

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
Институт «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»

Серия основана в 1997 году

Современная
периодическая печать
в контексте коммуникативных
процессов

Тактические медиа
в политической коммуникации

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

2017

ББК 76.02

C56

*Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета
Института «Высшая школа журналистики
и массовых коммуникаций»
Санкт-Петербургского государственного университета*

Рецензенты:

д-р полит. наук, проф., зав. кафедрой связей с общественностью в политике и государственном управлении Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» Санкт-Петербургского государственного университета *В. А. Ачкасова*;

д-р филол. наук, проф., зав. кафедрой филологии и журналистики РАНХиГС при Президенте Российской Федерации *М. Н. Ким*;

Редакционная коллегия:

Б. Я. Мисонжников, д-р филол. наук., проф., *А. Н. Тепляшина*, д-р филол. наук., проф., *Г. С. Мельник*, д-р полит. наук, проф., *К. Р. Нигматуллина*, канд. полит. наук, доц., *Н. А. Павлушкина*, канд. филол. наук, ст. преп., *Е. А. Королев*, канд. полит. наук, ст. преп., *Р. П. Лисеев*, канд. филол. наук, ст. преп., *И. В. Колодяжный*, ст. преп., *Д. В. Зубко*, ст. лаб.

Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. Тактические медиа в политической коммуникации. № 2 (11) / отв. ред. И. В. Колодяжный. — СПб.: С.-Петерб. ун-т, Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017. — 176 с.

Тактические медиа являются наиболее динамично развивающимся сегментом современного медиaprостранства и в то же время остаются наименее изученными. Этот пробел попытались восполнить участники ежегодного Всероссийского научно-практического семинара «Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. Тактические медиа в политической коммуникации», проводимого кафедрой периодической печати СПбГУ.

В центре внимания исследователей — типология, функционирование и технологии тактических медиа, а также такой актуальный вопрос, как использование тактических медиа в различных социально-политических конфликтах.

Для журналистов теоретиков и практиков, филологов, преподавателей и студентов факультетов журналистики.

ББК 76.02

© С.-Петерб. гос. ун-т,

Институт «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2017

© Кафедра периодической печати, 2017

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Колодяжный И. В.</i> Тактические медиа в поисках идентичности (Вступительная статья)	11
СТРАТЕГИИ И ТЕХНОЛОГИИ ТАКТИЧЕСКИХ МЕДИА	
<i>Бирюкова Г. М.</i> Психологические аспекты социализации и власть социальных сетей	16
<i>Бушев А. Б.</i> Политическая коммуникативистика в системе тактических и новых медиа	25
<i>Виноградова С. М.</i> Стратегическая коммуникация и тактические медиа: оппоненты или попутчики?	43
<i>Войтик Е. А.</i> Приемы и методы общения «автор – читатель» в тактических медиа	48
<i>Володина Л. В.</i> Post-truth как антитеза достоверности в медийном тексте	57
<i>Гришанина А. Н.</i> Агрессивно-деструктивные формы подачи материала: интенции автора и запросы читателей	63
<i>Кан Ф.</i> Кибер-жертвы информационного насилия в Интернете	72
<i>Куликов Л. В.</i> Составляющие общественного настроения и СМИ: социально-психологический анализ	78
<i>Мисонжников Б. Я.</i> Мобилизационная функция тактических медиа как герменевтическая категория	86
<i>Новокшенов Д. Е.</i> Селебрити и «блоги» Древнего Рима	
<i>Панина Ю. Н.</i> Специфика интенций в медиадискурсе российских профсоюзов	95
<i>Филимонов А. О.</i> Литературное направление вневизм в интернет-пространстве своеволия и свободы	103
ТАКТИЧЕСКИЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОТЕСТНОГО ДИСКУРСА	
<i>Дегтярева О. В.</i> «Правда» по-украински: к вопросу о роли тактических медиа в протестном движении на Украине	108
<i>Ильченко С. Н.</i> «Допинг и Россия» как провоцирующая тематика в практике мировых медиа (на материале немецких телефильмов) ...	126

⁷ Кондаков И. М. Психология. Иллюстрированный словарь. М.: Изд-во: Прайм-Еврознак, Олма-Пресс, 2003. С. 332.

