

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)  
Факультет исторических и политических наук

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК

Руководитель ООП

д-р полит. наук, профессор

  
А.И. Щербинин

подпись

« 11 » сентября 2022 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРА  
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)

YOUTUBE КАК КОММУНИКАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО РЕПРЕЗЕНТАЦИИ  
ПОЛИТИЧЕСКИХ ИДЕОЛОГИЙ РОССИИ

по направлению подготовки 41.04.04 – Политология  
направленность (профиль) «Политическая коммуникативистика»

Лыгденов Буда Зоригтоевич

Руководитель ВКР

д-р. полит. наук, профессор

  
Н.Г. Щербинина

подпись

« 18 » сентября 2022 г.

Автор работы

студент группы № 032028

  
Б.З. Лыгденов

подпись

« 18 » сентября 2022 г.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)  
ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП

Доктор полит. наук, профессор

  
\_\_\_\_\_ А.И. Щербинин

« 15 » мая 2021 г.

## КАЛЕНДАРНЫЙ ГРАФИК

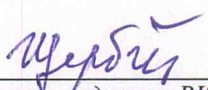
### выполнения выпускной квалификационной работы магистра


Основная образовательная программа «Политология», очная форма обучения.

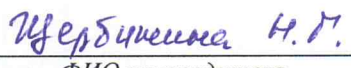
Тема работы: YouTube как коммуникационное пространство репрезентации политических идеологий

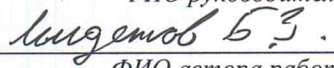
Автор работы: Лыгденов Буда Зоригтоевич, группа: 032028

Вид работы	Период выполнения
Уточнение библиографии	17.10.2020 - 05.06.2021
Написание первой главы	06.06.2021 - 27.12.2021
Проверка первой главы	28.12.2021 - 01.03.2022
Написание второй главы	02.03.2022 - 29.04.2022
Проверка второй главы	30.04.2022 - 10.05.2022
Доработка первой главы	11.05.2022 - 15.05.2022
Написание введения	15.05.2022 - 17.05.2022
Доработка второй главы	17.05.2022 - 25.05.2022
Написание заключения	25.05.2022 - 31.05.2022
Доработка введения и заключения	25.05.2022 - 31.05.2022
Оформление	15.05.2022 - 31.05.2022
Защита дипломной работы	24.06.2022

  
\_\_\_\_\_ /  
подпись руководителя ВКР

  
\_\_\_\_\_ /  
Подпись автора работы

  
\_\_\_\_\_ /  
ФИО руководителя

  
\_\_\_\_\_ /  
ФИО автора работы

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)  
ФАКУЛЬТЕТ ИСТОРИЧЕСКИХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ НАУК

УТВЕРЖДАЮ

Руководитель ООП

Доктор полит. наук, профессор

 А.И. Щербинин

подпись  
« 15 » мая, 2022 г.

ЗАДАНИЕ

по выполнению выпускной квалификационной работы магистра обучающемуся  
Лыгденов Буда Зоригтоевич

*Фамилия Имя Отчество обучающегося*

по направлению подготовки 41.04.04 Политология, направленность (профиль)  
«Политическая коммуникативистика»

1 Тема выпускной квалификационной работы

YouTube как коммуникационное пространство репрезентации политических идеологий  
России

2 Срок сдачи обучающимся выполненной выпускной квалификационной работы:

а) руководителю ООП – **19.06.2022**

б) в ГЭК – **22.06.2022**

3 Исходные данные к работе:

Объект исследования – Пространство репрезентации политических идеологий России

Предмет исследования – Репрезентации политических идеологий России в  
коммуникационном пространстве YouTube

Цель исследования – Выявить особенности репрезентации политических идеологий в  
коммуникационном пространстве YouTube

Задачи:

1. Дать определение основным понятиям: «политическая идеология», «политическая коммуникация», «идеологические смыслы» и «коммуникационное пространство». 2. Обозначить, репрезентацию каких российских политических идеологий необходимо исследовать в рамках данной диссертации. 3. Выделить основные характеристики сетевой политической коммуникации.

4. Охарактеризовать особенности YouTube как особого визуально-символическое пространство коммуникации. 5. Выявить особенности репрезентации политических идеологий в визуально-символическом пространстве коммуникации YouTube.

Методы исследования:

Контент-анализ, сетевой анализ, анализ и синтез, общенаучные методы

Организация или отрасль, по тематике которой выполняется работа, –  
Томский Государственный университет

4 Краткое содержание работы

Введение май 2021г: актуальность, предмет, объект, цель и задачи исследования, хронологические рамки, гипотеза исследования, теоретико-методологические основания и эмпирическая база. Первая глава – декабрь 2021 года: Общее понятие

политической идеологии: от системы идей к символическому представительству, Политические коммуникации и идеологические смыслы (на примере классических идеологий), Политические идеологии как системы ценностей в современной России, Вторая глава: апрель 2022: Основные характеристики сетевой политической коммуникации, YouTube как особое визуально-символическое пространство коммуникации, Опыт исследования представительства политических идеологий России на коммуникационном пространстве YouTube. Заключение, приложение, список использованной литературы – май 2019г.

Руководитель выпускной квалификационной работы

д-р. полит. наук, профессор

*должность, место работы*



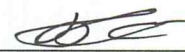
*подпись*

Н.Г. Щербина

*И.О. Фамилия*

Задание принял к исполнению

*должность, место работы*



*подпись*

Б.З. Лыгденов

*И.О. Фамилия*

## АННОТАЦИЯ

Цель данной квалификационной работы заключается в выявлении особенностей репрезентации политических идеологий в коммуникационном пространстве YouTube в России. Объектом исследования является представленность политических идеологий России. В соответствии с объектом исследования был определен предмет исследования – репрезентация политических идеологий России в коммуникационном пространстве YouTube.

Первая глава посвящена изучению коммуникативному пониманию политической идеологии. Рассмотрен путь развития и изменений понятия и даны определения в рамках его понимания как феномена политической коммуникации. Описан смысловой аспект идеологии, и особенности его формирования в современной массовой коммуникации. Также учтены особенности идеологии как ценностной системы.

Во второй главе данной работы, заключается практическая часть исследования символических репрезентации политических идеологий России на YouTube. Особое внимание уделено основным характеристикам сетевой коммуникации: их функциональным и структурным характеристикам, и на основании этого исследован видеохостинг YouTube, его влияние на формирование сообществ и передачи идеологического смысла. После исследования коммуникационного пространства данной площадки, были выявлены и исследованы символические репрезентаций коммунистической, либеральной, национал-патриотической идеологий.

Таким образом, в результате проделанной работы достигается основная цель, заключающаяся в выявлении особенностей репрезентации политических идеологий в коммуникационном пространстве YouTube в России.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	3
1 Политические идеологии современной России в контексте политической коммуникации. ....	9
1.1 Общее понятие политической идеологии: от системы идей к символическому представительству. ....	9
1.2 Политические коммуникации и идеологические смыслы (на примере классических идеологий).....	22
1.3 Политические идеологии как системы ценностей в современной России. ....	32
2 Репрезентация политических идеологий России на YouTube.....	38
2.1 Основные характеристики сетевой политической коммуникации. ....	38
2.2 YouTube как особое визуально-символическое пространство коммуникации. ....	44
2.3 Опыт исследования представительства политических идеологий России на коммуникационном пространстве YouTube.....	52
Заключение .....	63
Список использованных источников и литературы .....	66
Приложение А .....	74
Приложение Б.....	75
Приложение В.....	80
Приложение Г .....	82
Приложение Д.....	84

## Введение

**Актуальность темы диссертационного исследования:** Одна из определяющих черт современного мира – это новый способ распространения информации – интернет. Его возникновение и развитие, вместе с которым происходят трансформации в коммуникациях и коммуникации между людьми, также влияет и на многие феномены социального и политического мира человека. И политическая идеология, как актуальный политический феномен должен приспосабливаться к изменяющимся условиям среды и исследование происходящих с ней изменений в России представляет немалый интерес.

Идеология объединяет и разъединяет, мобилизует и демобилизует, и выполняет иные многочисленные функции – значимость воздействия данного феномена на политическую жизнь весьма велика, в XX веке он, как минимум, был одним из определяющих для политики. С распространением интернета стало сложнее контролировать медиапространство и появилось больше коммуникационных пространств для «альтернативных» смыслов, и поэтому для многих политических акторов стало важно понимать то, как необходимо взаимодействовать с актуальнейшими из площадок, и политические идеологии, соответственно, также актуализировали себя на них.

На данный момент одной из таких площадок является YouTube. На 2021 год, она является пятым по популярности сайтом в России<sup>1</sup>, третьим по объему аудитории среди всех соцсетей в России<sup>2</sup>, весьма объемным информационно, из-за специфического основного материала публикаций – видео. Данная информационная площадка предоставляет среду для публикаций

---

<sup>1</sup> Сергеева Ю. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика // WebCanape – продвижение сайтов. [Б. м.], 2021. URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> (дата обращения 03.06.2021).

<sup>2</sup> Чёрный В. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2020 // Brand Analytics: Сайт системы мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ. [Б. м.], 2020. URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2020/> (дата обращения 03.06.2021).

разносторонней информации, и доступ для разных пользователей при условии следования её правилам. Поэтому для того, чтобы понять каково состояние идеологий в коммуникационном пространстве этой среды, необходимо исследовать то, как именно они представлены, с помощью чего репрезентируют себя.

**Степень разработанности исследования:** Политическая идеология прошла значительный путь изменений и развития и множество определений и подходов к нему по-своему применимы. К наиболее важным вехам в его исследовании можно отнести классиков теории К. Маркса и Ф. Энгельса (Немецкая идеология, тезисы о Фейербахе), подошедших к идеологии с объективистских позиций и рассматривающих его как «ложное сознание». К. Мангейм (Идеология и утопия), исследовавший понятие со стороны социологии знания и исследовавший его вне идеологических позиций.

Иной подход, позволяющий подойти к исследованию механизмов воздействия идеологии на человека, был начат с работы К. Гирца (Идеология как культурная система), подошедший к ней, как к культурной и символической системе. Представители дискурсивного подхода к данному понятию такие, как Тойн Ван Дейк, видный представитель направления критического дискурс-анализа, Дж. Б. Томпсон, рассматривающий особенность идеологического дискурса как установление отношений господства. Также необходимо отметить таких авторов как: П. Рикер, А.И. Соловьев.

Авторы, исследовавшие непосредственно состояние понятия идеологии Канашевич Н.М., Малинова О.Ю., Козырев М. С., исследовавшие логику его развития, как научно значимого и актуального понятия. Дж. Маньярд и М. Мильденбергер («Конвергенции и дивергенции в исследованиях идеологии») описывающего современные представления об идеологии в западной политической науке.

Также необходимо выделить работы по исследованию идеологии и коммуникации в интернете в России Филатовой О.Г. и Г. Никипорец-

Такигава, Э. Паина, труды М. Кастельса, Г. Градосельской о сетевой политической коммуникации, пространственные и непространственные подходы к изучению идеологии М. Рокича, Р. Инглхарта, Дж. Хайдта, Г. Хостфедде, П. Тагарда.

Для исследования идеологии как коммуникативного феномена важны несколько групп работ. Первая связана с пониманием коммуникации как смысло-символьного взаимодействия, Г. Блумера («Символический интеракционизм») рассматривающего символическую коммуникацию как один из аспектов социального взаимодействия, осуществляемого при помощи различных символов. Скочилова В.Г., рассмотревшей идеологию как динамическую и символическую систему и исследовавшей её в политическом процессе России.

Вторая группа связана с работами о социальном и политическом конструктивизме, представленные, работами И. Гофмана («Представление себя другим в повседневной жизни») где изучаются процессы социального конструирования реальности повседневности. Социальная феноменология А. Щюца, социальное конструирование реальности П. Бергера и Т. Лукмана, теория политического конструирования реальности Щербининой Н. Г., и понятие символической власти П. Бурдьё, важные для понимания идеологии как политической коммуникации, осуществляющей механизм поддержки символического универсума.

Важными в понимании идеологии как коммуникации посредством идеологических смыслов являются работы У. Эко и М. Кастельса (Власть коммуникации), что внесли важные корректировки в схему передачи смысла сообщения от отправителя к получателю. Ж. Бодрийяра рассуждавшего о проблеме выхолащивания смыслов из воспринимаемой реальности.

**Эмпирическая база исследования:** 45 видеоматериалов, с YouTube каналов различной идеологической направленности, выбранные в ходе отбора по критериям обеспечивающих их релевантность: Вестник бури, Константин

Сёмин, Выход есть, Михаил Ходорковский, Майкл Наки, Максим Кац, Рой ТВ, Александр Бобылёв и народ, СПЕЦ.

4500 комментариев, под отобранными видео с вышеперечисленных каналов.

**Объектом исследования** является представленность политических идеологий России. В соответствии с объектом исследования **предмет исследования** – репрезентация политических идеологий России в коммуникационном пространстве YouTube.

**Цель данного исследования:** выявить особенности репрезентации политических идеологий в коммуникационном пространстве YouTube в России.

Для достижения обозначенной цели в работе поставлен ряд **исследовательских задач:**

1. Дать определение основным понятиям: «политическая идеология», «политическая коммуникация», «идеологические смыслы» и «коммуникационное пространство».

2. Обозначить, репрезентацию каких российских политических идеологий необходимо исследовать в рамках данной диссертации.

3. Выделить основные характеристики сетевой политической коммуникации.

4. Охарактеризовать особенности YouTube как особого визуально-символическое пространство коммуникации.

5. Выявить особенности репрезентации политических идеологий в визуально-символическом пространстве коммуникации YouTube.

**Хронологические рамки исследования.** Нижней ограничительной границей исследования является 22 февраля 2020 год, верхней – 2022, что обусловлено общим макросоциальным фоном пандемии Covid-19 и началом специальной военной операции

**Гипотеза исследования:** Политические идеологии в современной России в коммуникативном пространстве YouTube и посредством

символических репрезентаций, представлены на данной площадке и осуществляют соответствующую им коммуникативную деятельность.

**Теоретико-методологические основания исследования:** Данная работа будет исследована в рамках коммуникативного подхода и политического конструктивизма, так как данный подход наиболее релевантен при определении политической идеологии как феномена массовой политической коммуникации. Символические репрезентации, при исследовании идеологии как символической системы, осуществляющей поддержку и существование символического универсума посредством соответствующих идеологий, помогают конструировать политическую реальность посредством внедрения соответствующих культурных моделей, посредством символов. С помощью политического конструктивизма возможно объяснить как интерес индивидов к политической реальности с идеологической картиной мира, так и механизмов работы политической идеологии в коммуникативном пространстве YouTube.

**Методы исследования:** Общенаучные методы, контент-анализ, анализ и синтез.

#### **Научная новизна и практическая значимость исследования.**

Работ, посвященных изучению проблем репрезентации политических идеологий в коммуникационном пространстве YouTube в России, мало. Проведен политологический анализ символических репрезентаций политических идеологий России, показывающий их выражение в политической коммуникации, что позволяет лучше исследовать современное состояние политических идеологий. Материалы исследования могут быть использованы при создании и реализации учебных курсов, связанных с изучением политической идеологии как коммуникативного феномена, а также для подготовки дальнейших исследований по соответствующей теме, поскольку политические идеологии, представленные на рассматриваемом видеохостинге исследованы в небольшой степени. Практическая значимость исследуемой проблемы обусловлена аналитическими возможностями

используемого инструментария как при работе с идеологиями, так и при их исследовании.

### **Апробация исследования.**

1. **Лыгденов Б. З.** Коммуникативный подход к понятию политическая идеология // XVII Всероссийская конференция ФИПН ТГУ. Томск, 20-22 апреля, 2022г. – Томск, 2022.

**Краткое описание структуры работы.** Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка используемых источников и литературы, приложений.

Во введении определены предмет и объект изучения, поставлен ряд исследовательских задач для достижения цели исследования.

Первая глава посвящена изучению коммуникативному пониманию политической идеологии. Рассмотрен путь развития и изменений понятия и даны определения в рамках политической коммуникации. Также описан смысловой аспект идеологии через средства массовой коммуникации и понимание идеологии как ценностной системы.

Во второй главе исследованы репрезентация политических идеологий России на YouTube. Особое внимание уделено основным характеристикам сетевой коммуникации: их функциональным и структурным характеристикам. На основании этого исследован видеохостинг YouTube, его влияние на формирование сообществ и передачи идеологического смысла. Выявлены и исследованы символические репрезентаций выбранных классических идеологий.

В заключении подведены итоги и сделаны основные выводы. Список использованных источников и литературы содержит 68 наименований.

## **1 Политические идеологии современной России в контексте политической коммуникации.**

### **1.1 Общее понятие политической идеологии: от системы идей к символическому представительству.**

Понятие «политическая идеология» прошло значительный путь развития и изменений. Идеология является одним из важных исследовательских концептов политической науки и вызывает интерес со стороны многих исследовательских полей. Данное понятие, как инструмент, с помощью которого возможно исследовать, «понять» политическую сферу жизни общества, мотивацию действий людей и многих других видов политической и социальной активности, весьма размыто. И для дальнейшего применения идеологии необходимо проследить причины подобного состояния и «кристаллизовать» его в соответствии со нашей исследовательской задачей.

Исследовательский концепт «идеология» прошёл путь от «термина», введённого Антуаном Дестют Де Траси как «науки об идеях»: некоторой сборной исследовательской дисциплины, что помогла бы изучившим её лучше ориентироваться в «мире идей»<sup>3</sup> — до, собственно, части этого «мира идей» с переосмыслением определения идеологии и введением её вновь в употребление уже как «понятия» К. Марксом и К. Мангеймом.

После небольшого перерыва в употреблении «идеологии», «новую» актуальность она приобрела в марксистских работах. Начиная с данного периода появляются определения, употребляемые для анализа по сей день. Марксистский объективистский подход рассматривает идеологию как как «ложное сознание», искажающее восприятие индивидом действительности, отвлекающее его от классовой борьбы<sup>4</sup>. В данном определении идеология

---

<sup>3</sup> Дестют де Траси А. Основы идеологии. Идеология в собственном смысле слова. М., Академический проект. 2013. С. 12–13.

<sup>4</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология // Сочинения. 2-е изд. М. :, 1955. Т. 3. С. 25.

сталкивается с некоторым ценностным отношением к ней как, к чему-то неестественному, «внешнему», к тому, что мешает осознать классовые интересы пролетариата, и авторы отмечают её искусственное происхождение как феномена сознания, неадекватно отражающего действительность.

В целом, в работах К. Маркса и Ф. Энгельса, Дж. Б. Томпсон отмечает наличие 3 разных способов трактовки идеологии: «1) полемическую – ошибочная автономная доктрина, неспособная постичь реальные условия социально-исторической жизни; 2) концепцию эпифеномена – выражающая интересы господствующего класса, представляющая классовые отношения в иллюзорной форме; 3) Латентную – служащая для упрочения существующих отношений классового господства»<sup>5</sup>. Здесь явно прослеживается объективистский подход к пониманию идеологии, где «базис» определяет «надстройку», а данное понятие есть «часть надстройки» искажающие восприятие базиса, где социальные предпосылки формируют условия для «самообмана»<sup>6</sup>.

Марксизм, при этом, в понимании авторов теории, не является идеологией так как «научно отражает» объективную действительность. Подобное отношение к собственной теории не только черта данного идеологического течения. И либеральные, и коммунистические идеологии и т.д., находят свою «правду» в научной плоскости и в создаваемой картине мира являются истинными. Самоидентификация идеологии как науки характерна и для национализма, и для феминизма, доказывая приверженцам и оппонентам свою состоятельность как актуального и верного знания о политике. Ярким примером является термин, введённый В.И. Лениным как «научная идеология» в работе «Что делать?».

---

<sup>5</sup> Цит. по: Малинова О. Ю. Концепт идеологии в современных политических исследованиях. // Политическая наука. 2003. № 4. С.10.

<sup>6</sup> Козырев М. С. Понятие «идеология» в общественных науках: теоретический анализ // Социальная политика и социология. 2013. №2-1. С.132.

Дж. Маньярд и М. Мильденбергер в своей работе «Конвергенции и дивергенции в исследованиях идеологии», прослеживают следующие тенденции и разногласия в определении идеологии: проблему оценочных коннотаций, согласованности идеологии как системы или уровня систематизированности, и уже упомянутые нами разногласия в типах идеальных компонентов, что характеризуют данное понятие как совокупность установок или ценностей (большинство, но не исключительное мнение политологов и некоторых психологов), через подходы, что подчеркивают роль концепций, значений и языка (большинство но не исключительный взгляд на политическую теорию, интеллектуальную историю и дискурс-анализ)», и собственно самой политической теорией, его фактическое содержание<sup>7</sup>.

