

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-10-1.4>

Калугина Елена Геннадьевна

**ИНТЕРНЕТ-СМИ В АСПЕКТЕ НООПОЛИТИКИ: ПОСТРОЕНИЕ ПОДХОДА К ИССЛЕДОВАНИЮ ОСОБЕННОСТЕЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ**

Статья посвящена проблеме исследования интернет-СМИ в аспекте новой стратегии внешнеполитической деятельности - ноополитики. Рассматривается специфика сетевых средств массовой информации как субъектов политической коммуникации при освещении международных событий в контексте теории медиаэффектов. Предлагаются способы изучения вербальной составляющей медиатекстов, а также гипертекстовых, мультимедийных и интерактивных элементов для выявления особенностей интерпретации действительности с целью определения роли интернет-СМИ в реализации ноополитики.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/2/2018/10-1/4.html](http://www.gramota.net/materials/2/2018/10-1/4.html)

Источник

**Филологические науки. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2018. № 10(88). Ч. 1. С. 22-25. ISSN 1997-2911.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/2.html](http://www.gramota.net/editions/2.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/2/2018/10-1/](http://www.gramota.net/materials/2/2018/10-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [phil@gramota.net](mailto:phil@gramota.net)

УДК 82; 070; 32.019.51

Дата поступления рукописи: 18.07.2018

<https://doi.org/10.30853/filnauki.2018-10-1.4>

*Статья посвящена проблеме исследования интернет-СМИ в аспекте новой стратегии внешнеполитической деятельности – ноополитики. Рассматривается специфика сетевых средств массовой информации как субъектов политической коммуникации при освещении международных событий в контексте теории медиаэффектов. Предлагаются способы изучения вербальной составляющей медиатекстов, а также гипертекстовых, мультимедийных и интерактивных элементов для выявления особенностей интерпретации действительности с целью определения роли интернет-СМИ в реализации ноополитики.*

*Ключевые слова и фразы:* политическая коммуникация; интернет-СМИ; ноополитика; медиаэффекты; установление повестки дня; медиафрейминг.

**Калугина Елена Геннадьевна**

*Российский университет дружбы народов, г. Москва*

*elenakalug2013@gmail.com*

### **ИНТЕРНЕТ-СМИ В АСПЕКТЕ НООПОЛИТИКИ: ПОСТРОЕНИЕ ПОДХОДА К ИССЛЕДОВАНИЮ ОСОБЕННОСТЕЙ ИНТЕРПРЕТАЦИИ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ**

Развитие Интернета и новых медиа способствовало трансформации традиционных стратегий внешнеполитической деятельности развитых государств. Реальная политика, предполагающая ведение переговоров, применение силы или угрозу применения силы, реализуется сегодня в сочетании с инструментами «мягкой силы», на смену реальным войнам приходят так называемые гибридные. «Современная гибридизация войны движется дальше, чем просто перевес в пользу информационного отражения над реальными действиями. Известный тезис американского военного «мы не победили, пока об этом не сообщили по CNN» в силу развития сетевых медиа может звучать ещё более парадоксально: мы не победим никогда, потому что любое сообщение в сети может быть опровергнуто «очевидцем событий», приложившим в блоге фото или видео», – пишут О. В. Столетов и Д. С. Полулях [14, с. 171-172].

В 1999 году американские исследователи Дж. Аркилла и Д. Ронфельдт ввели понятие «ноополитика». В работе «The Emergence of Noopolitik. Toward an American Information Strategy» («Появление ноополитики: к американской информационной стратегии») они понимают под ним «внешнеполитическое поведение и стратегию информационной эпохи, направленные на формирование и распространение идей, ценностей, законов и морали посредством мягкой силы» [16]. Однако в условиях сосуществования с реальной политической подход, представляемый американскими авторами как позитивный, применяется политическими акторами в большей степени в целях манипулятивного воздействия на определённые аудитории. Такое воздействие осуществляется главным образом с помощью сетевых ресурсов, среди которых важнейшую роль играют средства массовой информации.

В данной статье мы ставим целью рассмотреть специфику интернет-СМИ как субъектов политической коммуникации при освещении международных событий и предложить научно обоснованный подход к их исследованию в аспекте ноополитики. Актуальность такой постановки вопроса обусловлена, с одной стороны, всё возрастающим значением коммуникации во внешней политике, с другой стороны, – влиянием информационно-коммуникационных технологий на развитие средств массовой информации, при котором ключевым компонентом медиасистемы становятся сетевые СМИ. Научная новизна статьи заключается в рассмотрении специфики интернет-СМИ как субъектов политической коммуникации при освещении международных событий в контексте теории медиаэффектов, а также в предложенных способах исследования медиатекстов для выявления особенностей интерпретации действительности с целью определения роли сетевых средств массовой информации в реализации новой стратегии внешнеполитической деятельности.