⁸ Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2001. С. 300.

⁹ Психологическое воздействие сцен насилия и жестокости на телевизионную аудиторию / Теленасилие: исследовательские подходы к современной медийной практике Лекция 11. // http://studme.org/47171/psihologiya/psihologicheskoe_vozdeystvie_stsen_nasiliya_zhestokosti_televizionnuyu_auditoriyu.

¹⁰ Се Г., Чэнь Х. Социальная сеть и общество. Шанхай: Изд-во Шанхай Цзяотун ун-та, 2013. С. 353.

¹¹ Насилие и Интернет. Лян Веинь // URL.: <http://www.infzm.com/content/116903>.

¹² Издевательства в Интернете переносятся хуже, чем при личном контакте // Аргументы.ру. 2010. 21 сент. URL: <http://argumenti.ru/print/society/2010/09/77379/>.

¹³ Там же.

Л. В. Куликов

Санкт-Петербургский гос. ун-т

СОСТАВЛЯЮЩИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО НАСТРОЕНИЯ И СМИ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Статья посвящена анализу феномена общественного настроения. Любое значимое событие в обществе формируется как определенная оценка, которая фиксируется в общественном мнении. СМИ оказывают влияние на формирование общественного настроения и оценки событий. Автор подчеркивает, что настроения в отдельных социальных группах имеют как общность, так и специфичность. Тактические медиа активно занимают информационное пространство, потому что улавливают протестные настроения людей, особенно молодых, в конфликтогенном мире.

Ключевые слова: общественное настроение, межгрупповые отношения, мироощущение, интересы групп, тактические медиа, самосознание.

L. V. Kulikov

St. Petersburg State University

COMPONENTS OF PUBLIC MOOD AND MEDIA: SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL ANALYSIS

The article analyzes the phenomenon of the public mood. Any significant event is generated as a specific assessment in the community. This assessment is fixed in the public mind. The author emphasizes that the mood in the different groups has both general and specific features. Tactical media are actively engaged in the information space, because they capture the mood of protest of people, especially the young, in the conflict-ridden world.

Keywords: public mood, intergroup relations, attitude, interests of groups, tactical media, identity.

Система отношений общества как группового (коллективного) субъекта имеет сходство с системой отношений, возникающей и поддерживаемой личностью, отдельным субъектом. Вряд ли есть основания считать это странным, поскольку общество представляет собой совокупность отдельных личностей. Данное сходство состоит в том, что у общества есть как самоотношение, так и отношения с другими обществами и сообществами. Все виды отношений общества имеют своё чувственное наполнение — чувственное наполнение самоотношения общества (общественное самочувствие), межгрупповых отношений (внутренних общественных отношений) и отношений с другими обществами (внешних общественных отношений). Поясним, что межгрупповые отношения здесь трактуются весьма широко — к ним мы относим отношения

между социальными слоями, этносами, возрастными когортами населения.

В обществе есть разные группы, общности, когорты: социальные, возрастные, региональные, национальные, профессиональные, производственные (отраслевые). Каждый член общества характеризуется некоторым набором принадлежностей — социальной принадлежностью, должностным статусом (рангом), этнической принадлежностью, принадлежностью к определенной возрастной когорте. Ощущая свою принадлежность того или иного рода, человек разделяет взгляды и мировоззренческие представления, характерные для этой социальной группы, а вместе с ними принимает позиции и установки на происходящее в обществе как целостности. В этом плане вполне можно говорить об особенностях группового сознания и настроения, определенных ожиданиях, об уровне удовлетворенности жизнью, о готовности к тем акциям, которые могли бы улучшить духовные и материальные измерения существования, могли бы приводить к более полному удовлетворению различных потребностей. Это создает почву для возникновения тактических медиа, которые не могут существовать без соответствующих предпосылок.