Оценочные коннотации приписываемые идеологии, что у В.В. Буресевич определены как критическое и нейтральное, одна из «разделительных полос» в определении идеологии. Позиция о «ложности» идеологии как актуального знания происходит с начала его возникновения в виде критики Наполеоном «первых идеологов»<sup>8</sup>, и всё также востребована. Относительность категории ложности приводит к позиции «правды» чего либо, по отношению к идеологии: суждение о ложности идеологии по отношению к рациональной науке, и социальная наука как её альтернатива было популярно при возникновении концепта о деидеологизации современного мира; противопоставление в ценностном русле М. Оукштом рационального (к которому автор относит идеологию) знания техническому; марксистская и постмарксистская критика идеологии и т.д. Переход же к нейтральной тенденции, в Северной Америке и, менее равномерно, в Европейском регионе, отмечается после второй мировой войны, вместе со знаковой фигурой К. Гирца, с «понимания идеологий как своеобразных

---

<sup>7</sup> Maynard J., Mildenberger M., Convergence and divergence in the study of ideology: a critical review // British Journal of Political Science. 2018. Vol. 48, Is. 2. pp. 564 – 568.

<sup>8</sup> Козырев М. С. Понятие «идеология» в общественных науках: теоретический анализ // Социальная политика и социология. 2013. №2–1. С.132.

символических матриц схематических образов социального устройства, помогающих координировать человеческое поведение»<sup>9</sup>.

Таким образом важной вехой в расширении и изменении понятия идеология было уменьшение доли негативной коннотации в определении, что было достигнуто исчезновением из неё классовой теории (определяющей роли в понимании идеологии через функцию установки господства одного класса над другим), так и другим исследовательским подходом. Так К. Мангейм в работе «Идеология и утопия», рассматривая мышление с стороны социологии знания, развивает понятие «идеология». Автор даёт такое определение: идеология — это «теоретически оформленное самосознание группы, средство защиты ее интересов и, следовательно, односторонний (с позиций одной группы) подход к объяснению действительности»<sup>10</sup>. Он изучал различные переменные, что влияют на принимаемое индивидом действие, обнаружив наличие собственно той самой идеологии, то, что люди во дворце и на площадях мыслят по-разному.

Например, феномен идеологии автор обнаруживает через взаимодействие, коммуникацию разных людей: «ощущение недоверия и подозрения, которые человек на каждой данной стадии исторического развития обычно испытывает по отношению к своему противнику»<sup>11</sup> совместно с «методическим характером» его обнаружения может говорить об идеологичности позиции собеседника. Подход со стороны социологии знания сделал акцент на восприятии «взглядов противника», на том, как акторы воспринимают знание, получаемое от оппонента, как «истинное» или

---

<sup>9</sup> Малинова О. Ю. Концепт идеологии в современных политических исследованиях // Политическая наука. 2003. № 4. С. 20.

<sup>10</sup> Мангейм К. Идеология и утопия // e-reading club.: сервер публикации различной литературы. URL: [https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeim\\_-\\_Ideologiya\\_i\\_utopiya.html](https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeim_-_Ideologiya_i_utopiya.html) (дата обращения: 28.05.2021).

<sup>11</sup> Мангейм К. Идеология и утопия // e-reading club.: сервер публикации различной литературы. URL: <https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/7/karl-mangeim-ideologiya-i-utopiya.html> (дата обращения: 28.05.2021).

«ложное». Последнее здесь имеет не объективный характер, а субъективный, что разделяет данное определение с марксистским взглядом на идеологию.

Исследуемый объект К. Мангейм разделял на «частичную» и «тотальную» идеологию. Первую можно обнаружить и определить по тому «когда мы не верим определенным «идеям» и «представлениям» противника, ибо считаем их более или менее осознанным искажением действительных фактов, подлинное воспроизведение которых не соответствует его интересам»<sup>12</sup>.

Рассматривая же тотальную идеологию, нужно «ставить под вопрос все мировоззрение противника (в том числе и его категориальный аппарат), стремясь понять и эти категории, отправляясь от коллективного субъекта»<sup>13</sup>. Сюда не входят, ни его личные приобретённые убеждения, ни учения которых он придерживается, а то, что косвенно влияет на его действия в виде социального давления, политической культуры и т.д. В целом о тотальной идеологии можно говорить если рассматривать «идеологию эпохи или конкретной исторической и социальной группы (например, класса), имея в виду своеобразие и характер всей структуры сознания этой эпохи или этих групп»<sup>14</sup>. Схожее понимание тотальной идеологии и акцент на ней можно найти в трудах неомарксистов, например, «Одномерный человек» Г. Маркузе, где частичная идеология «либерализма» стала тотальной, если использовать категориальный аппарат К. Мангейма.

На данный момент в большинстве научных сообществ определение идеологии обычно используется широко и без нормативной позиции по содержанию или форме ее убеждений<sup>15</sup> по различным причинам. Это позволяет уменьшить влияние исследователя на изучаемый предмет и

---

<sup>12</sup> Мангейм К. Идеология и утопия // e-reading club.: сервер публикации различной литературы. URL: [https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeiim\\_-\\_Ideologiya\\_i\\_utoriya.html](https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeiim_-_Ideologiya_i_utoriya.html) (дата обращения: 28.05.2021).

<sup>13</sup> Там же.

<sup>14</sup> Там же.

<sup>15</sup> Maynard J., Mildenerger M., Convergence and divergence in the study of ideology: a critical review // British Journal of Political Science. 2018. Vol. 48, Is. 2. pp. 565.

смещает акцент с анализа идей, оппозиции к понятию и частных явлений, на анализ его как политического феномена в целом, его внутренних механизмов и наиболее подходящей для нашей работы, из данных тенденций, мы считаем вторую, поэтому в дальнейшем будем придерживаться неё.

Таким образом необходимо выделить несколько важных положений о понятии идеологии. 1) Идеология как феномен, в социальной жизни проявляется в коммуникации и ценностно окрашена, позволяя определять истинность или ложность суждений оппонента, исходя из собственных убеждений. 2) Понятие идеология предполагает наличие некоторой систематизированности и методологичности суждений и смыслов, высказываемых в процессе коммуникации. 3) Идеология как понятие имеет двойственный характер, выражаясь как в суждениях отдельной личности, так и в социальном пространстве являясь частью какого-либо коллективного субъекта, к которому личность относится. Об подобной проблеме при изучении этого феномена как системы идей в XX веке указывал Грамши: «идеологией стали называть и необходимую надстройку определенного базиса (в рамках коммунистической идеологии), и произвольные измышления отдельных индивидов»<sup>16</sup>.

Обозначенная нами двойственность размывает цельный исследовательский предмет понятия идеологии, делая его как многогранным и теоретически мобильным, но и сложным в выборе конкретного определения к нему. Немаловажную роль в данной проблеме играет то, что оно также относится к исследовательским интересам социальных наук. К. Мангейм отмечал, что в целом объективировать социальные науки является нелёгкой задачей, из-за наличия у исследователя своей, перефразируя, «призмы восприятия»<sup>17</sup>. Так проблема неопределённости понятия идеологии,

---

<sup>16</sup> Цит. по: Малинова О. Ю. Концепт идеологии в современных политических исследованиях // Политическая наука. 2003. № 4. С. 14.

<sup>17</sup> Мангейм К. Идеология и утопия // e-reading club.: сервер публикации различной литературы. URL: [https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeim\\_-\\_Ideologiya\\_i\\_utopiya.html](https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeim_-_Ideologiya_i_utopiya.html) (дата обращения: 03.06.2021).

усугубляется тем, что исследование какой-либо сторон данного понятия подвергается воздействию мировоззрением изучающего субъекта, так из него также выстраиваются разные по ценностному наполнению определения.

Данную проблему К. Гирц назвал «парадоксом» Мангейма, и видел корни этой проблемы в теоретической топорности при изучении идеологии. Он выделил необходимость акцента на социальных и психологических контекстах исследуемого понятия, и соответственно разработки под это адекватного аналитического инструментария. Он говорил о необходимости точнее разобраться в понятии или перейти на более «смысловой» уровень при его изучении<sup>18</sup>.

В своём определении К. Гирц и делает акцент на культурно-символических особенностях идеологии, предложив «подойти» к ней, как к одной из культурных систем наряду с религиозной, философской, эстетической, научной, представляющих собой «упорядоченные системы культурных символов», содержащих информацию и «шаблоны для организации социальных и психологических процессов»<sup>19</sup>. Методологический приём, начавшийся со статьи К. Гирца, пишет М. Канашевич, расширил область исследования идеологии на поле культурологии, морфологии, семиотики и дискурс-анализа<sup>20</sup>. Смещение акцента с анализа политических идей и теорий, идеологии как социального явления, в область исследования идеологии как феномена сознания, присущего, а не чуждого ему, похода к идеологии не со стороны внешнего наблюдателя, а через субъекта, воспринимающего мир через идеологию, что значит значительный переход к исследованию механизмов идеологии, означает переход с объективистской традиции к субъективистской в понимании понятия. Так, в рамках политической коммуникации (передачи смыслов, символов, значений) с

---

<sup>18</sup> Гирц К. Идеология как культурная система. // Интерпретация культур : М., 2004. С. 189.

<sup>19</sup> Там же.

<sup>20</sup> Канашевич Н. М. Постигание идеологии как поиск парадигмы: от эпохи модерна к постмодерну. // Сборник научных трудов. 2018. №5. С. 106.

субъективистской стороны, возможно глубже анализировать механизмы воздействия исследуемого нами понятия, на человека.

Политическая коммуникация многогранный феномен, к которому, соответственно существуют множество подходов. Наиболее подходящей из двух крупных подходов технократического (рационального) и интеракционного (иррационального) для исследования политической идеологии подходит последний<sup>21</sup> т.к. технократический подход большее внимание уделяет средствам коммуникации, чем его субъектам, наиболее важным в изучении политической идеологии в плане механизмов её работы. В рамках интеракционистской исследовательской традиции, важным является символический подход (из классификации Мидоу), где коммуникация понимается как смысло-символьное взаимодействие разных акторов и отмечается важность соответствующего понимания друг друга участниками коммуникации<sup>22</sup>, что также достигается, например, в рамках единого идеологического понимания мира.

Наиболее важными теоретико-методологическими направлениями интеракционного подхода являются символический интеракционизм и социальный конструктивизм, где первый изучает символическую коммуникацию как один из аспектов социального взаимодействия, осуществляемого при помощи различных символов<sup>23</sup>, а второй, изучает процессы социального конструирования реальности повседневности<sup>24</sup>. Таким образом, в данном понимании коммуникации, основным её звеном являются символы и символический обмен, поэтому политическую коммуникацию в

---

<sup>21</sup> Шуклина Е. А. Коммуникативный подход: концептуальные модели, методологические особенности, функциональные характеристики // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2016. № 3. С. 16–17.

<sup>22</sup> Там же.

<sup>23</sup> Блумер создает символический интеракционизм // Коллинз Р. Четыре социологических традиции. 2009. С. 269–275.

<sup>24</sup> Гофман И. Представление себя другими в повседневной жизни человека. М., 2000. С.299–300.

рамках данной традиции и при исследовании идеологий, становится возможным определить как обмен политическими символами.

Также интересной является классификация Р. Крейга в рамках исследований политических коммуникаций. Среди семи традиций теории коммуникации: риторической, семиотической, феноменологической, кибернетической, социопсихологической, социокультурной и критической<sup>25</sup>, в рамках интеракциональной традиции соответствующей теме политической идеологии является её социокультурное понимание. В данной традиции коммуникация определяется как «символический процесс, что производит и воспроизводит общие социокультурные модели»<sup>26</sup>. В её рамках исследуются проблемы коммуникации на разрывы в пространстве (социокультурное разнообразие и относительность) и времени (социокультурные изменения), где базисом коммуникации являются культура и ценности рассматриваемого общества. Таким образом данная традиция в исследования коммуникации пересекается с пониманием идеологии как культурной, символической и ценностной системы, поэтому её выводы и проблемы, с некоторыми оговорками, и также применимы к исследованию идеологии.

Символы, в рамках исследований политических идеологий, являются основной единицей, выражаемой в коммуникации. Возможность понимать символы в рамках одной идеологической системы, одного коммуникативного кода, «возможность» говорить на одном языке, у К. Гирца и П. Рикера отмечается как одна из сущностных, но не единственных характеристик исполняемой ею интегративной функции<sup>27</sup>. Понимание индивидами друг друга в рамках единой идеологической системы создаёт возможности для формирования идеологической идентичности, политической мобилизации и

---

<sup>25</sup> Пименов Н. П. Сравнительный анализ теоретико-методологических подходов к изучению современных политических коммуникаций // Известия Алтайского государственного университета. 2014. С. 297.

<sup>26</sup> Там же.

<sup>27</sup> Малинова О. Ю. Концепт идеологии в современных политических исследованиях // Политическая наука. 2003. № 4. С. 12.

т.д., нарушение же коммуникации ведёт к демаркации политического пространства, фрагментации, демобилизации.

Э. Сепир выделял такие черты символов как: первое, он является «заместителем посредничающего типа поведения», и второе его энергетическую, а не материальную или логическую сущность и, как следствие, отсутствие видимых ограничений у символа от «формы как таковой»<sup>28</sup>. И как заместители объектов, именно системы символов определяют смысл политических событий и явлений. В трактовке данных символов выражаются некоторые идеологические конфликты, например, слово «спутник» может трактоваться как советское достижение, или же как русское, в зависимости от позиции сторон. Смыслов бесконечное множество, однако взаимоотношения между ними и символами и образуют «организованное единство идеологической формы»<sup>29</sup>.

Скочилова В.Г. рассматривая идеологию в символическом аспекте представляет её как «идеальную схему и матрицу абстрактных значений, выраженных в символике»<sup>30</sup>. Идеальное в данном разрезе является как рациональной, так и структурирующей характеристикой идеологии. Символы таким образом, можно назвать идеологическими в зависимости от коммуникативного контекста, насколько они участвуют в формировании политической реальности и структуризации сознания в рамках идеологической матрицы.

Особенность символа как «базовой единицы» политической идеологии и в целом, состоит в его многозначности – один и тот же символ, в разных коммуникативных ситуациях, может быть как идеологизированным, так и нейтральным, либо является частью разных идеологий. Д. Б. Томпсон для преодоления данной проблемы, на первый план, при определении идеологии,

---

<sup>28</sup> Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс : Универс, 1993. С. 205.

<sup>29</sup> Скочилова В. Г. Ценностно-идеологическая динамика политического процесса в современной России. Томск, 2017. С. 26.

<sup>30</sup> Там же.

выносит смыслы, заключённые в символической форме, а их идеологичность определяет через то, насколько они способствуют установлению и поддержанию отношений господства<sup>31</sup>, например: одного класса над другим, элитой над обществом, богатых на бедными и т.д. Таким образом ключевым критерием является установление и поддержание господства, что перекликается в первую очередь с функцией легитимации политической власти.

Категория господства в данной трактовке предшествует категории власти, но весьма схожа с ней и применена здесь как менее институционализированное понятие. Поэтому наиболее подходящим определением данных отношений мы считаем понятие символической власти у П. Бурдьё «как возможность создания реальности при помощи слов» и борьба за это определение символических властей<sup>32</sup>. Таким образом категория власти, в данном понимании также становится нейтральной в плане социальных отношений – символической властью обладает тот, у кого есть соответствующий символический капитал и возможность его применения. С подобного ракурса власть и властные отношения являются основными в определении политической идеологии и политической коммуникации. Таким образом политическая коммуникация определяется как особый вид социальной коммуникации, связанный с взаимодействием субъектов коммуникации о вопросах власти или властных отношений.

В целом мы будем опираться на следующие положения. 1) политическая идеология находит своё онтологическое выражение в политической реальности в политической коммуникации и таким образом является её составной частью. 2) политическая идеология в коммуникации воспринимается в символических формах, в которых заключены соответствующие идеологические смыслы. 3) данные идеологические смыслы

---

<sup>31</sup> Thompson J. B. *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication*. Oxford: Polity Press, 1990. P. 56–66.

<sup>32</sup> Бурдьё П. *Социальное пространство и символическая власть*. Париж, 1993. С.149.

для восприятия требуют соответствующего кодирования и декодирования, где кодирование – это процесс составления, выражения смысла сообщения, идеологический код – иерархично структурируемые символические формы, с закодированными в них идеологическими смыслами, выстраиваемые по ценностным основаниям.

Таким образом, политическую идеологию возможно определить как политическую коммуникацию, передающую идеологически кодированные смыслы.

Важной частью обоснования данного определения является категория политической реальности, рассматриваемой в теории Щербининой Н.Г. и Щербинина А.И. «политического конструирования реальности», что выводится из социальной феноменологии А. Шюца, и социального конструктивизма П. Бергера и Т. Лукмана<sup>33</sup>. Политическая коммуникация в данной теории предстаёт как управление сознанием<sup>34</sup>, где ролью субъекта, конструктора обладают носители символической власти. Информацию, как и конструкты, из политического, неповседневного мира, как воспринимаемого медийно и вторичного по отношению к повседневной жизни, индивид интернализует извне, и соответствующий декодинг и понимание «осуществляется путем сведения «схваченного» в восприятии к интерпретативной схеме»<sup>35</sup>. Однако, как и в социальном конструктивизме, данная теория не лишает личности возможности влиять на политическое знание, что выражается как в соответствующем восприятии и возможности создания политической информации индивидом как части коллективного субъекта.

Роль идеологии в политической коммуникации, в рамках данной теории и при использовании категориального аппарата Бергера и Лукмана, состоит в

---

<sup>33</sup> Щербинина Н.Г. Определение медиареальности и коммуникации в контексте теории политического конструирования реальности. // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2019. № 50. С.221.

<sup>34</sup> Там же.

<sup>35</sup> Там же.

структуризации и систематизации «символического универсума» матрицы всех социально (в нашем случае политически) объективированных и субъективно реальных значений и смыслов<sup>36</sup>. Отсюда исходит её способность влияния на интерпретационный код индивида политической коммуникации, легитимации или делегитимации политической власти.

Из подобной роли идеологии исходят её функции интеграции и дезинтеграции общества, мобилизации и демобилизации и т.д., и соответственно наибольшую эффективность она приобретает при установлении единого символического универсума у всего общества, как это было, например, в тоталитарной истории России. Выходит, символический универсум, структурированный и систематизированный идеологическими смыслами в практическом выражении и является политической идеологией. А.С. Мясникова исходя из критических позиций, назвала идеологию наиболее «агрессивным и систематизированным вариантом символического универсума»<sup>37</sup>. Следует обозначить позицию: не каждый символический универсум является идеологией, и не каждая идеология может стать основой для универсума.

Поэтому в данной традиции, идеологию также чаще определяют как некоторый механизм. «Все легитимации — начиная с простейших, дотеоретических легитимации разрозненных институциональных значений до космических установлении символических универсумов — могут в свою очередь считаться механизмами поддержания универсума»<sup>38</sup>. Идеологию, как часть политической коммуникации, в таком ракурсе, также возможно обозначить как один из концептуальных механизмов поддержания символического универсума. С её помощью достигается большая целостность символического

---

<sup>36</sup> Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: «Медиум», 1995. С. 46.

<sup>37</sup> Мясникова А. С. Контркультура как идеология // Вестник ВГУ, серия: лингвистика и межкультурная коммуникация., 2008, № 1. С. 78.

<sup>38</sup> Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. // Портал–корни. URL: <https://evolkov.net/soc.psychol/Berger.P.Luckmann.T/chapter.2.2b.html> (дата обращения 09.12.2021).

универсума, однако необходимость в таком механизме по мнению Бергера и Лукмана также является проблемой, т.к. говорит о нарушениях в самоподдержке системы<sup>39</sup>. Но это также является естественной характеристикой универсума, потому что подобная система не может быть полностью закрытой как в пространстве, так и во времени.

В случае представления идеологии как символического универсума, данное понятие, как и самоподдерживает себя, так и требует идеологию, как концептуальный механизм поддержания собственного универсума. Ярким примером является весьма закрытая идеология СССР, столкнувшаяся с кризисом легитимации в конце своего существования, не «пережившая» собственной перестройки.

В этом параграфе мы рассмотрели путь развития понятия идеологии и выбрали один из актуальных подходов к нему — коммуникативный. И в данном ключе было дано множество определений, затрагивающих разные аспекты данного понятия и в рамках нашего подхода они не противоречат друг другу, а скорее дополняют. Сформировать же единое определение, как и единую теорию идеологии, исходя особенностей понятия, малопродуктивно, поэтому далее мы углубимся в выбранный нами подход, для создания адекватного инструментария для дальнейшего исследования.

## **1.2 Политические коммуникации и идеологические смыслы (на примере классических идеологий).**

Политическая коммуникация с развитием информационного общества проникает во всё большие сферы человеческой жизни: развитие медиа, увеличение их доступности и количества потребления: большой охват у массовой коммуникации увеличивает как пространство поднятия

---

<sup>39</sup> Там же.

политических вопросов, так и их количество, расширяя сферу политического мира. Для традиционных идеологий в таких условиях важным становится сохранить свою важность как целостного символического универсума, т.е. чтобы их сообщения, как и смыслы были поняты в соответствии с интерпретацией отправителя (власти). И, в связи с этим необходимо прояснить условия существования идеологических смыслов в современной политической коммуникации, чем они репрезентированы, и то, каким образом это отражается на традиционных идеологиях.

