**Прагматические коммуникации:**

одержимые и эпатажные от Telegram до YouTube

***Рис «Кот в сапогах»все рисунки - заставки ставятся во всю страницу – максимально крупно***

***Предисловие***

 *Рис «Грумки кот»*

**От автора**

**Рис «кот Бегемот»**

**Глава 1** Аналитика медиа – проявлений одержимости и эпатажности

***Рис «Упоротый лис»****,*

**Глава2** Правила отражения на экране смартфона

*Рис «Шляпник»*

**Глава 3** Описание популярных субпотоков : как эмоции преобразуются в сумму накопленного опыта

**Рис «Джокер (версия Ляшенко)»**

**Глава 4** Образы «hate speech» в контексте культуры отмены vs проявление Доброты

*,* ***Рис «Вжух»****,*

***Глава 5*** *Перехват и репутация в сетях роботов-пауков.*

**Приложения**

Рис «Добби»

3. Новейший словарь онлайн- практика

***рис «V значит вендетта***

***Рис «Кот в сапогах»все рисунки - заставки ставятся во всю страницу – максимально крупно***

**Предисловие**

Исследование, которое легло в основу данного материала как раз сфокусировано на реально наблюдаемых данных - содержании поверхностных слоев сознания, на уровне представлений студентов гуманитарных направлений, обучающихся в университетах Санкт-Петербурга, но представляющих по многие регионы России. Исследование посвящено спонтанному припоминанию образов, сформированных под влиянием информационной среды («вымышленных образов»), т.е., уровню «top of mind».

По роду своей будущей деятельности, именно наши респонденты окажут наиболее сильное влияние на общество (журналистика, социальные и коммерческие коммуникации). Вместе с тем, в связи с демократическим изменением системы поступления в российские Университеты по региональным результатам Единого Государственного экзамена (ЕГЭ), университетская аудитория представляет собой широкую выборку молодежи всей России. Данное исследование носит характер качественного исследования и пилотного по отношению к расширенной генеральной совокупности всей молодежи России 18-23 лет.

Исследовательская методология проекта, воплощенная в его результатах, прошла апробацию исследовательского и научного сообщества:

1 Методология выиграла грант "национального приоритетного проекта "Образование" в рамках инновационной образовательной программы РГПУ им. Герцена, одобрена «Большим» ученым советом РГПУ им. Герцена, 2006

2. Методология прошла «слепое» англоязычное рецензирование трех рецензентов на платформе "Easy Chear" для каждой из двух англоязычных конференций DGTS и EGOSE , посвященных предыдущим волнам исследования, 2016

Сообщество петербургских профессинальных бизнес - маркетологов выступило с рецензиями в газете «Деловой Петербург» где одна из ведущих социологических исследовательских организаций СПб – «WorkLine Research» (бывш. «ComCon2») оценила методику и результаты настоящего исследования по прагматическим критериям. В интервью на основе отзыва, [Тихонова 2007], отмечается важность не только получения списка вымышленных существ как такового, но и зафиксированные субъективные описания каждого существа, что дает дополнительный материал для качественного анализа и корректной интерпретации.

Данная книга была бы невозможна без доброжелательной интеллектуальной поддержки большого количества исследователей, аналитиков и креативщков.

Данные материалы представляют третью волну стереотипного, пилотного, качественного исследования на генеральной совокупности молодежи России, но количественного на выборке молодой социально-гуманитарной интеллигенции обучающейся в университетах Санкт-Петербурга, многолетнего исследования (2006, 2012, 2017гг) содержания сознания молодой интеллигенции 17-23 лет. Исследование, которое положено в основании нескольких глав данной книги называется «Вымышленные существа эпохи масс-медиа. Россия, 21 век».

В проекте 2017 приняли участие 38 автора текстов и 19 иллюстраторов. Молодые люди от 19 до 22 лет. Наличие гуманитарно-социального высшего образования или учеба на соответствующих факультетах Университетов были обязательным условием. Сама процедура выбора подразумевала объективный отбор творчески одаренных молодых людей по критериям данного проекта. Молодые люди сами, без подсказки вспоминали вымышленные существа в течении нескольких сеансов работы в группах (не менее 4 часов) – на первом этапе. Далее был сформирован список из 271 существа как результат этапа припоминания. На следующем этапе авторы самостоятельно выбирали для себя конкретные образы для того чтобы описать или нарисовать их, т.е. отобранный образ должен был мотивировать автора на дополнительную работу и затраты личного времени. Молодые люди описали наиболее популярные для них образы, которые они могли самостоятельно припомнить. Выбор производился из всего объема непосредственных знаний гуманитарно-ориентированных молодых людей.