#### **Интернет-СМИ как субъект политической коммуникации в контексте теории медиаэффектов**

Интернет-СМИ как один из типов новых медиа помимо известных признаков средств массовой информации обладают признаками, свойственными сетевым ресурсам, – гипертекстуальностью, мультимедийностью и интерактивностью. Для исследования сетевых СМИ как субъектов политической коммуникации важно определить их основные элементы в соответствии с каждой из отличительных характеристик. Исследование российских и зарубежных СМИ, в выборку которого вошли как онлайн-версии традиционных средств массовой информации, так и ресурсы, функционирующие в качестве самостоятельных СМИ, позволило установить, что основными гипертекстовыми элементами сетевых СМИ как субъектов политической коммуникации выступают названия разделов и подразделов, заголовки и заголовочные комплексы (заголовки и лид), непосредственно в материале – названия тем, гиперссылки на другие материалы и вставки постов из соцсетей. К мультимедийным элементам относятся фотографии, иллюстрирующие материалы или представленные в фоторепортажах и подборках, инфографика и видео. Основные интерактивные элементы – это комментарии, форумы и модули оценки материалов [10, с. 412-414].

В политической коммуникации главной функцией интернет-СМИ становится функция интерпретации, которая при освещении международных событий создаётся под воздействием медиаэффектов. Медиаэффектом первого уровня принято считать установление повестки дня. Он подробно описан в работах основоположников соответствующей теории М. Маккомбса и Д. Шоу [20; 21] и ряде последующих исследований. Как указывает Е. Г. Дьякова, эффект установления повестки дня проявляется только тогда, когда речь идёт о проблемах, находящихся за пределами непосредственного опыта людей [5, с. 111]. Представления о международных событиях, как правило, формируются именно за пределами опыта – главным образом на основе интерпретации, предлагаемой средствами массовой информации.

Темы, к которым СМИ обращаются чаще всего, и освещаемые в рамках таких тем вопросы составляют атрибутивную повестку дня [8]. То, как коммуникатор «обрамляет» проблему, может влиять на то, что мы о ней думаем, отмечают М. Маккомбс и Д. Шоу [21, р. 63]. Формирование атрибутивных повесток можно рассматривать как второй уровень интерпретации действительности средствами массовой информации при освещении международных событий. Таким образом, к третьему уровню целесообразно относить фрейминг. Как пишет А. А. Казаков, фрейм – это окружающая действительность в том виде, в каком она преподносится прессой. «А значит, любой фрейм изначально несёт в себе не только отпечаток субъективного восприятия реальности, но и – вполне вероятно – элемент манипулятивного потенциала», – полагает автор [9, с. 87]. Вместе с тем М. Кастельс пишет, что фреймирование не следует понимать как систематическую политическую предвзятость медиа. «Медиа в целом не являются нейтральными, как утверждает идеология профессионального журнализма, но они не являются и прямыми инструментами государственной власти, за очевидным исключением массмедиа в авторитарных режимах», – отмечает учёный [11, с. 222]. А. Ю. Гарбузняк рассматривает фреймы как основной инструмент нерациональной (манипулятивной) интерпретации политической действительности на уровне текста, определяя их как имплицитные схемы, программирующие у аудитории определённые оценки и трактовки происходящего [2, с. 13]. (Рациональной интерпретация, по мнению исследователя, является в том случае, когда СМИ используют в материалах объяснительные схемы.) В то же время М. Николас-Гавилан считает, что создание медиафреймов, которое происходит в процессе выполнения журналистами операций, позволяющих быстро определять, классифицировать информацию и «упаковывать» её для эффективной доставки аудитории, может происходить как преднамеренно, так и неосознанно [22]. Различия в представлениях исследователей о медиафрейминге свидетельствуют о том, что этот медиаэффект целесообразно рассматривать с точки зрения рациональной и нерациональной интерпретации действительности. С. Лондон отмечает, что для установления фреймов важно не столько содержание материалов, сколько интерпретирующий комментарий, который присутствует в них [18]. Однако такой комментарий присущ в большей степени аналитическим материалам. В информационных жанрах интерпретирующая составляющая может быть выражена определёнными языковыми средствами.

