
ВОПРОСЫ ВЫПУСК 8(84), 2022 ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

Журнал «Вопросы политологии» включен
в Перечень рецензируемых научных изданий
ВАК при Министерстве науки и высшего образования РФ
по политическим наукам, в которых должны быть опубликованы
основные научные результаты на соискание ученой степени
кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук

Журнал включен в Перечень научных изданий
рекомендованных ВАК Республики Узбекистан
для публикации основных научных результатов диссертаций
по политическим и философским наукам

МОСКВА, 2022

ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ

Научный журнал

ISSN 2225–8922

Журнал включен
в Перечень ВАК РФ

Председатель Редакционного Совета – ПЛАТОНОВ В.М.,
к.ю.н., заведующий кафедрой политического анализа и управления РУДН,
Председатель Московской городской Думы (1994–2014 гг.)

Редакционный Совет

АВАЗОВ Камиль Халиевич	д.ф. (PhD) по полит. наукам, Региональный центр переподготовки и повышения квалификации работников народного образования Сурхандарьинской области (Узбекистан, г. Ташкент)
АСТВАЦАТУРОВА Майя Арташесовна	д.п.н., профессор, Пятигорский государственный университет (Россия, г. Пятигорск)
БЛОХИН Владимир Владимирович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
БОЖАНОВ Владимир Александрович	д.и.н., профессор, Белорусский Национальный технический университет (Белоруссия, г. Минск)
ВАНКОВСКА Биляна	профессор политологии и международных отношений факультета философии Университета Святых Кирилла и Мефодия (Македония, г. Скопье)
ВЕЛИКАЯ Наталья Михайловна	д.п.н., профессор, ИСПИ ФНИСЦ РАН, РГТУ (Россия, г. Москва)
ГОНЧАРОВ Пётр Константинович	д.с.н., профессор, Российский университет транспорта (МИИТ) (Россия, г. Москва)
ГРАЧЁВ Михаил Николаевич	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ДЭМБЭРЭЛ К.	доктор (PhD), Институт международных отношений АН Монголии (Монголия, г. Улан-Батор)
ЖИЛЫЦОВ Сергей Сергеевич	д.п.н., профессор, Дипломатическая академия МИД РФ (Россия, г. Москва)
КАРАДЖЕ Татьяна Васильевна	д.ф.н., профессор, МПГУ (Россия, г. Москва)
КАССАЕ НЫГУСИЕ В. МИКАЭЛЬ	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
КОВАЛЕНКО Валерий Иванович	д.ф.н., профессор, МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
КОМЛЕВА Валентина Вячеславовна	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
КРИБОКАПИЧ Борис	д.ю.н., Унион–Никола Тесла университет (Сербия, г. Белград)
МЕДВЕДЕВ Николай Павлович	д.п.н., профессор, главный редактор журнала (Россия, г. Москва)
МИХАЙЛОВ Вячеслав Александрович	д.и.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВА Елена Александровна	д.с.н., профессор, МГИМО МИД России (Россия, г. Москва)
НАЗАРОВ Александр Данилович	д.и.н., профессор, МАИ (Россия, г. Москва)
НАСИМОВА Гульнара Орденбаевна	д.п.н., профессор, Казахский Национальный университет им. Аль-Фараби (Казахстан, г. Алматы)
НИСЕНВИЧ Юлий Анатольевич	д.п.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ОРЛОВ Игорь Борисович	д.и.н., профессор, НИУ «Высшая школа экономики» (Россия, г. Москва)
ПАХРУТДИНОВ Шукритдин Ильясович	д.п.н., профессор, Институт переподготовки и повышения квалификации руководителей и специалистов системы народного образования имени А. Авлони (Узбекистан, г. Ташкент)
ПЛЯЙС Яков Андреевич	д.и.н., д.п.н., профессор, Финансовый университет при Правительстве РФ (Россия, г. Москва)
ПРЯХИН Владимир Федорович	д.п.н., профессор, РГТУ (Россия, г. Москва)
ПУСЬКО Виталий Станиславович	д.ф.н., профессор, ВА РВСН им. Петра Великого (Россия, г. Москва)
РУБАН Лариса Семёновна	д.с.н., профессор, отдел исследования проблем международного сотрудничества Института социально-политических исследований ФНИСЦ РАН (Россия, г. Москва)
СЛИЗОВСКИЙ Дмитрий Егорович	д.и.н., профессор, РУДН (Россия, г. Москва)
СЫЗДЫКОВА Жибек Сапарбековна	д.и.н., профессор, ИСАА МГУ им. М.В. Ломоносова (Россия, г. Москва)
ХОПЕРСКАЯ Лариса Львовна	д.п.н., профессор, Киргизско-Российский славянский университет (Киргизия, г. Бишкек)
ШАРКОВ Феликс Изосимович	д.с.н., профессор, РАНХиГС при Президенте РФ (Россия, г. Москва)
ЯН ФУЛИНЬ	проректор Хэйлунцзянского института иностранных языков (КНР, г. Харбин)

Редакционная коллегия

Главный редактор – МЕДВЕДЕВ Н.П., д.п.н., профессор

Абрамова О.Д. (д.п.н.)

