e-mail: m_abuhamidia@mail.ru

ОБРАЗ МУСУЛЬМАН В АНГЛОСАКСОНСКОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Аннотация. *Исламофобия. Термин, вызывающий у обычного человека лишь смутные ассоциации с похожими словами и вопрос: «Какая фобия?». И это не удивительно, ведь даже в научных кругах термин не приобрел однозначной ясности, хотя давно уже пора, ведь явление, что по логике должно описываться этим понятием, с каждым годом становится все более распространенным, несмотря на бесчисленное количество международных программ по воспитанию толерантности.*

С каждым годом исламофобия приобретает новые формы и новые уровни, и поэтому термин окрашивается все новыми красками, а это часто лишь затрудняет понимание данного феномена и замедляет социальные преобразования, направленные на борьбу со всеми формами ксенофобии, среди которых актуализируется именно этот вид.

Исламофобия как термин появился в 1997 г., когда организация Runnymede Trust опубликовала доклад об отношении к мусульманам в многокультурной Великобритании.

Профессор Гордон Конвэй обозначил главные аспекты и причины дискриминации мусульман в британском сообществе и их совокупность назвал исламофобией, мотивируя это тем, что в данном процессе имеет место также откровенный страх перед другим (навязанный, по его же уточнению, извне), а не простое неприятие другого человека на основе похожести.

Ключевые слова: *англосаксонские медиа, исследование, исламофобия.*

М. А. Н. ABUHAMDIA,
postgraduate student of the Department
of Theory and History of Journalism
Faculty of Philology,
Peoples' Friendship University of Russia;
Russia, Moscow.
e-mail: m_abuhamidia@mail.ru

THE IMAGE OF MUSLIMS IN THE ANGLO-SAXON MEDIA DISCOURSE

Abstract. *Islamophobia. A term that an ordinary person has only vague associations with similar words and question: «What kind of phobia?». And this is not surprising, because even in scientific circles the term has not acquired unambiguous clarity, although it is time for a long time, because the phenomenon that logically should be described by this concept is becoming more common every year despite the countless number of international programs for the education of tolerance.*

Every year the phenomenon of Islamophobia acquires new forms and new levels, and therefore the term is painted with more and more new colors, and this often only complicates the understanding of this phenomenon, and with it slows down social transformations aimed at combating all forms of xenophobia, among which this particular type is actualized.

Islamophobia as a term appeared in 1997 when the Runnymede Trust published a report on attitudes towards Muslims in multicultural Britain.

Professor Gordon Conway outlined the main aspects and causes of discrimination against Muslims in the British community, and called their totality Islamophobia, arguing that in this process there is also an outright fear of the other (imposed, according to his own clarification, from the outside), and not a simple rejection of another person based on similarity.

Keywords: *anglo-saxon media, research, Islamophobia.*

Научный дискурс относительно влияния медиа на формирование образов и идентичностей в массовом сознании продолжается с начала XX века. Взгляды ученых относительно силы и природы влияния СМИ на общественное мнение разошлись. На первом этапе научного дискурса его участники расценивали влияние медиа как достаточно мощное и способное изменить мировоззрение общества¹. Выдвигая такие гипотезы, ученые принимали во внимание высокий уровень атомизированности общества. Анализ эмпирического опыта дал ученым основания переосмыслить предыдущие подходы и прийти к выводу, что СМИ не могут создать новое представление о мире в сознании людей, но они способствуют усилению образов, клише, идентичностям, которые уже существуют в массовом сознании. В 60–70 гг. XX в. в теоретическом дискурсе появилась гипотеза, что аудитория в большей степени влияет на медиа, чем медиа на аудиторию².

По данным социологических исследований, в Великобритании за последние 15 лет доверие аудитории к СМИ медленно росло к 2005 г.³. Уровень доверия к медийному контенту несколько снизился к 2008 г.

¹ Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учеб. пособие. М.: Логос, 2007.

² Garbariano J. Children and Terrorism / J. Garbariano, A. Governale, P. Henry, D. Nesi // Sharing child and youth development knowledge. 2015. Vol. 29, № 2. P. 1–30.

³ Marranci G. Multiculturalism, Islam and the clash of civilisations theory: rethinking islamophobia // Culture and Religion. 2004. Vol. 5. P. 105–119.

СМИ формируют образы, идентичности, идеологии, но одним из самых распространенных в массовом сознании стал образ «объективной и беспристрастной журналистики». Эффективнее всего идеологическую функцию коммуникатор выполняет тогда, когда аудитория не понимает, что на нее пытаются повлиять, и, соответственно, не анализирует цель такого воздействия.

В научном дискурсе различают два понятия: средства массовой информации (СМИ) и средства массовой коммуникации (СМК). Последние, где действительно между журналистами и аудиторией происходит коммуникация, присущи демократическим развитым странам, где фактически каждый может напрямую выразить свои мысли и повлиять таким образом на редакционную политику и создание контента.

В Великобритании к СМК можно отнести по своей природе только интернет-издания, но и здесь из-за низкого уровня политической культуры руководителей штабов политических сил попытки редакционных коллективов интернет-медиа создать платформы для формирования качественно-го общественного дискурса относительно актуальных проблем не являются столь результативными⁴.

В 2010 г. читатели газет, радиослушатели и телезрители составляют самый большой сегмент аудитории. Доступ к интернету появляется у большего количества людей, но интернет-пользователи — это аудитория крупных городов Великобритании. И значит, большинство граждан находятся под влиянием СМИ, а не являются участниками процесса медийной коммуникации. Поэтому влияние суггесторов на аудиторию доминирует.

Что касается научных работ, рассматривающих формирование образа мусульманина и исламской идентичности СМИ, то они немногочисленны.

Одна из наиболее конфликтных тенденций, о которой упоминает ученый, это акцентирование внимания на национальности террористов или преступников, что, безусловно, формирует основу для межэтнических, межнациональных и межрелигиозных конфликтов. Именно это, по мнению Э. Саида, грозит разрыванием не словесных, а физических столкновений в глобальной деревне⁵.

С. Алата, Дж. Ги, Ф. Лемке ввели в научный дискурс понятия «мирная журналистика» и «крестоносная журналистика». Эти исследователи тоже рассматривали СМИ как инструмент влияния заинтересованных лиц. Термин «крестоносная журналистика», по убеждению авторов, вводился не с целью оскорбить христиан, а для того чтобы подчеркнуть: то, что происходит в медиа сейчас? — это не военный крестовый поход, а его информационное проявление. Они пришли к выводу, что медиа стали оружием и инструментом, контролирующим паству⁶.

⁴ *Martín-Muñoz G.* Unconscious Islamophobia // *Human Architecture: Journal of the sociology of self-Knowledge*. 2010. VIII, 2, FALL. P. 21–28.

⁵ *Meer N., Modood T.* Refutations of racism in the «Muslim question» // *Patterns of Prejudice*. 2009. Vol. 43. P. 335–354.

⁶ *Арутюнян Ю. В.* Этносоциология: учеб. пособие для вузов / Ю. В. Арутюнян [и др.]. URL: <https://socioline.ru/pages/yuv-arutyunyan-etnosotsiologiya>.

Процесс формирования исламской идентичности и образа мусульманина в СМИ стал объектом исследования лишь недавно. В частности, ученые уже поднимали тему идентичности и идентификации в мусульманском мире, проводя мониторинг стереотипов и клише, которые подаются в СМИ, и проанализировала их влияние на общественное мнение⁷.

Государственная информационная политика по формированию образа мусульманина и исламской идентичности может влиять не только на уровень национальной обособленности населения, но и на количество и виды терактов, на интенсивность пополнения новыми членами экстремистских организаций, на уровень гражданской самости мусульман — уровень ощущения и восприятия себя как гражданина и тому подобное. Однако статистических данных и научных исследований по этим вопросам нет.

Распределение сил в информационном пространстве по вопросам внутренней и внешней политики, как правило, не вызывает споров и дискуссий у экспертов медиабизнеса, но религиозные вопросы, в том числе контент, который формирует образ мусульманина в сознании различных национальностей, и исламская идентичность, остаются малоисследованными. Так же открытым является вопрос для дискуссии, какие суггесторы и с какой целью формируют образ мусульманина в представлении общественности и какую исламскую идентичность закладывает в сознание мусульман медийный контент.

В англосаксонских СМИ есть три вектора, которые формируют образ мусульманина и исламскую идентичность.

1. Западный вектор формирует недружественный образ, который может восприниматься позитивно исключительно в контексте столкновений мусульман с властями.
2. Собственно мусульманский вектор, который поддерживают мусульманские организации различных направлений и в своих СМИ, формирует не только положительный образ мусульманина, но и желаемую идентичность, поскольку ислам имеет много течений.
3. Российский вектор очень часто продуцирует враждебное отношение к мусульманам, что видно на примере телепродукции, которую медиа закупают для трансляции из-за нехватки собственного производства (например, документальный проект «Свидетели» телекомпании «Наш вид» на телеэкране был представлен серией «Черные вдовы» Ирины Черновой об исламских женщинах-шахидках. По монтажу первых кадров видно антиисламскую сущность фильма: крупный план глаз мусульманки в никаяби — мусульманском женском головном уборе, полностью покрывающим голову и лицо, есть только вырез для глаз — переходит во взрывы, аяты из Корана — в взрывные устройства и детонаторы.

⁷ Дмитриев А. В. Миграция: конфликтный потенциал культурного вызова // Диалог культур в условиях глобализации: XII Международные Лихачевские научные чтения (17–18 мая 2012 г.). В 2 т. СПб.: СПбГУП, 2012. Т. 1. Доклады. С. 79–80.

Рост уровня национальной дистанцированности населения в отношении арабов, турок, чеченцев касается и религиозной дистанцированности населения. Это может повлечь нарушение прав человека, ослабление политического и социального фундамента демократического государства, национального единства и гражданского общества и тому подобное. Проблематика межэтнической и межрелигиозной толерантности приобретает все большую актуальность из-за роста количества конфликтов, особенности государственной информационной политики и редакционной политики СМИ. Итак, объективность и толерантность в формировании образа мусульманина и исламской идентичности крайне важны для уменьшения уровня ксенофобии и изолированности этих этносов в мире⁸.

Разнообразие существующих точек зрения на сущность понятия «язык вражды» свидетельствует о его недостаточной разработанности в современной науке.

Особое распространение это явление получило в англоязычном мире в связи с бурным развитием ИТ-технологий и онлайн-коммуникации. Социальные трансформации в Европе последние нескольких лет (например, выход Великобритании из состава Европейского союза — брекзит, масштабный наплыв мигрантов из Африки, Ближнего Востока и Азии, развитие ЛГБТИК сообществ, расовые протесты движения за права чернокожих под лозунгом «Black Lives Matter» и другие) стали предметом обсуждения в обществе, и в частности в интернет-медиа и социальных сетях. Такие социальные преобразования привели к новым волнам распространения языка вражды в массмедийном дискурсе, что требует детального изучения и осмысления на уровне лингвистического воплощения, использования коммуникативных тактик и стратегий циркуляции языка ненависти в СМИ. Именно изучению этого актуального явления посвящена данная статья⁹.

Массмедиа и социальные сети на данный момент являются основной платформой распространения хейта в обществе. Как отмечает исследователь, «основной источник языка вражды — устная речь, явления так называемого бытового расизма, национализма и других видов социальной ненависти, что сопровождаются высказываниями дискриминационного характера, могут быть присущи и отдельным лицам и группам лиц.

Такие высказывания могут приводить к негативным социальным последствиям в случаях, если их транслируют в СМИ в виде комментариев, цитат и тому подобное. В подавляющем большинстве подобных случаев журналисты используют дискриминационные высказывания не намеренно, а из-за низких профессиональных навыков и несоблюдения стандартов журналистики»¹⁰. Какими бы ни были намерения журналистов — спланированными или непредумышленными, распространение языка вражды имеет конкретные негативные последствия для объектов вербальных обид и общества в целом.

⁸ Иконникова Н. К. Механизмы межкультурного восприятия // Социс. 1995. № 8. С. 26–34.

⁹ Цюрупа А. И. Ксенофобия как проявление инстинкта этнической изоляции. URL: https://bookap.info/book/chernyavskaya_psihologiya_natsionalnoy_neterpimosti/gl8.shtml.

¹⁰ Эйвази М. Р., Хосейни М. Ф. Исламхараси ва сенариуха-йе пиш-е ру-йе ан // Моталеат-е сий-аси-йе джахан-е ислам. 1396/2017. Т. 6, № 23. С. 75–92. Фарси.

Так, европейские исследователи важность изучения языка вражды видят прежде всего в связи языка и жестокого поведения в обществе. В частности, об этом пишет австрийский ученый Г. Поссел в статье «Can hatred speak? On the linguistic dimensions of hate crime», указывая на корреляцию между циркуляцией языка вражды и совершением преступлений на почве ненависти (hate crime) в современных социумах¹¹.

Такого же мнения в своих разведках придерживаются и британские исследователи-криминалисты. Примечательным в этом плане является исследование коллектива ученых в *British Journal of Criminology* «Hate in the machine: anti-black and anti-muslim social media posts as predictors of offline racially and religiously aggravated crime», в котором анализируется соотношение онлайн-текстов языка вражды в социальных сетях Твиттер и Фейсбук и случаев преступлений офлайн-хейта, обусловленных расовой и религиозной нетерпимостью против чернокожего и мусульманского населения в Лондоне.

Авторы делают вывод, что язык вражды в соцсетях прямо связан с такими преступлениями, более того, является своего рода триггером, который подстрекает на их совершение в реальной жизни.

Анализ сайта британского массового издания «Daily Mail» показывает, что тексты с упоминаниями исламской принадлежности героев публикаций являются довольно частым явлением в этом издании. Более того, в нем имеются тексты с проявлениями языка вражды, направленной против людей мусульманского вероисповедания.

Рассмотрим некоторые примеры таких текстов подробно, применив элементы метода критического дискурс-анализа. Методом случайной выборки нами были отобраны тексты 2010–2020 гг. за ключевым словом Muslim. Всего на сайте представлено более 70 тыс. публикаций, которые содержат это ключевое слово.

Например, в материале «Mother-of-four's family slam her Muslim husband for murder convert wife 'in such a brutal way' as he is jailed for 22 years for killing her with claw hammer then burning body» (Mail Online от 17.01.2018) неоднократно подчеркивается мусульманское происхождение мужчины, который совершил убийство своей жены-британки.

При этом его вероисповедание прямо ассоциируется с преступлением, поскольку упоминание об этом появляется сразу в заголовке, подзаголовке и первом предложении статьи наряду с такими негативно окрашенными выражениями, как «brutally murdered», «killing her with claw hammer», «burning body». Имя и фамилия преступника, как и имя и фамилия его подруги-мусульманки, которая также осуждена за это убийство, постоянно упоминаются в публикации, чередуясь с репликами родных убитой: «Instead the seville people murdered her in what must have been a horrific ordeal, and then treated her body disgustingly as they tried to cover up what they had done».

¹¹ Рахбордха-йе пишигири ва мокабеле ба исламхараси / А. Меллипур, С. Моджарради, А. Хайат-Мокаддам, А. Али-Заде, Р. Джонайди // Рах-борд-е дафаи. 1397/2018. Т. 16, № 63. С. 95–121. Фарси.

В этом тексте преступление, совершенное на фоне семейных ссор, по логике восприятия бессознательно ассоциируется с религиозной принадлежностью преступников (мусульмане — жестокие убийцы), что фактически не подтверждено, ведь ни одного упоминания, что вероисповедание обвиняемых имело отношение к убийству, нет.

Мусульманская/исламистская тематика регулярно является объектом освещения в издании. Другой яркий пример публикация «Guilty? It's a badge of honour say Muslim hate mob (and because we're on benefits, the state will pay our costs)» (Mail Online от 12.01.2010). В статье идет речь о суде над группой мусульман в г. Лутон, которые устраивали митинг в поддержку ислама во время марша британских военнослужащих, вернувшихся из Ирака: «The protest sparked a hostile stand-off with angry members of the public who had been аплодисменты the soldiers». Вся публикация построена на противопоставлении и контрасте, где, с одной стороны, правительство страны, налогоплательщики — граждане Великобритании, то есть большинство читателей издания (положительная сторона, так называемая «МЫ-группа»), а с другой — протестующие мусульмане (негативная сторона, так называемая «ОНИ-группа»). При этом в контексте изображения мусульман (они все в статье названы поименно) использовались такие словосочетания, как «Muslim extremists», «went unpunished», «they defiantly declared», «preacher of hate».

Анализируемая статья характеризуется использованием тактики лингвистической суггестии. Для нагнетания негативного образа протестующих издание подает в заголовке вопросительное предложение «Виноваты?» («Guilty?»), которое явно является риторическим, подталкивает читателя к очевидному ответу: «Да, виноваты», хотя сама публикация далее подробно информирует о результатах рассмотрения дела в суде.

К тому же несколько раз упоминается о том, что демонстранты получают социальную помощь от государства, а значит, по логике, у читателей возникает ассоциация: «неблагодарные: государство их содержит, а они протестуют против своей же армии»¹².

Негативную коннотацию повествования дополняет и такая эмоционально окрашенная лексика, как «rapists», «murderers», «babykillers», «terrorists». Здесь использован еще один суггестивный манипулятивный прием, когда ключевые ярко эмоциональные негативные слова якобы и не направлены на собственно мусульман (казалось бы, эти слова-ярлыки касаются лишь протестующих и британских военнослужащих), однако осуждающий тон статьи последовательно создает негативный криминальный образ демонстрантов и имплицитно всех мусульман.

Хотя неоднократно издание «Daily Mail» обвинялось в разжигании исламофобских взглядов¹³, редакция продолжает публиковать истории с прояв-

¹² Щукина Е. Л. Угрозы и вызовы культурной безопасности в современной России // Гуманитарий Юга России. 2015. № 4. С. 109.

¹³ Щукина Е. Л. Культурная безопасность современной России как элемент национальной безопасности // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГА. 2015. № 3. С. 348.

лениями языка вражды в отношении мусульман. Так, в статье «Insta-bikie and convicted killer Moudi Tajjour says the deadly Wuhan coronavirus sweeping the world is 'Allah's revenge' for china's persecution of Muslims» (Mail Online от 25.01.2020) говорится о том, что осужденный за убийство инстабайкер-мусульманин высказал гипотезу появления и распространения коронавируса.

По его словам, коронавирус был послан Аллахом в Китай за то, что правительство осудило и удерживает миллионы мусульман: «China has imprisoned more than one million Muslims in detention, so Allah sheds (sic) a virus that has not been discovered yet». В статье используется негативно окрашенная лексика: «killer virus», «Allah revenge», «persecution of millions of Muslims».

То есть, читатель может за логико-ассоциативным рядом проследить такой смысловой месседж этого сообщения: «мусульмане верят в жестокого бога, который наслал на планету вирус-убийцу, а значит, сами мусульмане жестокие, их надо остерегаться, потому что они опасны». Очевидно, такой негативный ассоциативный ряд можно продолжить.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнян Ю. В. и др. Этносоциология: учеб. пособие для вузов / Ю. В. Арутюнян [и др.]. URL: <https://socioline.ru/pages/yuv-arutyunyan-etnosotsiologiya>.
2. Дмитриев А. В. Миграция: конфликтный потенциал культурного вызова // Диалог культур в условиях глобализации: XII Международные Лихачевские научные чтения (17–18 мая 2012 г.). В 2 т. СПб.: СПбГУП, 2012. Т. 1. Доклады. С. 79–80.
3. Иконникова Н. К. Механизмы межкультурного восприятия // Социс. 1995. № 8. С. 26–34.
4. Цюрупа А. И. Ксенофобия как проявление инстинкта этнической изоляции. URL: https://bookap.info/book/chernyavskaya_psihologiya_natsionalnoy_neterpimosti/gl8.shtm.
5. Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учеб. пособие. М.: Логос, 2007.
6. Шукина Е. Л. Культурная безопасность современной России как элемент национальной безопасности // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГА. 2015. № 3. С. 348.
7. Шукина Е. Л. Угрозы и вызовы культурной безопасности в современной России // Гуманитарий Юга России. 2015. № 4. С. 109.
8. Garbariano J. Children and Terrorism / J. Garbariano, A. Governale, P. Henry, D. Nesi // Sharing child and youth development knowledge. 2015. Vol. 29, № 2. P. 1–30.
9. Marranci G. Multiculturalism, Islam and the clash of civilisations theory: rethinking islamophobia // Culture and Religion. 2004. Vol. 5. P. 105–119.
10. Martín-Muñoz G. Unconscious Islamophobia // Human Architecture: Journal of the sociology of self-knowledge. 2010. VIII, 2, Fall. P. 21–28.
11. Meer N., Modood T. Refutations of racism in the «Muslim question» // Patterns of Prejudice. 2009. Vol. 43. P. 335–354.

12. Эйвази М. Р., Хосейни М. Ф. Исламхараси ва сенариуха-йе пиш-е ру-йе ан // Моталеат-е сийаси-йе джахан-е ислам. 1396/2017. Т. 6, № 23. С. 75–92. Фарси.
13. Рахбордха-йе пишгири ва мокабеле ба исламхараси / А. Меллипур, С. Моджарради, А. Хайат-Мокаддам, А. Али-Заде, Р. Джонайди // Рах-борд-е дафай. 1397/2018. Т. 16, № 63. С. 95–121. Фарси.

Поступила в редакцию 05 июля 2023 г.

УДК: 32.019.5
ББК: 60.561.2

М. А. Х. АБУХАМДИЯ,
аспирант кафедры теории и истории журналистики
филологического факультета
Российского университета дружбы народов;
Россия, г. Москва.
e-mail: *m_abuhamidia@mail.ru*

СТЕРЕОТИПИЗАЦИЯ МУСУЛЬМАН В ЗАПАДНЫХ СМИ

Аннотация. *С началом нового тысячелетия в СМИ резко изменилось освещение вопросов, связанных с исламом. После событий 11 сентября 2001 г. мусульманская тематика стала одной из основных в западном медиадискурсе. Особые изменения претерпели способы изображения мусульман и формирования у аудитории массмедиа негативного отношения к ним. Негативизация образа мусульман в западной культуре способствовала возникновению новых языковых и внеязыковых способов их репрезентации в медиадискурсе, в том числе и с помощью стереотипов.*

Стереотипизация как инструмент социального познания мира, который позволяет упрощать социальное окружение человека, классифицировать социальную информацию, образует оценочную поляризацию социальных групп и выполняет функцию схематизации.

Продуктом этого процесса является стереотип — фрагмент языковой и концептуальной картины мира, имеющий логическую форму суждения и способность упрощать и эмоционально приписывать определенной группе лиц определенные установки или отказывать им в них.

Стереотипы составляют простейшие элементы общественной психики, они — часть оценочных мнений, характеризующих человека в определенном социуме, и именно поэтому являются национально и культурно специфическими.

Ключевые слова: *образ, мусульманские женщины, медиадискурс, исследование.*

М. А. Н. ABUHAMDIA,
postgraduate student of the Department
of Theory and History of Journalism
Faculty of Philology,
Peoples' Friendship University of Russia;
Russia, Moscow.
e-mail: *m_abuhamidia@mail.ru*

STEREOTYPING OF MUSLIMS IN WESTERN MEDIA

Abstract. *With the beginning of the new millennium, the media coverage of issues related to Islam has changed dramatically. After the events of September 11, 2001, the Muslim theme became one of the main ones in the Western media*

discourse. The ways of depicting Muslims and forming a negative attitude towards them among the mass media audience have undergone special changes. The negativization of the image of Muslims in Western culture has contributed to the emergence of new linguistic and extra-linguistic ways of their representation in the media discourse, including through stereotypes.

Stereotyping as a tool of social cognition of the world, which makes it possible to simplify a person's social environment, classify social information, forms an evaluative polarization of social groups and performs the function of schematization.

The product of this process is a stereotype — a fragment of a linguistic and conceptual picture of the world, which has a logical form of judgment and the ability to simplify and emotionally attribute certain attitudes to a certain group of people, or deny them them.

Stereotypes constitute the simplest elements of the social psyche and are part of the evaluative opinions that characterize a person in a certain society, and that is why they are nationally and culturally specific.

Keywords: *image, Muslim women, media discourse, research.*

Поскольку стереотип — это ментальное образование, которое имеет вербальное воплощение в языке и речи, то исследователи стереотипов анализируют письменные и устные источники, содержащие стереотипы, а именно слова и фразы, которые их отражают. Лингвистический анализ стереотипов в рамках когнитивного подхода дополняется культурологическим анализом¹. Поэтому предметом рассмотрения при исследовании стереотипизации выступают лингвистические механизмы, реализующие стереотипные высказывания в дискурсе.

Стереотипы различаются по степени рациональности/иррациональности информации, которая в них содержится, и, следовательно, передаются аудитории, на которую ориентируются медиаисточники. Этот аспект наиболее важен с точки зрения эффективности коммуникации. Если стереотип в большой степени правдив, то он облегчает ориентирование коммуниканта в ситуации межкультурного общения. Если же он не соответствует действительности, то опора на него влечет за собой коммуникативные неудачи².

Медиадискурс включает в себя всю совокупность лингвистических и экстралингвистических факторов, коммуникативное пространство функционирования определенного текстового материала, его культурный, этнический, социальный контекст, подтекст и тому подобное³.

В медиадискурсе информация оформляется с помощью языковых и поведенческих средств таким образом, чтобы образовать сообщение, которое воспримется общей аудиторией как истинное и окажет на нее необходимое

¹ Allen C. Islamophobia. Farnham: Ashgate Publishing Limited, 2010.

² Garbariano J. Children and terrorism / J. Garbariano, A. Governale, P. Henry, D. Nesi // Sharing child and youth development knowledge. 2015. V. 29, № 2. P. 1–30.

³ Islamophobia // Challenge for Us All. URL: <https://www.runnymedetrust.org/uploads/publications/pdfs/islamophobia.pdf>.

влияние⁴. Поэтому для медиаязыка характерно использование многих видов стереотипов, среди которых этнические стереотипы занимают одну из ключевых позиций.

Этнические стереотипы как стандартизированные и схематизированные представления представителей одного народа относительно другого являются неотъемлемой частью концептосферы социума. Образование этнических стереотипов в медиадискурсе базируется на системе социальных предрассудков, которые приобретают новые значения в определенной коммуникативной ситуации или в условиях межкультурных взаимодействий⁵. Вербализация этностереотипов происходит с помощью как отдельных лексических единиц, так и фразеологизмов, предложений, которые проходят лексикализацию и идиоматизацию и воспроизводятся автоматически в речи при наличии определенных ассоциаций в коммуникативной ситуации⁶.

Этностереотипы как оценочные суждения о представителях других этносов, которые используют журналисты, отражают специфику современного самосознания наций и этносов, этническую картину мира, характерную для современной политической ситуации⁷. Этнические стереотипы всегда несут эмоциональную нагрузку, что может как помочь, так и навредить дальнейшему восприятию объекта стереотипизации. Они отражают различия в культурном опыте тех или иных этнических групп⁸. В западных массмедиа с их помощью особенно часто иллюстрируется мусульманский вопрос.

Изучение стереотипизации медиаматериалов, касающихся мусульманского вопроса, получило широкое распространение вследствие быстрого роста антимусульманских взглядов в западных странах, «медиавойны» против представителей ислама и образования и распространения большого количества этнических стереотипов в отношении мусульман. После вывода войск США из Ирака в части мировых медиа наметилась тенденция к либерализации мусульманского вопроса, однако ситуация вновь обострилась после терактов в Париже в конце 2015 г.

Поскольку медиаисточники разных англоязычных стран изображают мусульман по-разному, в зависимости от социальной и этнической специфики конфликта, рассмотрим, например, особенности репрезентации мусульман в медиадискурсе Канады.

На процесс формирования и функционирования антимусульманских стереотипов в Канаде влияют несколько факторов. Благодаря географической близости к США и схожести экономического и социального развития этих двух стран, Канада тоже является страной, которой свойственны интенсивные миграционные процессы. Количество мигрантов из стран

⁴ Абашии С. Н. Исламофобия // Гуманитарная мысль Юга России. 2005. № 1. С. 20–26.

⁵ Багдасаров С. А. Есть несколько направлений в борьбе с терроризмом // Новости политических партий России и стран СНГ. URL: <http://www.qwas.ru/russia/sr/Semen-Bagdasarov-Est-neskolko-napravlenii-v-borbe-s-terrorizmom/>.

⁶ Джемаль Г. Д. Дауд vs Джаут. М.: Социально-политическая мысль, 2011.

⁷ Силантьев Р. Из 100 новообращенных мусульман — 40 становятся террористами... URL: <https://stolica-s.su/news/religion/19602>.

⁸ Крымин А. Исламофобия / А. Крымин, Г. Энгельгардт // Отечественные записки. URL: <http://www.strana-oz.ru/2003/5/islamofobiya>.

Ближнего Востока составляет примерно 11 %. Канада также поддерживала США в «Войне против терроризма» (War on Terror), которая была объявлена после событий 11 сентября⁹. Такая поддержка привела к росту исламофобии (проявлений страха или ненависти к исламу), что, в свою очередь, повлияло на стереотипность репрезентации мусульман в канадских СМИ.