Понятие классических идеологий и неклассических соотносится с разделением в исследовании политических идеологий по уровню систематизированности отмеченной у Д. Маньярда и М. Мильденберга<sup>40</sup>. Данный вопрос возникает по поводу того, до какого уровня систематизированности идейные системы, их способности поддерживать символические универсумы, исходя из нашей терминологии, возможно считать идеологиями.

В таком ключе нам кажется интересным подход Дж. Шварцмантеля разделив идеологии на две ветви: классические (тотальные (не по Мангейму)), к которым он относит либерализм, социализм, консерватизм и их ответвления, и молекулярные (или фрагментарные): экологизм, феминизм и т.д. Классические, большие по поставленным задачам, предполагают высокую степень взаимосвязи с государством, осуществляют свою деятельность в среде **крупных институтов**, являются основой для программ политических субъектов (например, политические партии), ориентированы на представительство какой-либо большой социальной структуры. В то время как молекулярные или «частичные» идеологии организованы **по принципу сетей**, и образуют локальную идентичность, и направлены на выполнение частных требований выдвигаемых идеологией<sup>41</sup>.

---

<sup>40</sup> Maynard J., Mildenerger M., Convergence and divergence in the study of ideology: a critical review // British Journal of Political Science. 2018. Vol. 48, Is. 2. pp. 563 – 589

<sup>41</sup> Шварцмантель Д. Идеология и политика. Х., 2009. С.77–78.

В данном разделении мы можем выделить несколько оснований. Первое – по каналам распространения: классические и новые идеологии в данном ракурсе приобретают различия в связи с формированием новых типов социальных взаимоотношений, так и кризисом старых.

Второе – типы политических проблем, затрагиваемых идеологиями: молекулярные от классических отличаются тем, что они «придают особое значение не столько полной реструктуризации общества посредством захвата государственной власти, сколько поиску альтернативных способов решения менее актуальных задач»<sup>42</sup>.

И третье основание – по уровню структурированности и систематизированности. Мы можем говорить о том, что новые идеологии, не являющиеся основой целостного символического универсума, из-за меньшего охвата и систематизации политических проблем, но вполне могут являться его частью и исполнять функцию механизма концептуальной поддержки. Иными словами, новые идеологии, могут являться структурной частью классических идеологий, не теряя из виду своих политических задач и координируя собственные смыслы в соответствии с основной матрицей. Именно поэтому, описывая состояние идеологических смыслов в современной политической коммуникации, мы будем опираться на понятие классических идеологий.

Одним из определяющих характеристик политической коммуникации является канал её распространения, собственно роль идеологии также менялась в соответствии новыми технологиями. Так, представители Торонтской школы коммуникативистики, на контрасте с «противоречиями», как движущей силы истории у К. Маркса, считали подобным фактором появление новых средств коммуникации<sup>43</sup>. Х. Иннес выделял пространственные СМК, способствующие быстрому распространению информации в относительном моменте времени и временные СМК, состоящие

---

<sup>42</sup> Там же.

<sup>43</sup> Архангельская И. Б. Теория коммуникации в трудах А. Инниса и М. Маклюэна // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. 2007. № 3(8). С.148.

их «устных» форм, обеспечивающих передачу культурных норм, образцов поведения и т.п. от поколения к поколению, например такие как, мифы и песни. Данное положение носит скорее классификационный, чем разделительный характер, однако выражает важные структурные характеристики средств коммуникации – время и пространство.

Внешним, общенациональным выражением коммуникации М. Маклюэн считал сообщение и уже оно, расширяется в иных средствах коммуникации. Так, «содержанием письма является речь точно так же, как письменное слово служит содержанием печати, а печать – содержанием телеграфа»<sup>44</sup>. Подобные трансформации или эволюции приводят к утрате некоторой части смысла сообщения при переходе из одного формата в другой, при этом, приобретая новые очертания. Данный фактор приводит к необходимости учитывать формат исследуемых материалов, даже если рассматриваемое выражение коммуникации – слово – одно и то же.

Особенность политической коммуникации – преобладание массового типа распространения информации через коммуникационные технические средства. Смысл сообщения, созданный, а позже и сконструированный отправителем (властью) передаётся по принципу от одного ко многим, иными словами, от человека к группе людей, что предполагает масштабность аудитории. Политическая идеология, определяемая как часть политической коммуникации, также исполняет свои функции лишь при интернетизации в политическое сознание какой-либо группы, что также определяет её как массовый коммуникативный феномен. Медиатизация культуры современного общества, по мнению Дж. Б. Томпсона является основным фактором через который следует анализировать идеологию<sup>45</sup>.

Выбранный нами подход к идеологии требует детального разбора передаваемого через массовую коммуникацию сообщения, поэтому наиболее

---

<sup>44</sup> Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека М, 2003. С. 6–7.

<sup>45</sup> Thompson J. B. Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication. Oxford: Polity Press, 1990. P. 265.

релевантной является конструктивистская модель эффектов СМК, находящейся, соответственно, в русле семиотической традиции. Центральное положение здесь занимает текст, что представляет из себя «специфическую конструкцию, созданную для передачи другому (другим) своих представлений в какой-либо предметной области...»<sup>46</sup> и также «упорядоченный в соответствии с правилами языка набор знаков»<sup>47</sup>. Данный механизм передачи коммуникации, где в традиционную модель коммуникации вносится важная переменная надления сообщения смыслом в соответствии с правилами (**кодом**) и окружающей обстановкой (**контекстом**) Ю. Лотман называет «смыслопорождающим механизмом»<sup>48</sup>.

Данный процесс, «порождения» смыслов, также является важным фактором понимания массовой коммуникации в рассматриваемой традиции. Этот механизм, опираясь на схемы У. Эко и М. Кастельса<sup>49</sup> можно обозначать следующим образом:

1) источник (отправитель), желающий отправить сообщение с некоторым смыслом, понятным адресату;

2) кодирование сообщения через код и субкод, с помощью которых происходит процесс означивания знаков в результате чего «сообщение распространяется как означающее, содержащееся в некотором означаемом»<sup>50</sup>;

3) канал коммуникации, под который также было отформатировано сообщение

4) процесс приёма сообщения (знаков в виде означающих), что проходит адресатом через декодинг сообщения и получаемый в качестве означаемого, где также, в соответствии с призмой восприятия адресата, улавливается и дополняется смысл сообщения.

---

<sup>46</sup> Пампура Ж. В. Семиотический подход к средствам массовой информации (сми) // Вестник КрасГАУ. 2010. С. 165.

<sup>47</sup> Там же.

<sup>48</sup> Лотман Ю. М. Избранные статьи. 1993. 308 с.

<sup>49</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. С. 180–185.

<sup>50</sup> Там же.

5) и в основании данной схемы находится контекст коммуникации, что влияет на весь процесс кодирования и декодирования передаваемого сообщения.

Внутренний механизм подобного контекста коммуникации может объяснить теория фреймов — внутренней, смысловой рамки восприятия коммуникативной ситуации. В данном понимании, из двух выделенных В.С. Вайхштайном пониманий фреймов кибер-лингвистического и социально психологического<sup>51</sup>, мы придерживаемся последней. Так, в данных рамках, Г. Бейтсон<sup>52</sup> считает фрейм метакоммуникативным контекстом сообщения, важным для понимания не только передаваемого и воспринимаемого смысла, но и выявления особенностей повседневной коммуникации.

У И. Гофмана, фрейм также тесно связан с понятием опыта или знания, собственного или чужого (навязанного), влияющего на действия сообразно внешнему контексту коммуникации<sup>53</sup>. В данных рамках фрейм можно обозначить как «призму восприятия» или «картину мира» субъекта коммуникации, выбираемую неосознанно, либо же навязанную посредством фреймирования. Данная «призма» влияет на восприятие смысла передаваемого сообщения и здесь находится её политическое значение: «поскольку смысл во многом определяет действие, обмен смыслами оказывается источником социальной власти, создаваемой с помощью фреймирования человеческого сознания»<sup>54</sup> заключает М. Кастельс.

Политическую идеологию, в подобном ракурсе, также можно рассматривать как специфическую «картину мира» или же «призму восприятия» окружающего мира. В описанной нами схеме она находится на месте фрейма, т.е. внутреннего контекста коммуникации, но не замещает его,

---

<sup>51</sup> Вахштайн В. С. Фрейм-анализ как политическая теория // Социология власти. 2013. №4. С. 13–44.

<sup>52</sup> Bateson G. A theory of play and fantasy. 1972. P. 177–193.

<sup>53</sup> Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта. 2003. С. 515–734.

<sup>54</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. С. 190.

являясь целостной смысловой рамкой, уже структурирующей и образующей фреймы восприятия коммуникации. Она помогает как формировать смысл передаваемого сообщения, так и принимать его с наименьшими «потерями» противодействуя «шуму», при условии схожести как у отправителя, так и у получателя.

Таким образом внешним выражением политической идеологии является уже данное нами определение её как политической коммуникации, передающей идеологически кодированные смыслы, а внутренним эффектом является формирование идеологией соответствующей картины мира, осуществляющей условия эффективного восприятия передаваемого смысла. В итоге, исследуемое нами понятие, является также контекстом всей коммуникации между идеологизированными субъектами, поэтому в данной семиотической традиции идеология в соответствующих ситуациях исполняет роль языка коммуникации.

Необходимо обозначить вопрос соотношения семиотики (науки о коммуникативных системах и знаках) и понимания идеологии как механизма поддержания именно «символического» универсума. В самом базовом понимании роль знака это «указывание» на какой-либо предмет объективно понятной реальности, структурируя её в рамках соответствующего языка, и принадлежит, следуя А. Щюцу, intersубъективной коммуникации, проявляющей себя в реальности повседневной жизни<sup>55</sup>. Символ же лежит в субъективном практическом опыте, замещая больший объём смыслов и соединяет несколько реальностей<sup>56</sup> и, таким образом, согласно А. Щюцу, позволяет выйти за пределы повседневной реальности. Например, политический символ вводит нас в политическую реальность. Выходит символы, образующие и структурирующие символические универсумы

---

<sup>55</sup> Горшков О. В. Символ в социально-феноменологических моделях // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2011. №3. С. 52.

<sup>56</sup> Там же.

используют знаки и знаковые системы для собственного формирования и замещения, так как последние позволяют связать символическую коммуникацию с повседневной жизнью.

Таким образом, символ и знак это различающиеся, но близкие понятия, они выходят за рамки индивидуального уровня смысловой объективации и находят выражение в коммуникации, а значит и в описанной выше семиотической схеме, знак / символ и процессы означивания / сигнификации они взаимозаменяемы.

У. Эко и М. Кастельс внесли важные корректировки в данную схему передачи смысла сообщения от отправителя к получателю. Первым автором были введены лексикоды (похожие на субкоды у М. Кастельса) – это вторичный код, «субсистема языка, распространенная не во всей совокупности его носителей, а только среди определённой группы или культуры»<sup>57</sup>. Это определённого рода помехи, шум, создающие барьер для передачи одинакового восприятия сообщений, другими словами, это различные культурные и коммуникативные среды, находящиеся даже в рамках одной знаковой системы. Данная ситуация, как мы уже отмечали ранее, создаёт разность трактовки и восприятия одного и того же сообщения отправителем и получателем, также и в рамках одной политической идеологии.

Второй же автор, М. Кастельс вводит понятие массовой самокоммуникации, дополняя модель У. Эко. С появлением интерактивных СМК происходят изменения в вертикальной и линейной моделях массовой коммуникации. Создаётся ситуация возникновения горизонтальной коммуникации, где «отправители являются также адресатами, так что новый субъект коммуникации — отправитель / получатель — возникает в качестве

---

<sup>57</sup> Кожемякин Е. А., Манохин Д. К. Семиотические аспекты массовой культуры // Культура и Текст. №1. 2013. С. 119.

центральной фигуры галактики Интернета»<sup>58</sup>. Таким образом, в новой системе смысл не только образуется отправителем и принимается получателем и дополняется им, но возникает обратная связь, где «приёмник» также чувствует в образовании смысла сообщения, влияя как на отправителя, так и на смысл сообщения в целом. Данная система находит своё выражение именно в сетевой коммуникации, так, например, смысл сообщения формируется не только «постом» в социальных сетях, но получателем сообщения, его собственным комментарием совместно с комментариями других пользователей.

В изменяющихся условиях как культурных систем, так и СМК, возникает вопрос эффективности передачи идеологизированных смыслов в политической коммуникации и соответственно роли идеологии в ней. Государственной политической власти становится сложнее передавать идеологизированные смыслы в условиях отсутствия монополии на политическое конструирование реальности. Символы идеологий подвергаются десимволизации, а сообщения деконструкции ещё до интернализации передаваемых идеологизированных смыслов.

В первую очередь это связано с увеличением информационного пространства и внедрением новых средств СМК. Увеличение количества поступающей информации, и уменьшение контроля над ней превращает политическое информирование в «стриминг»<sup>59</sup> новостей, увеличение информационного шума не способствует донесению смысла сообщения. Новые информационные пространства способствуют возникновению «неофициальных ветвей символической власти»<sup>60</sup>, продвигающих собственные альтернативные идеологизированные смыслы. В итоге

---

<sup>58</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2016. С. 183.

<sup>59</sup> Щербинина Н.Г. Определение медиареальности и коммуникации в контексте теории политического конструирования реальности. // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2019. № 50. С.223.

<sup>60</sup> Там же. С. 224.

Щербинина Н.Г. отмечает, что «сегодня возникла настоящая проблема с символической репрезентацией, и она заключается в «кризисе репрезентации» политического знака»<sup>61</sup>. В данной среде смысл сообщений теряется, а во многих из них отсутствует, превращаясь в «пустое» информирование.

Классическим политическим идеологиям становится сложнее передавать собственные смыслы адресатам сообщения, не придерживаясь данной идеологии, либо же смылосодержащее сообщение исчезает, не достигнув результата и возникает необходимость создания устойчивого канала связи с оставшейся идеологизированной публикой. Политическим идеологиям, как и политическим институтам, основанным на предлагаемых ими идеях, становится сложнее находить собственное выражение не только в интерпретациях повседневной жизни, но и в политических интенциях граждан, теряется смысловая наполненность идеологизированных символов и знаков с реальностями отличных от создаваемых самой идеологией, что можно описать категорией гиперреальности Ж. Бодрийяра.

Последняя, однако трактуется нами не исходя из объективистских (марксистских и фрейдистских) оснований, где реальность есть надстройка над «объективной» реальностью, и при отсутствии какой-либо связи с ней, она становится гиперреальностью<sup>62</sup>. В нашем понимании гиперреальность это иная (в отличие от действительности) сконструированная политическая медиареальность, где знаки и символы не имеют референтов в базовой повседневной реальности и поэтому и происходит выхолащивание смыслов. Идеологические конструкты, политические институты и т.д. обладают смыслом лишь в рамках собственной гиперреальности и отдаляются от повседневной практики. Так политические партии имеют смысл лишь в установленной ими символической партийной системе, не выполняя

---

<sup>61</sup> Там же. С. 223.

<sup>62</sup> Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. М. : ПОСТУМ, 2017. С. 6–9.

символическую роль репрезентанта слоёв общества, классов и т.д., или категория пролетариата является актуальной лишь в коммунистических идеологиях, при исчезновении её из других дискурсов.

Таким образом исследование пространства современных идеологий при использовании их идейного, знакового и символического аппарата, сталкивается с их смысловой несовместимостью, поэтому данные исследования требуют иного возможного основания, возможной классификации к ним – ценностной, позволяющей как-либо сравнивать и соотносить политические идеологии, о что мы разберём в следующем параграфе.

### **1.3 Политические идеологии как системы ценностей в современной России.**

Дж. Маньярд и М. Мильденберг выделяют два важных подхода к отображению идеологического содержания и сравнения их между собой: пространственные и непространственные<sup>63</sup>. В исследовательском поле, первый подход, выражается в декартовой системе координат по различным основаниям, наиболее ярким из которых является дихотомия правый-левый. Это наиболее «старое основание», пригодное по мнению Д. Джоста для западных политических арен, где политические идеологии сошлись в одном измерении<sup>64</sup>, обладающее высокой практической применимостью для демаркации границ пространства идеологий.

Также необходимо выделить двухмерные способы представления политических идеологий М. Рокича, где оси пространственных координат

---

<sup>63</sup> Maynard J., Mildenerger M., Convergence and divergence in the study of ideology: a critical review // British Journal of Political Science. 2018. Vol. 48, Is. 2. pp. 565.

<sup>64</sup> Jost J. The End of the End of Ideology // American Psychologist. 2006. 61(7). P. 653–654.

были выстроены по ценностям экономического равенства и свободы и авторитарного или демократического политического устройства<sup>65</sup>, образующие большее разнообразие идеологических координат. Похожей моделью также является система координат Инглхарта, где государства расположены по светско-рациональной оси и по оси выживания против самовыражения<sup>66</sup>. Подобные исследования удобны для представления идеологий лишь в рамках выбранного пространства, и ограничены его логикой, позволяя рассматривать соотношения между течениями.

Существует и множество иных пространственных теорий, например теория моральных основ Хайдта<sup>67</sup> или же пять измерений для классификации национальных культур Хофстеде<sup>68</sup>, но главное, что их объединяет – это применимость к количественным методам, при упрощении содержания политических идеологий. Однако ценностное измерение не однородно и исследование разных идеологий в одной плоскости, в основе своей придерживающихся разных ценностей, не отражает сложности исследуемых идеологий. Так, например, националистические идеологии выпадают из пространственной модели М. Рокича, как и многие «новые» направления идеологической мысли.

Аналитики, приверженные непространственным методам исследования идеологий, отмечают М. Мильденбергер и Дж. Маньярд «предпочитают моделировать идеологию, используя один из двух альтернативных подходов, которые «толстым описанием» и «символическим отображением»<sup>69</sup>. Первый

---

<sup>65</sup> Rokeach M. *The Nature of Human Values*. New York: Free Press. 1973. 438 p.

<sup>66</sup> Inglehart R., Welzel C.. *Changing Mass Priorities: The Link Between Modernization and Democracy* // *Perspectives on Politics*. 2010. 8 (2). P 551–567.

<sup>67</sup> Haidt J. *The Righteous Mind: Why Good People are Divided by Politics and Religion*. New York: Random House LLC. 2012. 528 p.

<sup>68</sup> Hofstede G. *Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context*. // *Online Readings in Psychology and Culture* 2 (1): 2011. URL: <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=orpc> (дата обращения 04.05.2022).

<sup>69</sup> Maynard J., Mildenerger M., *Convergence and divergence in the study of ideology: a critical review* // *British Journal of Political Science*. 2018. Vol. 48, Is. 2. pp. 565.

из них представляет собой доскональное описание политической идеологии: через анализ её идей, дискурсивных практик, риторических приёмов и ментальных процессов пригодных именно к описанию исследуемой идеологии. Данный качественный подход требует значительных исследований политических идеологий, усложняя анализ больших исследовательских объектов. Примером подобной работы о идеологии применительно к России является труд О.Ю. Малиновой. «Конструирование смыслов: исследование символической политики в современной России»<sup>70</sup>. Данный сборник исследований автора, сочетает в себе институциональный анализ существования и производства идей и идеологий России, теорию публичной сферы Ю. Хабермаса, через призму которой рассматриваются дискуссии об идеологических смыслах, и социальное конструирование реальности П. Бергера и Т. Лукмана, применяемое для анализа идеологием.

Альтернативной формой непространственного моделирования идеологии является концептуальное или символическое отображение. Такие методы моделирования стремятся представить идеологии визуально в сетях или диаграммах, построенных из компонентов, взаимосвязанных в определенной структуре. Например, метод многоуровневых взаимодействующих механизмов., разработанный под руководством П. Тагарда, через технику когнитивно-аффективного картирования что представляет собой диаграмму, которая отображает не только концептуальную структуру взглядов людей, но и их эмоциональную природу, показывая положительные и отрицательные значения, связанные с понятиями и целями<sup>71</sup>.

Такого рода символические репрезентации предполагают значительное упрощение исследуемого материала избирая из текста необходимые для

---

<sup>70</sup> Малинова О. Ю. Конструирование смыслов: исследование символической политики в современной России: Монография. М., 2013. 421 с.

<sup>71</sup> Thagard P. Mapping Minds Across Cultures. In *Grounding Social Sciences in Cognitive Sciences*, edited by Ron Sun, Cambridge, MA: MIT Press. 2012. P. 35–62.

исследования реперзентации, что также упрощает модель исследуемых идеологий. При этом, в данном ракурсе возможно эффективно определить структурные отношения между идеологическими компонентами, выявить значимость отдельных символических репрезентаций и возможную взаимосвязь между ними. Это наиболее релевантный подход для исследования идеологий в коммуникационном пространстве медиа, без необходимости исследования идеологического пространства, избегая их наложения и обеспечивая некоторый баланс между информативностью моделей и их эффективностью.