Кетягин Г.В. (к.п.н. – зам. гл. редактора)

Насимова Г.О. (д.п.н.)

Шкурина С.С. (к.п.н. – ответ. редактор)

Учрежден

ООО «Издательство
«Наука сегодня»

Журнал зарегистрирован
Федеральной службой
по надзору в сфере массовых
коммуникаций, связи и охраны
культурного наследия

Рег. № ПИ № ФС77–46176
от 12 августа 2011 г.

Журнал издается ежемесячно

Журнал включен в базу РИНЦ
(Российский индекс
научного цитирования)

Включен в каталог
Ulrich's Periodicals Directory
Пятилетний
импакт-фактор журнала: 0, 376

Адрес редакции:
115598, г. Москва, ул. Загорьевская,
д. 10, корп. 4, цокольный этаж,
помещение 1, комната 7-1, офис 4

Тел.: (910) 463-53-42

Интернет-ресурс:
www.voprospolitolog.ru
E-mail: voprospolitolog@yandex.ru

Мнение авторов может
не совпадать с мнением редакции.
При перепечатке ссылка
на журнал обязательна.

Научные статьи, публикуемые
в журнале подлежат обязательному
рецензированию.

Ответственный редактор
Шкурина С.С.

Перевод
Чернышова Е.В.
Компьютерная верстка
Загуменов А.П.

Подписано в печать 26.08.2022

Формат 60×84/8. Объем 38,5

Печать офсетная.

Тираж – 1000 экз.

(1-й завод – 500 экз.)

Заказ № 712

Отпечатано в типографии
ООО «Белый ветер»
115054, г. Москва, ул. Щипок, 28
Тел.: (495) 651-84-56

ISSN 2225-8922 (print)

12 выпусков в год и

4 выпуска в год переводной (англ.) версии

Языки: русский, английский

<http://voprosplitolog>

Входит в перечень рецензируемых научных изданий ВАК РФ

Включен в каталог периодических изданий Ульрих (Ulrich's Periodicals Directory: <http://www.ulrichsweb.com>)

Материалы журнала размещаются на платформе РИНЦ Российской научной электронной библиотеки, Electronic Journals Library Cyberleninka

Подписной индекс издания в каталоге агентства Роспечать 70035

Цели и тематика

Журнал ВОПРОСЫ ПОЛИТОЛОГИИ – периодическое международное рецензируемое научное издание в области политических исследований. Журнал является международным как по составу редакционного совета и редколлегии, так и по авторам и тематике публикаций.

Научный журнал издается с 2011 года в издательстве «Наука сегодня». С 2016 года издается переводная (англ.) версия журнала. С момента своего создания, журнал ориентировался на высокие научные и этические стандарты и сегодня является одним из ведущих политологических журналов России.

Цель журнала – способствовать научному обмену и сотрудничеству между российскими и зарубежными политологами.

Журнал предназначен для публикации результатов фундаментальных и прикладных научных исследований. Тематическая направленность журнала отражается в следующих постоянных рубриках: «История и философия политики», «Политические институты, процессы и технологии», «Политическая регионалистика и этнополитика», «Политическая культура и идеологии», «Политические проблемы международных отношений и глобализации».

Формат публикаций: научные статьи, обзорные научные материалы, материалы круглых столов, научные рецензии, научные сообщения, посвященные исследовательским проблемам в сфере политики и политологии.

В своей деятельности редакционный совет и редколлегия журнала руководствуется принципами, определяемыми ВАК России для научных журналов, в том числе: наличие института рецензирования для экспертной оценки качества научных статей; информационная открытость издания; наличие и соблюдение правил и этических стандартов представления рукописей авторами.

Целевой аудиторией журнала являются российские и зарубежные специалисты-политологи, а также аспиранты и магистры, обучающиеся по направлениям политология, государственное и муниципальное управление и международные отношения.

Журнал строго придерживается международных стандартов публикационной этики, обозначенных в документе *COPE (Committee on Publication Ethics)* <http://publicationethics.org>

Полные сведения о журнале и его редакционной политике, требования о подготовке и публикации статей, архив (выпуски с 2011 года) и дополнительная информация размещена на сайте: <http://voprosplitolog.ru>

Электронный адрес: voprosplitolog@yandex.ru

ISSN 2225-8922 (print)

12 issues a year plus

4 issues a year of the translated (eng.) version

Languages: Russian and English

<http://voprosplitolog>

Included in the list of peer-reviewed scientific publications of the Higher Attestation Commission of the Russian Federation

Included in the Ulrich's Periodicals Directory

Materials of the journal are placed on the RSCI platform of the Russian scientific electronic library – Electronic Journals Library Cyberleninka

Subscription index of the journal in the Rospechat Agency catalogue is: 70035

Objectives and themes

Academic journal “Political Science Issues” is an international peer-reviewed scientific periodical in the field of political studies. The journal has an international character because of the composition of its Editorial Board, its editors, its contributing authors and topics of its publications.