Исследователи выделяют вербальные и невербальные символические маркеры, способствующие формированию медиафреймов [13, с. 63; 18]. В интернет-СМИ при рассмотрении их в качестве субъектов политической коммуникации к невербальным маркерам целесообразно относить мультимедийные (фотографии, в том числе коллажи, инфографику, видео) и некоторые интерактивные элементы (например, модуль оценки материала). Вербальными маркерами могут выступать отдельные языковые средства, используемые непосредственно в текстах, гипертекстовых (заголовках, заголовочных комплексах, гиперссылках на материалы по теме) и интерактивных (комментариях) элементах.

#### **Интерпретация международных событий в медиатекстах интернет-СМИ**

Единицей исследования информационных потоков СМИ выступает медиатекст как совокупность вербальных и медийных компонентов [3]. Л. П. Шестёркина и Л. К. Лободенко указывают, что современный медиатекст интернет-СМИ является креолизованным и состоит из разных семиотических систем, включающих вербальную и невербальную части. При этом использование новых информационных технологий при его создании детерминирует его качественное изменение и приобретение новых свойств, таких, как гипертекстуальность, мультимедийность и интерактивность [15, с. 45].

В соответствии с особенностями медиатекстов интернет-СМИ и в контексте теории медиаэффектов, рассмотренной нами выше применительно к освещению международных событий, можно заключить, что при исследовании интернет-СМИ в аспекте ноополитики целесообразно учитывать:

- атрибутивные повестки и жанровые особенности материалов;
- языковые особенности текстов;
- особенности использования гипертекстовых, мультимедийных и интерактивных элементов.

Исследование атрибутивных повесток позволяет определить «рамку», устанавливаемую сетевым СМИ при освещении конкретной темы (проблемы международного уровня, международного конфликта и т.д.). Изучение жанровых особенностей материалов помогает предварительно определить тенденцию освещения. Немецкие авторы Т. Маурер, Е. Фогельзанг, М. Вайс и Х.-Ю. Вайс, исследовавшие роль СМИ в вооружённых конфликтах, указывают, что из событий, тем, изображений и мнений, о которых сообщают СМИ, складывается латентная тенденция освещения (имплицитное комментирование). В то же время открытые журналистские комментарии формируют манифестную тенденцию (эксплицитное комментирование) [19, S. 147].

Исследование языковых особенностей медиатекстов интернет-СМИ позволяет выявить, какие вербальные символические маркеры способствуют формированию фреймов при освещении определённого международного

события, а также определить тропы и речевые фигуры, усиливающие языковое воздействие на читателя. Так, например, проведённое нами исследование свыше 300 материалов онлайн-версий “RT”, «Голоса Америки» и “Deutsche Welle” (многоязычных интернет-СМИ, представляющих позицию государства по международным вопросам), в которых освещается гражданская война в Сирии, позволило прийти к выводу, что формированию медиафреймов способствуют идеологически-модальная лексика и метафоры. При этом в онлайн-версии “RT” языковое воздействие на читателя усиливается за счёт аналитических материалов, в которых содержится большое количество стилистических фигур, а также используются прецедентные феномены.

При исследовании особенностей использования гипертекстовых элементов, к которым относятся названия разделов и подразделов, заголовки и заголовочные комплексы (заголовок и лид), а непосредственно в материале – названия тем, гиперссылки на другие материалы и вставки постов из соцсетей, целесообразно также анализировать языковые средства, при помощи которых выражается идеологическая модальность. Наряду с этим следует учитывать виды гиперссылок на другие материалы. С. Г. Носовец выделяет внетекстовые и внутритекстовые контент-ссылки [12, с. 128-130]. Они могут быть как внутренними, так и внешними и, соответственно, ограничивать или, наоборот, расширять возможности ознакомления с первоисточниками и материалами, представляющими иную интерпретацию.

При исследовании мультимедийных элементов интернет-СМИ (фотографий, иллюстрирующих материалы или представленных в фоторепортажах и подборках, инфографики и видео) целесообразно опираться на определённую методику. Одной из наиболее продуманных видится предложенная Т. Г. Добросклонской методика анализа медиатекстов, в основе которых лежит соединение визуальной и словесной частей [4]. Исследователь выделяет пять типов соединения этих частей:

- 1) иллюстрация (визуальная часть иллюстрирует то, что выражено в словесной части медиатекста);
- 2) дополнение (предполагает использование вспомогательных визуальных компонентов, способствующих реализации общей коммуникативной задачи, например, таблиц, графиков, демонстрацию дополнительных документальных материалов);
- 3) контраст (намеренное столкновение значений вербального и видеоряда);
- 4) коннотация (создание дополнительных смыслов);
- 5) ассоциация (обращение к базовым фоновым знаниям для создания дополнительных смыслов) [Там же].