Разделять же идеологические течения, без формирования единого идеологического пространства, возможно исходя из их ценностных оснований. Идеологические смыслы выстроены в соответствии с ними, опираясь на соответствие ценностных предпочтений «приёмника» и сообщения, передаваемого отправителем. Это одна из причин эффективности интернализации политических идеологий, что находится в её ценностной окрашенности. Определяем же мы политические ценности исходя из субъективистского понимания как политической идеологии, так и политических ценностей. Следуя Скочиловой В.Г., что опирается на феноменологический подход А. Шюца, ценности в субъективистском понимании «представляют собой духовные образования, субъективное измерение жизни политики, предстающие в категориях должного или желаемого»<sup>72</sup>. Они выстраивают идеологию по идеальным основаниям для взаимосвязи систем идей и желаний, интенций индивидов.

Таким образом мы не рассматриваем ценность лишь как объективированную в социуме нормативную систему, следуя, например, Т. Парсонсу «если они институционализированы в социальных системах и интернализированы в системах личности, руководят актором как в ориентации

---

<sup>72</sup> Скочилова В. Г. Ценностно-идеологическая динамика политического процесса в современной России. Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. С.71.

на цели и нормативные регуляторы значений, так и в экспрессивных действиях...»<sup>73</sup>, а скорее, как часть интерпретативной схемы, придающие смысл социальным действиям. Так возможно объяснить мобилизационную силу политических идеологий: внутренние интенции индивида совместно с объясняющей схемой идеологии, вместе с мобилизационным призывом, могут стать причиной политического действия.

Селезнёва А.В. при исследовании ценностно-идеологических ориентаций россиян со стороны психологического подхода на идеологию, столкнулась с «противоречивой картиной» взаимосвязи ценностей и идеологий в России на 2017 год: «для либералов ценности порядка, законности и справедливости оказываются более важными, нежели частная собственность; для коммунистов свобода и права человека – важнее равенства; для консерваторов права человека и свобода – ценнее стабильности...»<sup>74</sup> – и отмечается проблема отсутствия чёткой идеологической идентификации как у граждан, так и у партий в представлениях респондентов. Идеологии, на период проведённого А.В. Селезнёвой исследования, уменьшив свою иерархичность и системность, становятся более размытыми, опираются больше на «универсальные ценности» патриотизма, семьи и т.д.<sup>75</sup>, либо же на популистскую риторику, чем на ценностные предпочтения присущих конкретному течению.

Использование нами ценностей, как основания для разделения идеологий на отдельные символические пространства, носит больше классификационный и общий характер, что позволяет объединить разные направления идеологий, в качестве одного идеологического течения, объединённых ценностно.

---

<sup>73</sup> Цит. по Скочилова В.Г. Ценностно-идеологическая динамика политического процесса в современной России. Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. С. 62.

<sup>74</sup> Селезнёва А. В. Ценностные основания политических идеологий: политико-психологический анализ // Политическая наука. 2017. С. 375.

<sup>75</sup> Там же.

Таким образом в ходе данной главы мы обозначили наше понимание политической идеологии в рамках коммуникативного подхода, рассмотрели его роль в рамках массовой коммуникации и определили его характеристики. В следующей главе исследуем его практическое выражение в коммуникационном пространстве YouTube.

## **2 Репрезентация политических идеологий России на YouTube.**

### **2.1 Основные характеристики сетевой политической коммуникации.**

Сетевая политическая коммуникация нас интересует, в первую очередь как характеристика коммуникации в интернет-пространстве. Сам термин сети, как разветвлённой, самодостаточной, горизонтальной системы, является синонимом к интернету. Конечно, понятие социальной сети не является лишь атрибутом «всемирной паутины» и подобные отношения исследуются в разных областях, но именно интернет-среда является его наиболее ярким выражением. Именно поэтому при исследовании части коммуникационного пространства интернета нам необходимо описать характеристики присущих сети отношений.

Вопрос актора, субъекта сети является одним из наиболее «важных в теории социальных сетей»<sup>76</sup> и его характеристики определяют структуру взаимосвязей, связи, поведение. И здесь необходимо ответить на вопрос является ли объект, на который оказывается воздействие лишь структурой, на которую оказывается влияние. В прошлой главе мы затрагивали тему сетевой массовой коммуникации сквозь модель М. Кастельса, где была внесена переменная массовой самокоммуникации, и, как в теории политического конструирования реальности, получателю информации, не отводится только роль «приёмника», но со-конструктора образуемого, в нашем случае, идеологического смысла.

Таким образом, объект воздействия, в рамках именно массовой сетевой коммуникации, к которой в немалой степени относится интернет-коммуникация, становится также актором влияющим на восприятие сообщения. Поэтому, также следуя семиотической традиции в понимании

---

<sup>76</sup> Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. С. 8.

СМК нам необходимо учитывать каким образом индивид воспринимает информацию, а не только формы, передающиеся извне.

Определив характеристику единицы, участвующей в сетевой коммуникации, соответственно семиотической модели массовой коммуникации М. Кастельса, мы будем придерживаться его взглядов на структурные характеристики сети: «Сети – это совокупность взаимосвязанных узлов. Узлы могут быть по-разному значимы для сети, а особенно важные узлы называются «центрами» в некоторых вариантах сетевой теории»<sup>77</sup>. Сети — это явление присущее не только современной цифровой коммуникации, социальные, институциональные коммуникационные связи тоже образуют их, соответственно под узлами сети могут восприниматься различные акторы коммуникации (как отдельные индивиды, так и устойчивые социальные группы).

Работа узлов, сети происходит на основе «протоколов коммуникации, определяющих правила, которые однажды приняты в сети»<sup>78</sup>. Протоколы могут быть выражены в виде общепринятых норм, что в объективистском взгляде может быть рассмотрено в качестве ценностей. Это схожие понятия хоть и не равнозначные. Однако учитывая феномен массовой самокоммуникации, где смысл, а соответственно ценности воспроизводятся и образуются в ходе постоянных взаимодействий акторами сетевой коммуникации, можно говорить, что в протоколе коммуникации выражаются ценности социальной сети, так они выражают интенции участников, отображают категории желаемого. Именно поэтому сложно говорить о единой сети на одной коммуникационной площадке, кроме как на основании общих коммуникативных ценностей, где последние являются ценностью как

---

<sup>77</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. С. 65.

<sup>78</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. С. 89.

таковые, выражаемые, например в формализованных правилах как свобода слова, гендерные равенства и многое другое.

Следование протоколу коммуникации и наличие связи с какой-либо её частью является основанием для причисления принадлежности к ней какого-либо узла. Борьба, таким образом, за определение протокола коммуникации является важной задачей для поддержания или изменения сети. Г. В. Градосельская при исследовании патриотического идеологического дискурса, в исследуемых ею кластерах, отмечает, что «социальные сети – это нижний уровень «пирамиды информационных манипуляций». На верхнем уровне – базовые ценности, которые являются истинной целью манипуляций»<sup>79</sup>, в нашем случае протокол социальных сетей. В ней содержится, как мы говорили выше, ценности сети, цели и правила – это определяет возможность одинаковому пониманию смысла передаваемых сообщений, что приобретает большую важность для поддержания символической власти.

Идеологические смыслы, в подобных условиях, сталкиваются с меньшим количеством преград. М. Кастельс отмечает, что «Характерно, что идеи циркулируют в обществе в соответствии с тем, как они представлены в реалиях коммуникации. ... в конечном счете, идеи достигают заинтересованных групп в каждой сети в зависимости от уровня их воздействия на эти группы в процессе коммуникации»<sup>80</sup>. Заинтересованность идеологических акторов в создании сети, таким образом, также заключается в налаживании эффективной коммуникации со своей аудиторией.

В целом, М. Кастельс определяет следующие три главные взаимосвязанные характеристики современных сетей – это гибкость, масштабируемость и их живучесть, следующие из-за относительной децентрализованности и горизонтальности структур сети. Гибкость характеризует некоторую аморфность сети, отсутствие жёсткой формы и

---

<sup>79</sup> Градосельская Г. В. Невыносимая скорость изменений // Сети 4.0. Управление сложностью. Сборник статей. – М.: ВЦИОМ, АСИС, 2020. – 132 С. 9.

<sup>80</sup> Там же С. 92.

благодаря этому они обладают сопротивляемостью воздействию со стороны внешнего пространства. Так, узлы сети не ограничены лишь одной площадкой для своего существования и до некоторой степени способны сохранять воспроизведение собственных программ и следовать достижению целей, кроме их материального уничтожения<sup>81</sup>. как отмечает РБК блокировка одних социальных сетей лишь привела к увеличению аудиторий в иных социальных сетях<sup>82</sup> – акторы могут самостоятельно принимать решения для изменения для сохранения собственной жизнеспособности.

Масштабируемость сети обеспечивается за счёт того, что узлы в большей своей части могут присоединяться / отсоединяться по различным причинам без серьёзных проблем для сети из-за её избыточности<sup>83</sup>. Из сети могут быть исключены узлы, не соответствующие протоколу общей сети, так и могут быть приняты новые агенты, при принятии ими соответствующих правил, что также обеспечивает гибкость и живучесть.

Избыточность во многих современных сетях возможна благодаря коммуникации через глобальную сеть, что обеспечивает возможность объединения аудитории, невозможной для этого вне интернета т.к. он «является эффективным средством поддержания слабых связей, которые иначе были бы утрачены в результате компромисса между попыткой вступления в физическое взаимодействие и важностью такого общения»<sup>84</sup>. Это позволяет поддерживать и сохранять контакты в сетях даже в условиях атомизированности социума. Таким образом, кризис идеологии, вызванный данной характеристикой, может быть преодолен с в некоторой степени в сетях.

---

<sup>81</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. С. 68.

<sup>82</sup> Стогова Е. Как менялась аудитория соцсетей после блокировок. Инфографика // Стогова Е., Соболев С. РБК. [Б. м.], 2022. URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666](https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666) (дата обращения 15.05.2022).

<sup>83</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. С. 65.

<sup>84</sup> Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. С.156.

Вышеуказанные характеристики обеспечивают живучесть сети, уязвимую, с внешней стороны лишь к материальной возможности разрушить точки соединения сети, с внутренней, к изменению её программы.

Однако необходимо подробнее обратиться не только к характеристикам сети, но и к его коммуникативной стороне, образующей связи между узлами в коммуникационном пространстве. Так сетевая политическая коммуникация, по мнению А.А. Хрыкина, в интернете основана «на тотальном присутствии текста»<sup>85</sup>. Информация, подаваемая в сетевом текстовом формате, в качестве гипертекста объединяет в себе всевозможные виды как коммуникации, так и информации – «это гипертекст с неограниченным числом переходов одних текстов в другие, он более связный и полный ... это поток, который часто не может обладать конкретным авторством, так как верифицировать автора невозможно»<sup>86</sup>. Разнообразие информационных продуктов, от прямых трансляций, блогов, видео с возможностью/невозможностью комментирования, подкастов, статей и т.д., и многообразие, объединённое гиперссылками, алгоритмами, рекомендациями образуют собирательное понятие гипертекста.

Поэтому при исследовании коммуникации необходимо понимать, что сообщение передаваемое в интернете не ограничивается лишь его «текстовой» составляющей, хоть и является его важной частью, туда входят и визуальная и аудиальная информация, поддающиеся до некоторой степени расшифровке, наименования, написанные разными способами с различными задачами, множество комментариев, где их немалая часть является копией других комментариев и ссылки на иные материалы, предоставляемые как автором, так и площадкой на котором было опубликовано сообщение.

В итоге, для предметного анализа сетевой структуры формирующей восприятие информации, необходимо проанализировать её на конкретном

---

<sup>85</sup> Хрыкин А. А. Сетевые политические коммуникации: потенциал влияния // Социум и власть. 2012. № 1 (33). С. 50.

<sup>86</sup> Там же.

сетевом пространстве. Они не определяют решение человека, но могут управлять его вниманием, интенциями. Сквозь сети люди могут узнавать о событиях, формировать о них мнение, быть мобилизованными к политическому действию, однако со-конструирование получаемого смысла из сетей, их восприятие и интерпретация в значительной степени зависят от принимающей информацию личности.

## **2.2 YouTube как особое визуально-символическое пространство коммуникации.**

YouTube является одной из самых популярных площадок в России. В русскоязычном сегменте интернета на 2021 год, она находится наравне с социальной сетью «ВКонтакте» 85 и 83 процента соответственно, обладает высокой степенью удержания зрителя (41% зрителей от 1 до 3 часов в день)<sup>87</sup>, при этом не имеет сопоставимых аналогов. Так Горелова Т.П., Серебровская Т.Б. отмечают, что большинство аудитории данной площадки не готовы переходить с неё на новый аналог – YouTube является приоритетной платформой для поиска именно видео информации<sup>88</sup>.

Таким образом, именно создание архитектуры социальной сети, ориентированной на видеоконтент выделяет исследуемую площадку среди иных аналогов интернет-площадок коммуникации и определяет её особенности как социальной сети и как медиа.

Данный формат информации объединяет в себе как визуальный, так и аудиальный способ передачи информации, текста и поэтому является наиболее ёмким с точки зрения передачи необходимых образов, смыслов и поэтому становится эффективным для воздействия на зрителей. Так М. Кастельс говорит, что «воздействие визуальных образов невозможно переоценить. На ранних стадиях движений YouTube всегда является одним из наиболее эффективных инструментов»<sup>89</sup>. Поэтому важность данного видеохостинга для политической коммуникации высока.

Необходимо прояснить то, чем же в нашем понимании является YouTube. Его можно нейтрально определить как видеохостинг, однако это ограничивает нас в аналитическом плане, указывая лишь на природу

---

<sup>87</sup> Горелова Т. П., Серебровская Т. Б., Особенности цифрового потребления видеоконтента на платформе YouTube // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. №3. С. 127.

<sup>88</sup> Там же.

<sup>89</sup> Кастельс М. Власть коммуникации. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. С 30.

хранящейся там информации и его предназначения. Наиболее полезными являются её определения как коммуникативной медиаплощадки, так и понимания как социальной сети. Поэтому необходимо в этом случае отметить особенности YouTube в разрезе данных понятий.

С точки зрения сетевой теории необходимо определить основных акторов социальной сети, и, в данном случае, ими являются пользователи YouTube зарегистрированные и незарегистрированные. Однако, процесс коммуникации организуется именно владельцем отдельного сообщества YouTube-канала, без возможности общения на «базе» платформы, что увеличивает контроль над обратной связью, выражаемой в комментариях, и позволяет контролировать формирование смысла от массовой самокоммуникации различными способами: от непосредственного удаления возможности комментирования, до его форматирования различными технологиями и цензурой. Таким образом узлами данной сети являются именно YouTube каналы.

Также «верховенство» редакции канала над коммуникативным процессом не позволяет формировать связи между пользователями социальной сети на данной же площадке непосредственно, поэтому объединены они именно характером потребляемого контента и его ценностями, правилами т.е. протоколом коммуникации.

Однако, по нашему мнению, возможность комментирования видеороликов и система рекомендаций, ориентированная на потребление похожего контента, связывает разрозненные YouTube каналы в социальную сеть, объединённую по некоторому общему протоколу коммуникации, позволяющего также формировать политические сообщества. Так Демин и Сорочан исследовали интересующее их YouTube-сообщество именно сквозь систему рекомендаций и уже после, с помощью методов интервьюирования

находили иные виды связи в сети<sup>90</sup>. Подобная характеристика располагает к созданию относительно устойчивых, однако не открытых сообществ, что может способствовать созданию эхо-камер, либо же информационного «пузыря» для потребителей контента. Это позволяет наладить эффективную идеологическую коммуникацию с уже включёнными в сообщество пользователями. Взаимодействие с иными социальными сетями на данной площадке, скорее всего будет происходить на основании конфликтных ситуаций, либо же совпадения общей информационной повестки.

Система рекомендаций является классическим «чёрным ящиком» по Д. Истону, где главной обратной связью от данной системы является итоговый результат, выдаваемый на выходе. Яшкова Т. А., и Зогранян Е. В., отмечают важность следования «партнёрской программы» для формирования политических сообществ на данном ресурсе при следовании «которой технология создания так называемых лидеров мнений направлена на расширение количества пользователей, а следовательно, и прибыли ресурса, в частности благодаря рекламе, которая размещается при просмотре контента»<sup>91</sup>.

Таким образом формирование и развитие канала связано не столько с качеством и объективностью контента, сколько следованию протоколу коммуникации площадки, через принятие и следование «программе» и собственному развитию как информационного продукта. Это позволяет увеличить интерес со стороны потребителя, где наиболее важный контент это тот, что сможет «зацепить» внимание, интенцию пользователя<sup>92</sup>. Также политические каналы могут не идти на монетизацию по политическим

---

<sup>90</sup> Демин П. В., Сорочан Е. А. Социальные эффекты онлайн-сообществ: нетнография YouTube-сообщества вышивальщиц // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 5. С. 312—343.

<sup>91</sup> Яшкова Т. А., Зогранян Е. В. Алгоритмы подбора информации в YouTube как способ политического влияния // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. 2020. Т. 10, № 3. С. 101–106. С. 104

<sup>92</sup> Marwick A., Lewis R., Media Manipulation and Disinformation Online // Data & Society Research Institute. 2017 P. 1.

соображениям самих авторов каналов, так и их контент может не соответствовать предпочтениям площадки из-за, например, нарушений авторского права или же, например, призывов к незаконным действиям. Данная процедура выступает некоторым барьером для непосредственно политических каналов, желающих увеличить свою аудиторию.

Структурирование контента техническими особенностями состоит не в только коммерческом влиянии на каналы и соответствующим способом их продвижения. Они также ограничивают каналы в способах предоставления информации с угрозой снятия монетизации контента. Поэтому иным, важным источником финансирования деятельности являются подписочные сервисы и пожертвования зрителей. Несоответствие же протоколу социальной сети YouTube также вызывает санкции в отношении канала – невыдачей в разделе рекомендованных и главной страницы.

С иной стороны, YouTube является современным электронным типом медиа, поэтому следуя Володёнкову С. В., создаваемое им пространство политической коммуникации можно охарактеризовать как виртуализированное и медиатизированное<sup>93</sup>. Подобное пространство осознаётся и существует во многих случаях лишь в рамках виртуальной реальности, создаваемой медиа - медиареальности, в нашем случае политической.

Данный видеохостинг является внешним контекстом массовой политической коммуникации. Он формирует контент данной среды в рамках собственной логики – алгоритмов, рекомендаций и т.д., и являясь средой для восприятия информации, собственно, влияет на неё. Прежде, чем приступить к переходу к информации из политической медиареальности, сквозь которую человек воспринимает соответствующие медиаобразы и политические

---

<sup>93</sup> Володенков С. В. Медиатизация и виртуализация современного пространства публичной политики // Коммуникология. 2016. С. 133.

смыслы<sup>94</sup>, прежде чем столкнуться с непосредственным содержанием текста, индивид воспринимает визуально-символическую составляющую YouTube медиа, для непосредственной идентификации важности информации, содержащейся в продукте, того насколько «контент» совпадает с политическими проблемами индивида.

Л.В. Темнова и А.К. Лапшина, при исследовании предпочтений российской молодёжи на YouTube самым важным фактором называют микросоциальные факторы, наиболее важными при определении предпочтений молодых людей. Т.е. наиболее постоянное и целенаправленное потребление информации связаны именно с проблемами зрителей<sup>95</sup>, повседневными или политическими. В данном ракурсе макросоциальные факторы обладают менее стабильным, разным влиянием на интенции зрителей. Важным в визуальном восприятии подобного рода информации является непосредственно текст, предоставляемый авторами: названия видеороликов в заголовке, первую и направленность канала – по политической информации удобнее обратиться к каналам соответствующей направленности с совпадающей ценностной и идеологической ориентацией, с которыми уже установлены доверительные отношения.

Вторым же по значимости фактором захвата внимания зрителей, по мнению авторов «выступают случайные факторы: рекомендации YouTube, неосведомленность, выделяющиеся название и картинка, что могут спровоцировать ситуативную заинтересованность»<sup>96</sup> у зрителей. Такого рода «случайные» факторы, ориентированы на эмоциональный захват внимания, ориентированные на моментальную заинтересованность, через создание потребности / проблемы разрешаемой через потребление выданной

---

<sup>94</sup> Щербинина Н. Г. Определение медиареальности и коммуникации в контексте теории политического конструирования реальности. // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2019. № 50. С. 220.

<sup>95</sup> Темнова Л. В., Лапшина А. К. Динамика видеопредпочтений российской молодежи (на примере видеохостинга YouTube) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2021. С. 120.

<sup>96</sup> Там же.

информации. «Кликбейтные» заголовки и «превью» вызывающие к различного рода эмоциям, способствующие заинтересованности зрителей, являются важным инструментом для подобных задач.

Однако данные факторы не отрицают, но дополняют друг друга. Через использование символических репрезентаций, синтаксических конструкций в гипертексте, постановки проблемы с их помощью, воздействуя на мотивационно-потребностную сферу жизни индивидов, авторы политического контента действуют согласно конструкции, алгоритмам площадки, где борьба за внимание зрителя является важнейшим фактором расширения аудитории. Возможность «зацепиться» и оказаться в восприятии зрителя в боковом разделе рекомендованных, обозначить чрезвычайность информации видеоролика на главной странице, как и передать перед прочтением видеоматериала, через репрезентацию символов, идеологием и т.д., смысл ролика, создают особое визуально-символическое пространство коммуникации YouTube.