The scientific journal is published since 2011 at the “Publishing House “Science Today”. Translated (eng.) version of the journal is published since 2016. Since its inception, the journal was guided by high scientific and ethical standards and today it is one of the leading political science journals in Russia.

The purpose of the journal is to promote scientific exchange and cooperation between Russian and foreign political scientists.

The journal is intended for the publication of the results of fundamental and applied scientific research. Thematic focus of the journal is reflected in the following permanent headings: “History and philosophy of politics,” “Political institutions, processes and technologies,” “Political regionalism and ethno-politics,” “Political culture and ideologies,” “Political problems of international relations and globalization.”

Format of publications: scientific articles, reviews, scientific materials, materials of round tables, scientific reviews, scientific reports devoted to research problems in the field of politics and political science.

The Editorial Board and the editors of the journal in their activities are guided by the principles defined by VAK of Russia for scientific journals, including: presence of the institute of peer review for the expert quality assessment of scientific articles; information openness of the publications; availability and compliance with the rules and ethical standards for the submission of manuscripts by the authors.

The target audience of the journal is Russian and foreign specialists-political scientists, as well as graduate students and masters in the fields of political science, state and municipal management and international relations.

The journal strictly adheres to the international publishing standards and publication ethics identified in the *COPE (Committee on Publication Ethics)* document. <http://publicationethics.org>.

Full details of the journal and its editorial policy, requirements to the preparation and publication of articles, archive (issues since 2011) and additional information are available on the website: <http://voprosplitolog.ru>

E-mail address: voprosplitolog@yandex.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ИСТОРИЯ И ТЕОРИЯ ПОЛИТИКИ

Солодова Г.С.

Идеология как источник социальной власти..... 2552

Порошков М.М.

Особенности распространения идеологических концептов
в современном политическом дискурсе 2559

Прончев К.Г.

Концепция «иерархического персонализма»:
политологический аспект 2570

ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Рязанцев С.В., Храмова М.Н., Леденева В.Ю., Брагин А.Д.

Индекс интеграции иммигрантов в России:
теоретико-методологические основы..... 2584

Титов В.В.

Место образа «другого»
в конструировании национальной идентичности 2600

Трофимов П.А.

Концептуальные аномалии теории
мультикультурного гражданства Уилла Кимлики..... 2610

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

Лу Сяо, Сельцер Д.Г.

Меритократия как принцип формирования
управленческой элиты современного Китая 2618

Адамова М.А., Агеева Е.А., Манкиева А.В.

К вопросу об эскалации насилия как способа делегитимации
государственной власти террористическими организациями 2627

Григорян Д.К., Токарева А.В.

Шутинг в учебных заведениях:
проблема власти или общества? 2636

Алимардонов Л.

Политическая реклама в формировании
активной гражданской позиции у молодежи..... 2646

Гаджиева Л.А.

Современные тенденции развития
региональной культурой политики в России..... 2652

Леньков Д.А. Гражданское общество России в контексте мировых трендов развития гражданского общества.....	2662
--	------

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ОТРАСЛЕВЫЕ ПОЛИТИКИ

Самусева О.А. Эволюция инновационной политики КНР	2669
---	------

Пашин М.М. Модернизация политики здравоохранения в Чили в период пандемии новой коронавирусной инфекции	2682
--	------

ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Назаров А.Д. Международные выставки HeliRussia как инструмент повышения конкурентоспособности и продвижения новинок отечественной вертолетной индустрии на внутренний и внешние рынки	2687
---	------

Сурма И.В. Изменение внешней политики США, ЕС и НАТО: трансформация парадигмы действий.....	2701
--	------

Шульга Е.П. Деятельность USAID в центральноазиатском регионе: настоящее и будущее	2708
--	------

Кожухова К.Е. Китайская стратегическая культура в белой книге «Тайваньский вопрос и причина воссоединения Китая в новую эпоху».....	2719
---	------

Бабченко М.С. Динамика молдово-приднестровского переговорного процесса.....	2727
---	------

Мехмет Урпер. Влияние исламского фактора на формирование и развитие стратегии международной политики Турции (часть 2).....	2735
---	------

Семёнова О.В. Информационно-аналитическое обеспечение внешнеполитического процесса	2746
---	------

Ван Цзиньхуэй. Российско-китайский вектор на Дальнем Востоке в условиях антироссийских санкций	2757
---	------

Рабат Луджан.