Выдающейся особенностью социального пространства Канады, по сравнению с другими англоязычными странами, является то, что Канада образовалась из двух колониальных народов — «основателей» (и большинства их религиозных традиций) — англичан и французов. На сегодня в стране есть два официальных языка; также была принята доктрина мультикультурализма. Все эти факторы способствуют более умеренному отношению к мигрантам, поскольку они тоже защищены доктриной мультикультурализма и имеют право сохранять и развивать свои культурные традиции на территории Канады¹⁰. Вообще канадцы очень уважительно относятся к положениям доктрины мультикультурализма, на ней выстроена большая часть внутренней политики страны. Это, в свою очередь, влияет на более сдержанный характер высказываний в отношении этнических сообществ в прессе по сравнению с прессой США.

Но несмотря на то что большое количество населения Канады имеет французские корни, события в Париже в конце 2015 г. получили широкое освещение как в франко-, так и в англоязычной канадской прессе. При этом сравнительно небольшое количество изданий заняло отстраненную, непредвзятую позицию в отношении мусульман; как правило, черты небольшой группы представителей «Исламского государства», совершивших теракты и убийства, переносились на мусульман как этническую группу в целом. Примеры обострения негативной стереотипизации мусульман в прессе Канады после терактов в Париже приводятся ниже¹¹.

Согласно специальному докладу Национального совета канадских мусульман (NCCM), проявления враждебности по отношению к мусульманам приняли разные формы в разных странах. Можно заметить, что в период между 2010 и 2015 годами в Канаде враждебные действия, направленные против мусульман, проявлялись скорее в форме оскорблений, угроз и нападения на места религиозного поклонения, чем в физической агрессии.

Однако после терактов в Париже в конце 2015 г. уровень проявлений антимусульманской агрессии в Канаде значительно вырос: зарегистрированы случаи избиения мужчин-мусульман, внешность которых соответствует стереотипному образу мусульманина (черные волосы, длинная борода, смуглая кожа, темные глаза, традиционные одежды). Также в первые несколько месяцев после парижских терактов физические нападения понесли женщины-мусульманки, носящие хиджабы или бурки, которые также являются стереотипным образом и характерной чертой мусульманок в воображении

⁹ Крымин А. Указ. соч.

¹⁰ Ксенофобия в 2017 году // Левада-центр. 2017.23.08. URL: <https://www.levada.ru/2017/08/23/16486>.

¹¹ Там же.

обычных граждан Канады через медийные стереотипы¹². Благодаря тому что канадская иммиграционная политика предоставляет преимущество мигрантам с законченным высшим образованием, а также с профессиональными навыками, мусульмане, получившие разрешение на работу или проживание на протяжении последних десяти лет, как правило, происходят из социальных классов среднего и выше среднего уровня¹³.

Несмотря на такую политику в отношении мусульман-переселенцев, самый высокий уровень безработицы в Канаде зафиксирован именно в мусульманском сообществе — это 14,4 %. Исследователи миграционных процессов объясняют этот феномен неодинаково. П. Брамадат и Д. Селджак считают, что высокий уровень безработицы среди мусульман в Канаде свидетельствует о стереотипном восприятии этой этнической группы обществом, которое с особым подозрением относится к мигрантам с Ближнего Востока¹⁴. В противоположность этому мнению, Дж. Бушар отмечает низкий уровень образования и квалификации мусульман в сравнении с местным населением и замечает, что некоторые из них не желают адаптироваться и проходить дополнительную профессиональную аттестацию или подтверждать диплом о высшем образовании¹⁵.

Полярный подход к восприятию мусульманской общины как части канадского общества влияет и на изображение данной этнической группы в СМИ и медиаисточниках. Тот же факт или событие с участием мусульман может описываться в различных изданиях с кардинально разных точек зрения. Например, сразу на следующий день после террористических атак в Париже в конце 2015 г. в городке Питерборо неизвестные совершили поджог мечети. Большинство изданий отреагировали на новость сдержанно; на лексическом уровне это выражается путем использования нейтральной, эмотивно ненагруженной лексики.

«Last month a firebomb was placed in one of the windows of the mosque, one day after the attacks in Paris, for which the Islamic State of Iraq and Syria claimed responsibility. The arson was one of a string of anti-Muslim assaults in Ontario that followed the bloodshed in the French capital»¹⁶.

В приведенном примере имеются стандартные словосочетание для статей на мусульманскую тематику, которые запускают у читателей механизм распознавания (attacks in Paris, Islamic State of Iraq and Syria, anti-Muslim assaults). Такие словосочетания распределены в тексте статьи равномерно, а значит, формируют первое впечатление читателей о тематике статьи. Единственным эмоциональным элементом, который выражает негативное отношение автора к изображенным событиям, является лексическая единица bloodshed, которая способна оказать нужное влияние на читателя.

¹² Малащенко А. В. Надо ли бояться ислама? М.: Весь мир, 2017.

¹³ Сатановский Е. Я. Компромиссы бессмысленны. Россия и мусульманский мир // Россия в глобальной политике. URL: http://www.globalaffairs.ru/number/n_3943.

¹⁴ Тахири А. Н. Исторические корни и причины западной исламофобии // Исламофобия: сб. статей. М.: Садра, 2016. С. 11–28.

¹⁵ Тишков В. А. СМИ и ксенофобия. URL: <http://www.narodru.ru/articles1520.html>.

¹⁶ Там же.

Некоторые массмедиа с осуждением изобразили вышеупомянутые преступные действия.

«I'm not a Muslim, however I am sorry to hear this has happened to your place of peace and worship. As a Canadian I am ashamed that this hatred has been bestowed upon you»¹⁷.

Автор использует насыщенную эмоциями лексику, предложения в статье максимально короткие, экспрессивные, стиль написания выражает возмущение как автора, так и лиц, у которых брались интервью. В этом случае мы наблюдаем положительную импликацию стереотипов в отношении мусульман, поскольку мусульманская мечеть в статье изображается с помощью светлого образа: place of peace and worship.

Однако небольшое количество изданий, относящихся к желтой прессе, сделали попытки эскалации конфликта и обвинили самих мусульман в связи с поджогом мечети. Локальное издание «The Beaverton» от 16 ноября 2015 г. вышло со статьей о том, что представители Исламского государства якобы отправили подарок и поблагодарили за уничтожение мирных, а следовательно, не нужных им мусульман.

«Thank you, anonymous hate mongers», the note read, «for helping to promote our brand of violence with efficiency and grace. You have terrified innocent men, women, and children; you have taken safe spaces away from people who need them; and you have strengthened the ideology of West-vs-East, of Christian-vs-Muslim, that we rely on to sow unrest. It's such a wonderful surprise to meet Westerners who hate peaceful Muslims as much as we do»¹⁸.

Автора статьи волнуют противостояние восточной и западной культур, поляризация религиозных групп христиан и мусульман путем использования прямого лексического противопоставления (West-vs-East, Christian-vs-Muslim), а также негативно окрашенной лексики (violence, terrified, unrest, hate). При этом насилие приписывается Исламскому государству в виде метафорического бренда, продвижением которого кто-то занимается вместо них. Сообщение структурировано таким образом, что первое предложение воспринимается как торжественная благодарность, которая впоследствии трансформируется в откровенную насмешку. Однако конец сообщения производит на читателей неожиданное впечатление — мусульмане Исламского государства ненавидят обычных мирных мусульман. Такое утверждение разрывает стандартный стереотипный шаблон о том, что все мусульмане так или иначе связаны с терроризмом, и заставляет читателей задуматься о роли мирных мусульман в конфликтах и террористических атаках.

Некоторые канадские издания намеренно искажают факты и обвиняют всех без исключения мусульман в тех кровавых событиях, которые происходили с участием нескольких десятков их радикально настроенных единоверцев. Такая тенденция способствует поляризации мусульман в целом как этнической группы и применению к ним стереотипа ответственности за действия исламских террористических организаций. При этом, когда

¹⁷ Тишков В. А. Указ.соч.

¹⁸ Там же.

сами представители мусульманской общины пытаются объяснить, что их не стоит отождествлять с представителями радикального ислама, медиа-источники умышленно подают такую новость вместе с фактами преступных действий террористов, манипулируя восприятием читателя. Этот феномен присутствует в статье, приведенной ниже.

«Love for all, hatred for none is not the first six words that pop into most people's minds when they see the many merciless acts committed throughout the world in the name of Islam. Whether it's planes flying into the World Trade Centre in New York City, Boko Haram kidnapping 276 schoolgirls in Nigeria, the Taliban shooting 14-year-old human right's advocate Malala Yousafzai in the head in Pakistan or the beheadings, live burnings and mass executions perpetrated by the Islamic State of Iraq and Syria, a person would be forgiven for thinking new depths of depravity are plumbed every day in the name of Islam»¹⁹.

Статья касается речи одного из проповедников, который пытался донести до аудитории, что ислам является мирной религией, а радикалы искаженно воспринимают понятия джихада и на самом деле нарушают, а не выполняют предписания Корана. Однако, как видим, автор статьи умышленно вспоминает самые известные события, к которым были причастны исламские террористы и которые уже укоренились в сознании западных читателей в качестве стереотипов (World Trade Centre, 276 schoolgirls kidnapping, Malala Yousafzai shooting). Автор также манипулирует исключительно яркими негативными образами, употребляя эмоционально насыщенную лексику (live burnings, mass executions, kidnapping), что способствует негативизации образа мусульман в целом, отождествлению их с террористами, причастными к упоминаемым событиям. Упоминание наименований известных террористических организаций (Boko Haram, Taliban, the Islamic State of Iraq) запускает механизм «спускового крючка» в сознании читателей и вызывает перенос стереотипного образа этих исламских организаций на объединение мирных мусульман. Статью завершает яркая метафора, открыто обозначает Ислам как «чужую», враждебную религию и отделяет ее и ее представителей от западного мира (new depths of depravity are plumbed every day in the name of Islam).

Из-за большого количества этнических французов в Канаде события во Франции с участием радикальных мусульман воспринимаются особенно остро. Например, убийства работников издания «Charlie Hebdo» в начале 2015 г. из-за появления в этой газете карикатур на пророка Мухаммеда, конечно, возмутили весь мир. Однако канадские медиаисточники изо-бразили события только с одной точки зрения, например филиал издания «The Compass» в Квебеке.

«The paper's brazen willingness to poke the bear of Muslim fanatics, by satirizing about the Prophet Mohammed and printing images of him, appears to be the reason two violent and demented young men rushed into the newspaper's office and wreaked their revenge. All the while they were engaged in such unholy work, they were chanting in praise of their god. It's doubtful any god was on their

¹⁹ Тишков В. А. Указ.соч.

side. It would be a minority of Canadians who agree with many of Charlie Hebdo's editorial decisions. But, certainly the vast majority of Canadians would support the newspaper's right to exist».

Автор статьи говорит о свободе выражать собственные взгляды и оправдывает этим поведение журналистов, однако забывает о религиозных свободах, которые они нарушили. Такое нарушение свобод описывается с помощью эвфемизма *satirizing ... and printing images*, что, как известно, является весьма существенной девиацией от фактов. Мусульмане-преступники изображаются при помощи эмоциональных средств выразительности *violent and demented*, автор откровенно смеется над богом, в которого они верят, отграничивая его от «своего» бога с помощью лексической единицы *their (their god)*. Таким образом, в статье наличествует четкое разделение на «Своих» и «Чужих», который завершается предположением, сделанным за большинство канадцев (*the vast majority of Canadians would support the newspaper's right to exist*).

Некоторые издания, наоборот, пытаются объективно и отстраненно изобразить стереотипное отношение к мусульманам, которое все еще имеет место в Канаде. Например, одна из женщин-мусульманок, которая является членом Консервативной партии, замечает, что из-за стремления набрать как можно больше голосов ее коллеги ведут популярную антимусульманскую кампанию.

«Urz Heer, a turquoise scarf covering her hair, chastised her fellow Conservatives and party leadership, saying the campaign unfairly targeted her community».

«This party worked actively and aggressively against my people» she said <...> «For the first time I felt like I didn't belong here and this was my country», she said, her voice breaking. Two issues — a ban on wearing face veils during citizenship ceremonies and a proposal for a tip line on «barbaric cultural practices» — were controversial policies put forward by the Tories during the campaign».

Видим, что издание «The Canadian Press» также реагирует со скрытым возмущением, хотя и пытается быть объективным источником информации. Выражение позиции автора статьи является заметным в использовании экспрессивных образов состояния женщины-мусульманки (*her voice breaking, chastised... party leadership*). В этой статье также имеется разделение на «Своих» и «Чужих», однако это представлено как стереотип, которого желательно избегать, поскольку женщина называет Канаду *my country*, а мусульман, одновременно с этим — *my people*, подчеркивая оппозиции не *Canadian — Muslim*, а *Conservatives — Muslims*. Такую позицию одобряет и автор статьи, поскольку берет в кавычки оскорбительную для мусульман цитату «*barbaric cultural practices*», что касается отношения политиков-консерваторов к их традициям²⁰.

Медиаисточники больших городов, которые являются центром общественно-политической жизни Канады, в последнее время отмечают угрожающие тенденции обособления мусульман от других членов общества страны. Такой факт является нарушением доктрины мультикультурализма

²⁰ Тишков В. А. Указ. соч.

и равных прав всех без исключения граждан. Издание «Toronto Star» недавно разместило публикацию о последствиях исламских терактов в мире для мусульманской общины из Торонто.

«Toronto's Muslim communities, feeling ostracized after 9/11, were stigmatized in the trials' immediate aftermath and the government did little or nothing to bridge that divide»²¹.

С помощью слов с образной нагрузкой автор подчеркивает резко негативное отношение общества к фокус-группе Muslim communities с помощью лексических единиц stigmatized, ostracized, содержащих сильный образный компонент. Также используется метафорический эвфемизм bridge that divide, который довольно умеренно изображает изоляцию мусульман в стереотипной группе «Чужих», называя ее «разделением»²².

Особенно популярной в изданиях, которые считаются объективной прессой, является тема развенчания особо укоренившихся и ярких стереотипов относительно мусульман. Например, стандартный образ мусульманина, который уже более 10 лет культивируется и навязывается массмедиа, включает в себя такие обязательные элементы, как головной убор, бороду и усы, длинную традиционную одежду.

Медиаисточники Канады позаимствовали этот образ из американских изданий в начале 2000-х годов. Однако сейчас некоторые журналисты пытаются объяснить, что стереотипный образ мусульманина-террориста не стоит отождествлять с подавляющим большинством рядовых мусульман.

«You see a guy with a beard, a practising Muslim, and you think he's a terrorist. That's the image that's out there, but that's not really what Islam teaches us».

Приведенный пример изображает стандартную схему восприятия мусульман представителями западного мира. Они выстраивают логическую цепь: a guy with a beard — a practising Muslim — a terrorist и таким образом воспринимают всех мусульман, отождествляя их с террористами. Автор статьи отмечает, что подобный стереотипный образ не соответствует действительности, давно не является актуальным и приводит лишь к обострению этнических конфликтов.

Подытоживая результаты исследования антимусульманских стереотипов в медиадискурсе Канады, можно прийти к нескольким выводам. Во-первых, из-за особенностей миграционных процессов в прошлом и тесных связей как с медиакультурой Соединенных Штатов, так и с европейскими изданиями (особенно французскими), канадские медиастереотипы в отношении мусульман содержат стандартные образы «террориста» и «женщины в хиджабе». Журналисты пристально следят за совершенными терактами в Северной Америке и Европе и освещают такие события, как правило, в предвзятой манере. Мусульмане-террористы отождествляются с мусульманами как этнической группой вообще, а ответственность за их действия возлагается на мусульман, ближайших к канадским журналистам²³.

²¹ Эко У. Роль читателя. Исследования по семиотике текста. М.: АСТ: CORPUS, 2016.

²² Эко У. Указ. соч.

²³ Тишков В. А. Указ. соч.

Во-вторых, в массмедиа Канады одно и то же событие может отображаться с кардинально разных точек зрения, оперируя как негативными, так и позитивными стереотипами в отношении мусульман. Позиция издания зависит от политической силы, которой оно симпатизирует, степени объективности журналистов, региона и отношения редакции к этническим вопросам в целом.

В-третьих, в канадской прессе заметны тенденции к развенчанию стандартных стереотипов в отношении мусульман и смягчению конфликта «Запад — Восток» с помощью более толерантного изображения определенных ситуаций, попытки осветить события объективно.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Абашин С. Н.* Исламофобия // Гуманитарная мысль Юга России. 2005. № 1. С. 20–26.
2. *Багдасаров С. А.* Есть несколько направлений в борьбе с терроризмом // Новости политических партий России и стран СНГ. URL: <http://www.qwas.ru/russia/sr/Semen-Bagdasarov-Est-neskolko-napravlenii-v-borbe-s-terrorizmom>.
3. *Джемаль Г. Д.* Дауд vs Джаут. М.: Социально-политическая мысль, 2011.
4. *Крыммин А.* Исламофобия / А. Крыммин, Г. Энгельгардт // Отечественные записки. URL: <http://www.strana-oz.ru/2003/5/islamofobiya>.
5. Ксенофобия в 2017 году // Левада-центр. 2017.23.08. URL: <https://www.levada.ru/2017/08/23/16486>.
6. *Малашенко А. В.* Надо ли бояться ислама? М.: Весь мир, 2017.
7. *Сатановский Е. Я.* Компромиссы бессмысленны. Россия и мусульманский мир // Россия в глобальной политике. URL: http://www.globalaffairs.ru/number/n_3943.
8. *Силантьев Р.* Из 100 новообращенных мусульман — 40 становятся террористами... URL: <https://stolica-s.su/news/religion/19602>.
9. *Тахири А. Н.* Исторические корни и причины западной исламофобии // Исламофобия: сб. статей. Publishing Limited, М.: Сапра, 2016. С. 11–28.
10. *Тишков В. А.* СМИ и ксенофобия. URL: <http://www.narodru.ru/articles1520.html>.
11. *Эко У.* Роль читателя. Исследования по семиотике текста. М.: АСТ: CORPUS, 2016.
12. *Allen C.* Islamophobia. Farnham: Ashgate Publishing Limited, 2010.
13. *Garbariano J.* Children and Terrorism / J. Garbariano, A. Governale, P. Henry, D. Nesi // Sharing child and youth development knowledge. 2015. V. 29, № 2. P. 1–30.
14. Islamophobia//Challenge for UsAll. URL: <https://www.runnymedetrust.org/uploads/publications/pdfs/islamophobia.pdf>.

Поступила в редакцию 05 июля 2023 г.

ПРИМЕНЕНИЕ РФ «МЯГКОЙ СИЛЫ» НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В статье автор рассматривает применение Россией «мягкой силы» в странах СНГ. Обзор включает в себя различные сферы взаимодействия, например связи в экономике, популяризацию русского языка и российского образования в целом, и другие аспекты, позволяющие укрепить положительные отношения между странами и создать позитивный образ РФ на постсоветском пространстве. Также в статье рассматриваются сложности, связанные с улучшением имиджа России в данном регионе, включая текущую геополитическую ситуацию, нарастающую прозападную пропаганду и другие факторы. На основе проведенного анализа автор предлагает наиболее эффективные инструменты, которые могут повысить лояльность к России и противодействовать антироссийским настроениям в бывших советских республиках.

Ключевые слова: «мягкая сила», Россия, СНГ, политические коммуникации, международные отношения, геополитика, имидж страны.

М. А. LAZAREVA,

PhD student of the Department of Communication Technologies
Institute of International Relations and Social and Political Sciences,
Moscow State Linguistic University;

Russia, Moscow.

e-mail: mlazarevaa@gmail.com

«SOFT POWER» OF RUSSIA IN THE CIS: TOOLS, DIFFICULTIES AND WAYS OF DEVELOPMENT

Abstract. In the article, the author considers the use of «soft power» by Russia in the CIS countries. The review includes various areas of interaction, for example, ties in the economy, popularization of the Russian language and Russian education in general, and other aspects of «smart power» that allow strengthening positive relations between countries and creating a positive image of the Russian Federation in the post-soviet space. The article also examines the difficulties associated with improving the image of Russia in the region, including the current geopolitical situation, growing influence of the pro-western propaganda and other factors. Based on the analysis, the author suggests the most effective tools that can possibly increase loyalty to Russia and counteract anti-russian sentiment in the former Soviet republics.

Keywords: «soft power», Russia, CIS, political communications, international relations, geopolitics, country's image.

«Мягкая сила» уже давно стала важным аспектом внешней политики, в том числе и в Российской Федерации. Одним из наиболее значимых регионов ее применения в нынешних геополитических реалиях является Содружество Независимых Государств (СНГ)¹. Это связано с критической важностью сохранения своего влияния в странах, с которыми Россия имеет исторические, культурные и экономические связи, а также с безопасностью самой Российской Федерации². В статье представлен анализ использования Россией «мягкой силы» в СНГ и проблем, с которыми страна сталкивается в контексте нынешних политических событий, а также предложены возможные пути их решения.

Исторически Советский Союз оказывал экономическую, социальную и военную помощь союзным республикам, а ныне странам региона СНГ. После его распада Россия взяла на себя роль патрона для остальных бывших советских республик, пытаясь сохранить свое влияние в регионе различными способами. Далее мы рассмотрим ключевые аспекты применения «мягкой силы» Россией на пространстве СНГ.

Одним из наиболее ярких способов является популяризация русского языка и культуры. Продвижение русского языка и культуры было и остается критически важным компонентом российской стратегии «мягкой силы» в СНГ. Например, даже 2023 год был объявлен «Годом русского языка как языка межнационального общения» в СНГ. Многие граждане стран региона до сих пор говорят по-русски. Россия со своей стороны широко способствует обучению русскому языку и его использованию: предоставляет стипендии студентам для обучения в РФ, проводит курсы изучения русского языка в Русских домах (филиалы Россотрудничества в зарубежных странах), активно тиражирует литературу и СМИ на русском языке в регионах своего присутствия³. Трансляция русскоязычного медиаконтента, включая телешоу, фильмы и новостные программы, посредством СМИ, как Russia Today (RT) и Sputnik, позволяет продвигать пророссийские взгляды и противодействовать западному влиянию в регионе⁴.

Еще один способ использования «мягкой силы» в СНГ — оказание экономической помощи этим странам⁵. Россия является крупнейшим торговым партнером многих стран СНГ, обеспечивает их природным газом и другими ресурсами. Эта экономическая зависимость от России дает ей рычаги воздействия на государства, а также значительно повышает лояльность граждан

¹ Гришанина Т. Механизм общественной дипломатии РФ: направления деятельности в контексте анализа концепций внешней политики РФ // Международные отношения. 2020. № 4. С. 66–67.

² Ворочков А. Институциональное измерение политики «мягкой силы»: методика анализа и российский опыт // Управленческое консультирование. 2021. № 7 (151). С. 84–85.

³ Качян М. Роль образования в распространении российских интересов на пространстве СНГ // РСМ. 2022. № 4 (117). С. 226–228.

⁴ Муратишина К. Гуманитарное сотрудничество как направление внешней политики России // Власть. 2022. № 3. С. 117–118.

⁵ Мигранян А. Экономический потенциал России в странах СНГ: 30 лет спустя // Обозреватель — Observer. 2021. № 9 (380). С. 34.

к стране как гаранту экономической безопасности. Немалую роль в данном направлении играет Евразийский экономический союз (ЕАЭС)⁶. Государствами-членами этой организации являются пять бывших советских республик: Армения, Беларусь, Казахстан, Кыргызстан и Россия. Деятельность ЕАЭС направлена на развитие экономической интеграции между его участниками посредством свободного движения товаров, услуг, капитала и рабочей силы, а также координации экономической политики. Это включает в себя развитие общего рынка товаров и услуг, принятие единых технических регламентов и стандартов, создание единого таможенного союза.

Таким образом, развитие односторонней помощи со стороны России странам СНГ, а также взаимодействие в рамках релевантных интеграционных объединений позволяет укреплять связь между странами региона, что дает возможность сохранять роль экономического лидера на территории бывшего СССР.

Особо стоит отметить ситуативную помощь России странам СНГ, также играющую важную роль в формировании позитивного имиджа страны в регионе. Успешным примером является помощь Российской Федерации бывшим советским республикам в период COVID-19. Россия поставляла медицинское оборудование и средства индивидуальной защиты, а российские специалисты оказывали помощь в тестировании и лечении COVID-19 в ряде стран СНГ. Россия предоставила также финансовую помощь для поддержки их усилий по реагированию на пандемию и предложила производить вакцину «Спутник V» в Беларуси, Казахстане и Армении и передала дозы вакцины в дар нескольким странам СНГ, включая Таджикистан и Кыргызстан.

Однако использование Россией «мягкой силы» в СНГ в последние годы претерпевает все больше сложностей⁷. Многие страны региона стали ориентироваться на Запад в плане экономических и политических связей, нарастает влияние таких прозападных организаций как, например, Фонд Сороса. Специальная военная операция на Украине также обострила отношения России со странами СНГ.

Чтобы повысить эффективность использования «мягкой силы» в СНГ, России необходимо предпринять шаги по решению этих проблем. Один из вариантов — увеличение экономической помощи странам региона. Рост инвестиций, особенно в социальную сферу, вкупе с широким освещением в традиционных и новых медиа позволит сформировать имидж России как страны благотворительницы, заинтересованной в благоденствии народов соседних стран и помогающей им качественно повысить уровень жизни.

При этом важно соблюдать баланс и подавать информацию об экономической помощи в корректном ключе, чтобы ее эффект не вышел обратным⁸.

⁶ Яник А. ЕАЭС: сравнение целевой и фактической моделей // Мировая политика. 2021. № 4. С. 2–3.

⁷ Гелла Т. Гуманитарное сотрудничество на постсоветском пространстве: проблемы и перспективы // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2019. № 2. С. 67–68.

⁸ Петрищев Е. Развитие международных политических коммуникаций на постсоветском пространстве: тенденции и особенности // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2021. № 2 (843). С. 125.

В странах СНГ также отмечаются опасения относительно политического и экономического влияния РФ. В частности, поэтому многие политики данного региона опасаются чрезмерной зависимости от России и обращают внимание на усиление связей с Западом.

Другим важным аспектом может стать научное сотрудничество и развитие совместного бизнеса. Подобные инициативы позволяют устанавливать долгосрочные связи между странами, которые, что особенно важно, являются выгодными и для каждой из сторон. Разработка новых технологий и продуктов, обмен знаниями в области медицины, запуск совместных коммерческих предприятий — все это позволит одновременно решать сложные проблемы за счет объединения ресурсов и развивать партнерские отношения. Последнее имеет очень важное значение, так как одним из наиболее частных упреков в отношении РФ является позиция страны-доминанта, ставящей себя на ступень выше соседних государств.

Отдельным направлением стоит выделить работу с лидерами общественного мнения (ЛОМ). Инфлюенс-маркетинг уже давно эффективно используется в политических коммуникациях, в том числе при работе с зарубежными аудиториями. Согласно исследованиям⁹, люди гораздо больше доверяют информации и смыслу, исходящим от блогеров и знаменитостей. Это связано с тем, что аудитория считает заявления таких публичных персон их личными убеждениями, что в значительной степени повышает нативность продвижения и лояльность к транслируемым идеям. Применение данного инструмента можно разделить на две составляющие: транслирование пророссийских смыслов через местных ЛОМ и популяризацию российских ЛОМ за рубежом. Первое направление даст возможность наиболее «мягко» познакомить аудиторию с продвигаемыми тезисами, а второе позволит сформировать более крепкую лояльность граждан соседних стран через персонификацию образа России в лице ЛОМ.

В заключение следует отметить, что использование «мягкой силы» в СНГ было и остается важным аспектом внешнеполитической деятельности Российской Федерации. Несмотря на все сложности, с которыми Россия сталкивается в последние несколько лет в связи, в первую очередь с политическими событиями, есть высокий потенциал укрепления отношений со странами региона и улучшения имиджа РФ на данных территориях. Эффективное применение «мягкой силы» с учетом культурных и экономических особенностей каждой целевой аудитории, работа с их конкретными проблемами вкупе с развитием и укреплением партнерских отношений с бывшими советскими республиками позволит преодолеть нарастающие антироссийские настроения и улучшить имидж России.

⁹ Аржанова К. Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы / К. Аржанова, Г. Довжик, В. Довжик // Вестник ГУУ. 2022. № 9. С. 68–69.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Аржанова К.* Инфлюенсер-маркетинг: современные тенденции и перспективы / К. Аржанова, Г. Довжик, В. Довжик // Вестник ГУУ. 2022. № 9. С. 68–69.
2. *Ворочков А.* Институциональное измерение политики «мягкой силы»: методика анализа и российский опыт // Управленческое консультирование. 2021. № 7 (151). С. 84–85.
3. *Гелла Т.* Гуманитарное сотрудничество на постсоветском пространстве: проблемы и перспективы // Известия ТулГУ. Гуманитарные науки. 2019. № 2. С. 67–68.
4. *Гришанина Т.* Механизм общественной дипломатии РФ: направления деятельности в контексте анализа концепций внешней политики РФ // Международные отношения. 2020. № 4. С. 66–67.
5. *Качян М.* Роль образования в распространении российских интересов на пространстве СНГ // РСМ. 2022. № 4 (117). С. 226–228.
6. *Мигранян А.* Экономический потенциал России в странах СНГ: 30 лет спустя // Обозреватель — Observer. 2021. № 9 (380). С. 34.
7. *Муратшина К.* Гуманитарное сотрудничество как направление внешней политики России // Власть. 2022. № 3. С. 117–118.
8. *Петрищев Е.* Развитие международных политических коммуникаций на постсоветском пространстве: тенденции и особенности // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2021. № 2 (843). С. 125.
9. *Яник А.* ЕАЭС: сравнение целевой и фактической моделей // Мировая политика. 2021. № 4. С. 2–3.