Настроения в отдельных социальных группах имеют как общность, так и специфичность. Это вряд ли следует как-либо обосновывать, поскольку в разных группах существует разное отношение к одним и тем же социальным явлениям. Интересы групп в отношении одних сторон жизни совпадают, в отношении других — разнятся. Каковы будут общие черты общественного настроения при изменении социальной ситуации зависит и от количества людей, относящихся к той или иной группе, и от силы влияния данной группы на мнение других групп, от ее активности, доступности для нее каналов массмедиа. Общественное мнение по какой-либо проблеме социальной действительности зависит не только от опыта, норм, субкультуры этой группы. Оно зависит и от других факторов, источников влияния, например, направленного информационного воздействия как со стороны активно действующих организаций и институтов общества, так и со стороны внешних сил, зарубежных источников влияния².

Эти факторы и определяют консонанс или диссонанс общественного настроения, схожесть или несхожесть в чувственном тоне настроения разных групп общества.

Еще одной составляющей общественного настроения выступают чувства к миру — мироощущение. Это составные, комплексные чувства к миру как целому — к миру людей, миру природы, миру предметов. Вряд ли можно рассматривать их как интеллектуальные. Как и другие чувства, они непосредственно связаны с образами, понятиями, мыслями, убеждениями, которые накапливает общество как коллективный субъект в течение своей истории. Мироощущение непосредственно связано с главными доминантами мировоззрения общества, но речь не идет о том, что мироощущение — это сложный когнитивный конструкт, некий сплав представлений о мире. Отношение к миру отдельный человек и общество переживают, в этом переживании сплавляются многие чувства, наполняющие отношение к тому или иному фрагменту мира. И отдельный человек и общество ощущают мир как светлый или мрачный, добрый или злой, враждебный, как отзывчивый или равнодушный, понятный или непредсказуемый, полный неожиданностей. Это создает основу для радости или разочарования, воодушевления или подавленности, уверенности или растерянности, для переживания себя в ладу с миром или в разладе с ним. Эти и другие ощущения может вызывать как мир в целом, так и отдельные его части, стороны. В последнем случае чувственный тон отношения к миру в целом будет зависеть от того, какие явления мира наиболее значимы для общества. Создатели тактических медиа это хорошо понимают и активно используют в своей медийной практике.

Настроение, как личностный феномен, представляет собой относительно устойчивый компонент психических состояний, его главная функция заключается в том, что оно выступает основным звеном взаимосвязи структур личности с различными компонентами психических состояний — отдельными эмоциями и чувствами, переживаниями событий, происходящих в духовной, социальной и физической жизни личности, психическим и физическим тонусом индивида. Чувственную основу настрое-

ния образуют, согласно С. Л. Рубинштейну, органическое самочувствие, тонус жизнедеятельности организма и те разлитые, слабо локализованные органические ощущения (интероцептивной чувствительности), которые исходят от внутренних органов. «Однако это лишь чувственный фон, который у человека редко имеет самодовлеющее значение. Скорее даже и само органическое, физическое самочувствие человека зависит, за исключением резко выраженных патологических случаев, в значительной мере от того, как складываются взаимоотношения человека с окружающим, как он осознает и расценивает происходящее в его личной и общественной жизни»³. Физическое здоровье и настроение взаимосвязаны и обуславливают друг друга. С одной стороны, повышенное, бодрое, жизнерадостное настроение приводит к повышению жизненного тонуса и психологической устойчивости, защищает от болезней и создает базис для выздоровления у больных. С другой стороны, переживания своего здоровья, своих душевных и физических сил, телесного благополучия являются очень важным фактором, предрасполагающим к устойчивому, радостному, работоспособному настроению.