Характеристика социально-политической жизни
и политической культуры населения
в Сирийской Арабской Республике 2764

Лю Цзинюань, А Гудаму.

Вклад Китая в реформирование системы
глобального управления 2773

Стальной А.Л.

Особенности восприятия проблемы
«немецкой виновности» в послевоенной ГДР 2782

Шолкова М.А.

Японо-американский альянс
при Д. Трампе и Дж. Байдене 2790

СТУДЕНЧЕСКАЯ НАУКА

Ильин П.А.

Средства массовой информации в современной России
как инструмент управления общественным мнением 2796

Оленич Ю.С.

Современные политические инструменты противодействия
терроризму 2804

Санжаров В.А.

Механизмы построения положительного имиджа
международными футбольными организациями
(на примере ФИФА): вызовы и тенденции 2810

Свиридов А.А.

Политические кризисы, вызванные энергетическими факторами:
Суэцкий кризис 1956 года 2817

Тянь Чжо.

Русский неоконсерватизм и путинизм 2826

НАШИ АВТОРЫ 2835

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ РУКОПИСЕЙ 2842

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ 2844

М.М. ПОРОШКОВ

аспирант кафедры теории и философии политики
факультета политологии Санкт-Петербургского
государственного университета,
Россия, г. Санкт-Петербург

ОСОБЕННОСТИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ КОНЦЕПТОВ В СОВРЕМЕННОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Актуальность статьи обусловлена существенными изменениями в политическом дискурсе, которые вызваны, с одной стороны, новыми техническими средствами трансляции информации, а с другой, меняющимися социальными практиками ее потребления и дальнейшего распространения. Отмечается рост общественного запроса на новые идеологии, но они должны быть выражены в емком, понятном и актуальном виде, а не в устоявшихся и устаревших формах дискурса прошлого века. Идеологам, вследствие новых условий и усложнения самих идеологических концептов, предстоит изменить сам подход взаимодействия с дискурсом, выбрав оптимальную форму распространения идеологических концептов. Целью исследования является формулирование последовательности действий для создания оптимальной формы распространения идеологического концепта. Исходя из поставленной цели, вытекают следующие задачи: проанализировать общее изменение условий ведения политического дискурса по принципу работы с информацией; выявить ключевого субъекта политического дискурса, влияющего на распространение новостей и его функциональные особенности; обобщить полученные данные в рекомендации по созданию формы для распространения идеологического концепта. Основным методом является сравнительный анализ. В статье анализируются факторы, влияющие на распространение идеологических концептов в дискурсе: от технических до структурных. Результаты анализа позволяют создать рекомендации для специалистов по работе с идеологиями в дискурсе. Текущее состояние политического дискурса, обусловленное обозначенными факторами и выраженное в сложившейся практике, позволяет сделать вывод, что сформировался устойчивый механизм распространения новостей в новой информационной эпохе, обязательный для понимания и использования специалистами по работе с дискурсом.

Ключевые слова: *политический дискурс, идеология, идеологический концепт, социальные сети, новости, рерайт, репост.*

Введение. Кризис политического дискурса в эпоху постмодернизма приводит к тому, что на одни и те же понятия у разных частей аудитории могут быть свои, обоснованные или необоснованные коннотации [6. С. 70-79; 12. С. 42-48], а на заведомую коннотативность идеологий в дискурсе указывал еще Ролан Барт [1. С. 230]. Кроме достаточно кратких по времени периодов непосредственной предвыборной агитации, идеологии, в форме входящих в них идеологических концептов различного уровня, распространяются в виде политических и около-политических новостей. При этом, в XXI веке произошли достаточно существенные изменения в техническом и социальном распространении информации в политическом дискурсе. Различия описываются не только и не столько всеобщим доступом в интернет, сколько новой механикой потребления и распространения информации, ее интенсивностью и восприимчивостью к ней, связанной с социальными сетями, мессенджерами и другими площадками соприкосновения с политической информацией. Работа с политическим дискурсом в целом, и с идеологическими концептами в частности, требует переосмысления форм подачи аргументов в новой информационной реальности. Проблему переосмысления формы подачи идеологии в современном политическом дискурсе мы и рассмотрим далее.

Поле идеологических войн постепенно сместилось из области разъяснения транслируемых смыслов в область создания условий для их автоматического некритического восприятия, принятия и дальнейшего распространения [17. С. 128]. Задача современного политического актора состоит уже не только и не столько в убеждении своей целевой аудитории, а в фокусировании ее внимания на самом сообщении в перегруженном данными информационном поле, в сохранении этого внимания с первых строк транслируемой идеологии и, в идеале, в побуждении потребителя информации к дальнейшему вирусному распространению данной новости. Задача распространения порой превалирует над задачей объяснения.