Поступила в редакцию 13 июня 2023 г.

УДК 02.91.09; 06.81.23

Ю. Д. ГРАНИН,

доктор философских наук, профессор.
ведущий научный сотрудник Института философии РАН;
Россия, г. Москва.
e-mail: maily-granin@mail.ru

РОЛЬ ФИЛОСОФСКОГО ЗНАНИЯ В ЭВОЛЮЦИИ НАУКИ 17–20-ГО СТОЛЕТИЙ. АКТОРНО-СЕТЕВОЙ ПОДХОД.

ЧАСТЬ 2

Аннотация. В статье анализируется роль философских идей и натурфилософских «программ» в эволюции науки Нового времени и в эпоху постнеклассической фазы ее развития. В векторе этой эволюции большое значение имело образование университетских, академических и неформальных интеллектуальных сетей обмена знаниями и методами исследования: появление интеллектуальных кружков, объединявших мыслителей самой разной профессиональной ориентации. Скрещивание интеллектуальных сетей способствовало формированию науки быстрых открытий 17-го столетия, определило характер эволюции научного знания в 18–19 веках.

Особую роль в этом процессе сыграли выдающиеся представители немецкой классической философии, оказавшей значительное влияние на формирование естествознания первой половины 19-го столетия. Рассмотрены философская рефлексия И. Канта над «ньютоновской наукой», «наукоучение» И. Г. Фихте и «философия тождества» Ф. В. Шеллинга. Фихте и Шеллинг выдвинули близкие, но не тождественные «программы» развития научного знания. Они были отвергнуты большинством ученых, хотя многие естествоиспытатели их тогда поддерживали. В настоящее время некоторые из этих идей вновь обрели популярность. В их числе идея панпсихизма (одушевленности всех объектов микро-, макро- и мегамира), а также идея множественности миров (мультиверса). В западноевропейской философии Нового времени их впервые выдвинул Лейбниц. И теперь они активно используются в квантовой механике, биологии и когнитивной науке.

Ключевые слова: интеллектуалы, мировоззрение, наука, парадигма, рефлексия, трансцендентность, философия, эпистемология.

Yu. D. GRANIN,

DSc in philosophy, Professor,
leading researcher at the Institute of Philosophy,
Russian Academy of Sciences;
Russia, Moscow.
e-mail: *maily-granin@mail.ru*

THE ROLE OF PHILOSOPHICAL KNOWLEDGE IN THE EVOLUTION OF SCIENCE IN THE 17TH AND 20TH CENTURIES. ACTOR-NETWORK APPROACH

PART 2

Abstract. *The article analyzes the role of philosophical ideas and natural philosophical «programs» in the evolution of Modern science and the era of the post-non-classical phase of its development. In the vector of this evolution, the formation of university, academic and informal intellectual networks for the exchange of knowledge and research methods was of great importance: the emergence of «intellectual circles» that united thinkers of very different professional orientations. The crossing of intellectual networks contributed to the formation of the «science of rapid discoveries» of the 17th century, determined the nature of the evolution of scientific knowledge in the 18th–19th centuries.*

A special role in this process was played by outstanding representatives of German classical philosophy, which had a significant impact on the formation of natural science in the first half of the 19th century. The philosophical reflection of I. Kant on «Newtonian science», «science studies» by I. G. Fichte and «philosophy of identity» by Schelling are considered. Fichte and F. Schelling put forward similar but not identical «programs» for the development of scientific knowledge. They were rejected by the majority of scientists, but many naturalists supported them then. Currently, some of these ideas have regained popularity. Among them is the idea of panpsychism (animateness of all objects of the micro-, macro- and megamire), as well as the idea of the multiplicity of worlds (multiverse). In the Western European philosophy of Modern Times, they were first put forward by Leibniz. And now they are actively used in quantum mechanics, biology and cognitive science.

Keywords: *intellectuals, worldview, science, paradigm, reflection, transcendence, philosophy, epistemology.*

В предыдущей части работы мы подробно анализировали роль неформальных сообществ интеллектуалов в становлении европейской науки 16–17 веков. Вместе со средневековыми университетами именно они становились организационной основой формирования подлинно международной сети обмена философской и научной информацией. В 18-м столетии эта тенденция была продолжена. И важную роль в ее развитии сыграла тесная связь науки с философией того времени, которая продолжалась вплоть до второй половины 19-го столетия.

Разумеется, эти виды знания не были тождественны и с течением времени все больше отдалялись один от другого, никогда не утрачивая обоюдного взаимовлияния. Но характер и акценты этого взаимовлияния, разумеется, менялись. По мере развития европейского капитализма, национализма и связанной с ними секуляризацией общественной жизни именно научное познание природного и социального мира становится для европейской философии основным предметом исследования. В значительной мере это было вызвано тем, что корпускулярно-механическая картина мироздания, созданная гениями научной революции 17–18 веков и вытеснившая средневековый образ единого мира, оказалась неспособной вместить в себя новые, открытые наукой явления.

Во-первых, *в механической картине мира не было места ни для электричества, ни для магнетизма*. Но именно в изучении этих явлений благодаря трудам Б. Франклина (1706–1790), Ш. О. Кулона (1736–1806), Л. Гальвани (1737–1798), экспериментам А. Вольта (1745–1827) и многих других ученых наука далеко продвинулась уже в XVIII столетии. Во-вторых, *в этой картине мира не оставалось места для человека*. В Книге Природы, написанной, по Галилею, языком математики, и главы о человеке должны были читаться на том же языке. В сочинениях некоторых мыслителей и ученых XVIII века человек, его психика нередко рассматривались по аналогии с механическими устройствами, в описании которых блестяще преуспела математика¹. Но язык математического естествознания оказывался бессильным, когда к нему прибегали, чтобы выразить человеческую духовность, способность мыслить и познавать умом и сердцем. Таким образом, *из научной картины мира выпадала человеческая экзистенциальность*. А вместе с ней — *и созданная людьми вторая природа*: экономическая, политическая, художественная и иная, *человеческая история*, которая принципиально не могла (и не может!) быть объяснена на основе однолинейного жесткого детерминизма, господствующего в макром мире вещей. Таким образом, постулируемый ранее христианством единый божественный Универсум оказался расколотым. В мире вещей царил жесткий детерминизм, охватывающий не только природные, но и социальные — экономические и политические — явления, а человек в этом мире целиком и полностью охватывался механистически трактуемыми цепями причин и следствий. Б. Спиноза, по выражению Льва Шестова, «убил Бога», поставив на его место объективную, математическую, разумную необходимость. В этих условиях происходит переосмысление предмета и задач философии, которая может восстановить утраченное единство Универсума. По мнению ряда философов, многие из которых одновременно были и выдающимися учеными (Ф. Бэкон, Р. Декарт, Г. Лейбниц и др.), именно философия может и должна дать науке всеобщий метод познания, стать для нее «наукоучением». Особенно интенсивно эта интенция выразила себя в немецкой классической философии: эпистемологии И. Канта, наукоучении И. Г. Фихте и натурфилософии Ф. В. Шеллинга.

¹ Примером может служить название книги французского философа-материалиста Ж. Ламетри «Человек-машина».

РЕФЛЕКСИЯ И. КАНТА НАД НЬЮТОНОВСКОЙ НАУКОЙ

Иммануил Кант (1724–1804) первый в Германии и в Европе подошел к науке как к образцу теоретического знания, шире — любого знания. Такая задача выходила за рамки науки и превращалась в задачу определения начал мышления и бытия вообще. Но он определил ее лишь во второй половине своей жизни. А в ранний (докритический) период все творчество Канта было посвящено исключительно научным трудам, которых ученый написал немало. Конечно, Кант вошел в историю человечества прежде всего благодаря своим философским работам. Но если бы он не написал ни одного философского произведения, имя его все равно было бы вписано в историю развития научных знаний. Кантом написаны сочинения и прочитаны курсы лекций по логике, математике, механике, физике, географии, антропологии и общей истории природы.

В 1747 г. двадцатитрехлетний ученый опубликовал свой первый научный труд: «Мысли об истинной оценке живых сил». В 1775 г. была опубликована докторская диссертация «Об огне» (*De Igne*), а чуть позже ряд работ по физике, астрономии и математике, в которых он изложил свое новое учение о происхождении Солнечной системы. В них он попробовал осуществить замысел Декарта, в свое время сказавшего: «Дайте мне материю, и я вам покажу, как произошла Вселенная». Впоследствии французским математиком Пьером Симоном Лапласом (1749–1827) мысли Канта были подтверждены математическими расчетами и вошли в историю под названием канто-лапласовской теории происхождения Солнечной системы. Кант раскрыл сущность приливов/отливов, доказал тормозное действие Луны на вращение Земли вокруг своей оси и многое другое.

Второй период в жизни Канта прошел под знаком философской деятельности и был назван *критическим периодом*. Он открывается публикацией классических философских произведений, название которых начиналось со слов «Критика». В 1781 г., на 57-м году своей жизни, он публикует свою первую знаменитую работу: «Критика чистого разума», а в 1790 г. — не менее знаменитые «Критика практического разума» и «Критика способности суждения».

Важно иметь в виду, что одной из главных причин создания «Критики чистого разума» явилось как раз *признание решающей роли эксперимента в научном познании*. Конечно, собственно-философские размышления Канта о «знании а priori», о «вещи в себе» (самой по себе) и другие складывались, по-видимому, ещё раньше или параллельно с осмыслением идей Вольфа о соотношении реальных и логических оснований познания, с оценкой выводов Юма об опытном и логическом знании, с раздумий над аристотелевским делением знания на а priori и а posteriori. Но все это было у Канта сплетено с оценкой эксперимента. *Именно изменение предмета в эксперименте натолкнуло Канта на мысль о предмете знания как предмете возможного опыта, когда сам предмет внешнего исследователю Мира в соотносении с предметом возможного опыта выглядит как находящаяся за пределами опыта*

«вещь в себе» (*сама по себе*). Раздумья над экспериментом обуславливали появление и других важных понятий в философии великого мыслителя. Почти с самого начала первой «Критики» среди таких понятий — данность предмета познающему субъекту (наблюдателю или экспериментатору).

Напомним, что вопрос о том, как внешний мир дан человеку (субъекту), был и остается одной из ключевых философских проблем. Ее суть в том, что существующий независимо от сознания человека и человечества (т. е. *объективно*) *внешний мир* (мир вещей «самых по себе») *дан человеку субъективно* — в его чувственном опыте (ощущениях и восприятиях) *и никак иначе*. Но можно ли постичь объективное при помощи чего-то принципиально иного — субъективного? Очевидно, нет. Следовательно, рассуждали философы со времен античности, необходимо ввести принцип субстанциального единства мира: всё его чувственно воспринимаемое человеком многообразие, включая самого человека, его чувственность и мышление есть производное одной субстанции (первоосновы) — либо материи, либо духа. Отсюда, собственно, возникает известное онтологическое разделение всех философов на материалистов, идеалистов и дуалистов. Последних, в частности Рене Декарта, их оппоненты из материалистического или идеалистического лагеря всегда критиковали за непоследовательность: принципиальный дуализм материи и духа не позволяет логически непротиворечиво обосновать возможность познания человеком природы и общества.

Но поскольку тысячелетние успехи людей в познании очевидны, они, понятно, связаны с их познавательными способностями, основу которых составляют чувственность и мышление. Какая из них является ведущей? На чем должно основываться познание вообще и научное познание в особенности? На чувственных данных, наблюдении и эксперименте (сенсуализм)? Или на размышлении, осуществленном по правилам логики (рационализм)? Будучи выдающимся ученым, Кант признавал независимое от человека существование Природы. Вместе с тем в области эпистемологии он придерживался позиции разумного скептицизма (дуализма), резонно полагая, что формы чувственного созерцания (ощущения, восприятия, представления) и формы рассудочного мышления (понятия, суждения, умозаключения) диалектически взаимосвязаны. И он оказался прав. Вот что обо всем этом пишет сам великий философ:

«Наша природа такова, что *созерцания* могут быть только чувственными, то есть содержать в себе лишь способ, каким предметы воздействуют на нас. Способность же *мыслить* предмет чувственного созерцания есть *рассудок*. Ни одну из этих способностей нельзя предпочесть другой. Без чувственности ни один предмет не был бы нам дан, а без рассудка ни один нельзя было бы мыслить. **Мысли без содержания пусты, созерцания без понятий слепы** (выделено мной. — Ю. Г.). Поэтому в одинаковой мере необходимо делать чувственными (то есть присоединять к ним в созерцании) предметы, а свои созерцания постигать рассудком (*verständlich zu machen*) (то есть подводить их под понятия). Эти две способности не могут выполнять функции друг друга. Рассудок ничего не может созерцать, а чувства ничего не могут

мыслить. Только из соединения их может возникнуть знание. Однако это не дает нам права смешивать долю участия каждого из них; есть основания тщательно обособлять и отличать одну от другой»². И в этом Кант был абсолютно прав.

Не менее прав он оказался и в другом: сознание человека не просто регистрирует (отражает) воздействия внешнего мира, а активно их преобразовывает в объекты наблюдения. Можно даже усилить этот тезис и, опираясь на экспериментальные данные современной психологии, заявить: *способом существования психики и сознания человека является деятельность по построению (конструированию) чувственных и рациональных объектов мысли и способов (методов) обращения с ними с целью получения нового знания*. Такое понимание мышления в эпистемологии Канта не было простым обобщением данных психологических исследований (каковых в его время просто не было). Но она не была и результатом не связанного с наукой умозрения. Кант был выдающимся ученым, попытавшимся средствами философии осмыслить принципы и методы познания, распространенные в науке его времени и используемые до сего дня. Обратим внимание лишь на один из моментов сложнейшего процесса научной деятельности — взаимосвязь реального (физического) и мысленного экспериментирования (эксперимента), которые были одними из ведущих методов науки Нового времени и эпохи Просвещения. *Понимание научного познания* не только как одномоментного и сугубо индивидуального спонтанного акта, но как *целеполагающей конструктивной (конструирующей) деятельности* — выдающее открытие немецкой классической философии, основоположником которой по праву считают И. Канта. Его же многие современные специалисты считают одним из основоположников эпистемологического конструктивизма, которому удалось обнаружить планомерный характер научной деятельности, в ходе которой и предмет исследования, и этапы его осуществления перманентно мысленно конструировались, подвергаясь по мере реализации многочисленным трансформациям.

Особую роль в процессе этих трансформаций играли «ученые письма», которыми интенсивно обменивались ученые-экспериментаторы в 17–18-м столетиях. В наше время их заменила научная периодика. А в те времена, когда во всех уголках Европы ученые разных стран один за другим ставили эксперименты, результатами которых почти повсеместно оказывались новые открытия в области механики, электричества и магнетизма, именно «ученое письмо» было основным средством научной коммуникации. Так же, как человек не может существовать вне общества, ученый не может экспериментировать «в одиночку», не сообщая о результатах своих экспериментов другим исследователям. При этом оказывается, что в ученых письмах с предметом происходят такие волшебные превращения, которых не было бы без этого письма. Ведь когда один ученый описывает другому, что он сделал, сообщение начинает приобретать другой характер. Так, автор не может рассчитывать на живое восприятие, ему требуется воображение

² Кант И. Критика чистого разума. Сочинения. Т. 3. М., 1964. С. 154–155.

адресата. Далее словесное описание начинает сопровождаться рисунками, графиками, чертежами, схемами, т. е. слово постепенно заменяется графическим, геометрическим изображением. И, наконец, самое важное: *при описании реальный предмет превращается в объект идеальный, идеализированный, который не совпадает — и в принципе не может совпасть — с предметом реальным* (превращение, например, предмета в точку, а пространства в пустоту). Самое трудное состоит в том, чтобы объяснить, почему графики, начертанные на бумаге, и расчеты, произведенные чисто математически, в конечном счете совпадают с реальной действительностью. Не могут совпасть — и всё же совпадают!

Так, расчет полета артиллерийского снаряда показывает, что он приземлится в точке В (если он отправлен из точки А с определенной скоростью), и он попадает именно туда (с учетом, конечно, опять-таки мысленных корректировок). Выходит, что *эксперимент, проделанный в уме, мысленный эксперимент с идеальным объектом в конечном счете описывает поведение реального предмета*. Почему это так? *Потому что мысленный и реальный эксперимент — две стороны экспериментирования, и один невозможен без другого*. В мысленном эксперименте реальные свойства реальных предметов экстраполируются на бесконечность (удалите из тел протяженность, форму и вес, и они превратятся в математические точки; удалите из пространства все, что препятствует движению, в том числе воздух, — и оно превратится в пустоту). Реальный же эксперимент — это проекция характеристик бесконечности, т. е. всеобщности на конечный объект.

Таким образом, *эксперимент вообще — детище науки Нового времени, а мысленный эксперимент — продукт такого феномена, как ученое письмо*. Как уже отмечалось, переписка в середине XVII века очень оживленна. Переписываются Спиноза и Лейбниц, Паскаль и Ферма, Арно и Вольф, многие другие ученые и мыслители. Возникают даже своеобразные центры переписки, такие как, например, Ольденбург в Англии. Вместе с письмами развивается и мысленный эксперимент. Без жанра ученого письма не развивался бы мысленный эксперимент, а без него был бы невозможен эксперимент реальный.

Эти процессы шли параллельно. Тот, кто принимал за исходный реальный эксперимент, считает себя в области познания материалистом. Тот же, кто выбирает мысленный эксперимент (Кант, например), считал себя гносеологическим идеалистом, и у него единичный предмет интерпретировался в свете всеобщего идеального объекта. Именно в мысленном эксперименте скрыта тайна априоризма Канта: *мысленное построение выступает для него как не вытекающее из эмпирии и потому всеобщее действие, всеобщий способ познания*.

Сам Кант нередко называет этот всеобщий способ конструированием. Когда он отличает философское познание от познания математического, особенно в разделе «Трансцендентальное учение о методе», он пишет о том, что «для конструирования понятия требуется не *эмпирическое* созерцание, которое, стало быть, как созерцание есть *единичный* объект, но тем не

менее, будучи конструированием понятия (общего представления), должно выразить в представлении всеобщезначимость для всех возможных созерцаний, подходящих под одно и то же понятие»³. В этом фрагменте речь идёт о конструировании треугольника, но в такой же степени можно отнести это объяснение и к конструированию понятий «человек» «дом», «собака» и т. д.

Иными словами, конструирование как мысленное построение предмета во всеобщей форме есть основа для получения знания о всех предметах данного класса. *Так, мышление становится демиургом действительности, а человек — активно действующим существом. Тайна a priori открыта в способе (мысленном) деятельности, в схематичном мысленном действии, предвещающем объективно-практическое (эмпирическое) деяние.*

Принцип конструирования как основу получения знания воспринимает от Канта Фихте, подхватывающий эстафету наукоучения.

НАУКОУЧЕНИЕ И. Г. ФИХТЕ

Собственная философия Иоганна Готлиба Фихте (1762–1814) началась с развития философских идей Иммануила Канта. В начале философского пути Фихте считал себя только прилежным учеником Канта. Свое первое философское произведение «Попытка критики религии откровения» (1792) он писал языком Канта и отталкивался от его мыслей. Не случайно изданный анонимно труд Фихте современники считали произведением самого Канта. Когда же стало известно подлинное имя автора анонимной публикации о религии откровения (после того, как Кант публично отрекся от приписываемого ему произведения), Фихте сразу стал знаменитым философом, а его произведение вызвало в Германии длительные и упорные публичные перепалки, которые вошли в историю общественной мысли под названием «Споры об атеизме». Но вернемся к эпистемологии Фихте.

В своем творчестве он пытался преодолеть дуализм Канта, который разделял объективно существующий мир, конкретные вещи (ноумен, материю) и идеи, отображающие этот мир (феномен, субъективный мир человека). Он исходил из принципа монизма и попытался создать цельную и непротиворечивую систему философского мышления, исходя из одного принципа — из самого достоверного, несомненно истинного утверждения. Таким утверждением Фихте считал мыслящее Я. Его не удовлетворило декартовское *Cogito ergo sum* (Я мыслю, следовательно, я существую). Он считал, что в знаменитом постулате Декарта неправомерно допускается два положения: Я и Существование. Фихте отбросил существование (бытие) и остановился исключительно на единственном несомненном мыслящем Я.

Вместе с декартовским «существованием» Фихте отбросил и кантовскую «вещь в себе» (ноумен). Я у Фихте — это то, что проявляется во всех актах человеческого мышления, чувствования и воли. Я не может вызвать у кого бы то ни было сомнения в своем существовании. Оно, Я, является не только основой и единственным пунктом человеческого видения мира.

³ Кант И. Критика чистого разума // Сочинения. В 4 т.: на нем. и рус. яз. Т. 2. Ч. I. М.: Наука, 2006. С. 905–906.

Я — единственная сущность самого мира. *Отправляясь от этого Я Фихте предпринимает попытку создать систему научной и абсолютно истинной философии.* Что из этого получилось, хорошо известно. Но нам важно подчеркнуть следующие обстоятельства.

Во-первых, для Фихте (как и для Канта) наука была не только материалом для философских размышлений, но образцом теоретического мышления, образцом мышления вообще. Только проанализировав, как развивается наука, можно объяснить, какими закономерностями обладает мышление, сознание. Не случайно систему своей философии и свое основное произведение Фихте назвал «Наукоучением», придавая ей, следовательно, более высокий статус, чем сама наука. *Именно наукоучение даёт наукам (науке в целом) обоснование, объясняет, с чего они начинают, чем укрепляются, как развиваются.* Кроме философского обоснования, по Фихте, здесь не может быть никакого другого. Оно исчерпывает всё человеческое знание и определяет всё, что человек может знать не только на теперешней стадии своего существования, но и на всех последующих ступенях. *Своим «Наукоучением» Фихте провозглашает философию высшим видом науки, которая к тому же служит теоретической основой всех наук о природе и обществе, а также основой всей человеческой практики.*

Не менее важно и другое обстоятельство, которое Фихте изложил в популярной форме в работе «Ясное, как солнце, объяснение широкой публике подлинной сущности новейшей философии». Там Фихте доказывает на первый взгляд парадоксальную вещь: *что идеалист вовсе не отрицает объективную действительность. Просто природный и научный виды действительности различны.* Это очень важное в методологическом плане соображение. Все науки пользуются понятиями (точка, прямая, сила, тело, человек, класс и др.), но понятий как таковых в объективном мире не существует: они являются теоретическими абстракциями, элементами научной реальности⁴.

Научная реальность, пишет Фихте, возникает тогда, когда ученый её создает, конструирует, и больше никоим образом она не получается. Согласно наукоучителю (по Фихте, представителю новейшей философии), «существуют два рода действительности, которые оба одинаково действительны, но из которых одна действительность создает себя, вторую же приходится создавать тому, кому её существование нужно, и она совершенно не существует без того, чтобы быть им созданной»⁵. Однако действительность первого рода (намек на кантовскую «вещь в себе»), которая продолжает существовать без нашего участия и без отношения к нам, *для нас* не существует. Она начинает существовать *для нас* и как событие *нашей* жизни лишь тогда, когда мы обращаем на неё внимание, погружаем свою самость в неё. За этими словами

⁴ Противоположная позиция, придающая абстракциям (и словам любого естественного языка, которые также являются обобщениями) статус объективного существования, получила название «позиции наивного реализма». Но научные (и любые) понятия (например, понятие «человек») не разгуливают по миру, подобно конкретным людям. Они являются элементами языковой или научной (т.е. физической, химической, биологической и иной) реальности, образованной посредством абстрагирования и обобщения.

⁵ *Фихте И. Г.* Ясное, как солнце, сообщение широкой публике о сущности новейшей философии // Соч.: В 2 т. Т. 1. С. 619.

скрывается следующее: реальность существует *для нас* в том случае, когда мы замечаем её, удерживаем её в своём сознании, т. е. как бы погружаем в неё свое Я. Без отношения к Я, к самосознанию она ничто.

Таким образом, в эпистемологии Фихте экспериментальное конструирование, превращённое в деятельность Я, вместе с созерцанием принимается за основу познания. И более того — за принцип созидания самих объектов научной действительности, которые должны возникнуть прежде, чем они станут объектами познания. Принцип конструирования занимает в системе наукоучения Фихте такое же важное место, как в «Критике чистого разума».

ФИЛОСОФИЯ ТОЖДЕСТВА И ФИЛОСОФИЯ ЕСТЕСТВОЗНАНИЯ ШЕЛЛИНГА

Фридрих Вильгельм Иосиф Шеллинг (1775–1854) был в высшей степени одаренной личностью. Он блестяще окончил Высшую подготовительную школу и в 1790 г. (в 15 лет!) поступил в Тюбингенский университет на теологический факультет. Там за Шеллингом сразу закрепился статус удивительно самостоятельно мыслящего студента. Он считался первым среди своих более взрослых товарищей, в том числе Гегеля. Во время обучения в университете Шеллинг написал ряд оставшихся в рукописях сочинений на богословские темы, наиболее значительными из которых было написанное по латыни: «О происхождении первого человеческого зла» (1792) и по-немецки: «О мифах» (1793). В это время будущему классику немецкой и мировой философии едва исполнилось 17 лет! По степени зрелости указанных сочинений в 1792 г. 17-летнему Шеллингу была присуждена ученая степень доктора философии. В 1795 г. он завершил свое обучение в Тюбингенском университете, получив также звания доктора богословия и доктора классической филологии.

В 1795 г. Шеллинг переезжает в Лейпциг и поступает в местный Университет, в котором три года изучает математику и естественные науки. В это же время он периодически ездит в Иену слушать лекции уже известного Й. Г. Фихте. В Лейпциге он написал и в 1797 г. — на 22-м году своей жизни — опубликовал один из основополагающих для своей философии труд: «Идеи к философии Природы». Публикация принесла ее автору широкую известность и огромную популярность, открыла двери в круги передовой просвещенной интеллигенции Германии. Шеллинг принят «запросто» в кругах выдающихся немецких романтиков: Гёте, Шиллера, Шлегеля, Новалиса, с которыми он очень близко сошелся и взгляды которых оказали серьезное влияние на его философию. Но прежде чем перейти к обсуждению идеологии романтизма и ее влиянии на науку и философию того времени, остановимся на формировании натурфилософии Шеллинга.

На формирование философских взглядов Шеллинга, несомненно, огромное влияние оказала философия Канта и Фихте, продолжателем которых он был. Он соглашался с Кантом и Фихте в том, что действительность дана человеку в чувственных образах, а постигается им, человеком, в понятиях мысли. Между тем, если Кант, разделив мир на «феноменальный»

и «ноуменальный», полагал, что проблема данности внешнего мира человеку, строго говоря, принципиально не разрешима, а Фихте для ее решения выдвинул концепцию о том, что мир вне нас полагается нашим Я, а поэтому никакого непреодолимого препятствия (пропасти) между Я и Не-я не существует, то Шеллинг «исправляет» своих предшественников, признавая и существование внешней человеку действительности, и понятий об этой действительности, объявляет бытие (внешнюю действительность) и мышление тождественными. Такой подход к гносеологическим проблемам и решение этих проблем Шеллинг назвал *философией тождества*.

Он утверждал, что первоосновой всего существующего является Абсолютное тождество бытия и мышления, материи и духа, объекта и субъекта. *Действительность, по Шеллингу, адекватно отражается в сознании человека, но сама действительность по своему существу является такой, какой она дана в мышлении человека*. По его мнению, «высшее начало» не может быть ни субъектом, ни объектом, ни тем и другим одновременно, но исключительно «лишь абсолютной тождественностью». В концепции Абсолютного тождества Шеллинга тождественное как бы раздвоено: с одной стороны, Абсолютное бессознательное, а с другой — осознание этого Абсолютного в личности человека.

Но при всем при этом Абсолютное тождество Шеллинга есть первоначальная, а не производная сущность. Сила, изливающаяся в природе, по существу тождественна той силе, которая обнаруживается в духовном мире, с той лишь разницей, что в первом случае в нем доминирует бессознательное реальное, а во втором случае — сознательное идеальное.

Мировые вещи, являясь частными проявлениями Абсолюта (Абсолютного тождества), содержат в себе различные сочетания духа и природы, соотношение между которыми обуславливает их сущность. Природа представляется как ряд потенций, ступеней, ведущих к духовному началу: материя — свет — организм.

В высших формах органического мира духовное начало обладает наибольшим значением. Но ни в одном из своих проявлений Абсолют не выражается полностью; его совокупное, самотождественное выражение — это Мир в целом, Вселенная.