Как указывает автор, все типы соединения визуальной и словесной частей медиатекста взаимосвязаны и, как правило, встречаются в различных сочетаниях: ассоциация – иллюстрация, коннотация – контраст и т.д. [Там же, с. 23]. Такой анализ позволяет в том числе установить, применяются ли редакциями манипулятивные приёмы на уровне мультимедийных элементов. Так, исследование медиатекстов онлайн-версий “RT”, «Голоса Америки» и “Deutsche Welle” о гражданской войне в Сирии показало, что редакции могут иллюстрировать несколько новостей одной и той же фотографией, каждый раз указывая под ней, что снимок – с места события. Другой пример – когда подписи к фото дублируют заголовки материалов. В ряде случаев это может усиливать негативную интерпретацию, созданную на текстовом уровне.

С точки зрения интерактивности помимо пользовательских оценок публикации в соответствующем модуле (положительная/отрицательная) важно учитывать комментарии к материалу. Они рассматриваются исследователями как вторичный текст, как специальный компонент в структуре сообщения на информационных ресурсах [1]. Классификация, предложенная Я. Брюсом, позволяет определить степень влияния пользовательских комментариев на восприятие материала. Исследователь выделяет три категории: комментарии с положительной оценкой содержания статьи, комментарии с отрицательной оценкой содержания статьи и комментарии, которые относятся к высказываниям другого читателя или в которых представлена иная точка зрения на материал либо другой комментарий [17, р. 336]. При рассмотрении этого интерактивного элемента также целесообразно исследовать языковые средства выражения идеологической модальности.

Следует отметить, что для формирования определённого отношения к проблеме при комментировании материалов интернет-СМИ могут применяться манипулятивные методы, такие, как троллизм и астротурфинг. В первом случае специально подготовленные интернет-пользователи комментируют материалы в благоприятном для политических субъектов ключе или стремятся в откликах на оппозиционные тексты дискредитировать сторонников неудобной для них позиции [6, с. 140]. Задачи «троллей» сводятся к провоцированию других пользователей, их переубеждению, переключению внимания на другие проблемы или псевдопроблемы, дезинформированию и т.д. Метод астротурфинга предполагает использование современного программного обеспечения для вытеснения реальных людей на веб-форумах. А. Н. Ильин определяет астротурфинг как поддельные кампании, ориентированные на широкую публику, которые создают впечатление, будто большое количество людей требует чего-то или выступает против чего-то [7, с. 135].

Таким образом, освещение международных событий в средствах массовой информации представляет собой многоуровневый процесс создания интерпретации, предполагающий формирование атрибутивных повесток и медиафреймов. Исследование сетевых СМИ в аспекте ноополитики требует учёта этих медиаэффектов, с одной стороны, и особенностей медиатекстов – с другой. Для выявления специфики интерпретации действительности при освещении международных событий в интернет-СМИ с целью определения их роли в реализации ноополитики наряду с тематикой, жанровыми и языковыми особенностями материалов целесообразно исследовать особенности гипертекстовых, мультимедийных и интерактивных элементов.