Сам подход к распространению идеологического концепта, в свою очередь, можно поделить на 2 основных варианта:

1) конструирование оптимального сообщения, которое должно заполнить собой политический дискурс или, как минимум, войти в топ-10 обсуждаемых новостей;

2) сосредоточение на работе с дискурсом и его акторами: само сообщение будет видоизменяться в процессе коммуникации, приспосабливаясь к дискурсу.

Рассмотрим более подробно факторы, которые влияют на оба подхода, чтобы предположить наиболее эффективную стратегию для создания и распространения идеологических концептов в дискурсе.

Факторы и новые вводные политического дискурса. К типичным проблемам современного политического дискурса, с точки зрения управления им, можно отнести:

- информационную перегруженность читателя;
- неспособность или нежелание читателей критически осмыслить прочитанный материал;
- усложнение определения истинности или ложности, вследствие отсутствия культуры работы с первоисточниками [7. С. 32-49];
- стирание границ между информационными, рекламными, нативными и другими видами распространения информации;
- проблема отстройки от политических конкурентов, в рамках которой, с одной стороны, нужно выделить свои идеологические концепты на общем фоне [4. С. 97-98], а, с другой стороны, сохранить у потенциального читателя доверие к публикуемому материалу [5. С. 18-20].

Для современного политического дискурса характерен переход читающей публики с традиционных на интернет-СМИ и далее в социальные сети, что не только изменяет саму площадку соприкосновения с электоратом, но и оказывает кардинальное изменение формы взаимодействия с ним. Объемные, аргументированные и информационно насыщенные тексты более не воспринимаются и не верифицируются как достоверные и могут отталкивать потенциального избирателя своей сложностью, т.к. он оценивает их как искусственно созданные и/или устаревшие, в сравнении с типичными формами подачи информации в других сферах – коммерческой, социальной, межличностной. В исследованиях политического дискурса отмечается, что аудитория лучше воспринимает новости, облеченные в краткую форму, воздействующие одновременно и на логическое, и на эмоциональное поле [16. С. 184-193]. При этом такая новость лучше всего воспринимается не от традиционных источников информации (особенно от государственных СМИ), а от различных агрегаторов, которые собирают новости и транслируют их в понятной и емкой форме.

В эпоху информационной пресыщенности как общества в целом, так и отдельного человека, ключевым вопросом является не понимание распространяемых идей, а их максимальный охват среди целевой аудитории. Типичная картина получения информации современным интернет-пользователем смещается из вертикальной схемы с единым источником в условно горизонтальную, когда новости могут распространяться не через информационные ресурсы, а все чаще от одного пользователя к другому. О критической значимости межличностной коммуникации в политическом процессе писал еще Пол Лазарфельд, а его тезис подтверждается современными

исследованиями эпохи соцсетей [3. С. 95-107]. В этой новой информационной реальности перед специалистами по работе с политическим дискурсом и идеологическими концептами стоит задача создания и отработки нового механизма донесения идеологии в форме, которая будет максимально эффективно распространяться и восприниматься среди их электората [18. С. 523-532]. Более того, всех политических акторов, игнорирующих вышеприведенные факторы, ждет если не забвение, то серьезное снижение рейтинга политического влияния и, как следствие, ущемление их политической власти.

Потенциальный рост многообразия новостей за счет массового доступа пользователей к интернету в целом и социальным сетям в частности нивелируется неизбежной иерархизацией новостей в медийном пространстве. Самыми просматриваемыми будут те новости, что попали на верхние строчки популярных поисковых систем, у каждой из которых есть свой новостной агрегатор. Он, в свою очередь, создается встроенным алгоритмом из суммы упоминаний новости на максимальном количестве новостных площадок. Использование топа-новостей агрегаторов [8] иллюстрирует, что сама топ-новость, как правило, будет опубликована в десятках крупных информационных ресурсах в практически неизменном виде и примерно в одно и то же время. Таким образом, какое бы разнообразие новостей не содержалось в потенции каждого пользователя создавать свои сообщения в сети, наибольшее распространение получают те, что публикуются, а точнее некритически воспроизводятся максимальным числом участников дискурса. Что лишний раз доказывает приоритет способности к массовому распространению над оригинальностью и самобытностью создаваемого идеологического концепта.

Типичным механизмом двадцатого века являлось распространение информации через традиционные СМИ как основного источника новостей. Этому, помимо прочего, способствовал ограниченный доступ к средствам производства новостей и высокой доли монополизации этой сферы в государственных и/или бизнес-кругах. В настоящее время социальные сети стали альтернативным инструментом, позволяющим добиться максимального охвата из-за механизма ретранслирования информации: рерайта и репоста [2].