Мир есть наиболее совершенный организм и в то же время наиболее совершенное произведение искусства. Стоя на этой точке зрения, Шеллинг почувствовал влечение к величественной мировой поэме, в которой натурфилософия Возрождения рассматривала Вселенную. Все особенности и качества природы объявляются философом «ощущениями» мирового духа, мировой абсолютной идеи (Абсолюта), «всего лишь недозревшей разумностью». В Абсолюте нет каких-либо различий, хотя ему, Абсолюту, в обоих случаях присуще бессознательное хотение и активность (действие). В силу этого хотения и действия разворачивается и развивается природа в направлении от бессознательного к сознательному. *Природа разворачивается и развивается, по терминологии Шеллинга, «потенцирует» от одной ступени к другой более высокой ступени и превращает бессознатель-*

ное в сознательное. Творческая деятельность Абсолюта (Абсолютного тождества) развертывает панораму жизни мира, генезис его форм от низших до высшей, венчаемой человеческим самосознанием.

То же самое творчество как тождество теоретической и практической деятельности находится, по Шеллингу, в субъективном интеллекте, в сознании человека. *Ощущение*, писал он, знаменуют собой пассивное состояние сознания. На его уровне нельзя провести различие между объектом и субъектом. На следующей ступени, на ступени «созидающего созерцания», предметы природы предстанут сознанию человека как существующие вне сознания и независимые от него. И только на следующей, рассудочной, «рефлектирующей» ступени осознаётся действительное тождество сознания и предмета, субъекта и объекта.

Основным средством постижения истины Шеллинг считал «интеллектуальную интуицию», рассматривая ее непревзойденным «искусством трансцендентального созерцания». Интеллектуальная интуиция относится к необходимо творящему интеллекту, к творению самого мира так, как конгениальное воспроизведение к художественному произведению. Не всякому дано эстетическое чувство, тем не менее оно единственный орган для понимания искусства. *Интеллектуальная интуиция как орган трансцендентального мышления есть духовное эстетическое чувство, трансцендентальное искусство в отношении к необходимым творческим актам интеллекта. Таким образом в философии Шеллинга оказались сближенными до отождествления сфера природы и сфера искусства, натурфилософия и философия искусства, эстетика и наука.*

Шеллинг был очень начитанным человеком. Он тщательно и постоянно следил за развитием научных знаний, глубоко знал суть новейших для его времени научных открытий. И не только знал. По проблемам философии естествознания Шеллинг писал всю свою жизнь. Наиболее значительные работы по этой теме, называемой им «Натурфилософией» (философией природы), он написал еще в тридцатилетнем возрасте. Фундаментальными среди них были: «Идеи к философии природы» (1797), «О мировой душе» (1798) и «Первый набросок системы натурфилософии» (1799). В последующих публикациях, кстати, публикациях в сугубо научных журналах, философ развивал и аргументировал свои научные взгляды и концепции. Уровень научных знаний своего времени он философски глубоко осмысливал, прилагал к системе своей философии тождества и старался сделать упреждающие для научного развития выводы. И это ему во множестве случаев удавалось.

Следует сказать, что философские рассуждения Шеллинга о геометрии открыли математикам путь к математическому конструированию многомерных пространств. Наше пространство, в котором мы живём, пространство трёхмерное, которое теоретически образуется движением плоскости, это пространство, в котором к одной точке можно поставить три взаимных перпендикуляра. Но если вообразить дальнейшее, по Шеллингу, геометрическое движение объёма перпендикулярно самому себе, то есть вообразить пространство, в котором к одной точке можно будет поставить четыре

перпендикуляра, то это и будет четырехмерное пространство. Это пространство виртуально, но с математической точки зрения оно вкладывается в рамки логического синтетического мышления, и математики очень плодотворно поработали в этой области, сконструировав не только четырехмерное, но и пяти-, семи- десятимерные пространства. Эти виртуальные пространства оказались очень эффективными для описания процессов, происходящих на уровне микромира (мир элементарных частиц и волн) и мегамира (мира метagalactic и всей Вселенной).

Исходя из системы и принципов своей философии тождества, Шеллинг решительно отрицал господствующее в то время среди ученых ошибочное мнение о существовании пропасти между неорганическим и органическим миром, обосновывал их общность и диалектику перехода от первого мира ко второму. Следует сказать также, что Шеллинг провидчески и философски аргументированно отверг существование флогистона и светорода; электрическую и магнитную (в духе магнетизма и месмеризма) «невесомые материи», буквально предвосхитил открытие органической связи между электричеством и магнетизмом. Вместе с тем Шеллинг был заложником своего чисто спекулятивного, философско-абстрактного подхода к постижению множества конкретных явлений. Он, например, доказывал, что посредством созданной им «умозрительной физики» можно чисто логическим путём, априорно, вывести все законы природы, вскрыть сущность всех явлений. Этот подход позволял ему сводить, например, психическое к физическому и описывать психику человека законами физики. В силу этого же он рассматривал свет как самосозерцание абсолютного духа, тяжесть как созерцание, обращенное вовне. Он ошибочно даже для своего времени говорил, что всякое химическое превращение должно на выходе конечным продуктом дать нам воду; что железо содержит в себе всё многообразие тел природы.

Натурфилософские взгляды Шеллинга получили широкое распространение во всей Европе, в том числе и в России. В русле натурфилософских идей Шеллинга начинали свою деятельность и достигли значительных успехов многие видные немецкие ученые-натуралисты 19-го столетия, деятельность которых была названа «романтической и натурфилософской критикой классической науки». Остановимся подробнее на этом течении.

ВЛИЯНИЕ НАТУРФИЛОСОФИИ НА ЕСТЕСТВОЗНАНИЕ ПЕРВОЙ ПОЛОВИНЫ XIX ВЕКА

Мы уже не раз говорили о взаимовлиянии философии и науки, науки и культуры, в контексте которой наука живет и развивается. В общем виде эта проблема имеет вполне очевидное решение, сводящееся к утверждению о зависимости науки от социокультурного контекста ее жизни и обратного влияния на этот контекст. Но этот тезис требует исторической конкретизации.

В нашем случае она выразится в констатации принципиального обстоятельства: *противостояния двух стратегий науки и научного мышления, соперничавших на рубеже XVIII–XIX веков*. Речь идет о соперничестве клас-

сической, или «ньютоновской», науки с так называемым романтическим естествознанием, опиравшимся на немецкую натурфилософию начала XIX века. Мы ничего не поймем в отношении между немецкой натурфилософией и наукой, рассматривая эти отношения в изоляции от их исторического генезиса и культурного контекста. На рубеже XVIII и XIX-го столетий наука логикой своего собственного развития была поставлена перед необходимостью пересмотра своих оснований. Корпускулярно-механическая картина мироздания, созданная гениями научной революции XVII–XVIII вв., вытеснившая средневековый образ мира, оказалась неспособной вместить в себя новые, открытые наукой явления, а также восстановить утраченное единство человеческого и природного мира, одновременно открыв новые перспективы научного познания. «В этой ситуации немецкая натурфилософия взяла на себя героическую задачу: не дожидаясь, пока эти принципы будут выработаны естествознанием, сформулировать их в универсальной, “до- и сверх-опытной” форме, а затем “подарить” их науке. К числу этих принципов в первую очередь относились принцип развития, принцип единства органической и неорганической природы, принцип всеобщей связи, охватывающий сферы духа и материальной природы»⁶.

Разработка этих принципов — несомненная заслуга натурфилософии. Правда, великие гипотезы натурфилософов адресовались не современному им, а будущему состоянию науки и потому часто выглядели в глазах современников необузданной игрой фантазии. Тем более что они апеллировали не к достижениям современной им науки, а к мировоззренческим идеям прошлого, в особенности эпохи Возрождения. Не случайно Ф. Шеллинг одну из своих работ раннего периода назвал «Бруно, или о божественном и природном начале вещей» (1802), непосредственно указывая на преемственность между своим учением об Абсолюте и *представлениями титанов Возрождения о Вселенной как совершенном и прекрасном организме*.

Понятно, что такой отход от позиций, завоеванных классической наукой, не мог не вызвать противоречивых реакций со стороны ученых и философов. *Большинство* (к которому относились такие выдающиеся умы, как философ Я. Ф. Фриз, биологи М. Я. Шлейден, Э. Ж. Сент-Илер, физики Р. Майер, Г. Гельмгольц, Л. Больцман, математик К. Гаусс) *решительно отвергли претензии натурфилософии на роль новой научной парадигмы*. К середине XIX века отрицательное отношение к натурфилософии стало распространенным мнением. Ее обвинили в необоснованных претензиях на участие в обсуждении естественнонаучных проблем, в возврате к средневековой схоластике или мистике, в стремлении подменить науку произвольной игрой воображения.

Но были и такие исследователи, которые всерьез восприняли призывы натурфилософии. Для одних она была увлечением, впоследствии сменившимся разочарованием или даже критическим настроем (Х. К. Эрстед, Ю. Либих, А. Гумбольдт и др.). Другие (среди них были такие первоклассные естествоиспытатели, как И. Риттер, Л. Окен, К.-Г. Карус, Г.-Т. Фехнер, Несс

⁶ Порус В. Н. Рациональность. Наука. Культура. М., 2002. С. 188.

фон Эзенбек, впоследствии В. Оствальд) были приверженцами натурфилософских идей, черпая в них основания и ориентиры своих научных исследований. *В науке возникла ситуация, напоминающая, выражаясь современным языком, конкуренцию «научно-исследовательских программ».* Ее особенность заключалась в том, что каждая из участвующей в конкуренции «программ» исходила из своего, несовместимого с противоположным, понимания науки и научного исследования. По сути, в этой борьбе участвовали не только и даже не столько научные концепции, сколько философские мировоззрения, различные по духу и замыслу методологические стратегии, различные понимания того, чем должна заниматься наука и какова ценность ее суждений, различные нормы и идеалы научного исследования.

Одушевленная Вселенная Г. Т. Фехнера. Густав Теодор Фехнер (1801–1887) — выдающийся немецкий физик и физиолог, работавший над проблемами электродинамики и электролиза, автор известной психофизической теории, объяснявшей результаты телесно-духовных взаимодействий в жизни человеческого существа. Центральным пунктом его мировоззрения является убеждение во всеобщей одухотворенности мироздания. Этой идеей пронизаны не только его философские работы, она стала стержнем и его научных исследований.

Конкретизация этой идеи выразилась в формулировании Фехнером гипотезы о *соответствии физических связей духовным, причем последние, полагал он, можно познавать через восприятие того, что происходит в сознании индивида.* Поскольку внутренний опыт сознания является, по Фехнеру, той областью, в которой собственно и происходит познание физического мира, необходимо точное количественное измерение психических величин, открывающее путь к формулированию математически строгих законов взаимодействия физического и психического как форм существования единого одушевленного существа.

Реализация этой гипотезы вылилась в создание психофизики. Основным методом стал метод исследования отношений между силой ощущений и «напряжением раздражений», причем единицей измерения этих сил стала «постоянная Фехнера» — наименьшее различие между интенсивностями ощущений. По Фехнеру, раздражение не приводит к ощущению (т. е. не становится фактом сознания), если не достигает некоторого порогового значения. Применяя закон Вебера, утверждающий, что интенсивность ощущения возрастает при сохранении отношения между силой ощущения и силой раздражения, ко всей сфере чувственности, Фехнер сформулировал закон, по которому *сила ощущения представляет собой логарифмическую функцию от интенсивности раздражения* (закон Вебера-Фехнера). Установление этих зависимостей дали толчок экспериментальной психологии, в рамках которой последователи Фехнера надеялись через измерение психических величин прийти к математической теории психологических явлений.

Есть важное методологическое различие между философией тождества Шеллинга и представлением Фехнера о единстве духовного и физического. Для Шеллинга тождество Природы и Духа есть натурфилософский принцип,

предшествующий эмпирическому познанию и детерминирующий понимание результатов последнего. У Фехнера единство физического и психического есть методологический принцип эмпирического исследования.

Наука, утверждает Фехнер, занимается только тем, что доступно опыту, — явлениями и закономерными связями между ними, причем эти явления имеют место не только в природе, но и в духе. Вместе с тем всеобщая связь явлений, их единство — то, что никак не может быть установлено опытом — является необходимым допущением, без которого наука вообще не могла бы претендовать на какое-либо отношение к истине. Таким же необходимым допущением является вечное и всеобъемлющее сознание, Бог.

Разумеется, здесь скрыто противоречие. И чтобы его избежать, Фехнер рассуждал следующим образом. Он утверждал, что возможность натурфилософии, заключенная в самом учении о психофизической взаимосвязи, не мешает ученому-естествоиспытателю. *И наука, и натурфилософия используют один и тот же метод*: от опыта (как внешнего, так и внутреннего, через индукцию и аналогию, через интеллектуальные комбинации полученных результатов) — к высшим обобщениям. *Но они различны по предмету*: наука имеет дело с внешней, доступной наблюдению природой, тогда как натурфилософию занимают внутренние, невидимые (или видимые только самим же себе) стороны мира.

Надо отметить, что *это* — странное с точки зрения современного приверженца строгой научной методологии — *положение в свое время сыграло значительную и положительную роль при оценке атомистического учения*. Первая половина XIX века в науке прошла под знаком блестящих достижений атомной теории в химии и физике. В то же время философия той эпохи весьма скептически относилась к самому понятию атома, склоняясь более к динамической концепции материи. Но методологические установки Фехнера позволили ему преодолеть эту настороженность. Он находит ряд физических преимуществ атомной гипотезы, позволяющей с единой точки зрения объяснять оптические явления (поляризация света, разная преломляемость различных цветовых лучей), тепловое излучение и теплопроводность, явления, связанные со структурой тела (плотность, твердость, тепловое расширение, изометрия, агрегатные состояния и пр.). Кроме того он полагает, что атомная теория может быть согласована с динамической, если атомы представлять как центры взаимодействующих сил. Эти преимущества неоспоримы, и философия просто вынуждена примириться с существованием атомов. И сделать ей это не так уж трудно, ибо атомы — конкретно простые единицы телесного мира — оказываются вполне аналогичными абстрактно простым единицам духовного мира (единицам сознания). Срабатывает фундаментальная аналогия, и все становится на свое место в системе.

Идея всеобщей одушевленности Вселенной венчает натурфилософскую концепцию Фехнера о ступенчатой структуре мира. Человек — высшая земная ступень мировой лестницы, Земля превосходит человека, Солнечная система — Землю, Мир — Солнечную систему и т. д. Вся философия и все научное содержание работ Фехнера проникнуты идеей отказа от признания мира

как мертвой и противопоставленной человеку совокупности атомов и механических сил. *В мире Фехнера и атомы, и их движения, и свет, и тепло, цвета и вкусы, звуки и запахи — все это проявления жизни Вселенной, одушевленной и сознающей, а значит, близкой и понятной нам еще до всякого научного исследования отдельных ее ступеней и частей.* Сам стиль фехнеровских работ подчеркивает эту близость: научные аргументы, художественная фантазия, эстетическая интуиция, религиозное чувство сочетаются в них так, что ни одна из этих составляющих не оказывается ни враждебной, ни просто лишней для других.

Лоренц Окен: органическое единство Вселенной. Лоренц Окен (1779–1851), пожалуй, самый талантливый ученый и самый смелый, необузданный натурфилософ эпохи, на рубеже XVIII и XIX веков пользовался большой известностью и авторитетом и как ученый-биолог, и как философ, близкий идеям Ф. Шеллинга. Ему принадлежит ряд серьезных научных результатов, сохранивших значение и в современной науке.

Среди них идея определения общих признаков структуры живых организмов, позволяющая в перспективе устанавливать морфологические классификации, догадка о позвоночном происхождении черепа млекопитающих. Приоритет в этом вопросе отстаивал Гете (который ввел термин «морфология» в биологию); впоследствии эту идею развил Т. Хаксли, она сыграла некоторую роль в подготовке эволюционной теории Ч. Дарвина. Важное значение имела идея Окена о генезисе органической природы из первичной «слизи», возникающей в мировом океане под воздействием солнечного света, основным «строительным материалом» которой является углерод. Эта мысль предвосхитила позднейшие представления о химическом составе «живого вещества»: к середине XIX века определение органической химии как химии соединений углерода (Ф. А. Кекуле, 1861) получила широкое распространение.

По мнению ряда историков науки, Л. Окен по праву может считаться одним из пионеров цитологии; ему принадлежат догадки о том, что сложные живые организмы состоят из различных комбинаций простейших органических тел («инфузорий»). С его именем связаны и некоторые эмбриологические открытия, а также идея о параллелизме между развитием зародыша живого организма и развитием животного мира в целом (филогенезом и онтогенезом). Основатель современной эмбриологии К.-Э. фон Бэр считал, что именно Л. Окен способствовал возрождению эмбриологии как области естествознания. Кроме того, Л. Окен был одним из основоположников эволюционного подхода в биологии. Он полагал, что организмы (в том числе человеческий организм) не создаются сверхъестественным образом, а возникают постепенно путем увеличения количества своих частей и усложнения их сочетаний. Процесс организации живой природы понимался Океном как целенаправленный путь развития, которым следует природа, чтобы достичь своей цели в человеке и разуме.

Окен исключительно серьезно отнесся к натурфилософской идее органического единства Вселенной, и там, где ему требовались эмпирические

подтверждения этой идеи, он находил их, прибегая к самым рискованным, фантастическим аналогиям. За их использование его часто и справедливо критиковали современники. Отмечая это, необходимо иметь в виду одно важное обстоятельство.

Аналогия у Окена — это не метод научного открытия, родственный индукции, а почти всегда перенесение свойств и качеств высших уровней онтогенеза на иерархически подчиненные им, выводимые из них уровни организации. Человек, по Окену, заключает в себе всю жизнь природы, является ее самым сложным и высоким выражением. Если человек выходит из лона природы в процессе эволюции, как бы венчая этот процесс, то, следовательно, все предшествующие человеку стадии онтогенеза могут и должны рассматриваться по аналогии с человеком. Это означает, что исследовательская мысль движется в направлении, обратном онтогенезу: от высшего к низшему, угадывая и обнаруживая высшее в первичном, элементарном. Вселенная обнимает и порождает человека, но человек заключает в себе всю суть Вселенной. *По существу, перед нами первое в истории науки изложение антропного принципа организации Вселенной.* К. Маркс видел в анатомии человека «ключ к анатомии обезьяны», Л. Окен мог бы сказать, что «анатомия человека — ключ к анатомии Вселенной».

Идея «сидеризма» и концепция «иероглифического письма Природы» И. В. Риттера. Иоганн Вильгельм Риттер (1776–1810) — один из самых блестящих представителей «романтической науки» конца XVIII — начала XIX столетий. Его очень короткой жизни хватило на то, чтобы сделанное им вошло в историю науки как глубокий и основополагающий вклад. Достаточно напомнить, что И. Риттер открыл ультрафиолетовое излучение (1802), заново открыл явление электролиза, изобрел «сухую» батарею Вольта (1803), обнаружил, что ряд Вольта совпадает с рядом сродства металлов к кислороду, из чего сделал вывод, что именно окисление металлов приводит к получению электричества. Его работы оказали важное влияние на развитие электробиологии и электрохимии. *Однако наибольшим своим достижением Риттер считал не открытие новых опытных феноменов, но метод исследования, новый взгляд на природу в целом.*

Исследование электричества, проводимое научными методами, направлялось Риттером к цели, определяемой натурфилософией. *В электричестве он видел проявление мировой души природы. Идея всеобщей связи природных явлений, заимствованная Риттером из натурфилософии, захватила его настолько, что он, как и Ньютон, обращается к магии, астрологии и каббалистике в надежде выстроить учение о фундаментальном сходстве человека и Космоса.* По его мнению, одна и та же сила, возможно электромагнитическая, движет человеческий организм и небесные тела, психические движения переходят в физические воздействия. Человек — не просто физическое тело, снабженное способностью воспринимать раздражения внешней среды и превращать результаты своих восприятий в осмысленную информацию. Человек — это центр Вселенной, в нем сосредоточены силы Вселенной и от него исходят жизненные импульсы, распространяющиеся в мире. По существу, хотя

и в иной форме, он выдвинул, получивший уже во второй половине 20 века всеобщее признание, антропный принцип организации Вселенной. А вместе с ним — идею «иероглифического письма природы». Суть этой мысли в том, что доступные опыту вещи или явления следует рассматривать как символические выражения внутренней сущности, как «иероглифы», понимание (расшифровка) которых составляет предмет особой мудрости и может быть выражено в учении.

Развивая эту идею, Риттер выдвинул представление о человеке как о «самом возвышенном иероглифическом образе Земли», а вместе с ней концепцию «сидеризма» — учения о воздействии небесных тел на образование и распределение земных тел и процессов, — к которой Риттер относился не менее серьезно, чем к опытам по электрохимии. Трудно сказать, как развивались бы взгляды Риттера, проживи он более долгую жизнь в науке, где быстро увеличивался удельный вес опытного обоснования и падал интерес к абстрактным метафизическим спекуляциям. Возможно, он, как Эрстед, более критически отнесся бы к натурфилософским увлечениям своей молодости. Но в историю он вошел как рыцарь (Ritter) натурфилософии и романтической науки.

ОСОБЕННОСТИ ЭВОЛЮЦИИ НАУКИ В СЛЕДУЮЩИЕ СТОЛЕТИЯ

Мы рассмотрели философские и научные взгляды шестерых мыслителей. Разумеется, этими именами не исчерпывается круг блестящих представителей «романтической науки», в конце XVIII — первой половине XIX столетий соперничавшей с классическим идеалом науки и научного знания. Но сказанного уже достаточно для некоторых выводов эпистемологического свойства и связанных с ними особенностей эволюции науки в разные периоды истории человечества, существенную роль в которой играло (и продолжает играть) философское знание. Последнее, обращаясь к предельным основаниям Бытия и Сознания, Человека и Мира, всегда пыталось связать антропоприродный Универсум в единое целое. Основным способом этой связи было *рациональное умозрение*, в лоне которого и вместе с которым на протяжении тысячелетий в культурно разных регионах Евразии формировался *научный способ* познания окружающей человека действительности, основанный на экспериментально-теоретическом способе получения знаний. Содержание этих знаний и формируемая на их основе «научная картина мира» часто не совпадали с философскими конструкциями мироздания, познания и человека. Но по прошествии времени часто получалось так, что созданные воображением философов картины Универсума, связывающие Человека и Природу в единое целое, нередко оказывались более верными, чем представления об устройстве объектов мега-, макро- и микромира, полученные в пределах узкоспециальных (дисциплинарных) научных штудий.

История науки, прошедшей в своем развитии классический, неклассический и постнеклассический этапы, подтвердила это вполне убедительно. То, что еще в 19-м столетии большинству ученых казалось не более чем

натурфилософским умозрением, уже спустя столетие обрело в постнеклассической научной картине мира статус общепризнанных общенаучных постулатов. Идея системной организации мира, универсального эволюционизма, коэволюции живой и неживой материи, получающая обоснование в так называемом антропном принципе, универсализация понятия свободы, разрушающая прежнее представление о причинности, — эти и сопутствующие им идеи, обретая статус общенаучных регулятивов, теперь размывают демаркационную линию между картинами реальности, вырабатываемыми естественно-научным, социогуманитарным и философским знанием.

К числу этих идей относится и представление о Вселенной как много-ступенчатом (и тем не менее органичном) единстве мега- макро- и микро-миров, а также получающая все большее признание в современной науке, *гипотеза о всеобщей одушевленности Универсума*. Разумеется, эта идея не является изобретением немецкой натурфилософии. Она имеет древнее происхождение. Ее можно найти в анимистических представлениях древних культур, философских школах буддизма и индуизма, гилозоизме древнегреческой философии, учениях мыслителей эпохи Возрождения⁷, монадологии Лейбница. Затем помимо шеллингианцев ее использовали и обсуждали Гёте, А. Шопенгауэр, В. Вундт, Э. Гартман, К. Юнг, Чарльз Пирс, Уильям Джеймс, Анри Бергсон, Альфред Уайтхед, Бертран Рассел и многие другие ученые и философы. Но если в XIX — первой половине XX века, находившееся под влиянием различных форм позитивизма неклассическое естествознание интерпретировало панпсихизм в горизонте религиозных и философских спекуляций, то постнеклассическая наука радикально поменяла точку зрения на это учение.

Панпсихизм был оценён как равноправный физикализму (эмерджентизму) эпистемологический подход, позволяющий убедительно решить старую проблему отношения сознания к действительности. Основная идея всех вариантов панпсихизма заключается в том, что сознание не может возникнуть из материи, которая полностью лишена этого качества — т. е. из ниоткуда. Причем это вполне реальное возникновение сознания не может быть отнесено в прошлое — к какому-то давно минувшему этапу эволюции. Этот процесс происходит буквально ежедневно, к примеру, при развитии человеческого эмбриона. Если эмбрион не имеет сознания, а новорождённый младенец его имеет, то остаётся неясным онтогенетический механизм возникновения сознания. Остается предположить, что «психическое» (или сознание) всегда присутствовало во Вселенной.

Эта мысль была развита в 1977 г. в статье «Панпсихизм и наука» крупного американского биолога Сьюэла Райта, позже (1979) его аргументацию как весьма убедительную оценил в своем эссе «Панпсихизм» известный американский философ Томас Нагель, а уже в 1990-х г. австралийский философ Дэвид Чалмерс показал, что панпсихизм является логически непротиворечивой и даже по-своему привлекательной теорией. В 2006 г. эти идеи были

⁷ Термин «панпсихизм» ввёл в употребление итальянский философ XVI столетия Франческо Патрици.

развиты британским философом Галеном Стросоном, который предложил концепцию «реалистического физикализма»: концепцию абсолютной физической реальности, в которой психические (экспериментальные) явления являются её составную часть и их следует понимать как физические явления. Ведь они не могут возникнуть из материи, лишённой психических свойств. Следовательно, доказывал Стросон, единая реальность и все вещи являются экспериментальными, то есть обладают психическими свойствами.

Таким образом, основная трудность (которую Чалмерс назвал «трудной проблемой сознания») состоит в том, чтобы в натуралистических терминах объяснить порождение сознания «простой материей». Как и тысячи лет назад, теперь снова нужно решать, возникает ли психика и как именно это происходит, существует ли она лишь при соблюдении каких-то специфических и не всеобщих естественных нементальных условий или же сама психика составляет часть фундаментальной структуры мира⁸. Не располагая достаточно полным эмпирически подтвержденным эмпирическим знанием о бесконечной Вселенной, обоснованного решения этой фундаментальной проблемы в обозримом будущем не предвидится. Тем не менее в последние годы наблюдается рост популярности панпсихизма в среде представителей нейронаук. Три нейробиологические теории сознания, относящиеся к числу наиболее влиятельных, базируются на современной версии панпсихизма: теория рекуррентной обработки (Local Recurrence Theory), теория динамического ядра (Reentrant Dynamic Core Theory), а также разработанная одним из самых известных современных нейробиологов Джулио Тонони теория интегрированной информации. Характеризуя ее, известный американский нейробиолог, директор Института Аллена по изучению мозга Кристоф Кох заявил: «Теория Тонони предлагает научную, действенную, обладающую предсказательной силой и математически точную форму панпсихизма 21-го столетия. Это гигантский шаг на пути к окончательному решению древней проблемы души и тела»⁹.

Любопытным образом изучение этой древней проблемы в современных условиях трансформировалось в междисциплинарное направление «энактивизма» и не менее известное направление «конструктивизма», которые становятся все более популярными в научных и философских кругах. Основоположниками энактивизма стали чилийские ученые-биологи Умберто Матурано и его ученик Франсиско Варела. Варела часто любил рассказывать, как ещё студентом в апреле 1966 г. вбежал в лабораторию Умберто Матураны и с энтузиазмом заявил, что хочет «изучать роль сознания во вселенной». На что Матурана ответил ему: «Мой мальчик, вы попали как раз туда, куда следует». В дальнейшем *они совместно разработали теорию аутопоэзиса, пытаясь понять связь между циклической природой метаболизма живых существ и их когнитивной деятельностью*. Они были не согласны с тем, что

⁸ Сигер У., Аллен-Хермансон Ш. Стэнфордская философская энциклопедия: переводы избранных статей / под ред. Д. Б. Волкова, В. В. Васильева, М. О. Кедровой. URL: <http://philosophy.ru/panpsychism/>.

⁹ Koch Ch. Is Consciousness Universal? // Scientific American Mind. 2014. Vol. 25, № 1. URL: <https://www.scientificamerican.com/article/is-consciousness-universal/?page=5>.

понятие информации играет ключевую роль для понимания устройства мозга и познания, не без оснований полагая, что для понимания биологических процессов данное понятие не требуется. Матурана высказал идею, что нервная система живых существ способна спонтанно генерировать собственные условия отношения к окружающей среде. В дальнейшем эта идея совместными усилиями ученых была концептуализирована в теории аутопоэзиса. В переводе с греческого этот термин означает самопроизводство. Согласно данной теории, *живые системы сами себя организуют и обладают способностью сохранять свою идентичность в окружающей их среде.*

В дальнейшем эта концепция получила развитие в совместной работе Франсиско Варелы, американского психолога Элеонор Рош и канадского философа Эвана Томпсона «Воплощенный разум», где была осуществлена попытка «скрестить» классическую эпистемологию с феноменологией Э. Гуссерля, М. Мерло-Понти, психоанализом и некоторыми школами буддизма. Так была обоснована необходимость отказа от репрезентатизма, который представляет познание как процесс обработки поступающей извне информации путём построения карты внешнего мира в сознании субъекта. Для обозначения альтернативного взгляда на познание ученые и ввели в употребление термины «enaction» и «enactive». Согласно предложенной ими точке зрения, познание определяется как воплощённое действие.