Таким образом, исследование текста или же гипертекста, предоставляемого на данной площадке, предполагает понимание разности его назначения, даже на одних и тех же его структурных частях. Название видеоролика, его превью могут исполнять множество функций: объекта для привлечения внимания, информирования, цитируемости и оптимизации под поисковые системы, передачи смысла материала и т.д. Поэтому в практическом исследовании, при исследовании соответствующего материала, необходимо учитывать это при выборке. Например, новостные ролики, скорее всего, будут иметь стандартизированный вид, с перечислением основных тем, и поэтому определить особенности идеологий в пространстве YouTube с их помощью, будет малопродуктивно.

Так как мы определили YouTube в качестве социальной сети, необходимо прояснить, как именно, визуально-символически, здесь отображается горизонтальная и обратная связь. Посредниками, помогающими формировать смысл сообщения через текст или же эмоции, являются

статистические индикаторы (количество просмотров и комментариев, «лайки» и «дизлайки») и комментарии непосредственно.

Первые позволяют получить эмоциональную обратную связь от зрителей, показывают, насколько популярен и востребован тот или иной материал и играют роль второго из факторов «захвата» внимания, указанных выше. Лайки / дизлайки же также связаны с отношением зрителей как к видеоролику, так и к его автору, хоть функционал данной функции был урезан в связи с необходимостью «как-то повлиять на намеренные кампании по увеличению числа дизлайков»<sup>97</sup>. Данные такого рода не являются достоверным отображением значимости контента и могут нести манипулятивное значение, воздействующее как на алгоритмы площадки, так и на восприятие материала. Поэтому они могут быть полезными в относительном выражении, но не в качестве статистических измерений.

Комментарии же являются более значимым каналом обратной связи, так как непосредственно учувствуют в массовой самокоммуникации и являются выражением горизонтальной коммуникации на данной площадке. Формируются и структурируются они исходя из параметров популярности и времени написания, где первый фильтр является заранее предустановленным. Это позволяет выносить наиболее одобряемые аудиторией мнения на «первые» позиции, что может быть полезно при анализе комментариев, обеспечивая представленность наиболее важных формируемых идеологических смыслов.

Отдельно хотелось бы выделить обратную связь, получаемую во время прямых трансляций. Встроенные механизмы видеохостинга позволяет сократить «дистанцию» между автором канала и зрителями с помощью прямого эфира, сочетания межличностной (спикер – зритель) и массовой

---

<sup>97</sup> YouTube убрал счетчик дизлайков. Блогеры говорят, что это поможет им / АО «Газета.Ру» (1999-2022). URL:<https://www.gazeta.ru/tech/2021/03/31/13541732/dislikes.shtml?updated> (дата обращения 20.05.2022)

самокоммуникации в «чате» создавая эффект массового мероприятия неограниченного средствами массовой информации. Возможность контроля же обратной связи также сохраняется за автором канала посредством модерирования, цензурирования, отбора и т.д., поступающих комментариев.

Перечисленные особенности видеохостинга делает его актуальной площадкой для идеологий, особенно популистского толка (по Мусихину Г.И. «фрагментарную идеологию, которая ограничена логикой собственного использования, но, тем не менее, формирующей определённый набор представлений, взаимодействующий с мыслительными конструкциями традиционных целостных идеологий»<sup>98</sup>) тяготеющей к формам прямой демократии, обеспечивающих идеологически непосредственный контакт политического лидера с аудиторией.

Таким образом, рассматриваемая площадка навязывает собственные условия существования на ней политической информации.

1. Важно исследование не только текстуальной информации, содержащейся в видеороликах, но и их визуально-символической презентации на данной площадке.

2. Необходимо разделять информацию нейтрального и манипулятивного характера направленного на действие рода «стимул / реакция» и важные символические формы и репрезентации, используемые для смыслового привлечения соответствующей аудитории.

3. Также смысловая наполненность текстуальных форм зависит от жанра выбранного видео. Новостные ролики также могут нести в себе идеологическое послание, однако иными методами, например с помощью отбора и выстраивания главных новостных тем.

4. Исследование символической репрезентации идеологий в коммуникационном пространстве YouTube требует анализа обратной связи на

---

<sup>98</sup> Мусихин Г. И. Очерки теории идеологий. М., 2013 С.150-151.

данной площадке и наиболее релевантной областью для этого, является раздел комментариев.

### **2.3 Опыт исследования представительства политических идеологий России на коммуникационном пространстве YouTube.**

Как мы уже упоминали выше, наиболее релевантный способ исследования политических идеологий в коммуникационном пространстве YouTube – непространственный, т.е. направленный на изучение символов, репрезентаций, особенностей идеологического дискурса и мировосприятия, с понимаем разности смыслового наполнения одинаковых символических форм. Однако, для масштабного исследования самой площадки, качественный исследовательский аппарат требует больших усилий из-за видеоформата контента на видеохостинге. Большой материал для расшифровки для дискурса анализа, сложность для сбора фокус групп, разбирающихся в идеологических демаркациях данного пространства. Поэтому, подходящим методом для нашего исследования является контент-анализ, объединяющий в себе черты как качественного, так и количественного анализа.

В качестве цельной единицы анализа, необходимо искать символы различного рода, осуществляющие символическую репрезентацию идеологии. Последнее тесно связано с понятием образов – идеология не может быть представлена во всех информационных продуктах напрямую, не обязательно для того, чтобы обозначать себя в качестве коммунистической идеологии, каждый раз проводить самопрезентацию.

Поэтому прямого отражения данного объекта нет. Оно происходит с помощью заместителя<sup>99</sup>, в данном случае соответствующих идеологии

---

<sup>99</sup> Щербина Н. Г. Образ университетского Томска как традиционный компонент его репрезентации // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2013. – № 4 (12). С. 266.

символов или образов, которые связаны с изначальным объектом посредством памяти, исходя их высказываний П. Рикёра и Э. Кассирера<sup>100</sup>. Таким образом в качестве единиц анализа, мы будем искать и исследовать символические репрезентации, находящиеся в виде слов, словосочетаний и визуальных образов, при возможности переноса последних в текстовую форму, так как именно они репрезентируют идеологию в коммуникативном пространстве.

В данном исследовании мы рассмотрим классические тотальные направления идеологии: коммунистическая, либеральная и национал-патриотическая. Объединение здесь происходит по ценностному основанию, где для разделения взяты классические идеологические течения, исключая консервативное. Так главными ценностями коммунистических и социалистических идеологий, является «справедливость, равенство», либеральных «свобода, частная собственность». Националистическое направление идеологии более размыто, и может быть встроено в любой символический универсум идеологии: национал-либерализм, национал-патриотизм, национал-социализм и т.д. – что делает сложным выделение их в единую смысловую целостность, кроме главной ценности как «нации».

Ограничениями исследуемой нами части системы, является: первое, русскоязычность и их ориентированность на Российскую политику, так как на русский язык является важным также и в соседних странах. Второе, из-за блокировки большого количества государственных каналов<sup>101</sup>, некоторые популярные агитационные прогосударственные каналы с большим количеством зрителей стали недоступны. Поэтому консервативная, прогосударственная идеология, главная аудитория которых не находится на данном видеохостинге, не будет рассматриваться.

---

<sup>100</sup> Там же.

<sup>101</sup> Анисимова Н. Google объяснил блокировку YouTube-канала Госдумы санкциями. / РБК. [Б. м.], 2022. URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/09/04/2022/625180449a79471947c69646](https://www.rbc.ru/technology_and_media/09/04/2022/625180449a79471947c69646) (дата обращения 04.06.2022).

Хронологические рамки исследования: два года, от 22 февраля 2020, до 22 февраля 2022 года. Данный промежуток обусловлен общим макросоциальным фактором пандемии covid-19, отсутствием в данный момент переломных политических событий, на подобие присоединения Крыма к Российской Федерации, и заканчивается началом специальной военной операции. Подобное ограничение позволит сохранить фокус каналов идеологической направленности, вне разительно отличающихся внешних условий.

Поиск необходимых единиц для анализа был осуществлён в трёх релевантных каналах каждой идеологической направленности, в названиях их видеороликов (приложение А), отобранных по следующим критериям:

а) активность в течении последних двух лет,

б) наличие постоянного зрительского интереса, т.е. важным характеристикой является именно активность канала, и его возможность самоподдержки собственной аудитории. Популярность и количество подписчиков, таким образом, являются второстепенными параметрами.

в) ориентированность на распространение политической идеологической информации, т.е. пропагандистски-агитационный характер взаимодействия с аудиторией. Так как в только новостном формате канала или же в только блоговом формате, необходимы иные методы для «улавливания» идеологического содержания сообщений.

Г) Необходимо проанализировать 50 видеоматериалов на каждом их выбранных каналов, исключая новостной формат и формат временным ограничением в 2 года, в период с 22 февраля 2020 года по аналогичный день 2022, с помощью встроенного поиска YouTube.

Исходя из того, встречаются ли схожие по названию иные видеоматериалы идеологической направленности, при использовании поисковой строки, в графе рекомендованных к просмотру видео, мы сможем определить важность и связанность темы с её идеологическим содержанием и её представленность на площадке. Так мы сможем проанализировать,

насколько тема видеоролика, поднятая авторами каналов, актуальна для политической идеологии на хостинге и уже анализируя её, определить соответствующие символические репрезентации идеологии.

Таким образом были выбраны: **Каналы коммунистической направленности**: Константин Сёмин, Вестник Бури и Выход есть<sup>102</sup>. Подобный выбор объясняется общим информационным и сетевым пространством (рекомендации пересылаются на них), общей политической направленностью и агитационным характером видеоматериалов.

**Каналы либеральной направленности**: Михаил Ходорковский, Майкл Наки и Максим Кац<sup>103</sup> соответствующей идеологической направленности. Данные каналы были выбраны также из-за их агитационно-пропагандистской направленности.

Главные же представители **национал-патриотических каналов**, в соответствии с особенностями идеологии, представлены каналами-площадками, созданными для выступлений политических акторов, выбранных и отобранных редакцией: РОЙ ТВ, Александр Бобылёв и народ и СПЕЦ<sup>104</sup>.

---

<sup>102</sup> Вестник Бури: [YouTube канал]. – [Б. м.], 2016–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%91%D1%83%D1%80%D0%B8> (дата обращения: 10.06.2022). ; Выход Есть!: [YouTube канал]. – [Б. м.], 2016–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%92%D0%AB%D0%A5%D0%9E%D0%94%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%AC> (дата обращения: 10.06.2022). ; Константин Сёмин : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2015–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3> (дата обращения: 10.06.2022).

<sup>103</sup> Михаил Ходорковский : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2009–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/khodorkovskyru> (дата обращения: 10.06.2022). ; Майкл Наки : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2012–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/MackNack> (дата обращения: 10.06.2022).; Максим Кац : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2018–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/maxkatz1> (дата обращения: 10.06.2022).

<sup>104</sup> Рой ТВ : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2013–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%A0%D0%9E%D0%99%D0%A2%D0%92> (дата обращения: 10.06.2022).; Александр Бобылёв и НАРОД : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2018–2022. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UctrolX0qkI3ya3y24RqXL6w> (дата обращения: 10.06.2022).; СПЕЦ : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2018–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%A1%D0%9F%D0%95%D0%A6%D0%A2%D0%92> (дата обращения: 10.06.2022).

Националистическая идеология не всегда может поддерживать или формировать целостный символический универсум, только из собственного основания, поэтому может включать в себя различные структуры и т.д., от коммунистических, либеральных, до популистских.

При исследовании 450 названий видео на представленных каналах мы выделили наиболее соответствующие репрезентирующие символы, для последующего их исследования в обратной связи данных каналов - комментариев.

**Визуальная репрезентация.** В первой группе каналов, социалистической / коммунистической направленности важно отметить их цветовую, визуальную репрезентацию идеологии через красный цвет на превью (Приложение Б). Данный цвет как осуществляет репрезентацию красного флага, распространённого среди коммунистических течений и также выделяет текст среди остальных образов. Среди остальных же двух групп, подобной цветовой репрезентации не наблюдается (Приложение Б).

**Символическая текстуальная репрезентация.** Наиболее интересными являются символы, представленные в названиях видеороликов исследуемых каналов, осуществляющие репрезентацию непосредственно через текст. Символические репрезентации, обнаруженные у коммунистических каналов, представленных на коммуникационном пространстве YouTube, можно разделить на две группы. К первой можно отнести традиционные коммунистические Российские символы такие как: коммунисты, социализм, СССР, Ленин, Сталин, пролетариат, рабочий класс, революция.

Вторая группа же связана с демаркацией политического пространства через дихотомии и символы: левый / правый; капитализм, рынок / социализм, план; охранители и либералы, олигархи, охранители, фашисты. Из особенных символов-репрезентантов данных каналов можно выделить Кубу (КУБА ПРОТИВ ВСЕХ. Фидель Кастро, Че Гевара и Мировая революция, КУБА ПОСЛЕ РАСПАДА СССР: борьба за выживание, РЕВОЛЮЦИОННАЯ КУБА: НАЧАЛО. Фидель Кастро VS США, Залив свиней, Карибский кризис), как

символический осколок социалистического блока, с положительной коннотацией на рассматриваемых каналах.

Либеральный же блок каналов иначе репрезентирует себя в коммуникационном пространстве. В первую очередь демаркация пространства происходит за счёт выражения оппозиционного отношения к российской власти, через отрицательный символический образ «Путина», так 46 из 150 видео содержат в названии данное имя с негативной коннотацией, например: «Секретная стройка Путина за 50 млрд!», «4 часа лжи Путина, вербовка наемников для войны с Украиной, угрозы чеченским блогерам», «Украина | Россия. Получится ли у Путина маленькая победоносная война» и т.д. - отрицательное отношение к данному образу, может является символической репрезентацией данной идеологии, формировать образ противника, помогает идентифицировать и презентовать себя в политическом пространстве. Остальные образы и символы уже отстраиваются от данного центра: «Жертвы Путина: Теперь Навальный. И Россия.», «Как Элла Памфилова по приказу Путина уничтожила выборы в России», «Ходорковский. Как бизнесмен стал личным врагом Путина» и т.д.

Иных символических репрезентаций либеральной идеологии на данных каналах, не связанных с новостной повесткой, было мало. В качестве некоторого общего дискурса можно представить символ коррупции, как центральной проблемы, рассматриваемой данным течением и близких по значению слов: украли, афера, воры и т.д. по отношению к разным событиям, от выборов до свободы слова.

Таким образом, кроме важных «маркеров» либеральной идеологии, таких как свобода, демократия, необходимо исследовать соответствие репрезентацию образа «Путина» и символа коррупции в исследовании комментариев.

Среди отобранных каналов Национал-патриотической направленности возникли трудности с обнаружением специфических для данной идеологии и каналов репрезентантов. В целом, образ президента России также является

важной, как информационной, так и политической темой для видео – из 150 видеороликов 29 содержат данное слово в названии, но отношение к нему разнится в зависимости от канала и «спикера» от негативного, до вопросительно-нейтрального: «Мы до Путина донесли, что шутить с огнем нельзя», «Защитить Россию от Путина», «Сокуров vs Путин: хрен и редька» и т.д.

Также встречаются символы-репрезентанты данной идеологии, такие как «народ» (Контракт между властью и народом разорван), «русские» (Отрицание русских — это госизмена), активно, в соответствии с информационной повесткой, поднимаются проблемы войны (Последняя «война» Кремля), мигрантов (Популизм Токаева и мигранты в РФ, Димон - укротитель мигрантов), QR кода (QR Путин, Есть код - есть Путин!).

Подводя итоги данному этому, были сформированы соответствующие таблицы для проведения контент анализа символических репрезентаций рассматриваемых идеологий, в комментариях, под видео выбранных авторов (Приложение В, Г, Д) из уже вышеуказанных слов, и продолжаемых упоминаний иных политических групп и ценностных слов непосредственно. Были отобраны с помощью генератора случайных чисел по 5 видео с каждого исследуемого канала, исходя из нашего временного ограничения, т.е. 45 видеоматериалов, и проведён контент-анализ в 100 комментариях, выданных по графе популярное. Итого было охвачено 4500 комментариев.

В процессе проведённого контента анализа, учитывалось упоминание искомого слова на 1 комментарий, так, например, при использовании слова «рабочий» 3 или 4 раза, учитывался только один. Не учитывался контекст их употребления, как составной части лозунгов, таких как «Пролетарии всех стран соединяйтесь». Целью этого действия было исследование именно представленности слов, исполняющих функцию репрезентации политической идеологии

**Коммунистические каналы.** При исследовании комментариев под отобранными видеороликами (приложение В), мы можем отметить важность

следующих слов и групп слов-репрезентантов: СССР, советский союз, советский (55); пролетариат, рабочий класс, рабочие, трудящиеся (85); коммунисты, марксисты (54); фашисты, неофашисты (20); капиталисты, буржуи (35); Ленин (27) и Сталин (11); и дихотомия капитализм (51) / социализм, коммунизм (99). Куба (1), однако, вне контекста бал обнаружена лишь один раз.

Исходя из полученных данных, фамилия Ленина В.И. упоминалось значительно чаще, чем фамилия Сталина И.В. Фигура «Ленина», представлена больше, чем образ другого «вождя», поэтому, мы можем говорить о его большей значимости в репрезентации коммунистической идеологии. Имя Маркса при этом было упомянуто лишь около 3 раз за все 1500 комментариев.

Непосредственно ценности: Свобода (15), Демократия (10), Справедливость (12), Равенства (3), Русских (3) упоминаются мало и их прямой упоминание не отражают репрезентацию данной идеологии. Также, хоть мы и исследовали данные слова-символы на разных идеологиях, мы не можем их сравнивать так как они содержат разное смысловой наполнение.

При проведении анализа данной идеологии, мы рассматривали представленность идеологических антагонистических пар «левые (14) / правые» (4,) «капитализм» (51), Капиталисты, буржуи (35) / «социализм, коммунизм» (99) Коммунисты, марксисты (54), и слова-символы формирующие границы идеологического пространства, учитывая ранее проведённый анализ видео: Фашисты (20), Охранители, консерваторы (10), Либералы (9).

Среди данной совокупности выделяется пара Капитализм / Социализм, собравшая наибольшее количество упоминаний. Мы можем сделать предположение, что именно данная дихотомия является наиболее репрезентирующей коммунистическую идеологию на данной площадке. Образ настоящего и желаемого будущего, антагониста и «друзей», создаваемые данными словами в большей мере отражают идеологическую принадлежность данной социальной группы.

Также важным является частота упоминания коммунистов / марксистов значительно выше, чем «левые». Самоопределение или же идентификация данной группы, связана именно с данным словом-репрезентантом. Дихотомия же левые / правые, выделенная при исследовании видео, менее актуальна.

### **Либеральные каналы.**

Среди либеральных каналов, после проведённого анализа (Приложение Г.), мы можем выделить важность следующих искомым слов: Свобода (30), Коррупция, взятка, кража, афера, воровство (46), справедливость (15), демократия (11), диктатура (12), Путин (43, с подавляющим преобладанием отрицательной коннотации), Навальный (38, с подавляющим преобладанием положительной коннотации).

Упоминание слова «свобода» значительно выше чем остальных ценностно заряженных слов: равенства (0), русских (5), справедливости (15), демократии (11), но возможно говорить о присутствии двух последних слов в комментариях. Однако при этом мы можем говорить о низком уровне восприятия самих непосредственных идеологических презентаций: коммунизм (0), либерализм (5), Национализм (3), фашисты (4). В комментариях, под отобранными видеороликами отсутствует репрезентация непосредственно наименований идеологических течений. Слова: демократии (11), диктатуры (12), сменяемости власти (9) представлены, хоть и низко.

Однако гипотезы о важности в репрезентации данных каналов фигуры «коррупция» и образа «Путина» были подтверждены. Так «коррупция» и схожие на них слова были употреблены 46 раз среди рассмотренных комментариев. Образ Путина же 43 раза из которых 42 с отрицательной коннотацией также употреблялся значительно чаще иных слов из нашего списка. Также можно отметить о том, что некоторой «противоположностью» данного образа является фамилия «Навальный», с противоположным, положительным отношением к нему.

При исследовании данных каналов, можно говорить о присутствии ценностной репрезентации данной идеологии, но отсутствия собственной репрезентации как либерального идеологического течения. Формирование идеологических смыслов происходит с помощью иных форм как «коррупция» или же образа президента России (Путин). Возможно сделать предположение о формировании популистской риторики на соответствующих каналах, на основе либеральной идеологии.