Можно заметить, что большинство групп в соцсетях, телеграм-каналов и т.н. «пабликов» распространяют одни и те же новости с близким или даже идентичным идеологическим окрасом, однако редакторы этих групп стараются видоизменять текст или сопровождающие изображения, фото, видео и прочее так, чтобы он воспринимался как оригинальный материал. При этом охват первоисточника и суммы просмотров всех, кто его используют, несопоставим в пользу вторых, т.к. каждый канал распространения информации прилагает усилия для того, чтобы увеличивать собственную

подписную базу, приумножать количество своих читателей различными способами, в том числе и рекламными. Это формирует ситуацию, в которой есть очень ограниченный список условных первоисточников, т.е. тех ресурсов, которые узнали какую-то новость первыми и успели создать из нее единицу контента раньше других, и бесконечное количество вторичных распространителей, что используют данную единицу контента с помощью механизма рерайта, т.е. изменения формы без потери основного содержания. Следовательно, узнавание новости в подавляющем большинстве случаев происходит не посредством прочтения первоисточника, будь то информационное агентство или крупная группа в социальной сети, а именно через те вторичные (с точки зрения новизны и уникальности) ресурсы, которые распространяют условно «чужие» новости.

Редактор – ключевая фигура социальных сетей. Относительно новым действующим лицом в политическом дискурсе можно назвать фигуру редактора паблика социальной сети или копирайтера, который формирует наполнение контентом соответствующий информационный ресурс. В определенном смысле, это развитие концепции «привратника» Курта Левина [14. С. 49], в которой в каждом СМИ (формально или неформально) выделялся человек-функция, определяющий, что попадет в новости, а что останется за пределами дискурса, только утрированная до еще меньшего количества акторов, т.е. редактора паблика в социальной сети. Отличие редактора социальной сети от журналистов, редакторов, корреспондентов и других типичных фигур для информационной картины XX века состоит в том, что он вынужден в разы быстрее искать, оценивать, обрабатывать и распространять информацию для собственного информационного ресурса. Скорость работы с информацией вырастает как со стороны производителей данного продукта, так и со стороны его потребителей, таким образом стороны взаимно ускоряют друг друга. Работа с таким потоком информации, в свою очередь, приводит к безответственности тех, кто публикует ее, т.к. новость неизбежно сменится следующей в самое ближайшее время [19. С. 1-9].

Идеальная схема т.н. «объективной журналистики», при которой распространитель информации обязан проверить публикуемые факты, а также предоставить взгляд на обозреваемую проблему с разных сторон, отходит на второй план или даже становится анахронизмом под гнетом необходимости быть актуальным и предоставлять информацию насколько возможно быстро [15. С. 460-461]. Проводя аналогию с классической журналистской системой, такой редактор или копирайтер становится корреспондентом на месте с камерой или с ручкой/блокнотом, с возможностью публикации в обход главного редактора.

С одной стороны, это негативно сказывается на качестве из-за отсутствия повторной проверки информации другим лицом, и тем более, снижает

объективность подаваемой информации, а, с другой стороны, – на порядок увеличивает скорость ее предоставления конечному пользователю, читателю или подписчику в социальной сети. Итогом становится упрощение всей цепочки проверки информации до единого нового фильтра – редактора группы в соцсети, а значит, новости распространяются с другими критериями, нежели в прошлой системе работы с информацией.

Именно от редактора и/или копирайтера зависит, будет ли новость показана в том или ином паблике, поэтому необходимо соответствовать его критериям и понравиться не столько читателям, что тоже, безусловно, необходимо, сколько, распространителю новости. Решение данной задачи становится ключевой для современного политического дискурса, ведь если о новости никто не узнал, значит, в публичном поле ее не существует. Это особенно актуально для предвыборного периода, когда происходит борьба за неопределившихся, и привлечь внимание почти равно завладеть голосами.

Зависимость от редактора, с другой стороны, стало узким местом, снижающим общую пропускную способность информационного потока не по количеству сообщений, но по их качеству, что в конечном итоге не позволяет доносить более сложное и нетипичное до конечного пользователя. Однако, возможно, что в ближайшее десятилетие она сменится иной задачей – прохождением заданного фильтра у алгоритма нейросети, которая будет наполнять информационные ресурсы будущего.

Сравнивая текст новостей между информационным ресурсом, который разместил новость первым и теми, кто сделал рерайт, можно заметить:

1) новость, как правило, не меняет ни информационное содержание, ни идеологическую окраску;

2) существует ограниченное количество тематик, по которым создаются и распространяются новости.

С одной стороны, это связано с тем, что есть повторяющиеся информационные паттерны как с точки зрения создания новостей, так и с точки зрения их потребления, и определенная сложившаяся журналистская и рекламная, в смысле привлечения внимания, практика заголовков и выделяемых маркеров внутри текста. С другой стороны, с учетом необходимости рерайта исходного текста, сами темы, виды их представления и итоговая подача информации редактором новостного ресурса также могут быть структурированы в рамках ограниченного количества типичных форм. Новость, поданная по другой теме или в другой форме, просто не будет считываться специалистом как потенциально хорошо распространяемая, следовательно, останется только в рамках первоисточника и не пойдет дальше по распространяющим ее ресурсам [10. С. 66-71].