## Список источников

1. **Абросимова Е. А., Кравченко Ю. Д.** Читательский комментарий как феномен интерпретации медиатекста (на материале интернет-комментариев и данных эксперимента) [Электронный ресурс] // Медиаскоп: электронный научный журнал. 2017. Вып. 2. URL: <http://www.mediascope.ru/2317> (дата обращения: 21.02.2018).
2. **Гарбузник А. Ю.** Интерпретация реалий политической жизни страны в повестке дня общероссийской прессы: технологические аспекты: дисс. ... к. филол. н. М., 2016. 202 с.
3. **Добросклонская Т. Г.** Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fl.msu.ru/research/publications/dobrosklonskaya/dobrosklonskaya-medialingvistika.pdf> (дата обращения: 27.12.2017).
4. **Добросклонская Т. Г.** Методы анализа видео-вербальных текстов // Медиалингвистика. 2016. № 2 (12). С. 13-25.
5. **Дьякова Е. Г.** Массовая политическая коммуникация в теории установления повестки дня: от эффекта к процессу // Полис. Политические исследования. 2003. № 3. С. 109-119.
6. **Евдокимов В. А.** Пропаганда в Интернете // Полис. Политические исследования. 2012. № 4. С. 137-142.
7. **Ильин А. Н.** Интернет как альтернатива политически ангажированным СМИ // Полис. Политические исследования. 2012. № 4. С. 126-136.
8. **Казаков А. А.** Атрибутивные повестки дня и фреймы «Российской газеты» и «Новой газеты» в контексте методов воздействия на аудиторию (на примере освещения конфликта на юго-востоке Украины) [Электронный ресурс] // Медиаскоп: электронный научный журнал. 2015. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/1706#3> (дата обращения: 11.07.2018).
9. **Казаков А. А.** Фрейминг медиа-текстов как инструмент воздействия на аудиторию: обзор распространенных трактовок // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия «Социология. Политология». 2014. Т. 14. № 4. С. 85-89.
10. **Калугина Е. Г.** Интернет-СМИ как субъект политической коммуникации: ключевые характеристики // Вопросы теории и практики журналистики. 2017. Т. 6. № 3. С. 406-417.
11. **Кастельс М.** Власть коммуникации: учеб. пособие / пер. с англ. Н. М. Тылевич; под науч. ред. А. И. Черных; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
12. **Носовец С. Г.** Гипертекстовые ссылки в интернет-СМИ: опыт типологической характеристики // Вестник Челябинского государственного университета. Серия «Филология и искусствоведение». 2011. № 17 (232). Вып. 55. С. 127-131.
13. **Пономарёв Н. Ф.** Фрейминг медиаповестки дня и типология медиафреймов // Вестник Пермского университета. 2010. № 3 (9). С. 62-67.
14. **Столетов О. В., Полулях Д. С.** Гибридная война: реконструкция против деконструкции // Будаев А. В., Демидов А. В., Манойло А. В. Мягкая сила в мировой политической динамике: учеб.-метод. пособие. М.: Известия, 2015. С. 163-173.
15. **Шестёркина Л. П., Лободенко Л. К.** Базовые подходы к созданию универсального медиатекста в интернет-СМИ // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Лингвистика». 2013. Т. 10. Вып. 2. С. 42-46.
16. **Arquilla J., Ronfeldt D.** The Emergence of Noopolitik. Toward an American Information Strategy [Электронный ресурс]. URL: [http://www.rand.org/pubs/monograph\\_reports/MR1033.html](http://www.rand.org/pubs/monograph_reports/MR1033.html) (дата обращения: 19.09.2017).
17. **Bruce I.** Evolving Genres in Online Domains: The Hybrid Genre of the Participatory News Article // Genres on the Web: Computational Models and Empirical Studies / ed. by A. Mehler, S. Sharoff, M. Santini. Dordrecht: Springer, 2010. P. 323-350.
18. **London S.** How the Media Frames Political Issues [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scottlondon.com/reports/frames.html> (дата обращения: 16.06.2018).
19. **Maurer T., Vogelgesang J., Weiss M., Weiß H.-J.** Aktive oder passive Berichterstatter? Die Rolle der Massenmedien während des Kosovo-, Afghanistan- und Irakkriegs // Massenmedien als politische Akteure. Konzepte und Analysen / hrsg. von B. Pfetsch, S. Adam. 1. Aufl. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. S. 144-170.
20. **McCombs M. E., Shaw D. L.** The Agenda-Setting Function of Mass Media // The Public Opinion Quarterly. 1972. Vol. 36. № 2. P. 176-187.
21. **McCombs M. E., Shaw D. L.** The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in the Marketplace of Ideas // Journal of Communication. 1993. Vol. 43. P. 58-67.
22. **Nicolás-Gavilán M. T.** Framing the news: from political conflict to peace. How the 'framing theory' and the 'political context model' can enhance the peace journalism model [Электронный ресурс]. URL: [https://www.researchgate.net/publication/308024052\\_Framing\\_the\\_news\\_from\\_political\\_conflict\\_to\\_peace\\_How\\_the\\_'framing\\_theory'\\_and\\_the\\_'political\\_context\\_model'\\_can\\_enhance\\_the\\_peace\\_journalism\\_model](https://www.researchgate.net/publication/308024052_Framing_the_news_from_political_conflict_to_peace_How_the_'framing_theory'_and_the_'political_context_model'_can_enhance_the_peace_journalism_model) (дата обращения: 16.04.2018).

**INTERNET MEDIA IN THE ASPECT OF NOOPOLITICS: BUILDING THE APPROACH  
TO INVESTIGATE THE PECULIARITIES OF REALITY INTERPRETATION**

**Kalugina Elena Gennad'evna**  
*Peoples' Friendship University of Russia, Moscow*  
*elenakalug2013@gmail.com*

The article is devoted to the problem of Internet media research in the aspect of a new foreign policy strategy – noopolitics. The specificity of networked media as subjects of political communication in the coverage of international events in the context of the media effects theory is considered. The author suggests the ways to study the verbal component of media texts, as well as hypertext, multimedia and interactive elements for revealing the features of reality interpretation in order to determine the role of Internet media in the implementation of noopolitics.

*Key words and phrases:* political communication; online media; noopolitics; media effects; setting the agenda; media framing.