### **Национал-патриотические каналы.**

Результаты (Приложение Д), полученные при исследовании символических репрезентаций националистической идеологии, также является весьма интересными. Слова непосредственно связанные с интенциями данного течения: русские, россияне, великороссы (71), народ (82), мигранты (28) представлены в значительной степени, однако такие категории как Националисты, нация, национализм (8), русофобия (8), империя (6), запад (12), патриоты, патриотизм (11) в комментариях не являются преобладающими в репрезентации идеологии. В данной связи интересно, выделение таких слов как СССР, советский союз, советский (27), хоть и возможно с несколько иным смысловым наполнением чем у «коммунистов», и проблема коррупции (25). Слово (Путин), при этом также было упомянуто 28 раз, однако лишь 18 из них обладали отрицательной коннотацией

Представители этого идеологического течения, на данных каналах, также не репрезентируют себя изначальными «-измами»: Либерализм (3), коммунизм (3), патриотизм (11), национализм (8), не встречаются в большом количестве в комментариях. В данном случае отсутствует прямая репрезентация идеологии, как и у либерального течения.

Среди слов-маркеров: свобода (11), демократия (3), справедливость (20), равенство (0), русские (71) – наиболее используемыми являются русские и справедливость. Что также приводит нас к тому, что на отобранных и рассматриваемых каналах частью националистической идеологии является

ценностная ориентация коммунистической идеологии, из чего также можно говорить об эклектичности националистической идеологии.

Таким образом, наиболее целостно представленной идеологией на коммуникативном пространстве YouTube символически, является именно коммунистическая идеология. По результатам исследования можно говорить, что данная идеология формирует наиболее широкий спектр символических репрезентаций, исходя из собственных постулатов и распространяя собственное виденье картины мира и идеологические смыслы.

Либеральная же идеология, по, возможно, разным причинам, меньше репрезентирует собственную идеологию, где комментаторы чаще поднимают символы коррупции и «Путина». Подобная ориентация на, непосредственно политические проблемы может привести к большей популярности, решая непосредственно политические задачи, однако говорит о склонности данных каналов к популистской риторике и меньшей эффективности в формировании соответствующей картины мира и возможной сложности политической коммуникации в передаче идеологических смыслов.

Наибольший вопрос вызывает символическая репрезентация националистической идеологии. Она формирует и собирает аудиторию, идентифицирующую себя в качестве «русской» или «народной» общности, но при этом эклектично в плане иных репрезентантов охватывая как часть коммунистических символов, так и репрезентанты, поднимаемые либеральными идеологиями. Поэтому в данных рамках, для анализа националистической идеологии, необходимо более глубокое исследование данного вопроса, для характеристики идеологического течения в России.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель данной диссертации заключалась в том, чтобы выявить особенности репрезентации политических идеологий в коммуникационном пространстве YouTube в России и на основании выбранных коммунистической, либеральной, националистической течениях, посредством анализа и синтеза, контент-анализа, задачи и цели исследования были достигнуты.

Политическая идеология – это политическая коммуникация, передающая идеологические смыслы, посредством символов и знаков присущих ей, поддерживает символический универсум и наполняет его соответствующими смыслами и значениями. Идеологии представлены в коммуникативном пространстве YouTube и посредством рассмотренных символических репрезентаций мы выявили особенности и проблемы идеологий, наиболее значимые символы-репрезентанты.

Видеохостинг YouTube, в нашем понимании являющейся социальной сетью, навязывает собственные условия существования на ней политической информации. Посредством архитектуры, выстраиванием стимулов материальных и ценностных (протоколов коммуникации) данная площадка создаёт условия для возникновения и, возможно, развития каналов идеологической направленности, формирующих «альтернативные смыслы», но лишь при следовании установленным правилам. Они могут выхолащивать смыслы посредством данных ограничений и способствовать развитию «популизма», но и помогают в увеличении популярности политического контента.

Важным преимуществом и недостатком информации предлагаемой площадкой, является её видео формат, усложняющей её восприятие зрителями, как и обеспечивая эффективную передачу идеологических смыслов. Также это вызывает непосредственные сложности при исследовании

политических идеологий в данном формате, которое было преодолено в рамках нашей работы и может быть полезно для дальнейших изысканий.

Исследование символической репрезентации идеологий в коммуникационном пространстве YouTube требует анализа обратной связи на данной площадке и наиболее релевантной областью для этого, является раздел комментариев. Был проведён контент-анализ в данной среде и выявлены особенности символической репрезентации также в данных рамках.

В целом, выдвигаемая гипотеза подтвердилась, поскольку символические репрезентации политических идеологий России были выявлены и соответствовали их ценностным основаниям.

Применение полученных в ходе исследования результатов возможно в двух направлениях. Первое, результаты работы могут быть использованы для дальнейших, более детальных исследований политических идеологий в России на видеохостинге YouTube. Так как последний представляет ценность как из-за популярности, так и из-за смысловой «плотности» видеоформата. Второе связано с непосредственной коммуникативной деятельностью политических идеологий на данной площадке, либо же мониторингом и управлением политической коммуникацией со стороны органов власти

Подводя итоги исследования, можно сформулировать следующие выводы:

– Политические идеологии в разной степени репрезентированы в коммуникативном пространстве интернет. Наиболее целостно представленной идеологией на коммуникативном пространстве YouTube символически, является именно коммунистическая идеология. По результатам исследования можно говорить, что данная идеология формирует наиболее широкий спектр символических репрезентаций, исходя из собственных постулатов и распространяя собственное виденье картины мира и идеологические смыслы.

– Либеральная же идеология, по, возможно, разным причинам, больше ориентирована и репрезентирована отрицательными символами коррупции и

«Путина», что может говорить о склонности данных каналов к популистской риторике и меньшей эффективности в формировании соответствующей картины мира и возможной сложности политической коммуникации в передаче идеологических смыслов, но и большей популярности.

– Важным для государства является понимание существования националистической идеологии, несущей в себе как положительные, так и отрицательные последствия, в зависимости от применения. На данной площадке она собирает аудиторию, идентифицирующую себя в качестве «русской» или «народной» общности, и является эклектичной. Поэтому необходимо тщательное наблюдение за развитием данного течения, для формирования гармоничного многонационального государства России.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. YouTube убрал счетчик дизлайков. Блогеры говорят, что это поможет им / АО «Газета.Ру» (1999-2022). –URL: <https://www.gazeta.ru/tech/2021/03/31/13541732/dislikes.shtml?updated> (дата обращения 20.05.2022).
2. Александр Бобылев и НАРОД : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2018–2022. – URL: <https://www.youtube.com/channel/UCtrolX0qkI3ya3y24RqXL6w> (дата обращения: 10.06.2022).
3. Анисимова Н. Google объяснил блокировку YouTube-канала Госдумы санкциями. / РБК. [Б. м.], – 2022. – URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/09/04/2022/625180449a79471947c69646](https://www.rbc.ru/technology_and_media/09/04/2022/625180449a79471947c69646) (дата обращения 04.06.2022).
4. Архангельская И.Б. Теория коммуникации в трудах А. Инниса и М. Маклюэна // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. – 2007. – № 3(8). – С. 148-152.
5. Бергер П. Л. Социальное конструирование реальности : трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман ; [пер. с нем. Е. Руткевич]. – Москва : Медиум, 1995. – 323 с.
6. Блумер создает символический интеракционизм // Коллинз Р. Четыре социологических традиции. – 2009. – С. 269–275.
7. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляции / Ж. Бодрийяр ; [пер. с фр. А. Качалова]. — М. : Издательский дом «ПОСТУМ», 2015. — 240 с.
8. Бурдьё П. Социология политики / П. Бурдьё ; пер. с фр. ; сост., общ. ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М. : Socio-Logos, 1993. – 336 с.
9. Вахштайн В. С. Фрейм-анализ как политическая теория // Социология власти. – 2013. – №4. – С. 13–44.
10. Вестник Бури: [YouTube канал]. – [Б. м.], 2016–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D>

0%B8%D0%BA%D0%91%D1%83%D1%80%D0%B8 (дата обращения: 10.06.2022).

11. Володенков С. В. Особенности виртуализации современной публичной политики в России // *Лотман Вестник РУДН. Политология*. – [Б. м.], 2011. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-virtualizatsiisovremennoy-publichnoy-politiki-v-rossii> (дата обращения 03.06.2021).

12. Володенков С.В. Медиатизация и виртуализация современного пространства публичной политики // *Коммуникология*. – [Б. м.], 2016. – С. 125–135.

13. Выход Есть!: [YouTube канал]. – [Б. м.], 2016–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%92%D0%AB%D0%A5%D0%9E%D0%94%D0%95%D0%A1%D0%A2%D0%AC> (дата обращения: 10.06.2022).

14. Гирц К. Идеология как культурная система // К. Гирц. *Интерпретация культур : пер. с англ.* – М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. – С. 225–267.

15. Горелова Т. П., Серебровская Т. Б., Особенности цифрового потребления видеоконтента на платформе YouTube // *Современная конкуренция*. – 2021. Т. 15. №3. – С. 119–130.

16. Горшков О. В. Символ в социально-феноменологических моделях // *Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки*. – 2011. №3. – С. 51–55.

17. Гофман И. Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Пер. с англ. Р.Е. Бумагина, Ю.А. Данилова, А.Д. Ковалева, О.А. Оберемко., под ред Г.С. Батыгина и Л.А. Козловой. – М.: Институт социологии РАН, 2004. – 752 С.

18. Гофман И. Представление себя другими в повседневной жизни человека / Пер. с англ. А. Ковалева. – М.: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2000. – 304 с.

19. Градосельская Г. В. Невыносимая скорость изменений // Сети 4.0. Управление сложностью. Сборник статей. – М.: ВЦИОМ, АСИС, 2020. – 132 с.
20. Градосельская Г. В. Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие / Под ред. Г. С. Батыгина. – М.: Издательский дом «Новый учебник», – 2004. – 248 с.
21. Демин П.В., Сорочан Е.А. Социальные эффекты онлайн-сообществ: нетнография YouTube-сообщества вышивальщиц // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2020. № 5. – С. 312—343.
22. Дестют де Траси А. Основы идеологии. Идеология в собственном смысле слова. / А. Дестют де Траси ; пер. с фр. Д. А. Ланина. – М., Академический проект. 2013. – 333 с.
23. Интернет и идеологические движения в России / Фонд "Либеральная Россия" ; под ред. Г. Никипорец-Такигава, Э. Паина. – Москва : Новое литературное обозрение, 2016. – 478 с.
24. Канашевич Н. М. Постигание идеологии как поиск парадигмы: от эпохи модерна к постмодерну // Сборник научных трудов. Под ред. С.В. Венедиктова. – Могилев, 2018 – №5 – С. 87-122.
25. Кастельс М. Власть коммуникации / М. Кастельс ; пер. с англ. Н.М. Тылевич ; под науч. ред. А.И. Черных ; нац. Исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. – 564 с.
26. Кастельс М. Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе. / М. Кастельс., Пер. с англ. А. Матвеева под ред. В. Харитонова – Екатеринбург: У-Фактория (при участии изд-ва Гуманитарного ун-та), 2004. – 328 с.
27. Кожемякин Е. А., Манохин Д. К. Семиотические аспекты массовой культуры // Культура и Текст. – 2013. – №1. – С. 115–131.

28. Козырев М.С. Понятие «идеология» в общественных науках: теоретический анализ // Социальная политика и социология. – 2013. – №2–1. – С.130–143.
29. Константин Сёмин : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2015–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%91%D0%BB%D0%BE%D0%B3> (дата обращения: 10.06.2022).
30. Крейг Р. Теория коммуникации как область знания. // Компаративистика III. Альманах сравнительных социогуманитарных исследований. СПб., – 2003. – URL: <http://jarki.ru/wpress/2010/10/29/1338/> (Дата обращения 04.06.2022).
31. Лотман Ю.М. Избранные статьи. – Таллин, 1993. – 308 с.
32. Майкл Наки : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2012–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/MackNack> (дата обращения: 10.06.2022).
33. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. – М.: Канон-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. – 464 с.
34. Максим Кац : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2018–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/maxkatz1> (дата обращения: 10.06.2022).
35. Малинова О. Ю. Конструирование смыслов: исследование символической политики в современной России: Монография. / РАН. ИНИОН. Центр социальных науч.-информ. исслед. Отд. Полит. науки. – М., 2013. – 421 с.
36. Малинова О.Ю. Концепт идеологии в современных политических исследованиях // Политическая наука. – М., 2003. – № 4. – С. 8-31.
37. Мангейм К. Идеология и утопия // e-reading club.: сервер публикации различной литературы. – URL: [https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeim\\_-\\_Ideologiya\\_i\\_utopiya.html](https://www.e-reading.club/chapter.php/72340/6/Mangeim_-_Ideologiya_i_utopiya.html) (дата обращения 03.06.2021).

38. Маркс К., Энгельс Ф. Немецкая идеология / К. Маркс, Ф. Энгельс // Сочинения. – 2-е изд. – М. : Гос. изд-во полит, лит-ры, 1955. – Т. 3. – 629 с.
39. Михаил Ходорковский : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2009–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/khodorkovskyru> (дата обращения: 10.06.2022).
40. Мусихин Г.И. Очерки теории идеологий. / Г.И.Мусихин; – Сер. Политическая теория. – М., Изд. дом Высшей школы экономики, 2013. – 288 с.
41. Мясникова А.С. Контркультура как идеология // Вестник ВГУ, серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2008. – № 1. – С.78–82.
42. Пампура Ж. В. Семиотический подход к средствам массовой информации (сми) // Вестник КрасГАУ. – 2010. – №8. – С. 165-167.
43. Пименов Н.П. Сравнительный анализ теоретико-методологических подходов к изучению современных политических коммуникаций // Известия Алтайского государственного университета. – 2014. – С. 295–299.
44. Рой ТВ : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2013–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%A0%D0%9E%D0%99%D0%A2%D0%92> (дата обращения: 10.06.2022).
45. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии / Пер. с англ. / Эдвард Сепир; Под ред. и с предисл. А.Е. Кибрика. – М. : Прогресс : Универс, 1993. – 655 с.
46. Сергеева Ю. Интернет и соцсети в России в 2021 году – вся статистика // WebCanape – продвижение сайтов. – [Б. м.], 2021. – URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-i-socseti-v-rossii-v-2021-godu-vsya-statistika/> (дата обращения 03.06.2021).
47. Скочилова В. Г. Ценностно-идеологическая динамика политического процесса в современной России / В. Г. Скочилова ; [под ред. Н. Г. Щербининой] ; Нац. исслед. Том. гос. ун-т. – Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2017. – 146 с.

48. СПЕЦ : [YouTube канал]. – [Б. м.], 2018–2022. – URL: <https://www.youtube.com/c/%D0%A1%D0%9F%D0%95%D0%A6%D0%A2%D0%92> (дата обращения: 10.06.2022).

49. Стогова Е. Как изменялась аудитория соцсетей после блокировок. Инфографика // Стогова Е., Соболев С. РБК. [Б. м.], – 2022. – URL: [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666](https://www.rbc.ru/technology_and_media/20/03/2022/62349dae9a7947e973dbb666) (дата обращения 15.05.2022).

50. Темнова Л. В., Лапшина А. К. Динамика видеопредпочтений российской молодежи (на примере видеохостинга YouTube) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. – 2021. – С. 110–123.

51. Филатова О.Г. Дискурсивные практики в цифровой публичной сфере современной России: результаты и направления исследований // Управленческое консультирование. – 2019. – № 11. – С. 180-192.

52. Хрыкин А. А. Сетевые политические коммуникации: потенциал влияния // Социум и власть. – 2012.– № 1 (33). – С. 50.

53. Чёрный В. Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2020 // Brand Analytics: Сайт системы мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ – [Б. м.], 2020 – URL: <https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2020/> (дата обращения 03.06.2021).

54. Шварцмантель Д. Идеология и политика / Джон Шварцмантель ; науч. ред. Т. И. Арсеньевой ; пер. с англ. Пызиной Е. В. – Харьков : Гуманитарный центр, 2009. – 310 с.

55. Шуклина Е. А. Коммуникативный подход: концептуальные модели, методологические особенности, функциональные характеристики // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2016. – № 3. – С. 16–17.

56. Щербинина Н. Г. Образ университетского Томска как традиционный компонент его репрезентации // Вестник Томского

государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2013. – № 4 (12). – С. 266–268.

57. Щербинина. Н. Г. Определение медиареальности и коммуникации в контексте теории политического конструирования реальности // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2019. – № 50. – С.219–232.

58. Яшкова Т. А., Зогранян Е. В. Алгоритмы подбора информации в YouTube как способ политического влияния // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: История и право. – 2020. – Т. 10, № 3. – С. 101–106.

59. Bateson G. A theory of play and fantasy. / Reprinted in Steps to an Ecology of mind. N.Y., 1972. P. 117–193.

60. Haidt J. The Righteous Mind: Why Good People are Divided by Politics and Religion. / J. Haidt. – New York: Random House LLC. 2012. – 528 p.

61. Hofstede G. Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. // Online Readings in Psychology and Culture 2 (1): – 2011. – URL: <https://scholarworks.gvsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1014&context=orpc> (дата обращения 04.05.2022).

62. Inglehart R., Welzel C.. Changing Mass Priorities: The Link Between Modernization and Democracy // Perspectives on Politics. – 2010. – №8 (2). – P. 551–567.

63. Jost J. The End of the End of Ideology. // American Psychologist. – 2006. – №61(7). – P. 651-670.

64. Marwick A., Lewis R., Media Manipulation and Disinformation Online // Data & Society Research Institute. – 2017. – 104 p.

65. Maynard J., Mildemberger M., Convergence and divergence in the study of ideology: a critical review // British Journal of Political Science – Cambridge University Press, 2018. – Vol. 48, Is. 2. – P. 563 – 589.

66. Rokeach M. The Nature of Human Values. New York: Free Press. 1973. 438 p.

67. Thagard P. Mapping Minds Across Cultures. In *Grounding Social Sciences in Cognitive Sciences*, edited by Ron Sun, Cambridge, MA: MIT Press. 2012. P. 35–62.

68. Thompson J. B. *Ideology and Modern Culture. Critical Social Theory in the Era of Mass Communication* / J. B. Thompson – Oxford: Polity Press, 1990. – 372 p.