Распространяемая новость обязана соответствовать закреплённым в политическом дискурсе данной страны темам и быть выраженной в типичной форме подачи новостей для того, чтобы пройти систему «свой-чужой»

у редактора ресурса-распространителя. Более того, быть ему максимально удобной в плане минимально необходимых интеллектуальных и временных затрат на рерайт текста [11. С. 90-97]. Другими словами, редактор не будет писать про ту новость для своей аудитории, которая ему:

- 1) не понятна;
- 2) не типична;
- 3) сильно отличается от стандартной формы распространения новости [9. С. 57-60].

Отдельно отметим интересный феномен, что новость, подаваемая идеологическими конкурентами, также может сохранять и суть, и структуру, однако, трансформируется посредством редактора через замену знака оценки с положительного на отрицательный, или наоборот. Например, написанный в пользу действующей власти текст может быть сохранен почти дословно с изменением заголовка и нескольких акцентов, и получить распространение даже в оппозиционной информационной среде. Так новость с попыткой восстановления памятника Дзержинскому на Лубянской площади в Москве одной стороной трактовалась как восстановление справедливости, а другой как восстановление порядков жесткой карательной системы спецслужб, а само словосочетание «восстановление памятника Дзержинскому» использовалось практически без изменений, только с противоположными коннотациями [13. С. 72-84]. Таким образом, потенциально можно распространять необходимый идеологический концепт через правильно написанные новости даже среди политических конкурентов.

Углубляя данную тему, подчеркнем, что типичные по сути и форме новости можно сгруппировать в еще меньшее количество тем, если свести их к информационным потребностям потребителей. Читатели, вне зависимости от языка, культуры и других особенностей местного дискурса, активно реагируют и переходят по ссылкам новостей, касающимся безопасности, «теории заговора», развитию известного им конфликта и других типичных т.н. «горячих» тем.

Еще одной особенностью распространения новостей через вышеописанный механизм является его условная бесплатность. Если пресс-службы всех коммерческих, государственных и партийных структур активно ищут новостные поводы, которые были бы интересны СМИ для того, чтобы повысить количество упоминаний про их организацию в положительном ключе, и даже вынуждены финансово стимулировать представителей СМИ и блогеров для того, чтобы получить желаемое, то бесплатные репосты и рерайты – это изначально интересные новости, написанные по правильной технологии. Именно поэтому их распространение происходит автоматически, т.к. основная задача любого редактора и копирайтера – это наполнение своего информационного ресурса таким контентом, который будет интересен читателям. Более того, как отмечалось ранее, благодаря

современным технологиям социальных сетей, контент может распространяться самими читателями через механизм репостов. Редактор же является заинтересованным лицом при формировании интересной новости и его не требуется отдельно приглашать на пресс-конференцию или стимулировать тем или иным способом.

Вывод. Итак, на современный политический дискурс существенное влияние оказывает трансформация информационных условий при создании, публикации и распространении идеологических концептов. Это проявляется в следующем:

1. Работа с политическим дискурсом преследует цель не столько убедить электорат, сколько наиболее широко распространить нужные идеологические концепты и заполнить ими текущие повестки.
2. Для идеологии трансляция и ретрансляция смыслов через электронные средства становится вопросом не масштаба, а выживания.
3. Горизонтальное распространение информации через соцсети представляет собой новый вид старого механизма (т.н. «сарафанное радио»).
4. Видимое разнообразие информационных ресурсов не приводит к разнообразию новостей из-за иерархизации в рамках агрегаторов.
5. Большинство читателей новостей соприкасается с ними не из первоисточника, а через вторичные информационные ресурсы.

В свою очередь новый, горизонтальный механизм распространения идеологических концептов характеризуется рядом особенностей:

1. Редактор новостных сайтов и пабликов становится ключевым звеном в цепи донесения информации.
2. Для максимального охвата новость обязана соответствовать негласным критериям, чтобы пройти фильтр редактора.
3. В отличие от других инструментов, механизм виральности, т.е. сознательной подготовки сообщения под типичные распространяемые шаблоны, является бесплатным, основывается на потребностях людей и позволяет доносить информацию до широкого круга лиц, в том числе и до прямых конкурентов.

Итоговая технология по распространению идеологического концепта черед новости в рамках политического дискурса базируется на следующих критериях:

1. Новость должна соответствовать типичным и популярным темам.
2. Быть написанной по наиболее распространенным новостным шаблонам.
3. Быть понятной и привычной для редакторов, которые с ней работают и распространяться изначально через то, что в данной информационной среде признается как «хороший» первоисточник (крупное информационное агентство, телеграмм-канал, паблик и прочее).