Познание как воплощенное действие реализуется на молекулярном и клеточном уровне всех земных живых организмов, которые, по мнению Матураны и Варелы, представляют собой автономные и аутопоэзные единства (системы). «Слово “автономия”, — пишут авторы, — мы используем в его современном смысле, т. е. система автономна, если она сама устанавливает собственные подходящие законы. Мы отнюдь не утверждаем, будто живые системы — единственные автономные системы. Это заведомо не так. Тем не менее автономность — одна из наиболее бросающихся в глаза отличительных особенностей живых существ. Мы утверждаем, что механизм, превращающий живые существа в автономные системы, — это аутопоэз. Именно это характеризует их как автономные системы.

Вопрос об автономности столь же стар, как и вопрос о живом. Но лишь современные биологи испытывают беспокойство по поводу того, как понимать автономность живых существ. С нашей точки зрения именно этот вопрос служит путеводной нитью к пониманию автономности живых существ: чтобы понять их, нам необходимо понять ту организацию, которая определяет их как единства. Осознание того, что живые существа являются автономными единствами, помогает показать, каким образом их автономность (обычно казавшаяся таинственно загадочной и неуловимой) становится явной, поскольку теперь мы представляем себе, что определяет живые существа как единства именно их аутопоэзная организация, и именно в аутопоэзной организации они обретают реальность и в то же время специфицируют себя»¹⁰.

¹⁰ Варела Ф. Х., Матурана У. Р. Древо познания. Биологические корни человеческого понимания / пер. с англ. Ю. А. Данилова. М.: Ленард, 2019. С. 26.

В настоящее время такое понимание живых организмов как самовоспроизводящихся систем в процессе индивидуальной жизнедеятельности, включающей в себя познание и строительство окружающей их среды, признано многими современными учеными и философами. Правда, задолго до них подобную идею высказал Я. фон Икскуль, разработавший учение об «умвельтах» — собственных замкнутых «мирах», которые строит каждый живой организм в процессе своей жизнедеятельности. А если мы начнем искать первоисток этой замечательной идеи, то найдем их в работах великого Лейбница, обосновывавшего идею Вселенной как «множества возможных миров». «Представления Лейбница о возможных мирах, богатстве потенций, тонких связях и событийных переплетениях миров и их возможности и самоотнесенности, — пронизательно отмечает Е. Н. Князева, — оказываются и сегодня весьма актуальными. Различные реализации мира, возникающие в результате измерения состояний частиц в квантовой механике, миры (умвельты) живых организмов, смысловые миры в творческой деятельности человека — это всего лишь варианты, в которых выражает себя, считывает саму себя, вычисляет себя, соотносится с самой собой природа, и этих вариантов бесчисленное множество»¹¹. С этим мнением следует согласиться. И вновь подчеркнуть специфику современной научной картины мира, в которой чем дальше, тем больше философское умозрение и собственно научное знание соединяются в некое новое когерентное единство.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бицилли П. Элементы средневековой культуры. Одесса, 1919.
2. Варела Ф. Х., Матурана У. Р. Дерево познания. Биологические корни человеческого понимания. М.: Ленард, 2019.
3. Гранин Ю. Д. Эволюция науки и ее философские осмысления. М.: Академия медиаиндустрии, 2017.
4. Гранин Ю. Д. Роль образования в формировании российской нации // Высшее образование в России. 2006. № 10. С. 150–156.
5. Кант И. Критика чистого разума // Сочинения. Т. 3. М., 1964.
6. Кант И. Сочинения. В 4 т. на нем. и рус. яз. Т. 2. Ч. 1. М.: Наука, 2006.
7. Князева Е. Н. Идея мультиверса: междисциплинарная перспектива // Философия науки и техники. 2022. Т. 27, № 2. С. 121–135.
8. Коллинз Р. Социология философий. Глобальная теория интеллектуального изменения. Новосибирск: Сибирский хронограф, 2002.
9. Порус В. Н. Рациональность. Наука. Культура. М., 2002.
10. Фихте И. Г. Сочинения. В 2 т.: пер. с нем. СПб.: Мифрил, 1993.
11. Шеллинг Ф. В. Й. Сочинения. В 2 т.: пер. с нем. М.: Мысль, 1989.
12. Koch Ch. Is Consciousness Universal? // Scientific American Mind. 2014. Vol. 25, № 1. URL: <https://www.scientificamerican.com/article/is-consciousness-universal/?page=5>.

Поступила в редакцию 11 июля 2023 г.

¹¹ Князева Е. Н. Идея мультиверса: междисциплинарная перспектива // Философия науки и техники 2022. Т. 27, № 2. С. 121.

УДК 327.1

Ю. Д. ГРАНИН,

доктор философских наук, профессор,
ведущий научный сотрудник Института философии РАН;

Россия, г. Москва.

e-mail: *maily-granin@mail.ru*

«ПРОСТРАНСТВО ОПЫТА»

И «ГОРИЗОНТ ОЖИДАНИЙ» ЛИБЕРАЛ-ПАТРИОТОВ

***Аннотация.** В статье анализируются состоявшиеся 26 июня 2022 г. публичные дебаты между двумя признанными лидерами либерального крыла «внесистемной оппозиции» — Гарри Каспаровым и Леонидом Волковым. В результате анализа этой дискуссии, заявлений других видных представителей русской эмиграции, совместной публикации Каспарова и Ходорковского в журнале *Foreign Affairs* «Don't Fear Putin's Demise» было эксплицировано «ядро» либеральной программы действий. Для миллионов российских граждан реализация этой программы обернется уголовными и политическими преследованиями, поражением в правах и запретом на профессию. А для российского государства — многомиллиардными репарациями, которые оно, помимо возврата Крыма и территорий четырех новых субъектов РФ, должно будет выплатить Украине. Сама же Российская Федерация будет дезинтегрирована и превращена в «мягкое конфедеративное устройство». Такое «будущее России», полагает автор, относится к числу саморазрушающихся предсказаний и никогда не будет принято гражданами России.*

Ключевые слова: история, конфедерация, либерализм, современность, темпоральность, философия.

Yu. D. GRANIN,

DSc in philosophy, Professor,

Leading researcher at the Institute of Philosophy,

Russian Academy of Sciences;

Russia, Moscow.

e-mail: *maily-granin@mail.ru*

«THE SPACE OF EXPERIENCE»

AND «THE HORIZON OF EXPECTATIONS»

OF LIBERAL PATRIOTS

***Abstract.** The article analyzes the public debate held on June 26, 2022 between two recognized leaders of the liberal wing of the «non-systemic opposition» — Garry Kasparov and Leonid Volkov. As a result of the analysis of this discussion,*

statements by other prominent representatives of the Russian emigration, the joint publication of Kasparov and Khodorkovsky in the Foreign Affairs magazine «Don't Fear Putin's Demise», the «core» of the liberal action program was explicated. For millions of Russian citizens, the implementation of this program will result in criminal and political persecution, loss of rights and a ban on the profession. And for the Russian state — with multibillion-dollar reparations, which, in addition to the return of Crimea and the territories of four new subjects of the Russian Federation, it will have to pay to Ukraine. The Russian Federation itself will be disintegrated and turned into a «soft confederate device». Such a «future of Russia», the author believes, belongs to the number of self-destructive predictions and will never be accepted by the citizens of Russia.

Keywords: history, confederation, liberalism, modernity, temporality, philosophy.

Используемые в настоящей статье понятия «исторический опыт» и «горизонт ожиданий» были введены в научный оборот в 1970-е годы Рейнхардом Козеллеком в качестве, как писал автор, «метаисторических категорий, способных изменить наше понимание исторического времени». Последнее теперь интерпретируется как некое «скрещение прошлого и будущего», как темпоральность, которая появляется по мере нарастания напряженности между «историческим опытом» и «горизонтом ожиданий» участников исторического процесса. «Горизонт ожиданий» постоянно отодвигается в будущее, образ которого, вырабатываемый политическими активистами и предъявляемый современникам, начинает становиться значимым фактором социальных преобразований. Теперь это стало общим местом политических технологий, которые используют образ будущего в качестве значимого ресурса борьбы за власть.

Наиболее яркий и свежий пример — лозунг Алексея Навального «Прекрасная Россия будущего» (ПРБ), который он конкретизировал в своей предвыборной программе и президентской кампании 2018 г. По сути эта программа (борьба с коррупцией, повышение прожиточного минимума до 25 тыс. рублей, пенсионная реформа и т. д.) имела популистский характер и мало чем отличалась от социальных программ большинства кандидатов в президенты. А потому почти сразу формула ПРБ превратилась в политический мем, но от этого не стала менее прагматичной и привлекательной. Другое дело — программа действий, которую предлагают находящиеся в эмиграции представители «либеральной оппозиции». Она вообще не имеет шансов на успех. В том числе и благодаря личным качествам ее авторов. Заглянем ненадолго в их прошлое.

ВНЕСИСТЕМНАЯ ОППОЗИЦИЯ И ЕЁ ЛЮДИ

Если эмигрировавший из России еще в 2013 г. Гарри Каспаров, в свое время (вместе с Борисом Немцовым) считавшийся признанным лидером либерального крыла «внесистемной оппозиции», давно известен в России и за рубежом в качестве главы Международного совета «Фонда защиты прав человека» в Нью-Йорке, то более молодой Леонид Волков долго оставался в тени своего шефа Алексея Навального. На первые роли в Фонде борьбы

с коррупцией (ФБК)¹ этот способный ИТ-специалист вышел после того, как придумал стратегию и разработал сайт «Умное голосование» (УМГ), которые успешно использовались в отечественных региональных избирательных кампаниях 2019—2020 гг. и на думских выборах 2021 г. Суть стратегии УМГ была откровенно циничной: заставить всех оппозиционно настроенных избирателей, недовольных небогатым выбором, представленным в бюллетенях, *идти на участки и голосовать за одного-единственного кандидата — того, кто наиболее неприятен властям.*

После возбуждения летом 2019 г. уголовного дела в отношении ФБК по статье об «отмывании денег» Леонид Волков покинул Россию и в настоящее время объявленный в розыск на территории СНГ проживает за границей, фактически являясь представителем Навального за рубежом и неформальным руководителем ФБК.

Либеральное крыло «внесистемной оппозиции», большая часть которой теперь находится в эмиграции, никогда не представляла собой единого целого, расходясь по многим принципиальным вопросам настоящего и будущего России. Фактически между двумя оставшимися (после смерти Б. Немцова) лидерами наиболее многочисленных оппозиционных структур — Каспаровым и Навальным — шла отчаянная борьба «за самое святое»: преимущественный доступ к финансовым и иным ресурсам западных спонсоров. И хотя спонсоры неплохо кормили обоих, примерно до 2017 г. большая часть иностранного пирога доставалась «великому шахматисту». Затем после президентских выборов-2018 и региональных выборов 2019—2020 гг. ситуация изменилась. Тогда Навальному и Волкову удалось создать свой телевизионный канал, несколько телеграмм-каналов, мобильное приложение «Навальный», 81 региональный штаб и, главное, привлечь почти 200 тыс. волонтеров. Все это, естественно, не могло быть обеспечено никакими пожертвованиями российских граждан.

Теперь, когда политические структуры Навального оказались частично разрушены (хотя, как будет ясно в дальнейшем, Волков недвусмысленно дает понять, что в России у него осталось немало «спящих ячеек»), а политические активисты перекочевали на Запад, вопрос об объединении либеральной оппозиции в изгнании обрел новую актуальность. Вновь остро встал вопрос об общей программе действий, в контексте которой видение будущего «новой России» (после ожидаемого оппозиционерами поражения РФ на полях Украины) занимает ключевое место. Именно этой теме были посвящены состоявшиеся по инициативе ФБК (в латинской транскрипции — ACF) 26 июня 2022 г. публичные дебаты между Каспаровым и Волковым, которые транслировались в прямом эфире на русском языке на YouTube-канале Popular Politics, основном медиаресурсе команды Навального, запущенном почти сразу после начала спецоперации на Украине. Поскольку этот ресурс был тогда заблокирован, интересующиеся российские читатели остались в неведении об этом по-своему интересном событии. Однако позиционирующий себя в качестве рупора международной

¹ Признано в России иностранным агентом и экстремистской организацией.

«русистики» международный журнал *«Ab Imperio: Исследования по новой имперской истории и национализму в постсоветском пространстве»* (редакция которого находится в Казани) посчитал необходимым опубликовать текст дебатов на английском языке для «англоязычных обществоведов»². Между тем, публикуемые ниже (в обратном переводе с английского автора статьи) основные моменты дискуссии между двумя самыми влиятельными коллаборационистами дают хорошую возможность русскоязычному читателю узнать, какое будущее ждет большинство населения России, если эти «либералы» придут к власти. Итак, ...

Итак, оба оппонирующих друг другу «демократа», которых собрали для того, чтобы они, как заявил модератор встречи Александр Плющев, могли «объединиться против Путина», безоговорочно согласны друг с другом в оценке существующего в России политического режима и военной операции России на Украине. По их мнению, это «фашистский режим единоличной власти Путина», который будет разрушен после «победы Украины в справедливой войне», которая завершится возвратом Крыма и Донбасса. Кратное увеличение экономической и военной помощи Западу Украине, а также размера международных санкций против России сделают, полагают Каспаров и Волков, этот процесс необратимым, а перемена общественного мнения в результате победы представляемой ими оппозиции на «информационном фронте» легитимирует грядущую дезинтеграцию РФ.

Как выглядит этот процесс в изложении оппозиционеров, которые уже видят себя в составе «нового правительства» России, следует из приведенных ниже фрагментов дебатов.

«Л. Волков. Это не война на один фронт; это война двадцать первого века, гибридная и сложная. Помимо военного фронта, где украинская армия сдерживает агрессию Путина, есть два других фронта: первый — экономический фронт, который включает санкции, ограничивающие ресурсы Путина, так что его затраты на продолжение войны перевешивают возможные выгоды; и второй — информационный фронт, борьба за отношение российского народа к происходящему. Я горжусь тем, что с первого дня войны мы с моими коллегами максимально сосредоточились на этом фронте. С первого дня, 24 февраля, у нас есть YouTube-канал «Популярная политика», у которого десятки миллионов просмотров, и это влияет на людей. Даже официальные опросы показывают, что общественное мнение меняется каждый месяц не на доли процентных пунктов, а на целые пункты. Это быстрые перемены, когда 5 процентов, то есть 7–8 миллионов человек, перестают поддерживать войну каждый месяц.

Помните, чем закончилась Первая мировая война для России? Солдаты просто перестали стрелять. Те, кто в 1914 году руководствовался девизом «За веру, царя и Родину», к 1918 году получили совершенно другие послания, такие как: «Возвращайтесь домой, это не ваша война». Солдаты сложили

² Leonid Volkov vs Garry Kasparov. Debate: The war in Ukraine, sanctions against Russia, the Russian opposition. 2022. 26, June. Moderator: Alexander Plushchev // Ab Imperio. 2022. № 2. С. 267–287. URL: <https://www.abimperio.net/cgi-bin/aishow.pl?idlang=2&state=shown&idnumb=181>.

оружие и вступили в братание. На этот раз также может пострадать моральный дух солдат, потому что они являются частью российского общества. *Это то, что нужно сделать, и это то, что мы делаем.*

Модератор: Как вы думаете, какими должны быть послевоенные Донбасс и Крым?

Л. Волков. Многое зависит от исхода боевых действий. *Наихудший сценарий для Украины — и для всего мира — заключается в том, что будет достигнуто прекращение огня, которое заморозит конфликт.* Затем Путин продолжил бы наращивать военный потенциал для еще более кровавого, безумного и бессмысленного реванша.

Мы надеемся, что этого не произойдет, потому что ко времени мирных переговоров российское общественное мнение должно отвернуться от Путина и он должен начать испытывать огромные проблемы, оставаясь у власти. Со сменой власти все должно стать намного проще. Как украинские территории, Крым и Донбасс должны быть восстановлены как таковые в течение переходного периода.

У нас не должно быть с этим проблем, поскольку это предусмотрено международным правом, а с 2014–2015 годов, когда быстрого пути решения проблемы просто не было, ситуация кардинально изменилась. Преступная и трагическая ошибка Путина 24 февраля облегчила ее решение. Послевоенное примирение, самоочищение России через национальное осмысление того, что произошло, что Путин сделал от нашего имени, приведет к осознанию того, что в результате аннексии Крыма была заложена бомба замедленного действия.

Г. Каспаров: Я полностью согласен, включая Севастополь, где в будущем больше не должно быть базы российского военно-морского флота, потому что 24 февраля все изменило. Должен быть технический переход, но любое новое российское правительство должно немедленно признать территориальную целостность Украины и организовать передачу этих территорий.

*Мы также не должны забывать о репарациях, которые будут огромными, согласно оценкам, проверенным международными организациями. Я также думаю, что мы будем обязаны выдать военных преступников, ответственных за чудовищные зверства, которые были совершены в Украине. Выстраивание новых отношений с Украиной будет очень тяжелым. Нам придется пройти через чистки, аналогичные тем, что проводились в Германии после 1945 года; другого пути для нас нет*³.

Таким образом, те кто питает иллюзии насчет «России прекрасного будущего», которое якобы наступит после прихода к власти либералов, желающих поражения собственной стране, должны ясно понимать: это будущее, помимо потери Россией юго-западных территорий и Черноморского флота, выплаты триллионных репараций, «выдачи военных преступников», предполагает массовые «чистки», которым будут подвергнуты миллионы

³ Leonid Volkov vs Garry Kasparov. Debate: The war in Ukraine, sanctions against Russia, the Russian opposition. 2022. 26, June. Moderator: Alexander Plushchev // Ab Imperio. 2022. № 2. С. 270–271. URL: <https://www.abimperio.net/cgi-bin/aishow.pl?idlang=2&state=shown&idnumb=181>. (Курсив мой. — Ю. Г.).

наших сограждан. Последний вопрос является принципиальным для Волкова и Каспарова. И вот почему. Дело в том, что эти «либерал-патриоты», которых многие наши пропагандисты, как и Зеленского, изображают в карикатурном виде, в действительности выстраивают свои программы и прогнозы на основе рекомендаций зарубежных и собственных аналитических служб, которые отчетливо видят проблемы, стоящие перед рвущейся к власти «внесистемной оппозицией». Главная из них: «Почему, невзирая на многолетнюю контрпропаганду «либеральной общественности», подавляющее большинство россиян поддерживают «фашистский», как они полагают, режим Путина?». И Каспаров, и Волков единодушны в том, что такая поддержка есть. Но она, по их мнению, не результат социальной и экономической политики президента и правительства РФ, а результат «запугивания», «политических репрессий» и «информационной войны», которую В. Путин «развязал против собственного народа». И дабы народ прозрел, необходимо «сделать санкции против России всеобъемлющими», чтобы, как считает Каспаров, «все россияне почувствовали их эффект»⁴.

Но особенно те, кто занимает значимые посты в военных, правоохранительных (ФСБ, МВД и др.), административных (федеральных, региональных и муниципальных), экономических, медийных и научно-образовательной сферах общественной жизни современной России. Для них (в количестве более 6000 чел., которые разбиты на 33 категории) вводятся персональные санкции. Этот список «команда Навального» передала в парламенты ЕС, США и Великобритании. Так что, когда мы узнаем, что Евросоюз или США, ввел персональные санкции против, например, философа Александра Дугина или певца Олега Газманова, надо понимать, что эти (и многие другие) далекие от политики люди оказались под санкциями именно с подачи либерал-патриотов. Это сделано затем, объясняют они, чтобы «расколоть путинскую элиту» и одновременно открыть окно в будущее тем, кто уже сейчас переметнется на их сторону. «Самое главное, — заявляет Волков, — у этих людей должен быть шанс освободиться от санкций при условии, что они каким-то образом оторвутся от Путина, тем самым ослабив его военную и административную машину...»⁵. А сделать это они смогут, когда совершат «дейтельное раскаивание». Не так, цитирую, как это сделал «Чубайс, который, поджав хвост, тихонько свалил с путинского корабля и теперь затаился и молчит. Это вообще никак не канает... Надо, чтобы ты путем каких-либо действий доказал, что ты раскаялся. Как сделала это, например, Марина Овсянникова, которая не просто выбежала с антивоенным плакатом, а записала видеобращение и дала много интервью. Вот это канает»⁶.

⁴ Leonid Volkov vs Garry Kasparov. Debate: The war in Ukraine, sanctions against Russia, the Russian opposition. 2022. 26, June. Moderator: Alexander Plushchev // Ab Imperio. 2022. № 2. С. 273. URL: <https://www.abimperio.net/cgi-bin/aishow.pl?idlang=2&state=shown&idnumb=181>.

⁵ Там же. С. 276.

⁶ Канал «Популярная политика». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=y2Yvg2Ucwcc> (курсив мой. — Ю. Г.).

Проповеди Волкова на канале «Популярная политика» изобилуют блатными словечками, просторечиями и жаргонизмами. Но суть в другом: расчет делается не просто на завоевание дешевой популярности, а на то, чтобы испугать обывателя, заставить его сбежать за границу. Причем военным, чиновникам и бизнесменам сбежать предлагается «не пустыми, а с архивом документов», где содержится негативный материал на власть, который они должны обнародовать. И тогда, «публично покаявшись» за свою страну, они смогут получить «паспорт хорошего русского», с которым затем можно будет вернуться в «Россию прекрасного будущего» и избежать люстраций. Последний вопрос заслуживает специального обсуждения.

ЛЮСТРАЦИЯ ПО-КАСПАРОВСКИ

Представим, Россия проиграла на Украине и власть в стране захватили либерал-патриоты. Что произойдет тогда? Наступит свобода и демократический рай? Ничего подобного. Страна, убежден Каспаров, должна будет пройти период «очистки», чтобы избавиться от «всех этих «корруппированных “горизонталей” и “вертикалей”». Весь судейский корпус России (т. е. 27 380 человек) должен быть заменен, а все госслужащие (прежде всего аппарат ФСБ, МВД), а также учителя и преподаватели высшей школы должны будут пройти процедуру люстрации (от *lat. lustratio* — «очищение посредством жертвоприношений») — практику законодательного ограничения их прав на занятие государственных и иных профессиональных должностей, в ходе реализации которой новой властью допускается и приветствуется нарушение конституционного права на неприкосновенность личной жизни. (Люстрация — публичное распространение любой информации о происхождении, деталях биографии, здоровье, родственниках, друзьях — всех, кто компрометирует попавших в люстрационные списки.)

Особенно активно практика люстраций заявила о себе в Европе в ходе денацификации послевоенной Германии, а также в процессе так называемой «декоммунизации» восточноевропейских (Венгрии, ГДР, Польши, Чехии и других) стран. И сразу была ознаменована громкими политическими скандалами. Так, в Чехии, например, где в 1991 г. был принят «Закон о незаконности коммунистического режима», началась сопровождавшаяся активным обсуждением в СМИ, перетряска архивов спецслужб. Нашли даже материалы допроса Вацлава Гавела, в результате которого сотрудник госбезопасности сделал вывод, что Гавела можно рассматривать как «возможного кандидата на сотрудничество». Президент Вацлав Гавел пытался наложить вето на продление Закона о декоммунизации до 2000 г. (его действие заканчивалось в 1996 г.), но парламент преодолел вето, и теперь он стал бессрочным.

В Польше, как и в Чехословакии, власть мирно перешла от коммунистов к оппозиции — профсоюзу «Солидарности». И правительство, образованное лидерами «Солидарности», гарантировало неприкосновенность бывшим коммунистам. Но часть активистов «Солидарности», недовольная распределением государственных постов, ожидаемо использовала

декоммунизацию в интересах собственной политической карьеры. После длительного периода политической борьбы, в ходе которой были оглашены списки лиц, сотрудничавших с прежним режимом, в 1997 г., несмотря на противодействие Леха Валенсы, был наконец принят «Закон о люстрации» для проверки достоверности заявлений высших должностных лиц об их предполагаемых связях с органами безопасности в коммунистический период. Все желающие поступить на госслужбу и кандидаты на парламентских выборах, прежде сотрудничавшие со спецслужбами, должны были покаяться публично и получить прощение. Те же, кто, по мнению властей, пытался скрыть свое прошлое, увольнялись, при этом сведения об их прошлом подвергались огласке.

Как и ожидалось, принятие закона привело к массовому доносительству. Самым известным из тех, кому пришлось подать в отставку, стал вице-премьер Януш Томашевский, бывший диссидент. Компрометирующие документы нашлись и на другого легендарного диссидента — Леха Валенсу, и на седьмого президента — бывшего коммуниста Квасьневского. Эти скандалы, правда, замяли. Но уже в 2004 г. от этого закона пострадал председатель польского сейма Юзеф Олекс — польский люстрационный суд постановил, что Олекс в 1970-е гг. сотрудничал с армейской разведкой, но скрыл это в своем люстрационном заявлении. 21 июля 2006 г. польский парламент принял законопроект, расширяющий действие прежнего закона о люстрациях (ранее касавшегося лишь министров, депутатов, сенаторов, судей и чиновников) и позволяющий без дополнительных расследований увольнять с работы бывших сотрудников или агентов органов госбезопасности ПНР. Он распространил действие существующего закона на глав администраций населенных пунктов, членов руководства фирм с государственным участием, ученых, работников университетов, директоров школ и журналистов. В СМИ был опубликован список бывших сотрудников и агентов госбезопасности, создаваемый на основе материалов фонда Института национальной памяти, которому передана значительная часть архивов органов госбезопасности ПНР.

Ситуация в Венгрии была не лучше. Там закон 1992 г. установил уголовную ответственность без срока давности для лиц, совершивших в декабре 1944 — мае 1990 г. «предательство Родины, вплоть до пожизненного заключения». При желании под эту формулировку можно было подвести любого участника советско-венгерского сотрудничества. Поэтому Конституционный суд, рассмотрев обращение президента А. Гёнца, признал этот закон неконституционным и квалифицировал первый этап люстрации (1992—1994) как «политическую месть». Не случайно многие специалисты определяют законы о люстрации как «законы мести». И практика их создания и применения в государствах Балтии, Грузии и Украине в последние годы свидетельствует об этом вполне убедительно.

Тем не менее, Каспаров и Волков, осведомленные обо всех негативных последствиях люстрации, предлагают использовать «опыт Грузии» и, подобно тому, как Саакашвили провел чистку МВД, *применить*

«переаттестацию» всех участвовавших в избирательных кампаниях школьных учителей. Результаты такой переаттестации предсказать несложно. Не трудно догадаться и для чего кроме политической мести замысливается люстрация: она нужна, чтобы освободить место эмигрировавшим из России. Констатируя, что процесс люстрации будет очень сложным, Г. Каспаров отмечает: «многие россияне, полезные для люстрационных замен, сейчас живут за границей. *Они составят ядро новой России, так сказать, Южной Кореи, по сравнению с Северной Кореей, которую строит Путин*» (курсив мой. — Ю. Г.). А всех остальных, кто остался со своей Родиной, а не дал деру за границу, ждут нелегкие времена: они будут чужими на том «празднике жизни», который собираются устроить в нашей стране либерал-патриоты. Особенно достанется тем, кого Каспаров и Волков называют «силовиками» и «бюджетниками-активистами».

«Л. Волков. Они никоим образом не составляют большинства ни по какому разумному счету. ... Согласно некоторым исследованиям, в том числе и нашим, *около 8–10 процентов составляют социальную базу режима из тех, кто активен*, с пеной у рта, готов подтасовывать результаты голосования, выполнять преступные приказы и в целом поддерживать все это. *Иметь с ними дело будет очень болезненно, несмотря на то что не идет речи об отправке их в концентрационные лагеря или расстрельных командах.* Это люди, которые морально дискредитированы и которым следует помешать принимать ключевые решения в построении России будущего.

Г. Каспаров. Я снова согласен; это не большинство. У меня нет точных цифр, но *10–12 миллионов кажутся разумными, включая семьи.* Глядя на структуру власти, я не думаю, что их даже миллионы, может быть, пара сотен тысяч. *Вот именно то ядро, которое должно быть заменено теми, кто ляжет в основу новой России»⁷.*

Эти прогнозы кажутся совершенно нелепыми на фоне того, что подавляющее большинство граждан России поддерживают спецоперацию на Украине и президента. На что же тогда рассчитывают либерал-эмигранты? Не только на ухудшение экономической ситуации в стране и возможную перемену общественного мнения, если война с режимом Зеленского не будет доведена до полной победы. Раздавая направо и налево интервью, они делают ставку на свои (и западные) интернет-ресурсы, способные объединить недовольных, а также на молодежную «пятую колонну», активно помогавшую либерал-оппозиции на выборах еще недавно. Вот что говорит об этом сам Волков:

«Однако оппозиционная политика — это не только митинги. Это люди, организации, горизонтальные связи, способность объединяться и интегрироваться. У меня огромный опыт управления подобными организациями, поэтому я хочу раскрыть небольшой секрет.

Давайте посмотрим на волонтеров, которые были с нами в 2013, 2015, 2017 годах. Каждый раз это были разные люди. Корпус активистов быстро меняется. Активисты могут перегорать; вы можете быть активистом

⁷ Leonid Volkov vs Garry Kasparov. Debate.

в течение короткого периода — если только вы не станете профессиональным политиком — до тех пор, пока у вас нет семьи и ипотеки, пока вы молоды и полны энергии. Итак, раз в два-три года наши активисты менялись, и мы всегда старались сделать следующую «волну» больше предыдущей.