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица 1. – Список используемых каналов и информация о них

Название канала	Кол-во подписчиков	Идеологическая направленность	Дата регистрации
1.Вестник Бури	285000	коммунистическая	09.05.2016
2.Константин Сёмин	666000	коммунистическая	19.09.2015
3.ВЫХОД ЕСТЬ!	96100	коммунистическая	09.04.2016
4.Михаил Ходорковский	1160000	Либеральная	22.04.2009
5.Майкл Наки	746000	Либеральная	22.06.2012
6.Максим Кац	1390000	Либеральная	21.07.2008
7.РОЙ ТВ	244000	Национал-патриотическая	31.05.2013
8.Александр Бобылев и НАРОД.	338000	Национал-патриотическая	25.03.2018
9.СПЕЦ	589000	Национал-патриотическая	27.02.2018

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Рисунок 1. Фотография экрана YouTube-канала «Вестник Бури»

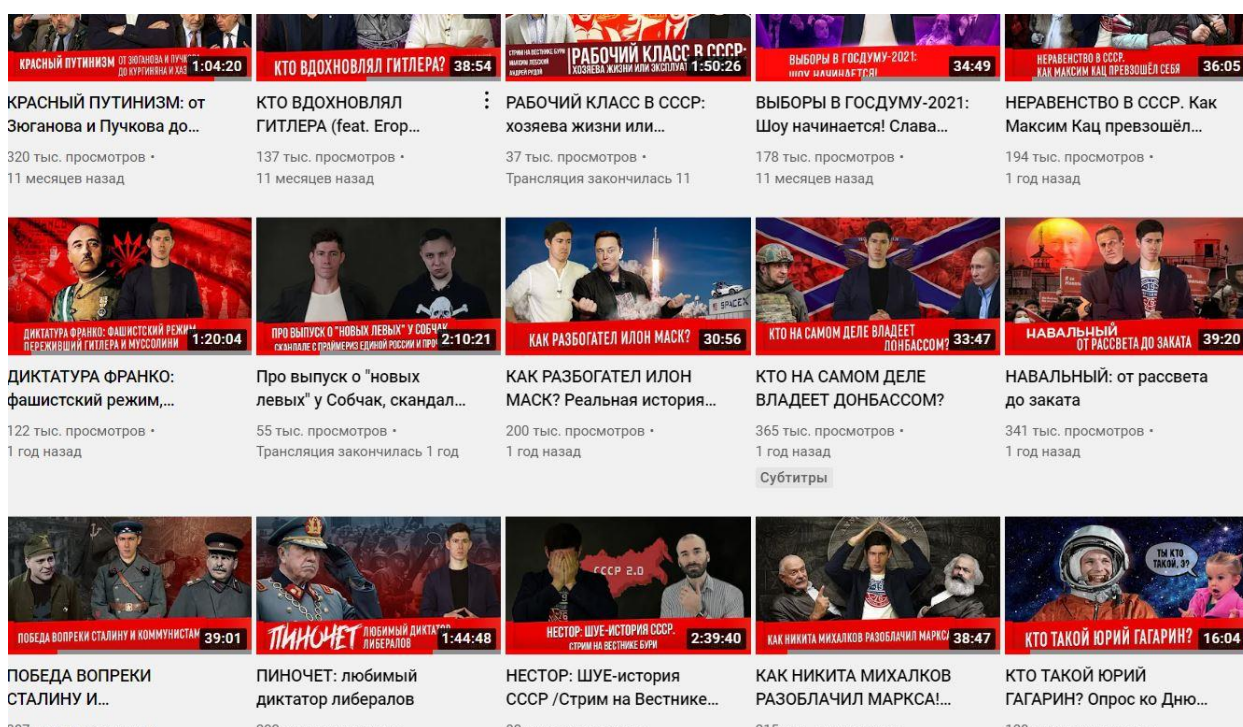


Рисунок 2. Фотография экрана YouTube-канала «Константин Сёмин»

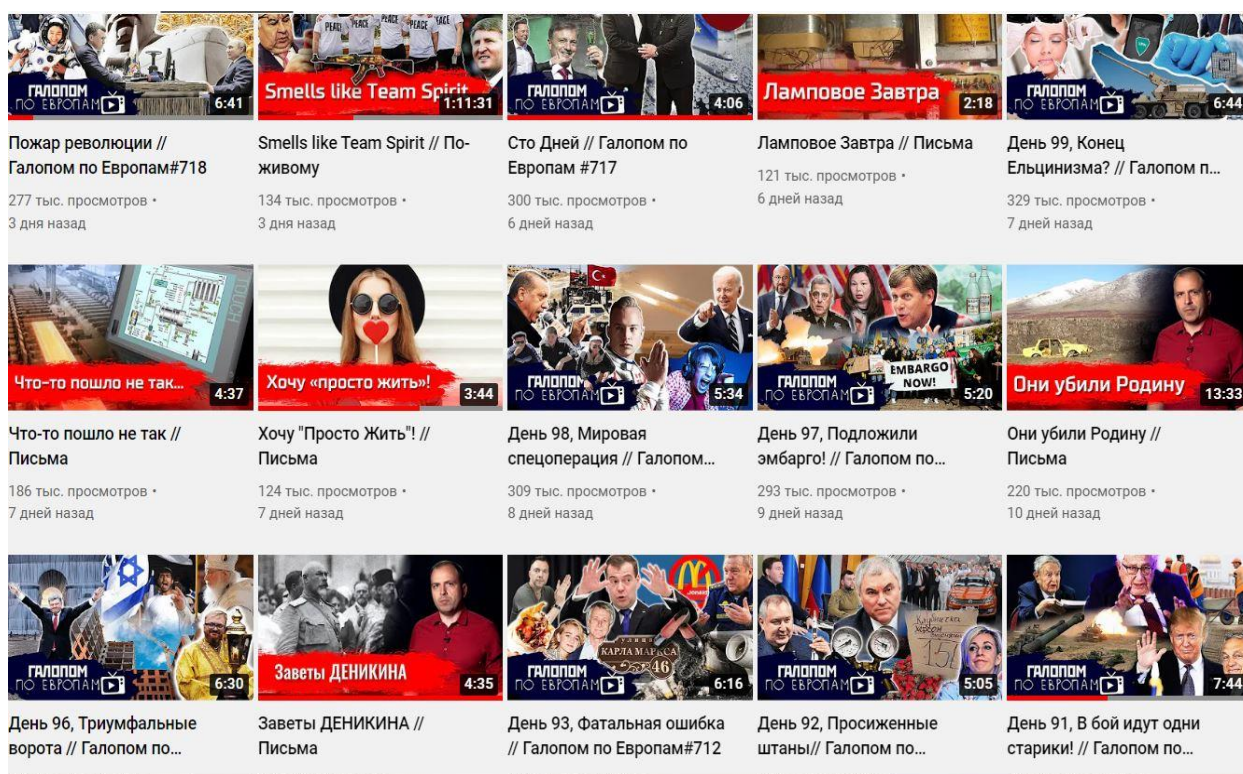


Рисунок 3. Фотография экрана YouTube-канала «Выход Есть»

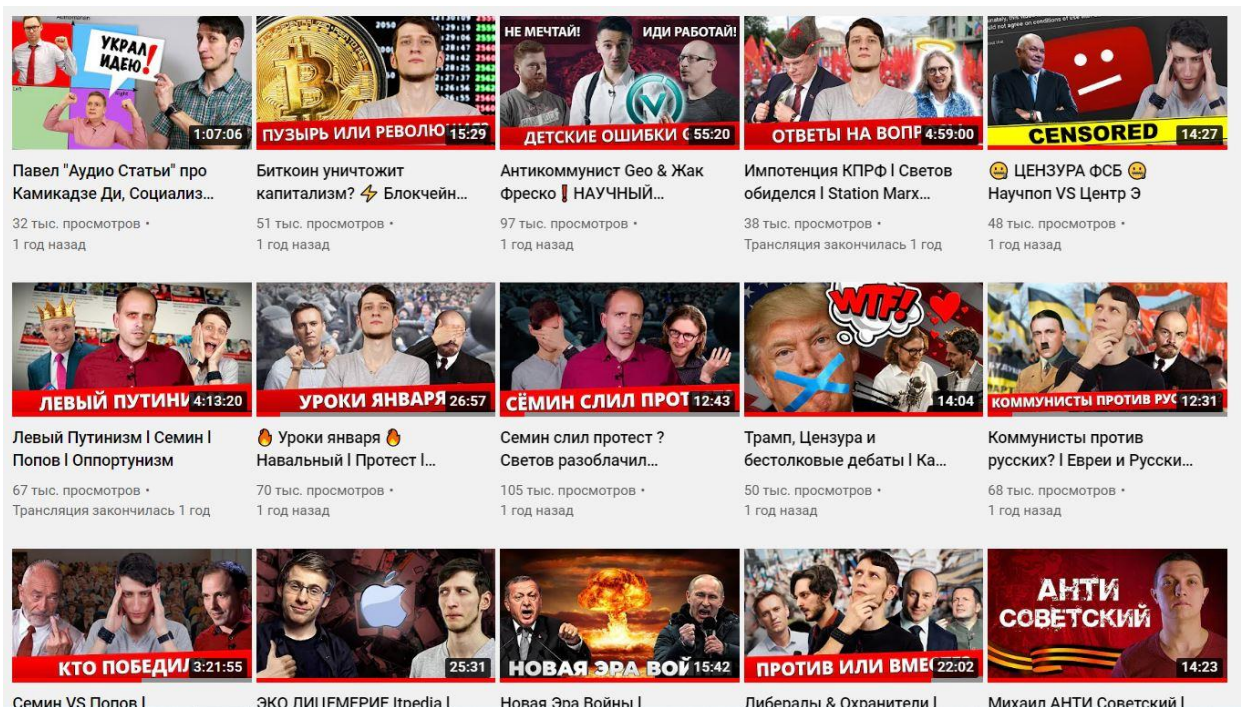


Рисунок 4. Фотография экрана YouTube-канала «Михаил Ходорковский»

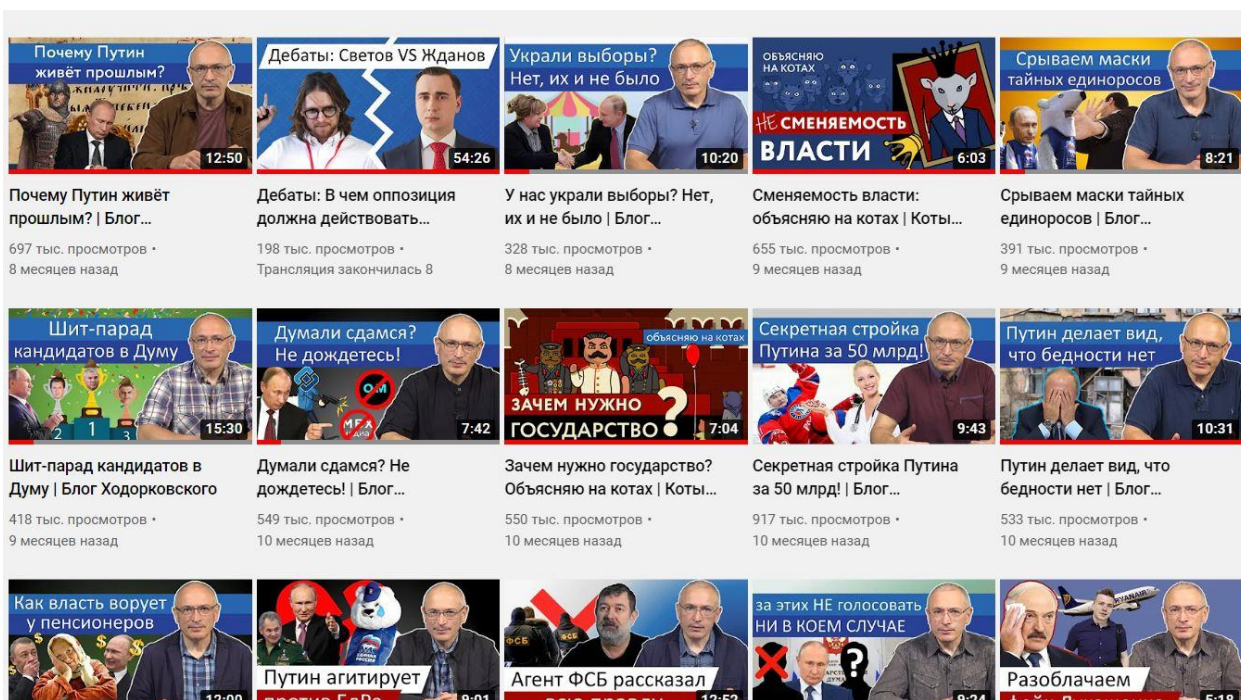


Рисунок 5. Фотография экрана YouTube-канала «Майкл Наки»

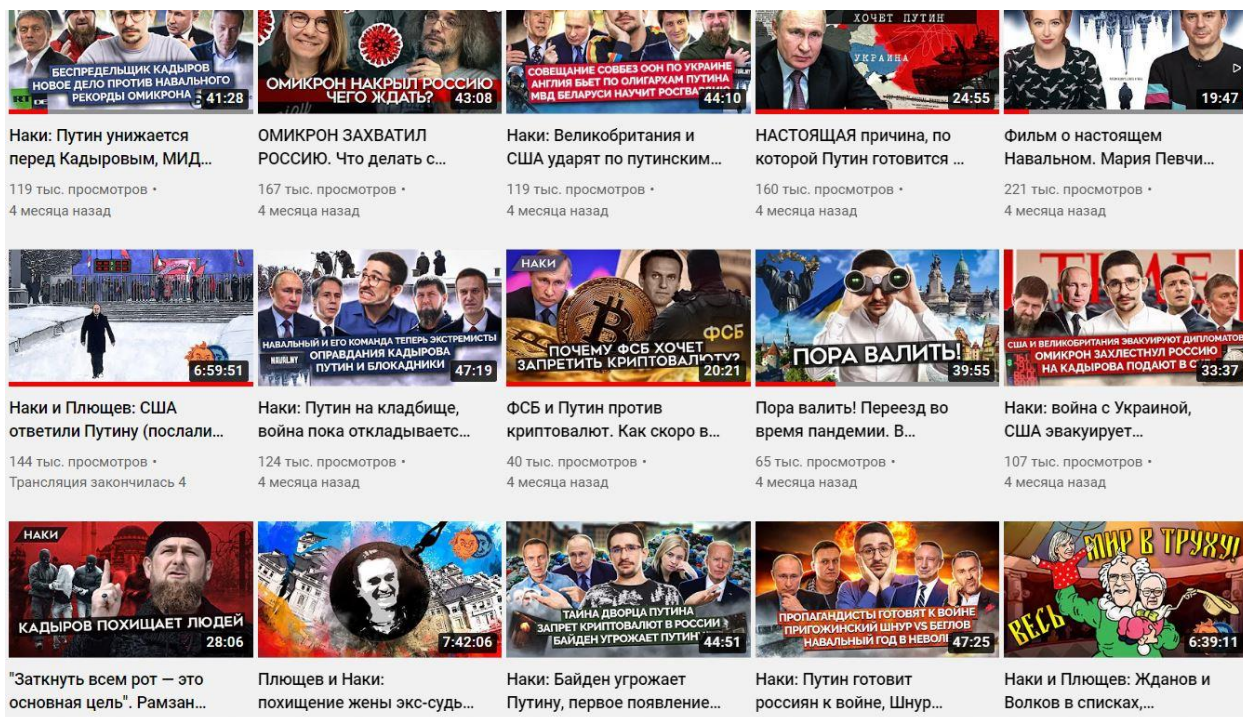


Рисунок 6. Фотография экрана YouTube-канала «Максим Кац»

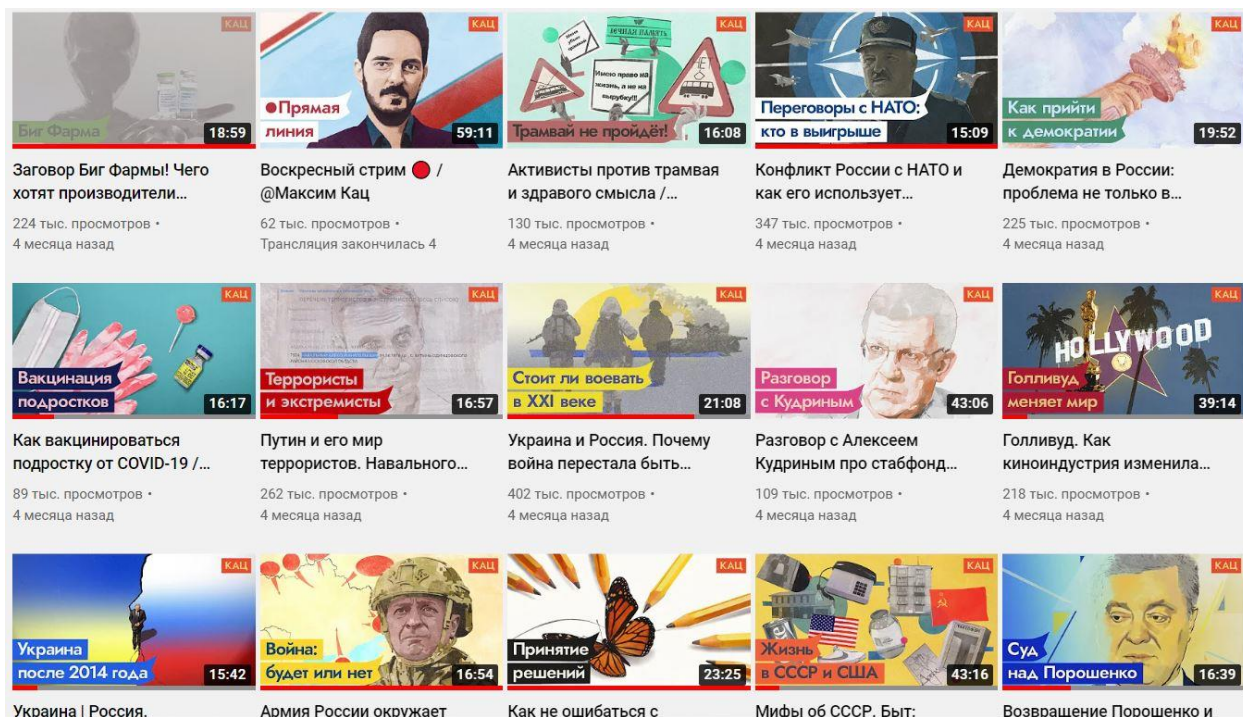


Рисунок 7. Фотография экрана YouTube-канала «Александр Бойбёв и НАРОД»

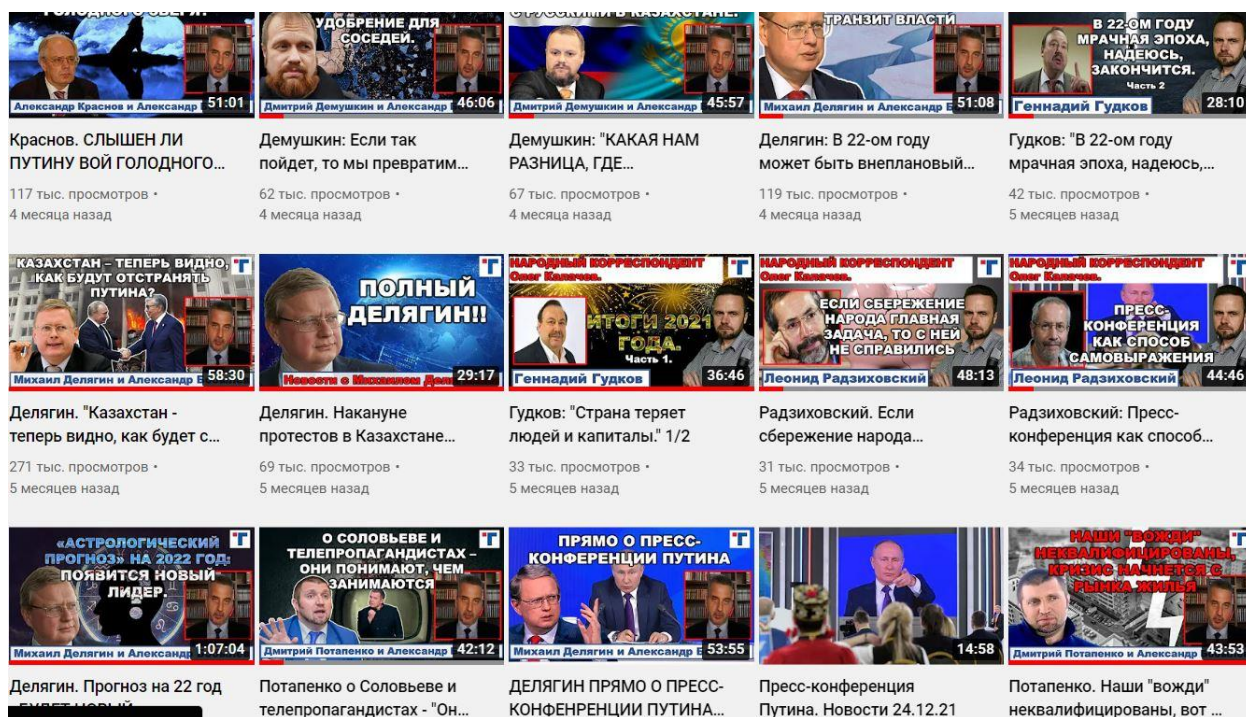


Рисунок 8. Фотография экрана YouTube-канала «РОЙ ТВ»