Соответствие этим критериям конструирует виральность, которая позволяет бесплатно и с максимальным эффектом распространить необходимую новость с сохранением ее информационной сути, структуры и идеологической оценки на максимальное количество читателей. Данная технология позволяет не только обойти механизм распространения через традиционные СМИ и преодолеть ряд его недостатков, но и придать масштабированию новости естественность, скрывающей ее бенефициара.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. *Барт Р. S/Z* / пер. с фр. Г.К. Косикова и В.П. Мурат; общ. ред. и вступ. ст. Г.К. Косикова. М.: УРСС, 2001.
2. *Грушевская Е.С.* Политический дискурс как пространство актуализации феномена объединения // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2019. № 1 (232).
3. *Завгородняя М.Ю.* Пол Лазарсфельд о межличностной коммуникации в избирательной кампании: теоретический аспект и современное применение. Коммуникология. Том 5. № 2.
4. *Ехлакова Н.Ф.* Реализация стратегии позиционирования в русском политическом президентском дискурсе (на примере тактики «отстройка от конкурентов») // Учимся понимать Россию: политическая и массмедийная коммуникация. 2018.
5. *Ильичева Я.А., Скорнякова С.С.* Отстройка от конкурентов в политическом процессе // Неделя науки СПбГПУ. 2014.
6. *Ишутин А.А.* Постмодернизм vs целостность: социально-политический дискурс // Журнал политических исследований. 2020. Т. 4. № 3.
7. *Карасик В.И.* Адресная специализация в публичном политическом дискурсе // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2018. № 1.
8. *Колмогорова А.В., Горностаева Ю.А., Калинин А.А.* Разработка компьютерной программы автоматического анализа и классификации поляризованных политических текстов на английском языке по уровню их манипулятивного воздействия: практические результаты и обсуждение // Политическая лингвистика. 2017. № 4.
9. *Мухтаров М.М.* Тактики политического маркетинга как междисциплинарная область знаний // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2021. № 2-2.
10. *Николаева М.В.* Особенности политического дискурса в России в цифровую эру // Русская политология. 2018. № 4 (9).
11. *Павлов П.В.* Создание образа врага через посты и репосты политических медиановостей в социальной сети Facebook: семантический

и прагматический аспекты воздействия // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2016. № 4 (108).

12. *Пилюгина Е.В.* Дискурс в политике и политика как дискурс: Актуальные резонансы социального бытия постмодерна // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 23 (314).

13. *Порошков М.М.* Конструирование политических нарративов как инструмент политического дискурса для развития идеологических концептов и идеологий: проблемы теории и практики // Социодинамика. 2022. № 4.

14. *Почепцов Г.Г.* Теория коммуникации. М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 2001.

15. *Рябченко Н.А.* «Говорящий-слушающий»: анализ трансформации политической коммуникации // Политическое представительство и публичная власть: трансформационные вызовы и перспективы. 2020.

16. *Скрипка И.Р.* Электронные СМИ и социальные сети в политике: европейский опыт // Современная Европа. 2021. № 4.

17. *Чернявская В.Е.* Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА, 2017.

18. *Чижик А.В.* Политический дискурс в русскоязычном Twitter и образ политика через призму интернет-дискурса // Новые информационные технологии в автоматизированных системах. 2015. № 18.

19. *Michael Freeden.* Loose talk costs ... nothing // Journal of Political Ideologies. 2018. No 23:1.

FEATURES OF THE SPREAD OF IDEOLOGICAL CONCEPTS IN MODERN POLITICAL DISCOURSE

The relevance of the article is due to significant changes in political discourse, which are caused, on the one hand, by new technical means of broadcasting information, and on the other hand, by changing social practices of its consumption and further distribution. There is an increase in public demand for new ideologies, but they must be expressed in a capacious, understandable and relevant form, and not in the established and outdated forms of discourse of the last century. Ideologists, due to the new conditions and the complication of the ideological concepts themselves, will have to change the very approach of interaction with the discourse, choosing the optimal form for the dissemination of ideological concepts. The purpose of the study is to formulate a sequence of actions to create the optimal form for the dissemination of an ideological concept. Based on the goal, the following tasks follow: to analyze the general change in the conditions for conducting political discourse on the principle of working with information; identify the key subject of political discourse that affects the dissemination of news and its functional features; generalize the obtained data in recommendations for creating a form for the dissemination of an ideological concept. The main method is comparative analysis. The article analyzes the factors influencing the spread of ideological concepts in discourse: from technical to structural ones. The results of the analysis make it possible to create recommendations for specialists in working with ideologies in discourse. The current state of political discourse, determined by the indicated factors and expressed in the current practice, allows us to conclude that a stable mechanism for the dissemination of news in the new information age has been formed, which is mandatory for understanding and use by specialists in working with discourse.

Key words: *political discourse, ideology, ideological concept, social networks, news, rewrite, repost.*