Путин ошибочно думает, что с оппозиционной политикой покончено благодаря тому, что он вынудил эмигрировать несколько тысяч ярких и заметных людей урожая 2019–2021 годов. Потенциальные участники 2022–2023 годов, те, кто присоединился бы к нашей работе в качестве волонтеров и кандидатов на выборах, остались вне поля зрения, но они действительно существуют. Самая важная политическая задача — установить с ними контакт, вовлечь их в политику, научить их тому, что мы можем делать, и помочь им в самореализации»⁸.

Действительно, при попустительстве властей за годы (2017–2021) легальной работы в политическом и информационном пространстве РФ либеральной оппозиции удалось использовать на муниципальных, региональных и федеральных выборах несколько сот тысяч молодых «активистов» и «волонтеров». Но ошибочно думать, что многие из них были и остаются «либералами». Большинство школьников и студентов, которые принимали участие в предвыборных кампаниях Навального (а также других представителей «внесистемной оппозиции»), работали на эти структуры за деньги, которыми снабдили аппарат Навального их западные спонсоры. Поэтому называть этих ребят «волонтерами» — выдавать желаемое за действительное. Вместе с тем надо всерьез относиться к намерениям оппозиционеров «установить с ними контакт, вовлечь их в политику», исказить их «картину мира» мифами о России «прекрасного будущего», которое якобы наступит, как только они придут к власти.

ПОЛИЦЕНТРИЧНОСТЬ СОВРЕМЕННОГО МИРА

Как показывают дебаты между Волковым и Каспаровым, исповедующими принцип «коллективной ответственности всех тех, кто не выступил против режима», для многих миллионов российских граждан (участников спецоперации на Украине и многих военнослужащих, представителей судейского корпуса, сотрудников ФСБ, ФСО, Росгвардии, других правоохранительных органов, журналистов, учителей, преподавателей и научных работников) это обернется уголовными и политическими преследованиями, поражением в правах и запретом на профессию. А для российского государства — многомиллиардными репарациями, которые оно, помимо возврата территорий четырех новых субъектов РФ с населением почти восемь миллионов человек, должно будет выплатить Украине. Сама же Российская Федерация будет дезинтегрирована и превращена в «мягкое конфедеративное устройство».

Об этом откровенно было заявлено на состоявшемся 31 августа — 2 сентября 2022 г. в Вильнюсе очередном «Конгрессе свободной России», который

⁸ Leonid Volkov vs Garry Kasparov. Debate.

собрал довольно представительный состав либеральной русскоговорящей оппозиции: его почтили своим вниманием известный российский экономист В. Иноземцев, бывший заместитель министра финансов С. Алексашенко, М. Ходорковский, Л. Невзлин и, конечно, Каспаров. Последний вместе с Ходорковским 22 января 2023 г. в журнале *Foreign Affairs* опубликовал статью «*Don't Fear Putin's Demise*» («Не бойтесь смерти Путина»), где призвал Белый Дом не бояться хаоса, который может наступить после свержения путинского режима.

По его мнению, только победа Украины (в которой он не сомневается) может, наконец, положить конец российской империи, на смену которой должно прийти «мягкое конфедеративное устройство»: «Как говорил Катон Старший, Карфаген должен быть разрушен! И российская империя должна закончить свою бесславную историю». Эту фразу можно было бы оставить без комментария, списав на теоретическую некомпетентность политического оппозиционера. Но такого же мнения придерживаются и уважаемые представители русскоязычной философской общественности, выразившие свои взгляды на страницах сборника эссе «Перед лицом катастрофы», который в марте 2023 г. выпустило берлинское издательство LIT Verlag⁹. Как сообщает в предисловии профессор интеллектуальной истории Рурского университета (Бохум, Германия) Николай Плотников, по чьей инициативе было осуществлено это издание «русскоязычных интеллектуалов из России, Украины, стран Европы и США», оно, подобно знаменитым интеллектуальным манифестам: «Проблемы идеализма» (1902), «Вехи» (1909), «Из-под глыб» (1974), «Самосознание» (1976), являет собой не только акт публичного покаяния, но и попытку интеллектуального анализа «катастрофы» — причин агрессии путинского режима против Украины.

С покаянием, коллективной ответственностью и виной, необходимость испытать которые авторы адресовали не только себе, но и всему российскому народу, на мой взгляд, вышло неубедительно. «Как философ, не могу не признаться: моя боль лишь умножается от факта причастности к русскоязычному философствованию», — сетует уже тридцать лет проживающий в Швейцарии Михаил Маяцкий, чей вклад в «русскоязычное философствование» на исторической родине остался незамеченным.

И совсем не удалась собственно философская тема, которая ожидаемо свелась к постмодернистской аналитике — предложениям деконструкции понятийного аппарата, состав которого, якобы, не позволяет «увидеть контуры случившейся катастрофы». «Прежние понятия, — декларировал Плотников, — кажутся совершенно неуместными, все диагнозы и прогнозы не подтвердились. Чтобы снова наполнить смыслом понятия, следует подвергнуть их радикальной критике и отбросить все те, что отчетливо обнаружили свою интеллектуальную несостоятельность. Нужно демонтировать все исторические, политические и философские мифы — «традиционных

⁹ Перед лицом катастрофы. Сб. статей / под ред. и с предисл. Н. Плотникова. Berlin: Lit-Verlag, 2023. URL: https://www.lit-verlag.de/media/pdf/49/73/ab/9783643153173.pdf?fbclid=IwAR0Hq9HayLQYD3nmN40hqB3VxT_OU-1Q5Dmsv4NuAUZg9AKKEkaUNfMKCpw.

ценностей», «неограниченного суверенитета», «самобытности», «русской цивилизации», «империи», «Великой России» и еще десятков больших и малых мифов национального превосходства, ставших дискурсивным оправданием российской военной агрессии и породивших то сознание имперского высокомерия, что становится на наших глазах причиной ее неизбежного поражения»¹⁰.

Разумеется, с течением времени все понятия подвергаются корректировке. Но автор очевидно не видит, что предлагаемое им интеллектуальное действие являет собой инобытие проекта Просвещения, адепты которого полагали: стоит только найти правильные слова и вложить их в головы государей и народа, как тут же наступят искомые свобода, равенство и братство. Примерно на таком же методологическом фундаменте зиждется и знаменитая гипотеза Сепира — Уорфа, споры по поводу которой не утихают до сего дня. Ибо отношения между «словами», «понятиями» и «действительностью» (реальностью) взаимодетерминированы, а их содержание социокультурно обусловлено. Будучи введенными в языковые практики и научный оборот, они меняют свое содержание не по щелчку пальцев того или иного «теоретика», а гораздо более сложным естественно-историческим способом, продолжая сохранять первоначальные смыслы в силу их объяснительного потенциала и социально-исторической значимости для миллионов людей. Для них слова и понятия «великая Россия», «Отечественная война», «российская империя», «русский мир» и другие подобные являются не политическим мифами, а реальностью — теми самыми «традиционными ценностями», от которых предлагают избавиться интеллектуальные эмигранты.

В этой связи особенно любопытно выглядит текст интервью профессора НИУ ВШЭ Александра Доброхотова, рассуждения которого выпали из общего постмодернистского направления сборника. В силу своей специализации уважаемый профессор не стал заниматься жонглированием новомодными словечками, а начал оперировать «устаревшими» категориями античной философии: «добро» и «зло», «истина» и «ложь», «закон» и «право». Он признал их «абсолютными ценностями», «ключевыми понятиями разума», которые надо использовать, обсуждая вопрос о сегодняшней войне России с Украиной. «У меня нет никакого сомнения, что с 24 февраля началась «новая мировая эпоха», которая заставит переписать все, включая глобальное устройство мира. И наше (философов) место тут в том, чтобы сказать, есть ли вещи, за которые нужно воевать, а в конечном счете и убивать, или это ни при каких обстоятельствах невозможно. Чтобы ответить на этот вопрос — один среди многих серьезных вопросов сегодня — нужно, например, прояснить, что такое право. Ведь право — это еще и обязанность защитить свободу. И здесь альтернатив нет: или я защищаю жертву агрессии, или я становлюсь соучастником и союзником агрессора. Третьего в таких

¹⁰ Перед лицом катастрофы. Сб. статей / под ред. и с предисл. Н. Плотникова. Berlin: Lit-Verlag, 2023. С. 5. URL: https://www.lit-verlag.de/media/pdf/49/73/ab/9783643153173.pdf?fbclid=IwAR0Hq9HayLQYD3nmN4OhqB3VxT_OU-1Q5Dmsv4NuAUZg9AKKEkaUHfMKCpw.

ситуациях быть не может. Поэтому либо мы демонтируем понятия «права», «свобода», «личность» — что сейчас с успехом и происходит, либо *мы признаем, что есть ситуации, где прямой обязанностью является справедливая война.*

Мы, конечно, можем от нее уклониться, но тогда мы сразу выпадаем из сообщества разумных и свободных людей. И даже не только людей — любых разумных существ («als vernünftiges Wesen», как говорил Кант) в любых мирах. Даже перед марсианами будет стыдно. *Стало быть, в некоторых ситуациях война необходима»¹¹.*

Ключевым моментом современных споров, разделивших миллионы русскоговорящих людей в России и за ее пределами, является вопрос о «справедливости» той, вынужденной, войны, которую сейчас ведут сотни тысяч наших бойцов на полях Украины и миллионы тружеников тыла против режима Зеленского и коллективного Запада. Я категорически не согласен с теми, кто уже сейчас предрекает поражение собственной стране, выставляет ей баллы на шкале «современности», суля провал в «деспотическую Москву»¹². «Россия — не современная страна!». Этот тезис, как мантру, повторяют почти все либерал-патриоты. (В частности, этой позиции придерживается уже давно обосновавшийся в США, бывший в 2000–2005 гг. советник по экономике президента РФ А. Илларионов, в настоящее время сменивший должность старшего научного сотрудника Центра глобальной свободы и процветания Института Катона в Вашингтоне на должность научного сотрудника Центра политики безопасности США. Как и другой известный экономист Владислав Иноземцев, Илларионов постоянный гость украинских телеканалов, где «научно обосновывает» неизбежное поражение России.)

Но он исторически и по существу ошибочен. История России, как я неоднократно писал, это история страны «переплетенных модернов», история страны-цивилизации, которую ошибочно трактовать на основе умозрительной гипотезы о бесконечных заимствованиях (рецепциях) Россией политических форм жизни и технологических достижений Запада¹³.

Интерпретация истории России с позиций масштабных культурных и технологических рецепций — теоретическое упрощение реального взаимодействия страны с окружающим ее миром государств различной цивилизационной принадлежности. Оно представляло собой сложный процесс взаимовлияния отечественных политических и социокультурных традиций с образцами иностранных форм жизни, в ходе которого и те, и другие менялись, причем довольно существенно. Поэтому историю царской, советской и нынешней России никак нельзя свести к культурному и социально-

¹¹ Перед лицом катастрофы. Сб. статей / под ред. и с предисл. Н. Плотникова. Berlin: Lit-Verlag, 2023. С. 152. URL: https://www.lit-verlag.de/media/pdf/49/73/ab/9783643153173.pdf?fbclid=IwAR0Hq9HayLQYD3nmN4OhqB3VxT_OU-1Q5Dmsv4NuAUZg9AKKEkaUHfMKSpw. (Курсив мой. — Ю. Г.).

¹² Абалов А., Иноземцев В. Бесконечная империя. Россия в поисках себя. М.: Альпина Паблишер, 2021; Иноземцев В. Л. Несовременная страна. Россия в мире 21 века. М.: Альпина Диджитал, 2018.

¹³ Гранин Ю. Д. Бесконечная имперскость России. Цивилизационное измерение // Вопросы философии. 2022. № 9.

политическому иждивенчеству. Тем более не следует сбрасывать Россию с корабля современности.

Современность никогда не была единственной и однородной. А сбои и неудачи многих наших «модернизаций» объясняются дефектностью не имперской политической формы самой по себе, а представлений о ней некоторых аналитиков, в свою очередь оказывающихся либо результатом незнания и некомпетентности, либо идеологического диктата спорных социологических концепций¹⁴. Последние оказываются предпосланными научному исследованию теми «идолами разума», которые выпадают из поля критической рефлексии. Один из таких идолов — широко распространенная вера в эффективность политических форм и социальных институтов самих по себе, в частности, убежденность в том, что экономический рост тем выше, чем больше в стране демократии и либерализма. Но история неоднократно свидетельствовала об обратном.

Опыт Индии, Китая, Сингапура да и РФ говорит о том, что экономические успехи жестко не детерминированы политическими формами жизни, а эти последние не являются универсальными отмычками, открывающими лишь одну дверь в единственное для всех — и будто бы общечеловеческое — будущее: западную современность. Чтобы попасть туда, государствам и народам иной цивилизационной принадлежности надо, утратив собственную идентичность, «вестернизироваться». Ограниченность такой теоретической оптики очевидна.

История человечества никогда не была улицей с односторонним движением, а центры мирового развития менялись неоднократно. Сейчас они вновь смещаются в Азию, а мировая динамика последних лет оптимизма не добавляет. Напряженность между «историческим опытом» и «горизонтом ожиданий» участников исторического процесса нарастает. В последние годы это стало особенно очевидным. Человечество вступило в эпоху неуправляемого и дефицитного Мира, передел которого уже начался. В этих условиях призывы к слову «цивилизационной матрицы» России как источника ее «несовременности», к поражению нашей страны, которое, якобы, откроет окно в светлое будущее, категорически неприемлемы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абалов А., Иноземцев В. Бесконечная империя. Россия в поисках себя. М.: Альпина Паблишер, 2021.
2. БЕЛСАТ-ТВ. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=IIcXZ3hA4Lw>.
3. Гранин Ю. Д. Бесконечная имперскость России. Цивилизационное измерение // Вопросы философии. 2022. № 9. С. 76–86.
4. Гранин Ю. Д. Имперский характер России: исторический тупик или «окно возможностей»? // Журналист. Социальные коммуникации. 2022. № 2, 3.

¹⁴ Гранин Ю. Д. Имперский характер России: исторический тупик или «окно возможностей»? // Журналист. Социальные коммуникации. 2022. № 2, 3.

5. *Иноземцев В. Л.* Несовременная страна. Россия в мире 21 века. М.: Альпина Диджитал, 2018.
6. *Иноземцев В. Л.* Интервью каналу UKR LIEF tv. 11 октября 2022 г. URL: https://www.youtube.com/watch?v=aYBgaL58_rc.
7. Канал «Популярная политика». URL: <https://www.youtube.com/watch?v=y2Yvg2Ucwcc>.
8. Сайт Алексея Навального. URL: <https://2018.navalny.com/>.
9. *Leonid Volkov vs Garry Kasparov.* Debate: The war in Ukraine, sanctions against Russia, the Russian opposition. 2022. 26, June. Moderator: Alexander Plushchev // Ab Imperio. 2022. № 2. С. 267–287. URL: <https://www.abimperio.net/cgi-bin/aishow.pl?idlang=2&state=shown&idnumb=181>.
10. Перед лицом катастрофы: сб. статей / под ред. и с предисл. Н. Плотникова. Berlin: Lit-Verlag, 2023. URL: https://www.lit-verlag.de/media/pdf/49/73/ab/9783643153173.pdf?fbclid=IwAR0Hq9HayLQYD3nmN4OhqB3VxT_OU-1Q5Dmsv4NuAUZg9AKKEkaUHfMKCp (дата обращения: 19.03.2023).

Поступила в редакцию 12 июня 2023 г.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Публичное распространение любой информации о происхождении, деталях биографии, здоровье, родственниках, друзьях — всех, кто компрометирует попавших в люстрационные списки.
2. Участников спецоперации на Украине и многих военнослужащих, судейского корпуса, сотрудников ФСБ, ФСО, Росгвардии, других правоохранительных органов, журналистов, учителей, преподавателей и научных работников.
3. В частности, этой позиции придерживается уже давно обосновавшийся в США, бывший (2000–2005) советник по экономике президента РФ Андрей Илларионов, в настоящее время сменивший должность старшего научного сотрудника Центра глобальной свободы и процветания Института Катона в Вашингтоне на должность научного сотрудника Центра политики безопасности США. Как и другой известный экономист Владислав Иноземцев, Илларионов постоянный гость украинских телеканалов, где «научно обосновывает» неизбежное поражение России.

УДК 070(091)

Р. П. ТАМАЗАНОВА,

кандидат филологических наук, доцент,
филиал ФГБОУ ВО «Мурманский арктиче-
ский государственный университет»;
Россия, г. Апатиты.
e-mail: tamazanova@mail.ru

ИЛЬЯ ДОБРОЛОВСКИЙ — РЕДАКТОР «ВЕСТНИКА АЗИИ»

Аннотация. В данной статье рассматривается биография Ильи Амвлиховича Доброловского и его вклад в развитие журнала «Вестник Азии». В работе дается описание и самого издания. В частности, обосновывается, что данный журнал являлся результатом научно-исследовательской деятельности Общества русских ориенталистов и представлял собой первый опыт научной востоковедческой периодики в Северной Маньчжурии. Редакторами журнала были Н. К. Новиков, А. П. Болобан, М. А. Полумордвинов, Н. П. Мацокин, П. М. Гладкий, П. В. Шкуркин, однако первым и самым выдающимся редактором, во многом определившим политику дальнейшего развития был именно Доброловский. Выполненный литературный обзор и контент-анализ показали, что благодаря вкладу И. А. Доброловского издание отличалось одним из наиболее многочисленных тиражей на территории Дальнего Востока, и ряд экспертов присваивали изданию статус наиболее осведомленного и информированного в области дел и процессов Японии и Китая среди других русскоязычных печатных изданий. Работа И. А. Доброловского в «Вестнике Азии» закончилась в 1920 г., когда его пригласили на должность редактора журнала «Экономический вестник Маньчжурии». В 1922 г. выпуск «Вестника Азии» был посвящен труду и работе первого редактора.

Ключевые слова: редактор, «Вестник Азии», Общество русских ориенталистов, газета, журнал.

R. P. TAMAZANOVA,

Assistant Professor, Candidate of Philological Sciences,
branch of FGBOU HE «Murmansk Arctic State University»;
Russia, Apatity city.
e-mail: tamazanova@mail.ru

ILYA DOBROLOVSKII — EDITOR OF HERALD OF ASIA

Abstract. This article discusses the biography of Ilya Amvlikhovich Dobrolovskiy and his contribution to the development of the journal «Herald of Asia». The paper also presents a description and development of the publication itself. In particular, it was revealed that this journal was the result of the research

activities of the Society of Russian Orientalists and was the first experience of scientific oriental periodicals in Northern Manchuria. The editors of the journal were N. K. Novikov, A. P. Boloban, M. A. Polumordvinov, N. P. Matsokin, P. M. Smooth, P. V. Shkurkin, however, the first and most prominent editor who largely determined the policy of further development was precisely Ilya Amvlikhovich. The performed literature review and content analysis showed that thanks to the contribution of I. A. Dobrolovsky's publication was distinguished by one of the most numerous circulations in the Far East, and a number of experts assigned the publication the status of the most knowledgeable and informed in the field of affairs and processes in Japan and China among other Russian-language publications. The work of I. A. Dobrolovskiy in Vestnik Asia ended in 1920, when he was invited to the post of editor of the journal Economic Bulletin of Manchuria. In 1922, the issue of Vestnik Asia was dedicated to the work and work of the first editor.

Keywords: *editor, Herald of Asia, Society of Russian orientalists, newspaper, magazine.*

Отношения между Китаем и Россией восходят к XVII веку, когда династия Цин пыталась изгнать русских поселенцев из Маньчжурии, что закончилось подписанием Нерчинского мира. Российская империя укрепила свой контроль над Дальним Востоком России в XIX веке, после аннексии части китайской Маньчжурии (1858–1860). Именно с тех времен отмечается повышенный интерес российских исследователей к региону Маньчжурии.

Результатом такого интереса, а также следствием укрепления данного региона стало создание Общества русских ориенталистов (ОРО) 21 июня (5 июля) 1908 г. в Харбине (китайский город, в котором до сих пор сохранилось большое количество русских зданий, среди них Софийский собор). Первоначальным названием данной организации было «Общество востоковедов».

Необходимо отметить, что основанием для открытия «Общества востоковедов» был указ императора Николая II 1910 г. «Об утверждении устава «Общества русских ориенталистов» в Петербурге»¹. Согласно данному приказу были учреждены три секции общества:

1. секция Дальнего Востока;
2. секция Среднего Востока;
3. секция Ближнего Востока.

Также в 1910 г. был подписан Указ Николая II, согласно которому из бюджета были выделены средства на возведение зданий для Общества русских ориенталистов в Харбине. Данные указы можно считать отправной точкой для развития ориентологии на территории Китая и стимулом к дальнейшему развитию «Вестника Азии».

Организация была основана коммерческими агентами, чиновниками, представителями администрации и деятелями культуры региона, которые на тот момент представляли собой срез интеллигенции. В частности, это были:

¹ Хисамутдинов А. А. Российская эмиграция в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Южной Америке. Библиографический словарь. Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 2000.

- П. С. Тищенко — глава города Харбин;
- А. П. Болобан — коммерческий агент и представитель Китайско-Восточной железной дороги;
- А. В. Спицын — редактор газеты «Юань-дун-бао»;
- А. И. Доброловский — помощник редактора газеты «Юань-дун-бао»;
- А. Н. Петров — чиновник.

Устав организации был утверждён в январе или, по старому календарю, в феврале 1910 года². Согласно утверждённому уставу, членами организации могли быть лица, которые соответствовали двум критериям:

- наличие образования востоковедческого профиля;
- наличие трудов, посвященных государствам Азии, их культуре, политике, экономике³.

На момент основания описываемая организация ставила перед собой ряд целей и задач, от которых не отходила в течение всего своего существования:

- изучение государств Средней и Восточной Азии в самых различных аспектах;
- оказание всех возможных усилий для выстраивания взаимовыгодных партнерских отношений между данными государствами и Россией;
- поддержка членами организации друг друга в самых различных аспектах, в том числе материально и духовно.

Журнал «Вестник Азии» стал итоговым результатом деятельности рассматриваемой организации. Он представляет собой ценный опыт и образец периодического издания востоковедческого профиля, выпускавшегося на территории Северной Маньчжурии.

Журнал издавался 14 лет; это один из наиболее продолжительных в истории российской периодической печати Харбина изданий. Данный журнал является и наиболее ранним на территории Маньчжурии вообще и города Харбина в частности.

Журнал «Вестник Азии» распространялся по подписке и в розницу, а также члены ОРО бесплатно рассылали «Вестник Азии» организациям, у которых не было средств на его приобретение⁴.

Периодичность выхода журнала была непостоянной:

- в 1909–1912 гг. вышли 12 номеров;
- в 1913–1914 гг. увидели свет 20 номеров «Вестника Азии», по 10 номеров в год;
- с 1915 г. по 1919 г. журнал выходил по четыре выпуска ежегодно⁵.

Необходимо отметить, что в 1917–1919 гг. условия для издания журнала были исключительно тяжелыми. В 1919–1921 гг. журнал временно

² Хисамутдинов А. А. Указ. соч.

³ Таскина Е. П. Неизвестный Харбин. М.: Прометей, 1994.

⁴ Мелихов Г. В. Российская эмиграция в Китае (1917–1924 гг.). М.: Издательский центр Института российской истории РАН, 1997.

⁵ Тюнин М. С. Указатель периодических и повременных изданий, выходивших в г. Харбине на русском и других европейских языках по 1 января 1927 г. Вып. 1. Харбин, 1927.

прекратил выходить, что было напрямую связано с финансовыми проблемами вследствие процессов, протекающих в политической и экономической жизни государства.

В 1922 г. издание «Вестник Азии» было возобновлено благодаря субсидиям Правления Китайско-Восточной железной дорог⁶. В последующие годы было выпущено ещё шесть номеров.

Особого внимания среди выпусков журнала заслуживают публикации Русско-китайского словаря юридических, международных, экономических, политических и других терминов⁷, который был издан в 54-м номере журнала за 1927 г. и Новейшего китайско-русского словаря⁸ в 55-м номере в 1928 г. (автор обоих А. П. Хионин). Словари стали ценными трудами, которые существенно помогли исследователям того времени и дали возможность закрыть ряд спорных вопросов, связанных с употреблением тех или иных слов, вызывавших дискуссии. Однако после публикации Новейшего китайско-русского словаря журнал больше не издавался.

На основании выполненного систематизированного литературного обзора и контент-анализа была составлена таблица, в которой представлены редакторы журнала с первого по 53-й выпуск (1909–1925)⁹.

Редакторы журнала «Вестник Азии»

№ п/п	ФИО редактора	Годы работы	Номера журнала
1	И. А. Доброловский	1909–1910	1, 2, 3, 4
2	Н. К. Новиков	1910–1911	5, 6, 7
3	А. П. Болобан	1911	8, 9, 10
4	М. А. Полумордвинов	1912	11, 12
		1913–1914	19, 20, 21, 22, 23, 24
5	Н. П. Мацокин	1913	13, 14, 15, 16, 17, 18
6	П. М. Гладкий	1914–1915	25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36
7	П. В. Шкуркин	1916–1917	37, 38, 39, 40, 41, 42, 43
8	Группа редакторов: И. Г. Баранов, Н. Л. Гондатти, П. В. Шкуркин	1922	48
9	Группа редакторов: Н. П. Автономов, И. Г. Баранов, Н. Л. Гондатти и П. В. Шкуркин	1922	49, 50
10	Группа редакторов: Н. П. Автономов, И. Г. Баранов, Н. Л. Гондатти	1923	51

⁶ Мелихов Г. В. Российская эмиграция в Китае (1917–1924 гг.).

⁷ От редакции // Вестник Азии. 1909. № 1 (Июль). С. I–II.

⁸ Хисамутдинов А. А. Российская периодическая печать в Харбине // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2016. № 2 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-periodicheskaya-pechat-v-harbine> (дата обращения: 30.05.2023).

⁹ Тюнин М. С. Указ. соч.

11	Группа редакторов: Н. П. Автономов, И. Г. Баранов, Н. Л. Гондатти, А. П. Хионин	1924	52
12	Группа редакторов: Н. П. Автономов, Н. К. Новиков, А. П. Хионин, П. В. Шкуркин	1925	53

Дольше всех на посту редактора проработал Илья Амвлихович Доброловский. А больше всего выпусков журнала было опубликовано под редакторством П. М. Гладкого, который занимал должность редактора в 1914–1915 гг. Стоит отметить, что все редакторы трудились на общественных началах, продолжая работать по месту основной службы¹⁰.

Первым редактором журнала был Илья Амвлихович Доброловский. В своих работах он писал о «Вестнике Азии»: «Редакция журнала не обольщает себя радужными надеждами на активное сочувствие широких слоёв русского общества. Слишком велико ещё равнодушие так называемой широкой публики не только к более или менее отвлечённым проблемам жизни Востока, глубоко интересным для всякого пытливого ума, но и к вопросам, затрагивающим повседневные интересы практического общения с ним. Даже более того, молодому Обществу русских ориенталистов с самого момента своего рождения пришлось считаться с недружелюбным к нему отношением и отрицательным взглядом на возможность практических результатов его деятельности в силу отрицания востоковедения как цикла специальных знаний о Востоке, имеющих право на самостоятельное существование и развитие»¹¹.

Илья Амвлихович Доброловский родился в 1877 г. на территории Подольской губернии. Его отец был священником, и Доброловский вначале пошел по его стопам — закончил духовную семинарию. Затем решил стать сельским учителем, но недолго проработал в этой должности. Его всегда интересовали страны Востока, их уклады, история, культура. Поэтому при появлении возможности Доброловский отправился на Дальний Восток. Главная цель столь сложного на тот момент путешествия заключалась в изучении территории, составлении общей картины и представления о ней. Это были основные мотивы, которые привели его на китайско-маньчжурское отделение Восточного института, на котором он в последующем освоил маньчжурский и китайский языки.

Когда Илья Амвлихович уже заканчивал университет, началась русско-японская война. Так как он знал маньчжурский и китайский языки, его направили в штаб третьего корпуса, где он стал переводчиком¹². Затем его перевели в управление военного комиссара провинции Цицикаре.

Во время русско-китайской войны Доброловский, будучи на государственной службе, побывал на множестве маньчжурских территорий, где

¹⁰ Тюнин М. С. Указ. соч.

¹¹ От редакции // Вестник Азии. 1909. № 1 (Июль). С. I–II; Хисамутдинов А. А. Российская периодическая печать в Харбине.

¹² Ивашкевич Б. А. Писатели, ученые и журналисты на Дальнем Востоке: за 1918–1922 гг. Владивосток: Типо-литография товарищества изд. «Свободная Россия», 1922.

собирали материалы о данном регионе. В последующем собранные материалы легли в основу его печатных трудов. Позже он самостоятельно посетил территории низовья Сунгари, куда направился с целью изучения гольдов. На основании полученных данных и ценных культурных образцов, собранных в этих местностях, Илья Амвлихович издал брошюру «О транскрипции китайских названий в Маньчжурии»¹³.

После окончания русско-японской войны Илья Амвлихович, закончив учебу и получив диплом, решил остаться в Харбине и продолжить изучение данного региона.