Настроение, безусловно, зависит от тех процессов, которые протекают в организме человека, от его телесного существования. С другой стороны, оно определяется тем, какова духовная жизнь человека, чем наполнена его душа. У человека есть сознание и самосознание, в нем не прерывается самоощущение, самопознание. Личность осознает свои отношения с миром живой и неживой природы, с миром людей — с обществом в целом, с его отдельными группами, со значимыми другими людьми. Все это богатство разноплановых явлений существует в душе не само по себе, оно сплавлено в настроении.

Общественное сознание, как и индивидуальное, не является бесстрастным, «зеркальным» отражением происходящего в обществе. Оно так или иначе направляется потребностями общества, интересами, предпочтениями, ожиданиями. На любое значимое событие в обществе формируется определенная оценка, которая фиксируется в общественном мнении. Общественное мнение по той или иной значимой проблеме может быть

целостным или фрагментарным, глубоким (компетентным) или поверхностным, сочетающим истинное, ложное, заблуждения. Не случайно авторы тактических медиа в концептуальном плане часто используют необъективные суждения и выводы, но яркие и вызывающие по форме.

Общественное настроение может быть в той или иной мере благоприятным или неблагоприятным. В каком плане можно рассматривать благоприятность общественного настроения? Благоприятность для функционирования общественных институтов, развития общества, усиления его сплоченности, увеличения такого влияния на институты государства, которое способствует их полноценному функционированию и дальнейшему росту. Кроме того, повышенное общественное настроение создает основу для гармонизации индивидуального настроения, повышения психологической устойчивости личности, укрепления веры в завтрашний день. В таком аспекте рассмотрения общественное настроение — преобладающие в обществе чувства по отношению к общественно значимым явлениям, а также преобладающие у членов общества (наиболее распространенные) психические состояния.

Составляющие общественного настроения. В общественном настроении следует различать три составляющие: чувственную (чувственный тон), активационную и ресурсную. Они проецируются и на систему тактических медиа.

Чувственный тон общественного настроения — это спектр преобладающих в обществе чувств: позитивных (удовлетворение, радость, уверенность, интерес, бодрость, спокойствие) и негативных. К негативным относятся две группы чувств: чувства бессилия (растерянность, страх, тревога, напряжение, усталость) и чувства подавленности (тоска, печаль, грусть, уныние, разочарование, скука, досада, отчаяние⁴). Чувства существуют не изолированно друг от друга, они сливаются в чувственный тон. Заметим, что позитивные и негативные чувства могут одновременно наполнять общественное (в актуальный момент, в настоящее время). Кроме того, отношения к разным социальным явлениям, объектам, сторонам жизни общества могут быть

наполнены у многих членов общества одними и теми же или сходными чувствами. Благоприятный чувственный тон общественного настроения в значительной мере зависит от знака общественного мнения — позитивной или негативной оценки объекта отношения. Чувственное наполнение общественного настроения зависит от того, каковы доминанты общественного сознания, что именно имеет первостепенную значимость для большей части общества, что наиболее волнует, интересует.

Следующая составляющая — активационная, это активность, характерная для большинства членов общества, уровень оптимизма, воодушевления. Другими словами, наличие стремления действовать активно во всех сферах жизни, имеющих социальные измерения. То есть под активационной составляющей не имеется в виду лишь общественная активность. Уклад общественной жизни, ее насыщенность не определяется многими факторами — социальными отношениями, культурным багажом, духовностью, национальными традициями, нормами. Но нет оснований забывать о трудовой активности общества. От нее зависит многое в общественном бытии, сознании и настроении.

Ресурсная составляющая — осознание ресурсов, потенциалов общества, его силы, возможностей для активного действия, изменения ситуации, жизни в целом в желаемом направлении. Чем выше активность, чем позитивнее восприятие и осознание ресурсов, тем более благоприятен чувственный тон общественного настроения. Обратное влияние также существует: чем благоприятнее чувственный тон, тем, в большинстве случаев, выше активность и полнее осознание ресурсов общества. Для практических мероприятий, ставящих целью гармонизацию общественного настроения, следует учитывать, что чувственный тон напрямую трудно поддается коррекции. Часто он следует в благоприятном направлении вслед за позитивными изменениями активационной и ресурсной составляющей.