Статистическую и аналитическую обработку массива иссле-

дования 2017 г. по содержательным и формальным признакам

провели:

1. *Денисенко Мария* , Медиапроисхождение (кино-, телевизионные

сериалы –мемы- литература- фольклор); 2. *Васильева Полина*, Категории образов ; 3 *Гацура Юлия*, Биологический вид (люди -животные -фантазии - кибер); пол - муж.,/ жен.; 4. *Горловская Рита*, Психологическое состояние (норма -эпатаж - отклонения); 5 *Бондина Настя* Физическое состояние: (норма «+» и «–»); 6. *Наумова Анна*, Герои: положительные, отрицательные,сложные; 7*. Боровикова Алина*, Отношения любви и дружбы.

 Полностью последняя волна исследования опубликована в книге:

 Ульяновский А.В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие / Ульяновский А.В.; Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019.

Но некоторые итоги вышеупомянутого исследования– являются небольшим фрагментом книги.

В **главу 2**, вошел материал *Евгения Маршина* (социальные сети) *Ирины Кольцовой* (официальный сайт) более того, создание раздела , было бы невозможно без участия талантливых и деловых людей сферы

 коммуникаций : Данный раздел представлен и актуализирован как сопоставление данных по 2010 году и 2021 году в уникальном формате, что стало возможным благодаря кооперации и/или информации десятков талантливых людей, своеобразной перекличке разных поколений исследователей прикладных коммуникаций, сведенных воедино и осмысленных благодаря титаническому труду соавтору этого раздела Людмиле Вельниковской (Л.В.):

1. **Выражаем благодарность за презентацию докладов с атуализирующей статистической информацией следующим участникам дискурса 2021 года**: Дарье Томилиной (Д.Т.) , Надежде Кирилловой (Н.К.), Веронике Галеевой (В.Г.), Екатерине Тимофеевой (Е.Т.), Виктории Плиско (В.П.) и Марии Цыпкиной (М.Ц.).
А также искреннее спасибо адресуется участникам дискуссии, уникальных иллюстративных примеров: Екатерине Фирсовой (Е.Ф.), Полине Шемонаевой (П.Ш.) и Надежде Дмитриенко (Н.Д.)
2. **Специальная благодарность за актуальную информацию и аналитические данные международной группе докладчиков статус которых указан по состоянию на2009, 2010 "The Baltic PR Week" ( 2009,2010), в их числе :**

Петтер Андрессон. *Andreasson PR является одной из старейших шведских PR-фирм,* Светлана Павлова*, , директор по развитию, Molinos.Ru, StPg*

Павел Безручко , *Генеральный директор «ЭКОПСИ Консалтинг»*

Иван Засурский *Гл. редактор портала «Частный корреспондент»*

Алексей Глазырин, *президент РАСО*

*Ассоциация компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС)*

Леонид Игнат *Директор по информационной политике и PR Альфа-Банка*

Гуров, владелец *КГ«Гуров и партнеры»*

Евгений Григорьев, *директор по маркетингу и развитию, ИД МедиаЛайн*

Наталия Малашенко, *директор по корпоративным коммуникациям UPM, Россия*

А также:

Татьяне Плуталовой, - специалисту по корп. клиентам социальной сети«Вконтакте»

журналу "Советник" (главный редактор Борис Еремин )

BBDO Russia

Wikipedia

SPN Ogilvy

TNS Nielsen

И ДР.

Воснову **Главы 3** легли исследования *Ольги Матвеенко* и *Чан Кэсинь* (аспекты идентичности брендов)

 **Глава 4** - ***Образы «hate speech» в контексте культуры отмены vs проявление Доброты*** – написано молодой журналисткой Анастасией Соловьевой с привлечением данных большого количества сетевых источников.

 Завершение главы про образы «hate speech» написана в контексте злобы дня коллективного запада отменить Россию (и на фоне этих несоразмерных но беспрерывных попыток – первый выигранный суд Джонни Деппа над оговорившей его женщиной, которой американский суд присудили выплату за клевету в размере 50 млн. долл. В этих проявлениях титиульный автор видит, к слову, самое начало конца феномена отмены)

**В Глава 5** - ***Перехват и репутация в сетях роботов – пауков*** - в том числе использованы материалы нового обзора Ольги Гусевой и более того, материал сформирован из интеллектуальных информационных расследований 2021 года молодых журналистов Ивана Филатова (ORM, SERM, HM) и Евы Святной (NewsJacking, MediaJacking).

**Словарь терминов** создавался не один год - *Полиной Петровой* (2012), *Александрой Довгалюк* (2017) и *Данилой Тарасовым* (2020), вбирая в себя и отражая новейшие отраслевые тенденции.

**Единичными рисунками проиллюстрировали издание**

Дарья Горшкова (ДГ)- «Добби»; Карина Ляшенко (КЛ); Дарья Плешкова (ПДЮ); Полина Чаюк(ЧПИ) - «Кот Бегемот»; Мария Денисенко(МД); Дарья Пушкина (ДП); Татьяна Гаврилюк (ТГГ)- «Упоротый Лис»; Светлана Дудинская (СД); Янина Магай (ЯМ), а также - Полина Зубаревич (образ автора)

 Всем участникам этого проекта выражаю огромную благодарность.

*Рис «Грумки кот»*