В те годы Российская империя имела особые интересы на территории Дальнего Востока. В частности, совершались попытки установления сотрудничества с китайскими территориями. Для этого необходимо было повышать осведомленность чиновников и представителей государственного аппарата относительно политического и экономического положения на Дальнем Востоке¹⁴. С этой целью Доброловский часто посещал Санкт-Петербург, где читал доклады.

Свой первый доклад «Внеземельность и общественное управление иностранных поселений в Китае»¹⁵ Илья Амвлихович прочитал в 1909 г. Необходимо отметить, что доклады и другие ценные материалы, которые были оглашены и обсуждены на заседаниях созданного Общества, публиковались в «Вестнике Азии».

В Харбине Илья Доброловский и Александр Спицын (также выпускник Восточного института) организовали издание русских газет на китайском языке¹⁶. С этого времени начинается активная работа Ильи Амвлиховича как журналиста, публициста и общественного деятеля.

В марте 1906 г. вышла в свет официозная газета «Юань-дун-бао» («Дальневосточная газета») на китайском языке, в которой И. А. Доброловский занимал сначала должность помощника редактора, а с 1909 г. и до 1916 г. был редактором газеты¹⁷. По воспоминаниям Г. В. Мелихова, «на плечи Ильи Амвлиховича легла самая основная часть работы по изданию этой ежедневной газеты. К тому же для китайцев — сотрудников газеты — редакция регулярно устраивала собеседования и семинары на политико-экономические темы, где лектором обычно выступал И. А. Доброловский. Это способствовало большой его популярности среди китайского населения»¹⁸.

Главное целью газеты была популяризация знаний о России на территории Китая и о Китае на территории России. На восьми полосах газеты, выходившей тиражом свыше трех тысяч экземпляров, печатали статьи о политике, экономике, культуре, литературе и языке двух стран. «Юань-

¹³ Павловская М. А. Харбинская ветвь российского востоковедения, начало XX в. — 1945 г.: дис. ... канд. ист. наук. Владивосток, 1999.

¹⁴ Ивашкевич Б. А. Указ. соч.

¹⁵ Хисамутдинов А. А. По странам рассеяния: монография: В 2 ч. Ч. 1: Русские в Китае. Владивосток, Изд-во ВГУЭС, 2000.

¹⁶ Хисамутдинов А. А. По странам рассеяния.

¹⁷ Скачков П. Е. Очерки истории русского китаеведения. М.: Наука, 1977.

¹⁸ Мелихов Г. В. Маньчжурия далёкая и близкая. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1991.

дун-бао» быстро завоевала авторитет среди своих читателей как достоверный источник актуальной информации.

В последующем А. В. Спицын и И. А. Доброловский получили награды от правительства Китая за «выдающиеся заслуги газеты в деле сближения Китая и России на почве культурно-экономического взаимодействия»¹⁹.

После этого Илья Амвлихович сделал упор на журналистскую деятельность, много публиковался и принимал активное участие в общественной жизни региона. В частности, его выбрали членом городского совета. Также он состоял в президиуме сразу нескольких обществ: русско-японского, китайского и иных²⁰.

Во время своего пребывания в Харбине Илья Амвлихович сосредоточился на культурной деятельности и многое делал для достижения целей просвещения. Именно он выступал с предложением ввести в школьную программу иностранные языки, английский и китайский. После его смерти был найден незаконченный учебник китайского языка для русскоговорящих школьников.

Необходимо отметить, что Доброловский с самого начала принимал активное участие в организации, становлении и развитии Общества русских ориенталистов²¹. Сначала он выполнял обязанности секретаря, затем вице-председателя, а в 1915 г., благодаря огромному вкладу и усилиям, которые Илья Амвлихович посвятил развитию общества, стал его председателем.

В своих трудах Илья Амвлихович концентрировался на проблемах развития Китая и Маньчжурии, вопросах экономики, культуры, политики, социальной ситуации данных регионов. В «Вестнике Азии» он опубликовал следующие работы:²²

- «Открытие в Пекине первой сессии Конституционной палаты»;
- «Юань Ши-кай и его путь к трону»;
- «Из жизни одной китайской фамилии»;
- «О русской транскрипции местных географических названий» и др.

Первая мировая война внесла серьезные коррективы в реализацию научно-исследовательской деятельности по всему миру, в том числе и в деятельность организованного в Харбине общества. Большая часть членов были вынуждены приостановить или прекратить научную деятельность по ряду причин. Илья Амвлихович начал сотрудничать с многими русскими газетами, которые выпускались на территории Дальнего Востока, однако теперь он концентрировался на политических вопросах.

Газета «Харбинский вестник» как печатный орган Коммерческой части Китайско-Восточной железной дороги начала выходить в 1903 г. Периодическое издание было посвящено политике, экономике, культуре и интересам профессиональной и трудовой жизни. Данное издание считают прароди-

¹⁹ Мелихов Г. В. Российская эмиграция в Китае (1917–1924 гг.).

²⁰ Ивашкевич Б. А. Писатели, ученые и журналисты на Дальнем Востоке: за 1918–1922 гг. / Владивосток: Типолиитография товарищества изд. «Свободная Россия», 1922.

²¹ Баранов И. Г. Илья Амвлихович Доброловский: (Некролог) // Вестник Азии. 1922. № 48, вып. I. С. 3–4.

²² Баранов И. Г. Указ. соч.

телем «Вестника Азии», именно здесь И. А. Доброловский реализовывал ряд своих прорывных идей, направленных на совершенствование русско-китайской публицистики и повышение уровня осведомленности русскоязычного населения об азиатских, в частности китайских, территориях.

На основании выполненного систематизированного литературного обзора и контент-анализа представляется возможным составить хронологию наиболее значимых дат в истории газеты «Харбинский вестник»:

- И. А. Доброловский возглавил редакцию газеты «Харбинский вестник» 13 апреля 1917 г.;
- в 1917 г. издание получило название «Железнодорожник»;
- в 1918 г. издание получило новое название «Вестник Маньчжурии»;
- в 1920 г. газета прекратила функционирование, так как Доброловский погиб²³.

«Вестник Азии» и «Вестник Маньчжурии» нельзя называть конкурирующими или борющимися за внимание аудитории изданиями. В «Вестнике Азии» писали о «Вестнике Маньчжурии»: «... страницы при редакторе-ориенталисте всегда были предоставлены для освещения всех вопросов, касающихся изучения Востока. Благодаря энергии Ильи Амвлиховича газета эта, как известно, имела среди местных газет самый большой тираж на Дальнем Востоке, а по осведомленности в делах Китая и Японии считалась лучшей из русских повременных органов печати»²⁴.

В 1920 г. Илья Амвлихович был приглашен в «Экономический вестник Маньчжурии»²⁵ на пост главного редактора. В этот же год он застрелился и был похоронен в Харбине. Причины поступка неизвестны до сих пор²⁶.

В 1922 г. был издан специальный выпуск «Вестника Азии», посвященный памяти Доброловского.

«В обыденной жизни это был человек кристальной честности, порядочности, отзывчивости и корректности. Он охотно делился с людьми и копеечкой, и добрым советом, и в товарищеской среде был всегда желанным товарищем»²⁷.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баранов И. Г. Илья Амвлихович Доброловский: (Некролог) // Вестник Азии. 1922. № 48. Вып. 1.
2. Доброловский И. А. Внеземельность иностранцев в Китае // Вестник Азии. 1909, № 1, Июль. С. 136–188.
3. Доброловский И. А. Открытие в Пекине первой сессии Конституционной палаты // Вестник Азии. 1910. № 6. С. 59–67.

²³ Хисамутдинов А. А. Российская периодическая печать в Харбине; Мелихов Г. В. Маньчжурия далёкая и близкая.

²⁴ Баранов И. Г. Илья Амвлихович Доброловский: (Некролог) // Вестник Азии. 1922. № 48. Вып. 1. С. 3–4.

²⁵ Павловская М. А. Указ. соч.

²⁶ Хисамутдинов А. А. Российская периодическая печать в Харбине. Незабываемые могилы: Российское зарубежье: некрологи 1917–1997: В 6 т. Т. 2. Г-3 / Рос. гос. б-ка; Сост. В. Н. Чуваков; под ред. Е. В. Макаревич. М., 1999.

²⁷ Незабываемые могилы: Российское зарубежье: некрологи 1917–1997: В 6 т. Т. 2. Г-3 / Рос. гос. б-ка; сост. В. Н. Чуваков; под ред. Е. В. Макаревич. М., 1999.

4. *Доброловский И. А.* Юань Ши-кай и его путь к трону // Вестник Азии. 1922. № 48. С. 6–28.
5. *Доброловский И. А.* Из жизни одной китайской фамилии // Вестник Азии. 1922. № 48. С. 42–43.
6. *Доброловский И. А.* О русской транскрипции местных географических названий // Вестник Азии. 1922. № 48. С. 54–56.
7. *Ивашкевич Б. А.* Писатели, ученые и журналисты на Дальнем Востоке: за 1918–1922 гг. Владивосток: Типолитография товарищества изд. «Свободная Россия», 1922.
8. *Мелихов Г. В.* Российская эмиграция в Китае (1917–1924 гг.). М.: Издательский центр Института российской истории РАН, 1997.
9. *Мелихов Г. В.* Маньчжурия далёкая и близкая. М.: Главная редакция восточной литературы издательства «Наука», 1991.
10. *Незабытые могилы: Российское зарубежье: некрологи 1917–1997: В 6 т. Т. 2. Г-3 / Рос. гос. б-ка; сост. В. Н. Чуваков; под ред. Е. В. Макаревич. М., 1999.*
11. От редакции // Вестник Азии. 1909. № 1 (Июль). С. I–II.
12. *Павловская М. А.* Харбинская ветвь российского востоковедения, начало XX в. – 1945 г.: дис. ... канд. ист. наук. Владивосток, 1999.
13. *Скачков П. Е.* Очерки истории русского китаеведения. М.: Наука, 1977.
14. *Таскина Е. П.* Неизвестный Харбин. М.: Прометей, 1994.
15. *Тюнин М. С.* Указатель периодических и повременных изданий, выходивших в г. Харбине на русском и других европейских языках по 1 января 1927 г. Вып. 1. Харбин, 1927.
16. *Хисамутдинов А. А.* Российская периодическая печать в Харбине // Ойкумена. Регионоведческие исследования. 2016. № 2 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rossiyskaya-periodicheskaya-pechat-v-harbine> (дата обращения: 30.05.2023).
17. *Хисамутдинов А. А.* По странам рассеяния: монография: В 2 ч. Ч.1: Русские в Китае. Владивосток, Изд-во ВГУЭС, 2000.
18. *Хисамутдинов А. А.* Российская эмиграция в Азиатско-Тихоокеанском регионе и Южной Америке. Библиографический словарь. Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 2000.

Поступила в редакцию 14 июня 2023 г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Академия медиаиндустрии»

Программа курса
повышения квалификации
сотрудников пресс-служб и PR-отделов

РАБОТА ПРЕСС-СЛУЖБЫ
В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

(курс — 72 часа)

Автор А. В. Рубас, кандидат филологических наук,
доцент кафедры печати и новых медиа

Москва 2023

Federal State Budgetary Educational Institution
of Additional Professional Education
«Academy of Media Industry»

The program of the advanced training course
for employees of press services and PR departments

THE WORK OF THE PRESS SERVICE IN THE ERA OF DIGITAL TRANSFORMATION

(Course — 72 hours)

Author A. V. Rubas, Candidate of Philological Sciences, Associate
Professor of the Department of Press and New Media

УНИКАЛЬНОСТЬ ПРОГРАММЫ

Программу характеризуют комплексность и сочетание актуальных теоретических и практических подходов к работе пресс-служб государственных организаций и коммерческих компаний в период развития массовой цифровизации и медиакommunikаций.

Программа адресуется пресс-секретарям, руководителям и сотрудникам пресс-служб, руководителям PR-отделов, PR-менеджерам. Большая часть программы включает в себя практическое применение современных информационных сервисов, PR-трендов и инструментов в качестве прогрессивных методов работы, направленных на повышение квалификации работников пресс-служб:

- теоретическая подготовка специалистов для комплексного понимания цифрового медиапространства, взаимодействия с традиционными СМИ и социальными медиа в условиях быстрого развития цифровых технологий;
- обучение использованию digital-инструментария и специализированных интернет-сервисов для решения PR-задач;
- изучение методики проведения мониторинга и анализа СМИ и социальных медиа в режиме реального времени, анализа числа публикаций, тональности и охватов по упоминаемости компании и конкурентов в медиаполе; разработка дальнейшей информационной стратегии и тактики компании на основе проведенной аналитики;
- фокусирование на работе с большими данными, генерация на их основе информационных поводов и исследований для публикации в СМИ и социальных медиа;
- углубление знаний о современных форматах и стилистике контента в различных социальных сетях; дифференциация его подачи

в зависимости от типа социальной сети: в VK, Одноклассники, Telegram;

- обучение современным методикам многоканального продвижения мультимедийного цифрового контента;
- освоение способов и генерации идей для коллабораций с потенциальными партнерами, методов работы по выстраиванию кобрендинговых отношений с общественными организациями и бизнес-структурами;
- подбор корпоративных онлайн-сервисов для планирования задач сотрудникам пресс-служб и управления небольшими проектами в локальной сети;
- знакомство с прогрессивными прикладными PR-технологиями, предназначенными для коммуникационного взаимодействия: ньюсджекинг, комьюнити-менеджмент, сторителлинг;
- стимулирование аудитории на создание UGC-контента для компании;
- обучение трендспоттингу и созданию вирусного контента в социальных медиа;
- прогнозирование и формулирование задач на перспективу с учетом собранной информации;
- изучение влияния феномена нейросетей на работу пресс-службы и методы использования искусственного интеллекта в решении PR-задач.

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Цель курса — сформировать у слушателей целостные, систематизированные теоретико-практические знания о специфике цифрового медиапространства, а также о работе пресс-служб и PR-менеджмента в новых реалиях. Обучить эффективным методикам коммуникации со СМИ, формированию благоприятного медиаполя компании, генерации инфоповодов, созданию и продвижению мультимедийного цифрового контента на различных коммуникационных платформах. В конечном итоге сформировать у слушателей на базовом уровне ключевую компетенцию универсального специалиста пресс-службы, использующего в своей работе современные информационные сервисы и PR-тренды.

Задачи:

- дать систематизированное представление о современных информационных и коммуникационных технологиях, возможностях их использования во взаимодействии с целевой аудиторией, традиционными СМИ и социальными медиа;
- сформировать у слушателей профессиональные компетенции, связанные с освоением актуальных PR-инструментов и онлайн-сервисов для решения задач коммуникационной стратегии компании;

- усовершенствовать навыки в организации и проведении мероприятий для прессы, в создании и редактировании материалов различного формата для публикаций в СМИ и блогосфере в условиях диджитализации.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

В результате освоения программы у слушателей на базовом уровне должны сформироваться профессиональные компетенции, которые предполагают: способность планировать и реализовывать коммуникации с аудиторией через различные медиаканалы; анализировать и оценивать их эффективность; осуществлять мониторинг и анализ информационных потоков в СМИ и соцмедиа в режиме реального времени; выбирать и сочетать необходимые для достижения коммуникационных задач PR-инструментарий и специализированные онлайн-сервисы.

По окончании изучения дисциплины «Работа пресс-службы в эпоху цифровой трансформации» слушатели должны:

знать:

- структуру и принципы организации деятельности современной пресс-службы;
- способы и критерии оценки ключевых показателей эффективности пресс-службы;
- компетенции сотрудников пресс-службы в период цифровизации;
- способы формирования имиджа компании в медиaprостранстве: генерацию информационных поводов, составление медиапланов, особенности PR первого лица компании;
- особенности комплексного сопровождения (информационного и организационного) пресс-конференций, пресс-туров и брифингов руководства организации;
- актуальные механизмы взаимодействия с журналистами, блогерами и профессиональными сообществами, с партнерами;
- аспекты разработки PR-стратегии компании;
- направления и методику работы с Big Data;
- моделирование тактики действий пресс-службы на основе аналитики сообщений в СМИ и соцмедиа;
- современные информационные сервисы и PR-тренды как прогрессивные методы работы пресс-службы;
- основы взаимодействия пресс-службы с корпоративными подразделениями компании;
- антикризисные стратегии и противодействие черному PR;
- новые медиа и каналы распространения контента в условиях диджитализации: корпоративный блог в соцсетях, принципы построения стратегии продвижения в социальных сетях, комьюнити-менеджмент, использование UGC-контента, трендспоттинг и создание вирусного контента в соцмедиа, создание и ведение бренд-медиа;

уметь:

- составлять ежемесячный медиаплан работы пресс-службы и медиаплан по тематическому PR-проекту в сформированных условиях;
- работать с новыми медиаканалами распространения контента, привнесенными диджитализацией;
- проводить мониторинг информационного поля по заданным критериям с последующим составлением обзоров и аналитических справок;
- выбирать актуальные темы и писать сценарии проведения специальных мероприятий для журналистов и блогеров: пресс-конференций, пресс-туров, брифингов и т. д.;
- готовить материалы для публикаций в СМИ и социальных медиа (пресс-релиз, экспертная статья, тезисы выступлений для руководителей компании, интервью, успешные кейсы, комментарии для журналистов, ответы на вопросы пользователей);
- создавать группы компании в социальных сетях, осуществлять комплексное управление их контентом и применять новейшие инструменты продвижения;
- работать с блогерами в социальных медиа;
- управлять дискуссиями внутри профессиональных и тематических онлайн-сообществ;
- разрабатывать алгоритм действий пресс-службы при ЧС;
- использовать инструменты SMM и SMO для построения эффективных коммуникаций и увеличения объемов аудитории;

владеть:

- способами выбора и быстрого освоения необходимых компьютерных программных средств и плагинов;
- навыками работы с цифровыми технологиями: Big data (основа эффективной аналитики и инструменты персонализации), чат-бот (прямой контакт с аудиторией 24/7), VR (инструмент создания эффективного контента);
- методиками создания и многоканального распространения разноформатных сообщений информационно-содержательного и рекламно-маркетингового характера на различных медиаплатформах.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ**«РАБОТА ПРЕСС-СЛУЖБЫ
В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ»**

Категория слушателей — данный курс рассчитан на пресс-секретарей, руководителей и сотрудников пресс-служб, начальников PR-отделов, PR-менеджеров государственных организаций и коммерческих компаний.

Объем программы — 72 часа, *форма обучения* — очная, дистанционная.

УЧЕБНЫЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ

№ п/п	Разделы	Всего часов	В том числе	
			Лекц.	Практ. раб.
1	Компетенции сотрудников пресс-службы в период цифровизации. Наиболее востребованные компетенции сотрудников пресс-службы и PR-отдела в эпоху цифровизации. Прогрессивные методы работы пресс-службы с использованием современных информационных и PR-трендов.	2	2	
2	PR-стратегия по формированию имиджа компании в медиапространстве. Планирование и отчетность работы пресс-службы. Медиапланирование в государственной организации и коммерческих структурах. Приемы генерации, управления и сегментирования информационных поводов, положительно влияющих на репутацию организации. Корректирование медиапланирования с учетом публикаций конкурентов и информационной повестки в медиапространстве.	6	4	2
3	Организация и проведение специальных мероприятий для журналистов (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги). Цели и задачи пресс-мероприятий. Этапы подготовки и проведения пресс-конференций, пресс-туров и брифингов с участием руководства организации. Основные принципы работы по проведению мероприятий: формирование актуальных тем, составление регламента и сценария, необходимых рекомендаций для ньюсмейкеров, распределение обязанностей и ролей сотрудников пресс-службы.	4	2	2
4	Механизмы взаимодействия с журналистами, блогерами, профессиональными сообществами и партнерами. Выстраивание доверительных партнерских отношений с представителями СМИ и блогосферы в целях поддержания положительного имиджа организации. Роль блогеров и инфлюэнсеров в дистрибуции контента. Учет коммуникационной стратегии бренда, формирование и поддержка tone of voice компании в социальных медиа. Прогрессивные методы работы с профессиональными экспертами, тематическими и фанатскими сообществами в целях увеличения количества и качества публикуемых в медиапространстве материалов, формирование в их лице адвокатов бренда организации. Способы коллабораций с партнерами и их значение в продвижении компании.	7	5	2

5	Анализ эффективности работы пресс-службы. Мониторинг медиапространства — способы и аналитика публикаций компании и конкурентов. Использование прогрессивных прикладных PR-технологий и инструментов, а также специализированных интернет-сервисов для решения PR-задач. Оптимизация и автоматизация линейных процессов работы сотрудников пресс-службы в целях повышения эффективности. Критерии оценки ключевых показателей эффективности пресс-службы. Методика проведения мониторинга СМИ в режиме реального времени.	3	2	1
6	Использование PR-трендов и специализированных онлайн-сервисов для повышения эффективности работы пресс-службы. Правила работы и ключевые преимущества метода ньюсджекинга. Онлайн-сервисы для планирования задач сотрудникам пресс-служб и управления небольшими проектами. Пресс-материалы, основанные на технологии больших данных. Генерация на их основе информационных поводов.	8	6	2
7	Роль пресс-службы в корпоративной экосистеме компании. Взаимодействие со структурными подразделениями: возможные способы и барьеры. Создание бренд-медиа: цель и задачи. Основные требования и секреты эффективности бренд-медиа для внутренней и внешней аудитории. Корпоративный блог государственной организации или коммерческой компании в соцсетях; в решении каких задач он помогает. Сотрудники организации в социальных сетях — потенциальная угроза репутации или адвокаты бренда. Способы борьбы с распространением сотрудниками деструктивной информации о компании.	6	4	2
8	Репутация спикеров и их подготовка для выступлений. Управление репутацией первого лица компании в меняющейся информационной реальности, в том числе в кризисных ситуациях. Разновидности форм подготовки спикеров из числа сотрудников организации для публичных выступлений. Способы вовлечения сотрудников компании в процесс подготовки пресс-материалов. Ключевые различия подготовки спикеров для радио, телевидения и интернет-изданий. Выступление на пресс-конференции.	5	4	1

9	Противодействие черному PR, антикризисные стратегии и защита репутации. Основные признаки, способы распространения и методы оперативной борьбы с фейковыми новостями. Методика работы с негативными публикациями в СМИ и соцмедиа. Комплекс системных мер по преодолению и нейтрализации информационных последствий от черного PR, фейковых сообщений о компании в СМИ и соцмедиа. Особенности работы пресс-службы при ЧС: антикризисная стратегия, порядок оперативного взаимодействия со СМИ и постоянный мониторинг информационного поля, работа пресс-службы в посткризисный период. Подготовка информационных сообщений в зависимости от уровня репутационных и имиджевых рисков при кризисной ситуации.	6	4	2
10	Новые медиа и каналы распространения контента в условиях диджитализации. Работа с целевой аудиторией в условиях постоянно меняющегося информационного поля и развития новых медиа. Telegram-каналы как эффективный вид медиа и коммуникации с аудиторией. Современные форматы и стилистика подачи контента в различных социальных сетях. Дифференциация контента для различных сегментов аудитории. Возможности использования брендами UGC-контента. Трендспоттинг — метод поиска перспективных идей, инфоповодов и направлений, с последующей их интеграцией в PR-задачи компании. Инструменты для отслеживания трендов в соцмедиа. Создание вирусного контента в социальных сетях и его использование для улучшения имиджа компании.	23	17	6
Итоговая аттестация		2	0	2 (зачёт)
Итого		72	50	22

ТРЕБОВАНИЯ К СЛУШАТЕЛЯМ

Слушатели курса должны уметь пользоваться офисными программами (Microsoft Word, Excel, PowerPoint), иметь навыки поиска информации в интернете, редактирования текстов и знания основ работы пресс-службы.

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ

Программа реализуется с использованием средств очного и дистанционного обучения (теоретический и практический материалы). Выполнение кейсов происходит на компьютерах пользователей.

ГРАФИК ПРОХОЖДЕНИЯ КУРСОВ ПОВЫШЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИИ

1. Теоретический и практический курсы проходят очно или дистанционно по расписанию, которое согласовывается со слушателями.
2. Внеаудиторная работа слушателей предусматривает изучение основной и дополнительной литературы, выполнение практических заданий (кейсов) и написание реферата по тематике занятий.
3. Проверка знаний происходит на практических занятиях.
4. На итоговое занятие слушатели должны представить реферат по одной из предложенных тем.
5. По окончании изучения данного курса слушатели сдают зачет с оценкой. Оценка выставляется по итогам ответов на вопросы экзаменационных билетов, представленных рефератов и защиты выполненных кейсов.

РАЗДЕЛЫ И СОДЕРЖАНИЕ

1. Компетенции сотрудников пресс-службы в период цифровизации

Задачи и функции пресс-службы. Наиболее востребованные компетенции сотрудников пресс-службы и PR-отдела в эпоху цифровизации. Прогрессивные методы работы пресс-службы с использованием современных информационных и PR-трендов. Мобильность и универсальность специалиста пресс-службы в государственной и коммерческой организациях. Современные форматы и стилистика подачи контента в различных социальных медиа. Повышение лояльности к профессиональному росту и развитию цифровых компетенций персонала.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданиям 1, 2 и 3.

Форма текущего контроля: ответы на вопросы.

2. PR-стратегия по формированию имиджа компании в медиапространстве

Планирование и отчетность работы пресс-службы. Медиапланирование в государственной организации и коммерческих структурах. Разработка медиапланов на регулярной основе. Предварительное (годовое), текущее планирование (недельное и помесечное) и ситуативное (к отдельным мероприятиям). Особенности структуры и формы медиаплана. Как управлять репутацией компании и работать с отзывами клиентов.

Понятие и разновидности информационных поводов. Конструирование и продвижение информационного повода. Приемы генерации, управления и сегментирования информационных поводов, положительно влияющих на репутацию организации. Критерии эффективности информационного повода. Сервисы для распространения инфоповода. Поиск источников для генерации тем и новостей как внутри структурных подразделений организации, так и в условиях внешней среды и взаимодействия с партнерами.

Корректирование медиапланирования с учетом публикаций конкурентов и информационной повестки в медиaprостранстве. Создание и подача информационных материалов различного формата (новости, комментарии, пресс-релизы, колонки, интервью) для последующей публикации в СМИ и блогосфере.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданию 4.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-заданий 1, 2 и 3. Защита кейсов, ответы на вопросы.

3. Организация и проведение специальных мероприятий для журналистов (пресс-конференции, пресс-туры, брифинги)

Цели и задачи пресс-мероприятий. Этапы подготовки и проведения пресс-конференций, пресс-туров и брифингов с участием руководства организации. Составление и рассылка анонса. Основные принципы работы по проведению мероприятий: формирование актуальных тем, составление регламента и сценария, необходимых рекомендаций для ньюсмейкеров, распределение обязанностей и ролей сотрудников пресс-службы. Контроль за выходом публикаций и анализ информационного шлейфа проведенных пресс-мероприятий.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданию 5.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-задания 4. Защита кейсов, ответы на вопросы.

4. Механизмы взаимодействия с журналистами, блогерами, профессиональными сообществами и партнерами

Выстраивание доверительных партнерских отношений с представителями СМИ и блогосферы в целях поддержания положительного имиджа организации. Способы и значимость формирования целевого пула журналистов. Модели коммуникаций со СМИ:

- организация для целевого пула журналистов пресс-мероприятий с первыми лицами компании;
- приглашение на важные корпоративные мероприятия;
- организация спецпроектов — эксклюзивных публикаций в отдельных изданиях;
- подготовка эксклюзивных новостей;
- организация интервью топ-менеджмента компании.

Этика построения взаимоотношений пресс-службы и журналистов. Аналитика информационных рассылок журналистам на примере одного из сервисов. Роль блогеров и инфлюэнсеров в дистрибуции контента. Особенности работы с блогерами в социальных медиа:

- выбор стратегии работы и постановка задач;
- выбор социальной сети;

- оценка эффективности размещения у блогеров: количество подписчиков, частота появления постов, в том числе рекламных, вовлеченность аудитории, охват постов и сторис.

Позиционирование: учёт коммуникационной стратегии бренда, формирование и поддержка *tone of voice* компании в соцмедиа.

Прогрессивные методы работы с профессиональными экспертами, тематическими и фанатскими сообществами в целях увеличения количества и качества публикуемых в медиапространстве материалов, формирование в их лице адвокатов бренда организации.

Способы коллабораций с партнерами и их значение в продвижении компании. Выстраивание кобрендинговых отношений с общественными организациями и бизнес-структурами. Оценка эффективности совместных PR-акций.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданиям 6, 7 и 8.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-задания 5. Защита кейсов, ответы на вопросы.

5. Анализ эффективности работы пресс-службы. Мониторинг медиапространства — способы и аналитика публикаций компании и конкурентов

Использование прогрессивных прикладных PR-технологий и инструментов, а также специализированных интернет-сервисов для решения PR-задач. Оптимизация и автоматизация линейных процессов работы сотрудников пресс-службы в целях повышения эффективности.

Критерии оценки ключевых показателей эффективности пресс-службы: количественные (число упоминаний) и качественные KPI (индекс цитируемости, охват и тональность). Современные методы анализа эффективности публикаций в социальных сетях: динамика подписчиков, вовлеченность и виральность, социальное настроение.