Уровень общественного настроения в значительной степени обусловлен переживаниями членов общества, достижения благополучия, полнотой удовлетворенности жизнью.

Благополучие личности складывается из ряда составляющих: социального, духовного, физического (телесного), материального, психологического (душевного комфорта). На переживание благополучия (или неблагополучия) влияют различные стороны бытия человека, в нем слиты многие особенности отношения человека к себе и окружающему миру. Благополучие личности складывается из ряда составляющих. *Социальное благополучие* — это удовлетворенность личности своим социальным статусом и актуальным состоянием общества, к которому она принадлежит. Это также удовлетворенность межличностными связями и статусом в микросоциальном окружении, чувство общности (в понимании Альфреда Адлера).

Духовное благополучие — ощущение причастности к духовной культуре общества, осознание возможности приобщиться к богатствам духовной культуры (утолять духовный голод); осознание и переживание смысла своей жизни; наличие веры — в Бога или в себя, в судьбу (предопределенность) или счастливую удачу на своем жизненном пути, в успех собственного дела или дела партии, к которой принадлежит субъект; возможность свободно проявлять приверженность к своей вере и т. д.

Общественное настроение — социальный феномен, но, как и другие социальные феномены, он не изолирован от влияния иных сторон бытия людей, составляющих данное общество. Например, если большая часть членов общества проживает в неблагоприятных условиях, лишена необходимой медицинской и психологической помощи или ведет нездоровый образ жизни, то ослабленное физическое состояние таких членов общества негативно проявится в чувственном тоне общественного настроения.

Эффективность воздействия СМИ зависит от того, насколько точно они улавливают общественные настроения, фиксируют их динамику в определенные промежутки времени. Тактические медиа вынесены на авансцену журналистики⁵ только потому, что точно уловили протестные настроения. Тактические медиа улавливают протестные настроения противоречивого и конфликтного мира.

Примечания

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ, проект № 16-06-50140.

² Семенов В. Е. Духовно-нравственные ценности — главный фактор возрождения России // Россия сегодня: новые горизонты сознания / отв. ред. В. Н. Келасьев. СПб., 1994. С. 28–41; Семенов В. Е. Современные российские СМИ как негативный фактор социализации молодежи // Экстремизм и средства массовой информации: материалы Всероссийской научно-практической конференции / под ред. В. Е. Семенова. СПб.: Астерион, 2006. С. 83–86.

³ Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. В 2 т. Т. 2. М., 1989.

⁴ Куликов Л. В. 1) Психология настроения. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1997; 2) Психогигиена личности: Вопросы психологической устойчивости и психопрофилактики: учебное пособие. СПб.: Питер, 2004.

⁵ Мельник Г. С. 1) Новые (тактические) медиа как структурный компонент мобилизационных технологий // Гуманитарный вектор. Серия: История, политология. 2014. Т. 3 (39), С. 130–135; 2) Мельник Г. С. Тактические медиа (tactical media) в межкультурной коммуникации // Известия Урал. гос. ун-та. Серия 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2014. Vol. 129. № 3. Р. 17-21; 3) Мельник Г. С., Мисонжников Б. Я. Тактические медиа: социальные приоритеты и прагматика // Гуманитарный вектор. Серия Филология, востоковедение. 2014. № 4 (40). С. 104–109.

Б. Я. Мисонжников

Санкт-Петербургский гос. ун-т

МОБИЛИЗАЦИОННАЯ ФУНКЦИЯ ТАКТИЧЕСКИХ МЕДИА КАК ГЕРМЕНЕВТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

В статье рассматриваются текстовые аспекты тактических медиа, исследуется их включённость в процесс активизма, который возник и стал развиваться в связи с распространением новейших информационных технологий. Герменевтический анализ позво-