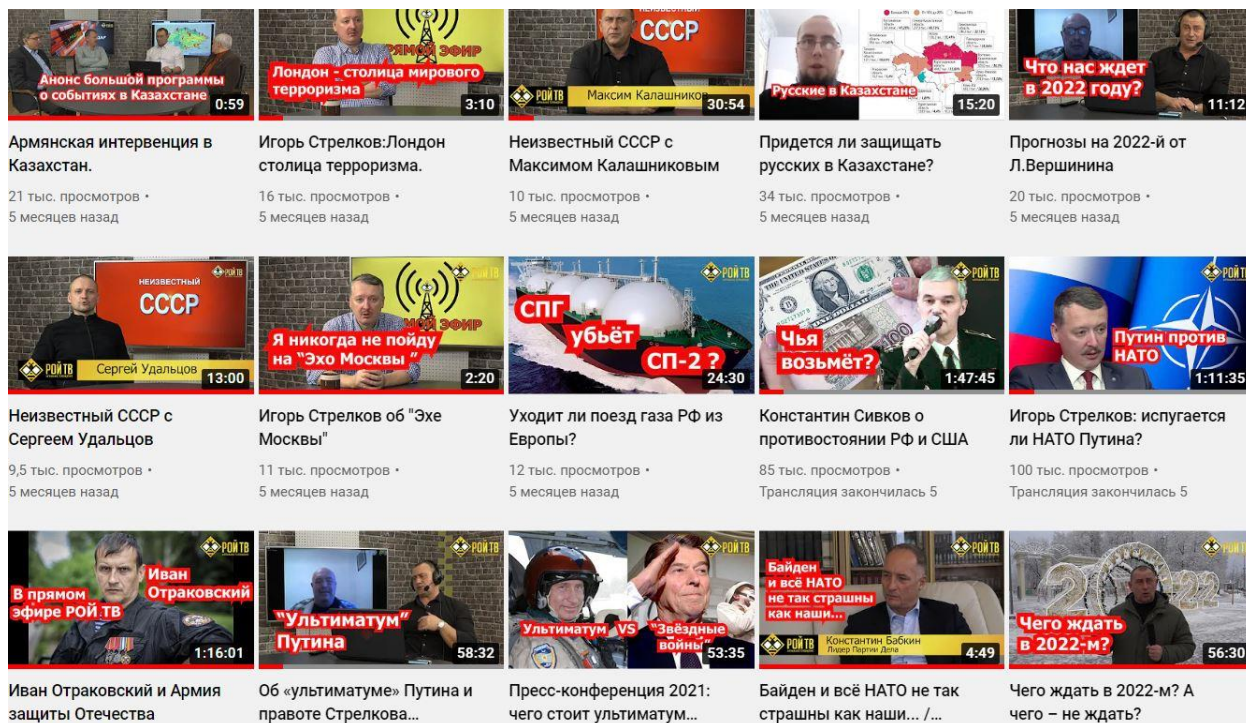
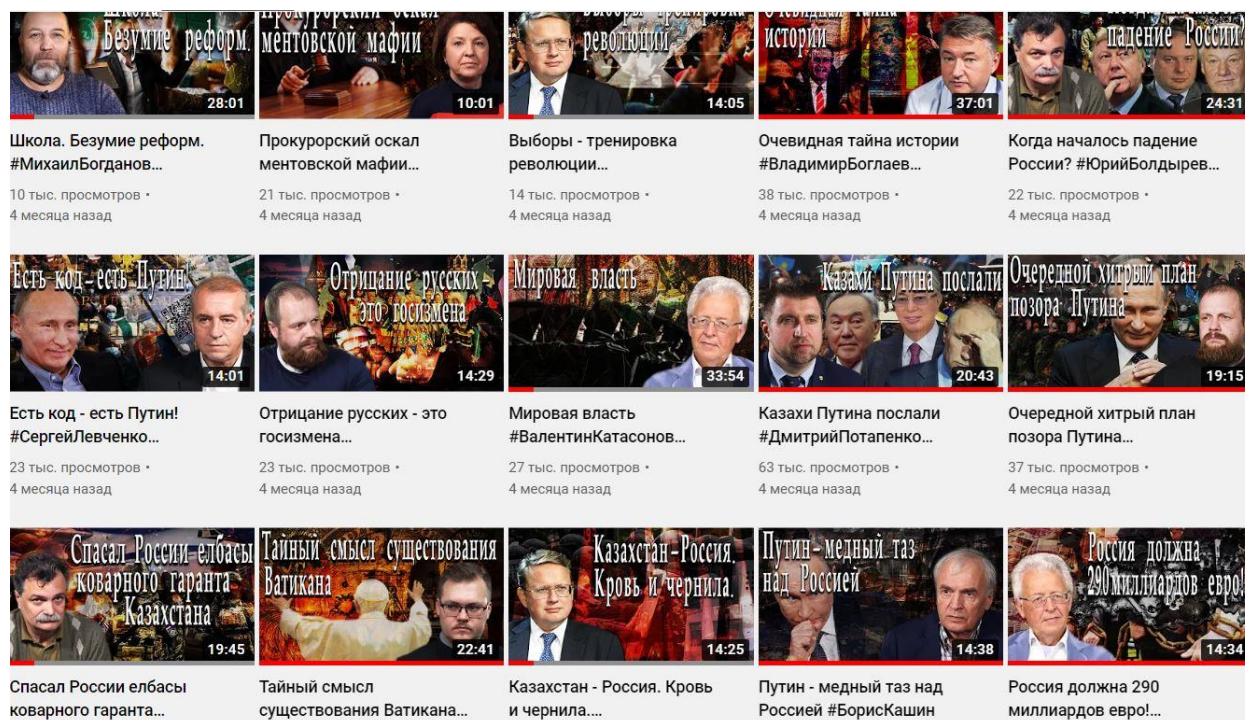


Рисунок 9. Фотография экрана YouTube-канала «СПЕЦ»



## ПРИЛОЖЕНИЕ В

Таблица 2. – результаты контент-анализа каналов коммунистической направленности

Слово или словосочетание	Количество упоминаний
СССР, советский союз, советский	55
Ленин	27
Сталин	11
Пролетариат, рабочий класс, рабочие, трудящиеся	85
Революция	21
Коммунисты, марксисты	54
Фашисты, неофашисты	20
Охранители, консерваторы	10
Либералы	9
Свобода	15
Демократия	10
Справедливость	12
Равенство, неравенство	3
Русские	3
Маркс	3
Капиталисты, буржуи	35
Куба	1

Таблица 3. – результаты контент-анализа каналов коммунистической направленности. Антагонистическая пара

Антагонистическая пара	Количество	Количество
Левые / Правые	14	4

Капитализм / Социализм, коммунизм	51	99
--------------------------------------	----	----

Наименования видео:

КТО ТАКОЙ ЮРИЙ ГАГАРИН? Опрос ко Дню космонавтики

АНТИКОММУНИСТИЧЕСКИЙ ИНТЕРНАЦИОНАЛ. РПЦ + западные правые

"ШВЕДСКИЙ СОЦИАЛИЗМ" - миф или реальность?

ВОССТАНИЕ В КАЗАХСТАНЕ: что и как это было?

ТЕХНОЛОГИИ, ПРИБЛИЖАЮЩИЕ КОММУНИЗМ. Светлое будущее VS Киберпанк

Охота на ведьм. Михаил Новитский о своем задержании // По-живому

Кандидаты прибыли!

КАК РАЗБОГАТЕЛ БИЛЛ ГЕЙТС? Microsoft, блат, плагиат и недобросовестная конкуренция

Мао не покажется! // АгитПроп 05.07.2021

Цель - социалистическая революция. Николау Лефтерис о Коммунистической Партии Греции

Энергетический Кризис & Новый Социализм Сергея Брекотина

Михаил АНТИ Советский I Реальное отношение НОД к СССР

Фашизация России I Дмитрий Пучков I Охранительство I Фашизм

QR КОД - НОВОЕ РАБСТВО?

ЭКО ЛИЦЕМЕРИЕ Irtedia I Экология в СССР и беспруфный Алексей Шевцов

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Таблица 4. – результаты контент-анализа каналов либеральной направленности

Слово или словосочетание	Количество упоминаний
Свобода	30
Либерализм	5
Демократия	11
Справедливость	15
Равенство	0
Русские	6
Коррупция, взятка, кража, афера, воровство	46
Коммунисты	0
Фашисты	4
Национализм	3
Диктатура	12
Сменяемость власти	9

Таблица 5. – результаты контент-анализа каналов либеральной направленности.

Слово	Смысловая коннотация		
	положительная	нейтральная	отрицательная
Путин	0	1	42
Навальный	38	1	0

Наименования видео:

Сменяемость власти: объясняю на котях | Коты Ходорковского

На обещаниях в космос не улетим | Блог Ходорковского

Про Беларусь, будущее России и свой главный страх | Ответы на вопросы

Страной правит несправедливость | Блог Ходорковского  
(выброс(справедливость))

Дебаты: В чем оппозиция должна действовать вместе | Михаил Светов, Иван Жданов и Михаил Ходорковский

Типичный единоросс. Как депутат Латышев деньги на котлеты своровал

Константин Северинов: штамм "Дельта" и новые, эффективность  
вакцинации, побочки

Ложь и вранье Путина на съезде "Единой России". Пустые обещания и  
подкуп избирателей

Пора валить! С Blue card в Германию, учеба в Канаде, русские в Латвии и  
США. Советы от Skupro

Трансформация Павла Дурова. От цифрового сопротивления до блокировки  
бота Умного голосования (выброс (навальный))

Экономика Казахстана. Почему протесты были неизбежны

Предательство Азефа. Как всемогущие спецслужбы были обмануты

Шевчук. Рок, родина и любовь +

Единороссы и коммунисты начала XX века. Наша Госдума при царе

Преследование Хованского и Лебедева, срок за оскорбление стенда

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Таблица 6. – результаты контент-анализа каналов национал-патриотической направленности.

Слово или словосочетание	Количество упоминаний
Свобода	11
Демократия	3
Справедливость	20
Равенство	0
Русские, россияне, великороссы	71
Народ	82
Патриоты, патриотизм	11
Либералы, либерализм	3
Коммунисты	2
Националисты, нация, национализм	8
СССР, советский союз, советский	27
Мигранты	28
Русофобия	6
Запад	12
Империя	6
Коррупция, взятка, кража, афера, воровство	25

Таблица 7. – результаты контент-анализа каналов национал-патриотической направленности.

Слово	Смысловая коннотация		
	положительная	нейтральная	отрицательная
Путин	4	6	18

Наименования видео:

А.Колпакиди: почему РФ Украину теряет? Аналогии с 1930-ми +

Игорь Стрелков: Лондон столица терроризма.

Придется ли защищать русских в Казахстане?

Игорь Стрелков о воссоединение Крыма с Россией

В.Левченко: финансовых паразитов готовят на заклятие?

Яков Джугашвили. Разница между Путиным и Сталиным - "СТАЛИН СЕЙЧАС НАШЕЛ БЫ РЕШЕНИЕ !"

Делягин. ОДИЧАНИЕ КАК НОРМА ЖИЗНИ.

ПОТАПЕНКО: "ПУТИНУ ЗВОНИЛ НАЗАРБАЕВ, ВСЁ ТОЛЬКО НАЧИНАЕТСЯ."

Делягин. УБЫЛЬ НАСЕЛЕНИЯ В 21-ОМ ГОДУ БУДЕТ БЕСПРЕЦЕДЕНТНОЙ.

Потапенко. Силовики "вписываться" не хотят. Настала "ЭРА МИЛОСЕРДИЯ"?

Комиксы и война

Жуткая правда в Давосе

Здравствуй, Путинский ГУЛАГ

Волки с кадиллом #ИльяМаслов

Димон - укротитель мигрантов

# Отчет о проверке на заимствования №1



Автор: Лыгденов Буда Зоригтоевич

Проверяющий: Лыгденов Буда (blygdenov99@gmail.com / ID: 7874134)

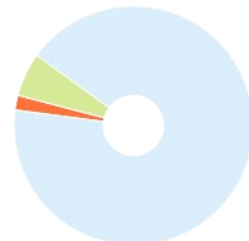
Отчет предоставлен сервисом «Антиплагиат» - <http://users.antiplagiat.ru>

## ИНФОРМАЦИЯ О ДОКУМЕНТЕ

№ документа: 7  
Начало загрузки: 20.06.2022 10:25:05  
Длительность загрузки: 00:00:08  
Корректировка от 20.06.2022 10:32:08  
Имя исходного файла: Лыгденов Буда.  
Диссертация.docx  
Название документа: Лыгденов Буда.  
Диссертация  
Размер текста: 1 кБ  
Символов в тексте: 121526  
Слов в тексте: 14241  
Число предложений: 1177

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ ОТЧЕТЕ

Последний готовый отчет (ред.)  
Начало проверки: 20.06.2022 10:25:14  
Длительность проверки: 00:00:44  
Комментарии: не указано  
Поиск с учетом редактирования: да  
Модули поиска: ИПС Адилет, Библиография, Сводная коллекция ЭБС, Интернет Плюс, Сводная коллекция РГБ, Цитирование, Переводные заимствования (RuEn), Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (EnRu), Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (KkRu), Переводные заимствования по eLIBRARY.RU (KyRu), Переводные заимствования по Интернету (EnRu), Переводные заимствования по Интернету (KkRu), Переводные заимствования по Интернету (KyRu), Переводные заимствования (KkEn), Переводные заимствования (KyEn), Переводные заимствования издательства Wiley (RuEn), eLIBRARY.RU, СПС ГАРАНТ, Медицина, Диссертации НББ, Перефразирования по eLIBRARY.RU, Перефразирования по Интернету, Перефразирования по коллекции издательства Wiley, Патенты СССР, РФ, СНГ, СМИ России и СНГ, Шаблонные фразы, Кольцо вузов, Издательство Wiley, Переводные заимствования



### ЗАИМСТВОВАНИЯ

1,89%

### САМОЦИТИРОВАНИЯ

0%

### ЦИТИРОВАНИЯ

5,55%

### ОРИГИНАЛЬНОСТЬ

92,56%

Заимствования — доля всех найденных текстовых пересечений, за исключением тех, которые система отнесла к цитированиям, по отношению к общему объему документа.  
Самоцитирования — доля фрагментов текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника, автором или соавтором которого является автор проверяемого документа, по отношению к общему объему документа.  
Цитирования — доля текстовых пересечений, которые не являются авторскими, но система посчитала их использование корректным, по отношению к общему объему документа. Сюда относятся оформленные по ГОСТу цитаты; общеупотребительные выражения; фрагменты текста, найденные в источниках из коллекций нормативно-правовой документации.  
Текстовое пересечение — фрагмент текста проверяемого документа, совпадающий или почти совпадающий с фрагментом текста источника.  
Источник — документ, проиндексированный в системе и содержащийся в модуле поиска, по которому проводится проверка.  
Оригинальность — доля фрагментов текста проверяемого документа, не обнаруженных ни в одном источнике, по которым шла проверка, по отношению к общему объему документа.  
Заимствования, самоцитирования, цитирования и оригинальность являются отдельными показателями и в сумме дают 100%, что соответствует всему тексту проверяемого документа. Обращаем Ваше внимание, что система находит текстовые пересечения проверяемого документа с проиндексированными в системе текстовыми источниками. При этом система является вспомогательным инструментом, определение корректности и правомерности заимствований или цитирований, а также авторства текстовых фрагментов проверяемого документа остается в компетенции проверяющего.

№	Доля в отчете	Источник	Актуален на	Модуль поиска	Комментарии
[01]	0%	не указано	13 Янв 2022	Библиография	
[02]	4,82%	не указано	13 Янв 2022	Цитирование	
[03]	0%	Особенности гражданской культуры в информационную эпоху <a href="https://dissertations.tsu.ru">https://dissertations.tsu.ru</a>	02 Апр 2021	Интернет Плюс	
[04]	0%	Особенности гражданской культуры в информационную эпоху <a href="https://dissertations.tsu.ru">https://dissertations.tsu.ru</a>	02 Апр 2021	Интернет Плюс	
[05]	0%	Особенности гражданской культуры в информационную эпоху <a href="https://dissertations.tsu.ru">https://dissertations.tsu.ru</a>	26 Янв 2021	Интернет Плюс	
[06]	0%	Особенности гражданской культуры в информационную эпоху <a href="https://dissertations.tsu.ru">https://dissertations.tsu.ru</a>	26 Янв 2021	Интернет Плюс	
[07]	0,74%	не указано	13 Янв 2022	Шаблонные фразы	
[08]	0%	Красноперов, Антон Юрьевич Особенности гражданской культуры в информационную эпоху : диссертация ... кандидата политических наук : 23.00.03 Томск 2020 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	16 Июнь 2021	Сводная коллекция РГБ	
[09]	0,54%	Иголкина, Кристина Павловна Социокультурные особенности социализации и статусно-ролевой идентичности подростков, отбывающих наказание в воспитательной колонии : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06 Краснодар 2016 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	27 Дек 2019	Сводная коллекция РГБ	
[10]	0%	<a href="https://shelly.kpfu.ru/e-ksu/docs/DISSERTATION/F_672409807/Siryukova_Ya.A._Dissertaciya_na_soiskanie_stepeni_kpn.pdf">https://shelly.kpfu.ru/e-ksu/docs/DISSERTATION/F_672409807/Siryukova_Ya.A._Dissertaciya_na_soiskanie_stepeni_kpn.pdf</a> <a href="https://shelly.kpfu.ru">https://shelly.kpfu.ru</a>	26 Янв 2021	Интернет Плюс	

[11]	0%	Россия в современном мире: взгляд социолога. <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	26 Дек 2015	eLIBRARY.RU
[12]	0,05%	<a href="https://istina.msu.ru/download/32055715/1fzJai:KPhaUr9aM5cAg0lrOJQ7vYOfZwY/">https://istina.msu.ru/download/32055715/1fzJai:KPhaUr9aM5cAg0lrOJQ7vYOfZwY/</a> <a href="https://istina.msu.ru">https://istina.msu.ru</a>	06 Ноя 2018	Интернет Плюс
[13]	0%	Носиков, Андрей Андреевич Сопряжение сетевого пространства и политической реальности в условиях современной Российской Федерации : диссертация ... кандидата политических наук : 23.00.02 Москва 2020 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	16 Июн 2021	Сводная коллекция РГБ
[14]	0%	ВКР_Михайлов А.М._СФ_4_соц	12 Июн 2021	Кольцо вузов
[15]	0,03%	91_109_202_0_0.600_84896195 Великую Глобальную Теорию Именно по этому пути и идет большинство авторов, работающих с понятием идеологии, поэтому в описаниях главных направлений его концептуализации нет недостатка задача <a href="http://do2.gendocs.ru">http://do2.gendocs.ru</a>	07 Дек 2020	Интернет Плюс
[16]	0,05%	Откройте книгу <a href="https://id.hse.ru">https://id.hse.ru</a>	20 Окт 2017	Интернет Плюс
[17]	0%	Читать онлайн - Мангейм Карл. Идеология и утопия   Электронная библиотека e-libra.ru <a href="https://e-libra.su">https://e-libra.su</a>	29 Окт 2020	Интернет Плюс
[18]	0%	Идеология и утопия <a href="https://alshar.ru">https://alshar.ru</a>	17 Июн 2021	Интернет Плюс
[19]	0%	Идеология и утопия - Карл Маннгейм <a href="https://litresp.ru">https://litresp.ru</a>	02 Мая 2022	Интернет Плюс
[20]	0%	Правовое обеспечение избирательного процесса в интересах национальной безопасности <a href="http://viperson.ru">http://viperson.ru</a>	04 Янв 2019	СМИ России и СНГ
[21]	0%	ИДЕОЛОГИЯ И УТОПИЯ: Карл Мангейм <a href="http://yakov.works">http://yakov.works</a>	21 Июн 2019	Интернет Плюс
[22]	0%	<a href="https://id.hse.ru/data/2015/12/22/1132940537/Castells_site.pdf">https://id.hse.ru/data/2015/12/22/1132940537/Castells_site.pdf</a> <a href="https://id.hse.ru">https://id.hse.ru</a>	31 Янв 2022	Интернет Плюс
[23]	0%	Текст <a href="http://spa.msu.ru">http://spa.msu.ru</a>	13 Ноя 2016	Интернет Плюс
[24]	0%	Этнополитическая культура современного российского региона <a href="http://spa.msu.ru">http://spa.msu.ru</a>	01 Дек 2020	Интернет Плюс
[25]	0,02%	Великую Глобальную Теорию Именно по этому пути и идет большинство авторов, работающих с понятием идеологии, поэтому в описаниях главных направлений его концептуализации нет недостатка задача <a href="http://do2.gendocs.ru">http://do2.gendocs.ru</a>	05 Янв 2017	Перефразирования по Интернету
[26]	0,12%	Скочилова, Вероника Геннадьевна диссертация ... кандидата философских наук : 09.00.11 Томск 2013 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	25 Дек 2015	Сводная коллекция РГБ
[27]	0%	Г. В. Осипов Социология и социальное мифотворчество / М. 2002 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	12 Окт 2017	Сводная коллекция РГБ
[28]	0%	Конструирование смыслов: исследование символической политики в современной России – тема научной статьи по политологическим наукам читайте бесплатно текст научно-исследовательской работы в электронной библиотеке КиберЛенинка <a href="https://cyberleninka.ru">https://cyberleninka.ru</a>	20 Июн 2022	Интернет Плюс
[29]	0,14%	Сравнительный анализ теоретико-методологических подходов к изучению современных политических коммуникаций. <a href="http://elibrary.ru">http://elibrary.ru</a>	31 Дек 2016	eLIBRARY.RU
[30]	0%	ВКР_Тищенко Н.В._СФ_2_соц(м)	04 Июл 2020	Кольцо вузов
[31]	0%	adasbaeva_n_-_strategii-zashchity-avtorskih-prav-dlya-korporativnyh-akkauntov-v-socialnyh-seth.docx	11 Мая 2022	Кольцо вузов
[32]	0%	Куликов, Анатолий Юрьевич Визуальная реклама как выражение социальных изменений : диссертация ... кандидата философских наук : 09.00.11 Краснодар 2016 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	27 Дек 2019	Сводная коллекция РГБ
[33]	0%	[гл. ред. А. И. Соловьев] Мировая политика: проблемы теоретической идентификации и современного развития : [сборник] Москва 2006 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	01 Янв 2006	Сводная коллекция РГБ
[34]	0%	Ефремова, Валентина Николаевна Государственные праздники как инструменты символической политики в современной России : диссертация ... кандидата политических наук : 23.00.02 Москва 2014 <a href="http://dlib.rsl.ru">http://dlib.rsl.ru</a>	22 Авг 2019	Сводная коллекция РГБ
[35]	0,05%	<a href="http://www.yasu.am/files/-1393492206-.pdf">http://www.yasu.am/files/-1393492206-.pdf</a> <a href="http://yasu.am">http://yasu.am</a>	18 Окт 2020	Интернет Плюс
[36]	0,04%	Диссертация на тему «Трансформация феномена идентичности в пространстве сети Интернет», скачать бесплатно автореферат по специальности ВАК РФ 09.00.11 - Социальная философия <a href="https://dissercat.com">https://dissercat.com</a>	15 Янв 2021	Интернет Плюс
[37]	0,05%	ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ 5-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата.pdf	07 Мар 2017	Сводная коллекция ЭБС
[38]	0,11%	Ярославна.doc	22 Ноя 2013	Кольцо вузов