Методика проведения мониторинга СМИ в режиме реального времени; анализ ситуаций, в ходе которых требуется оперативное корректирование упоминаемости компании в СМИ и соцмедиа; а также трансформация медиаплана. Обзор сервисов для мониторинга СМИ и соцмедиа: Медиалогия, СКАН-Интерфакс, Brand Analytics.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданиям 9 и 10.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-заданий 6, 7 и 8. Защита кейсов, ответы на вопросы.

6. Использование PR-трендов и специализированных онлайн-сервисов для повышения эффективности работы пресс-службы

Правила работы и ключевые преимущества метода ньюсджекинга. Три шага использования ньюсджекинга: поиск новостей, создание материала,

продвижение материала. Анализ примеров удачного воплощения ньюсджекинга среди государственных и коммерческих компаний.

Онлайн-сервисы для планирования задач сотрудникам пресс-служб и управления небольшими проектами.

Пресс-материалы, основанные на технологии больших данных. Генерация на их основе информационных поводов.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданиям 11, 12, 13.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-заданий 9 и 10. Защита кейсов, ответы на вопросы.

7. Роль пресс-службы в корпоративной экосистеме компании

Взаимодействие со структурными подразделениями: возможные способы и барьеры. Обсуждение необходимости создания памятки для сотрудников компании о том, как общаться с представителями СМИ и блогерами, а также регламента взаимодействия отделов компании с пресс-службой в области коммуникационной деятельности. Ключевые тезисы позиционирования компании во внешнем мире.

Создание бренд-медиа: цель и задачи. Основные требования и секреты эффективности бренд-медиа для внутренней и внешней аудитории. Корпоративный блог государственной организации или коммерческой компании в соцсетях: в решении каких задач он помогает. Концепция корпоративного сторителлинга и задачи компании, решаемые в социальных сетях с его помощью. Как написать историю для соцсетей, чтобы ею захотели поделиться.

Сотрудники организации в социальных сетях — потенциальная угроза репутации или адвокаты бренда. Способы борьбы с распространением сотрудниками деструктивной информации о компании. Жанровая специфика материалов для корпоративного блога, как сделать корпоративный контент привлекательным.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданию 14.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-заданий 11, 12 и 13. Защита кейсов, ответы на вопросы.

8. Репутация спикеров и подготовка их для выступлений

Управление репутацией первого лица компании в меняющейся информационной реальности, в том числе в кризисных ситуациях. Важность репутационного капитала руководителя для продвижения компании. Особенности процесса выстраивания имиджа руководителя компании: из чего состоит личный бренд и с чего начинается работа над ним; какие инфоповоды и PR-инструменты задействовать; зачем нужно PR-сопровождение первого лица. Создание персонального бренда — это риск или дополнительный канал продвижения?

Разновидности форм подготовки спикеров из числа сотрудников организации для публичных выступлений. Способы вовлечения сотрудников компании в процесс подготовки пресс-материалов. Профессиональные тонкости написания тезисов, комментариев, аналитических справок для спикеров в соответствии с запросами журналистов. Ключевые различия подготовки спикеров для радио, телевидения и интернет-изданий. Выступление на пресс-конференции. Критерии оценки уровня спикеров организации для публичных выступлений.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданиям 15 и 16.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-задания 14. Защита кейсов, ответы на вопросы.

9. Противодействие черному PR, антикризисные стратегии и защита репутации

Основные признаки, способы распространения и методы оперативной борьбы с фейковыми новостями. Методика работы с негативными публикациями в СМИ и соцмедиа. Приемы работы с агрессивными журналистами. Пути укрепления коммуникаций с аудиторией в период нештатных ситуаций. Комплекс системных мер по преодолению и нейтрализации информационных последствий от черного PR, фейковых сообщений о компании в СМИ и соцмедиа. Составление антикризисного сценария коммуникаций с различными целевыми группами.

Особенности работы пресс-службы при чрезвычайных ситуациях: антикризисная стратегия, порядок оперативного взаимодействия со СМИ и постоянный мониторинг информационного поля, работа пресс-службы в посткризисный период. Необходимость разработки антикризисной программы — четкого плана действий на случай возникновения различных кризисных ситуаций. Система организации корпоративной социальной ответственности в период чрезвычайных ситуаций, во избежание утечек или незапланированных комментариев сотрудников компании. Подготовка информационных сообщений в зависимости от уровня репутационных и имиджевых рисков при кризисной ситуации: низкая степень, средняя и высокая.

Принципы и модели управления негативом в социальных сетях: противодействие троллингу пользователей; защита репутации компании; написание ответов на негативные комментарии; нивелирование негатива и наполнение инфополя позитивом.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала, подготовка отчета по кейс-заданиям 17, 18, 19, 20.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-заданий 15 и 16. Защита кейсов, ответы на вопросы.

10. Новые медиа и каналы распространения контента в условиях диджитализации

Работа с целевой аудиторией в условиях постоянно меняющегося информационного поля и развития новых медиа. Влияние современных технологий на создание, дистрибуцию и потребление контента компании. Telegram-каналы как эффективный вид медиа и коммуникации с аудиторией. Особенности интеграции бренда в сторонних telegram-каналах. Создание и ведение собственного telegram-канала для бизнеса. Функциональные возможности и инструменты продвижения бренда компании в telegram-канале, мониторинг статистики.

Современные форматы и стилистика подачи контента в различных социальных сетях. Инструменты повышения вовлеченности подписчиков в коммуникацию внутри сообщества компании. Дифференциация контента для различных сегментов аудитории.

Возможности использования брендами UGC-контента. Вовлечение аудитории в процесс создания контента для компании. Эффективные механизмы мотивации пользователей к подготовке контента.

Трендспоттинг — метод поиска перспективных идей, инфоповодов и направлений, с последующей их интеграцией в PR-задачи компании. Инструменты для отслеживания трендов в соцмедиа. Создание вирусного контента в социальных сетях и его использование для улучшения имиджа компании.

Задание для самостоятельной работы

Изучение теоретического материала.

Форма текущего контроля: проверка выполнения кейс-заданий 17, 18, 19, 20. Защита кейсов, ответы на вопросы.

КЕЙС-ЗАДАНИЯ

Кейс-задание 1. Компетенции сотрудников пресс-службы в период цифровизации

1. Составьте таблицу отличий и сходства функций и задач работы пресс-служб в государственных и коммерческих структурах по:
 - масштабам деятельности;
 - ресурсам;
 - ответственности;
 - мотивам;
 - отношениям с общественностью;
 - критериям оценки эффективности.
2. Разработайте должностные инструкции для сотрудника пресс-службы государственной компании.
3. Разработайте должностные инструкции для сотрудника пресс-службы коммерческой компании.

Кейс-задание 2. Разработка ежемесячного медиаплана работы пресс-службы компании со СМИ, а также для тематического проекта в заданных условиях

1. Рекомендуемые разделы медиаплана публикаций:
 - тема и тезисное описание публикаций;
 - формат материала (пресс-релиз, новость, колонка/статья, интервью, комментарий);
 - планируемые партнеры для выпуска совместных материалов;
 - категория СМИ (общественно-политические, отраслевые и т.д.), на которых ориентирован материал;
 - бизнес-задача, на решение которой ориентирована публикация;
 - способ распространения материала (рассылка, эксклюзив для конкретного СМИ);
 - планируемая дата публикации;
 - драфт материала;
 - ссылка на публикацию (после готовности).
2. Оформите медиаплан в виде таблицы.

Кейс-задание 3. Написание пресс-релиза

1. Выберите актуальную тему для написания пресс-релиза, исходя из запланированных инфоповодов компании.
2. Подготовьте пресс-релиз.
3. Соблюдайте структуру написания пресс-релиза:
 - емкий и привлекающий внимание заголовок (желательно не более семи слов);
 - лид («крючок» для журналистов из двух-четырех предложений);
 - основная часть (тело — развернутый ответ на вопросы «Что?», «Где?», «Когда?», «Почему интересно?»);
 - цитата спикера;
 - бэкграунд (короткая справка о компании);
 - контактная информация.
4. Текст должен быть логически выстроен, написан грамотно, в деловом стиле.

Кейс-задание 4. Подготовка сценария и регламента проведения пресс-конференции

1. Подготовьте регламент пресс-конференции:
 - сформулируйте информационные поводы для пресс-конференции;
 - обозначьте задачи, которые решает мероприятие;
 - составьте пошаговый план подготовки пресс-конференции с указанием даты и времени проведения;
 - определите обязанности ответственных за организацию пресс-конференции.
2. Определите спикеров, темы, порядок и время их выступлений.

3. Составьте список приглашенных журналистов и объясните сделанный выбор.
4. Напишите анонс для рассылки журналистам.
5. Подготовьте пресс-кит (раздаточные материалы для журналистов):
 - пресс-релиз (или несколько), содержащий всю необходимую фактуру по инфоповоду;
 - иллюстративный материал;
 - программу пресс-конференции: очередность и продолжительность выступлений спикеров, время перерывов;
 - информацию по каждому спикеру;
 - тезисы выступлений;
 - материалы о компании (справочная информация);
 - визитные карточки с контактами сотрудников пресс-службы.
6. Сделайте пресс-клиппинг — мониторинг и анализ вышедших в СМИ материалов.

Кейс-задание 5. Сотрудничество с блогерами в социальных медиа

1. Определите социальную сеть, в которой будете отбирать блогеров.
2. Отберите 10 блогеров с разным количеством подписчиков (до 1000, до 10 тысяч, до 100 тысяч и до 500 тысяч пользователей), подходящих для решения PR-задач компании. Объясните свой выбор блогеров.
3. Определите форматы интеграций и условия сотрудничества с wybranymi блогерами.
4. Определите KPI интеграций и оцените эффективность опубликованных материалов.

Кейс-задание 6. Критерии оценки ключевых показателей эффективности деятельности пресс-службы (KPI) по публикациям в СМИ

1. Проанализируйте количество упоминаний компании в СМИ за прошлый год.
2. Сформулируйте количественные критерии оценки эффективности работы пресс-службы выбранной компании за месяц и за год по следующим параметрам:
 - количество публикаций с учетом перепечаток;
 - число экспертных колонок и статей;
 - количество опубликованных комментариев (входящие запросы от журналистов, инициированные пресс-службой; а также комментарии, которые были предоставлены для журналистов на сервисах Deadline.Media и Pressfeed);
 - число интервью руководства компании;
 - количество упоминаний первого лица компании.
3. Сформулируйте качественные критерии оценки эффективности работы пресс-службы на примере выбранной компании:

- упоминание компании в публикациях в главной роли;
- упоминание компании в СМИ Tier-1;
- публикации в отраслевых СМИ;
- присутствие компании в региональном медиаполе;
- допустимая доля негативных публикаций;
- цитирование спикеров компании.

Кейс-задание 7. Критерии оценки ключевых показателей эффективности деятельности пресс-службы (KPI) в SMM

1. Проанализируйте количество постов, подписчиков и уровень вовлеченности аудитории во всех социальных сетях, где есть группы компании, за прошлый год.
2. Сформулируйте количественные и качественные критерии оценки эффективности работы SMM-отдела:
 - увеличение числа подписчиков групп компании в социальных сетях (под каждую соцсеть свой показатель);
 - увеличение общего объема охватов аудитории, а также по отдельным спецпроектам;
 - число постов в месяц и за год;
 - число видеороликов в месяц и за год.

Кейс-задание 8. Работа с сервисом мониторинга СМИ и социальных сетей (Медиалогия, СКАН-Интерфакс или любым другим)

1. Создайте отчет по числу упоминаний компании и отдельно первого лица за полгода в публикациях СМИ по следующим фильтрам: все категории СМИ (ТВ, радио, газеты, журналы, информагентства, интернет и блоги), а также Топ-100 СМИ.
2. На основе созданного отчета сделайте таблицу в Excel по каждому инфоповоду компании за полгода по следующим разделам: количество публикаций, охват, значимость инфоповода (например, показатель МедиаИндекс у Медиалогии), тональность сообщений.
3. Проведите медиаанализ трех основных конкурентов компании по количеству публикаций в СМИ, значимости инфоповода, тональности сообщений с учетом фильтра Топ-100 СМИ.

Кейс-задание 9. Ньюсджекинг, процесс интеграции в актуальную информационную повестку

1. Сформулируйте ключевые преимущества метода ньюсджекинга.
2. Используйте основные поисковые системы, а также новостной агрегатор MediaMetrics.
3. Выберите существующий инфоповод и подготовьте материал (новость, пресс-релиз, пост, статья и т. д.), который позволит интегрировать бренд компании.
4. Осуществите продвижение материала в СМИ и социальных сетях.

5. Проведите мониторинг СМИ и соцмедиа, а также оцените эффективность интеграции.

Кейс-задание 10. Генерация информационных поводов и исследований на основе Big Data

1. Узнайте, какие большие данные вы можете проанализировать для СМИ с учетом деятельности компании.
2. Придумайте тему для инфоповода на основе проанализированных данных.
3. Выберите период для аналитики, критерии данных и напишите новость.

Кейс-задание 11. Создание и продвижение сообщества в соцсетях

1. Выберите интересующую вас социальную сеть и создайте группу компании.
2. Выберите тематику и оформление группы.
3. Подготовьте контент-план на неделю: два информационных поста, познавательная статья, развлекательный пост, опрос, инфографика.
4. Подберите фото/картинку для каждого поста.
5. Выберите понравившийся пост. Проведите таргетированную рекламу по заданным критериям.

Кейс-задание 12. Продвижение бренда компании в социальных сетях

1. Изучите особенности своей целевой аудитории в социальных сетях.
2. Разработайте SMM-стратегию продвижения бренда компании в социальных сетях.
3. Подготовьте месячный план постов в социальных сетях. Рекомендуемые разделы плана постов:
 - тема и тезисное описание поста;
 - формат материала (информационный пост, инфографика, видеоролик, опрос и т. д.);
 - целевая аудитория, на которую ориентирован пост;
 - социальная сеть, в которой будет публиковаться пост;
 - бизнес-задача, на решение которой ориентирована публикация;
 - планируемая дата публикации;
 - ссылка на публикацию (после готовности).
4. Оформите план в виде таблицы.

Кейс-задание 13. Написание материала в формате сторителлинг

1. Найдите и проанализируйте примеры сторителлинга компаний.
2. Выберите в компании продукт, сервис, нововведение или что-то другое, о чем можно рассказать в формате сторителлинга.
3. Определите издание и обсудите с редактором выбранную тему.
4. Соберите необходимую информацию.

5. Определите спикера.
6. Подготовьте текст и опубликуйте его.

Кейс-задание 14. Подготовки спикера компании к интервью

1. Определите PR и бизнес задачи, которые должно решить интервью.
2. Определите спикера, темы для обсуждения и СМИ.
3. Обговорите формат проведения интервью: ТВ-съемка, разговор при личной встрече, диалог по телефону, видеоконференция.
4. Заранее обсудите список тем с журналистом и попросите прислать планируемые вопросы для спикера.
5. Подготовьте тезисы для спикера с ответами на вопросы журналиста.
6. Организуйте интервью.
7. Попросите журналиста прислать интервью до публикации, чтобы проверить на возможные неточности.

Кейс-задание 15. Разработка алгоритма действий пресс-службы в условиях кризиса

1. Смоделируйте ситуацию с утечкой важной для компании информации и появлением публикации в СМИ: данные пользователей, важные документы и приказы и т. д.
2. Подготовьте пошаговый организационный план действий пресс-службы по разрешению кризисной ситуации.
3. Продумайте позицию компании для СМИ и соцсетей.
4. Подготовьте позицию компании для сотрудников.
5. Сформулируйте позицию компании для клиентов и партнеров.
6. Работа пресс-службы в посткризисный период: разработайте меди-аплан минимизации ущерба для репутации предприятия и восстановления доверия к бренду.

Кейс-задание 16. Отработка реагирования на негативные комментарии в соцсетях

1. Выберите в соцсетях четыре негативных поста пользователей на тему плохой работы компании (по каждому типу негатива): направленный негатив, конструктивная критика, деструктивная критика, слухи.
2. Подготовьте официальный ответ компании на каждый из четырех негативных комментариев.
3. Обоснуйте способы выхода из негативной ситуации (фактчекинг, опровержение, извинение, устранение проблемы и др.).
4. Разработайте рекомендации по позитивному выходу компании из сложившейся ситуации.

Кейс-задание 17. Персонализация подачи контента в зависимости от типа социальной сети

1. Сравните «ВКонтакте», «Одноклассники», Telegram по сегментированию аудитории и инструментам продвижения.
2. Выберите по одному посту контекстной и таргетированной рекламы в «ВКонтакте», «Одноклассниках», Telegram.
3. Проанализируйте и сравните контекстную рекламу на разных площадках по следующим параметрам: тип контента, содержание и формат подачи, особенности настройки, лидогенерация и отдача в целом от рекламной кампании.
4. Проанализируйте и сравните таргетированную рекламу на разных площадках.
5. Основываясь на аналитике, сделайте выводы о том, в каких соцсетях какой вид рекламы более эффективен.

Кейс-задание 18. Мониторинг статистических показателей вовлеченности аудитории в группах компании в социальных сетях

1. Выберите интересные вам группы компании в разных социальных сетях.
2. Проанализируйте их работу с помощью рекомендованных сервисов (Brand Analytics, Медиалогия или др.) за последние два месяца.
3. Дайте свои рекомендации: что, на ваш взгляд, требует доработки и почему.

Кейс-задание 19. Телеграм-каналы как эффективный вид медиа и коммуникации с аудиторией

1. Создайте и оформите канал в Telegram. Тематика канала может быть любая.
2. Разработайте контент-план на неделю с наличием не менее двух постов на каждый день.
3. Придумайте пять профильных рубрик по выбранной тематике канала.
4. Напишите три поста для канала — информационный, познавательный и развлекательный. Оформите каждый пост (заголовок, изображение/видео, текст).
5. Разработайте опрос по тематике созданного канала.
6. Интегрируйте любого телеграм-бота в созданный канал.

Кейс-задание 20. Трендспоттинг и создание вирусного контента в социальных сетях

1. Выберите актуальный медиатренд этого года, который активно обсуждали в соцмедиа. Объясните сделанный выбор.
2. Определите PR-задачи, которые вы хотите решить.
3. Подготовьте текст материала для социальных медиа в любом формате так, чтобы можно было интегрировать бренд выбранной компании в общий тренд.

4. Определите медиаплощадки для публикации. Объясните сделанный выбор.
5. Определите критерии эффективности публикаций и оцените результат.

Итоговая аттестация (зачет): 2 часа.

ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ

- Структура и основные направления работы пресс-службы в новой реальности.
- Особенности работы пресс-служб в государственных органах, коммерческих фирмах, общественных объединениях.
- Новые медиа и каналы распространения контента в условиях диджитализации.
- Медиариелейшнз как форма взаимоотношений государственных и коммерческих структур со СМИ.
- Эволюция инструментария в социальных сетях в эпоху цифровизации.
- Построение коммуникаций с целевыми аудиториями во время кризиса: что, как и через какие каналы информируем.
- Трансформация форматов взаимодействия со СМИ.
- Использование современных информационных сервисов и PR-трендов как прогрессивных методов работы пресс-службы.
- Управление коммуникационными рисками в работе пресс-службы организации.
- Конфликты между пресс-службами и СМИ: варианты их разрешения.
- Роль бренд-медиа в системе интегрированных коммуникаций компании.
- Практика организации и проведения пресс-конференций, пресс-туров, пресс-подходов для журналистов и блогеров.
- Специфика использования современных digital-инструментов в работе региональных пресс-служб.
- Пресс-служба и блогеры: особенности взаимодействия и взаимопонимания.
- Влияние глобальной трансформации медиапространства на PR-стратегии.
- Фабрика контента. Как бренды используют UGC-контент.
- Противодействие черному PR, антикризисные стратегии и защита репутации.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

- Структура и функции современной пресс-службы.
- Основные направления работы пресс-службы. Внутренний и внешний PR.

- Пресс-секретарь: функции, индивидуальный стиль, эффективность работы.
- Компетенции сотрудников PR-отдела.
- Отличительные особенности работы пресс-службы в государственных, коммерческих и общественных структурах.
- Медиапланирование и его применение в системе работы пресс-службы.
- Информационная стратегия по формированию имиджа компании в медиaprостранстве.
- Основные правила, порядок подготовки и проведения пресс-конференций.
- Особенности подготовки тезисов выступлений для руководителей компании на пресс-конференциях, брифингах.
- Порядок организации и проведения специальных мероприятий для блогеров.
- Особенности форм и стиля подачи информационно-новостных материалов пресс-службы для публикации в СМИ и социальных сетях.
- Основные виды PR-текстов.
- Правила написания пресс-релиза.
- Специфика экспертной статьи для СМИ.
- Технологии создания и продвижения информационных поводов.
- Формы и методы взаимодействия с журналистами.
- Морально-этические принципы и нормы в работе пресс-служб.
- Специфика взаимодействия пресс-службы с лидерами общественных мнений, профессиональными и тематическими сообществами.
- Способы и значимость формирования целевого пула журналистов и блогеров.
- Аналитическая работа в пресс-службе.
- Способы и критерии оценки ключевых показателей эффективности пресс-службы.
- Мониторинг медиaprостранства: значимость, цели и принятие решений на основе полученных результатов.
- Обзор сервисов мониторинга СМИ и социальных медиа. Особенности работы с программным обеспечением.
- Особенности использования корпоративного сайта и социальных сетей в информационной работе организации.
- Значение пресс-службы в процессах формирования и поддержания позитивного корпоративного имиджа.
- Корпоративная пресса: особенности функционирования и типологические характеристики.
- Взаимодействие пресс-службы с другими подразделениями организации.
- Разновидности форм подготовки спикеров организации для публичных выступлений.

- Сотрудники организации в социальных сетях: потенциальная угроза репутации или адвокаты бренда.
- Алгоритмы деятельности пресс-службы и позиционирование организации в условиях кризисных ситуаций.
- Построение коммуникаций с целевыми аудиториями во время кризиса.
- Методы реагирования на появление фейковых публикаций и черного PR. Оценка нейтрализации негативного эффекта.
- Алгоритм действий пресс-службы при чрезвычайных ситуациях.
- Риски информационного взаимодействия спикера организации с прессой и методы их минимизации.
- Новые медиа и каналы распространения контента в условиях диджитализации.
- Использование современных информационных сервисов и PR-трендов как прогрессивных методов работы пресс-службы.
- Обзор и обсуждение современных мультимедийных средств информирования и коммуникации в работе пресс-службы.
- Форматы интеграций с блогерами и инфлюэнсерами в социальных медиа.
- Комьюнити-менеджмент. Решение конфликтных ситуаций в онлайн-сообществе.
- Telegram-каналы как эффективный вид медиа и коммуникации с аудиторией.
- Способы продвижения контента организации и увеличения количества подписчиков в социальных сетях.
- Персонализация подачи контента в зависимости от типа социальной сети.
- Трендспоттинг и создание вирусного контента в социальных медиа.
- Использование инструментов SMM и SMO для построения эффективных коммуникаций и увеличения объемов аудитории.

ИНФОРМАЦИОННОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайты

Основные сайты, необходимые для освоения дисциплины

- Pressfeed. Сервис журналистских запросов. URL: <https://pressfeed.ru> (дата обращения: 04.07.2023).
- Медиалогия. Система мониторинга и анализа СМИ и соцсетей в режиме онлайн. URL: <https://www.mlg.ru> (дата обращения: 04.07.2023).
- Ассоциация коммуникационных агентств России. URL: <https://www.akarussia.ru> (дата обращения: 04.07.2023).
- СКАН-Интерфакс. Система мониторинга СМИ и соцмедиа. URL: <https://scan-interfax.ru> (дата обращения: 04.07.2023).

- Brand Analytics. Система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ. URL: <https://br-analytics.ru> (дата обращения: 14.07.2023).
- PREX CRM. Единое пространство для управления контактами, пресс-релизами и рассылками. URL: <https://www.prex.ru> (дата обращения: 14.07.2023).
- Deadline.Media. Профессиональная социальная сеть для журналистов, стрингеров, блогеров, PR-менеджеров, пресс-секретарей, маркетологов и экспертов-нюсмейкеров. URL: <https://deadline.media> (дата обращения: 14.07.2023).

Дополнительный список *сайтов* формируется на первых занятиях исходя из интересов и особенностей профессиональной деятельности слушателей, выявленных в ходе опроса.

ЛИТЕРАТУРА

Основная литература, необходимая для освоения дисциплины

1. *Барежнев В. А.* Организация и проведение PR-кампаний. СПб.: Питер, 2010.
2. *Буари Ф. А.* Паблик рилейшнз, или Стратегия доверия / пер. Н. Добробабенко. М.: ИМИДЖ-Контакт : ИНФРА-М, 2001.
3. *Василенко А. Б.* Пиар крупных российских корпораций. М.: Изд-во ГУВШЭ, 2002.
4. *Виноградова О. В.* Работа пресс-службы. Модуль 1. М.: РосНОУ, 2007.
5. *Ворошилов В. В.* Современная пресс-служба. М.: Кнорус, 2017.
6. *Вылегжанин Д. А.* Теория и практика паблик рилейшнз. М.: Флинта: МПСИ, 2008.
7. *Гундарин М. В.* Книга руководителя отдела PR: практические рекомендации. СПб.: Питер, 2009.
8. *Засурский Я. Н.* Этика, паблик рилейшнз, лоббизм, СМИ и доверие общества // Вест. Моск. ун—та. Сер. 10. Журналистика. 2003. № 4. С. 3—6.
9. *Засурский Я. Н.* Оценка эффективности PR-деятельности компаний: проблемы и подходы. Российская и международная практика: экспертно-аналитический доклад. М.: Ассоциация менеджеров, 2008.
10. *Ильяхов М.* Пиши, сокращай: Как создавать сильный текст. М.: АП, 2017.
11. *Кара-Мурза С. Г.* Манипуляция сознанием. М.: Алгоритм, 2017.
12. *Комаровский В. С.* Связи с общественностью в политике и государственном управлении. М.: Изд-во РАГС при Президенте РФ, 2000.
13. *Королько В. Г.* Основы Паблик Рилейшнз. М.: Ваклер, 2000.
14. *Кочеткова А. В.* Медиапланирование. М.: РИП-Холдинг, 2006.
15. *Кривоносов А. Д.* PR-текст в системе публичных коммуникаций. СПб.: Петербургское востоковедение, 2002.

16. Кузин С. Человек медийный. Технологии безупречного выступления в прессе, на радио и телевидении / С. Кузин, О. Ильин [Электронное издание]. М.: Альпина Паблишер, 2012.
17. Лазутина Г. В. Профессиональная этика журналиста. М.: Аспект Пресс, 2006.
18. Лебедева Т. Ю. Паблик рилейшнз. Корпоративная и политическая режиссура: Модели, системы ценностей, каналы СМК. М.: Изд-во МГУ, 1999.
19. Матушевский Р. Г. Правовые основы СМИ и журналистики. М.: Приор, 2006.
20. Мирошниченко А. А. Работа в пресс-службе. Журналистика для пресс-секретарей. М.: МедиаЛайн, 2012.
21. Почепцов Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов. М.: Ваклер, 2001.
22. Рябых А. Персональный бренд. Создание и продвижение / А. Рябых, Н. Зебра. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015.
23. Салливан М. Х. Ответственная пресс-служба: Взгляд изнутри. М., 2004.
24. Федотова Л. Н. Связи с общественностью. Теория и практика. М.: Вест-Консалтинг, 2016.
25. Черняк А. В. Власть и журналистика: монография: В 2 ч. М.: Академия медиаиндустрии, 2015.
26. Чумиков А. Н. Связи с общественностью. Теория и практика / А. Н. Чумиков, М. П. Бочаров. М.: Дело, 2006.
27. Энциклопедия паблик рилейшнз / [Ж. Сегела, Т. Лебедева, А. П. Ситников, Ж.-П. Бодуан и др.]. М.: Имидж-Контакт; Париж: IEERP — L'Harmattan, 2009.

Список *дополнительной литературы* формируется на первых занятиях исходя из области интересов и особенностей профессиональной деятельности слушателей, выявленных в ходе опроса.

Поступила в редакцию 26 июля 2023.

Журнал «Журналист. Социальные коммуникации» зарегистрирован
Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций.
Свидетельство о регистрации средства массовой информации
ПИ № ФС77-66931
от 22 августа 2016 года

Учредитель: Автономная некоммерческая организация
дополнительного профессионального образования
«Институт региональной журналистики»
<http://journalist.profruj.ru/>

Главный редактор *Л. А. Речицкий*
Адрес редакции: 127521, г. Москва, ул. Октябрьская, д.105, к. 2,
ФГБОУ ДПО «Академия медиаиндустрии», офис 1105.
e-mail: lenor.joursoc@gmail.com
Тел. +7 (495) 656 23 11 или + 7 (910) 436 05 92

Дизайн, верстка: *Ю. С. Головки*
Подписано в печать 23.10.2023
Формат 70 x 108/16
13,5 усл. печ. л.
Тираж 500 экз.
Заказ №

Отпечатано с предоставленных готовых файлов
в полиграфическом центре ФГУП Издательство «Известия»
127254, Москва, ул. Добролюбова, д. 6, стр. 1, телефон: (495) 650-38-80, izv-udprf.ru

При использовании материалов ссылка на журнал
«Журналист. Социальные коммуникации» обязательна.

