Николайчук Игорь Александрович

Кандидат технических наук, эксперт по международной безопасности

Центр специальных медиаметрических исследований (ЦСМИ), Российская Федерация, г. Москва, e-mail: ianiko@yandex.ru

Igor A. Nickolaichuk

PhD in Technical Sciences, Expert on International Safety

Center for Special Mediametric Research, Moscow, Russian Federation, e-mail: ianiko@yandex.ru

Якова Тамара Сергеевна

Кандидат филологических наук, доцент

Кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Российская Федерация, г. Москва, e-mail: t-yakova@mail.ru

Tamara S. Yakova

PhD in Philology, Associate Professor

Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 9 Mokhovaya Str., Moscow, 125009, Russian Federation, e-mail: t-yakova@mail.ru

Янгляева Марина Михайловна

Кандидат филологических наук, доцент

Кафедра зарубежной журналистики и литературы, факультет журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Российская Федерация, г. Москва, e-mail: marinapavlikova@mail.ru

Marina M. Yanglyeva

PhD in Philology, Associate Professor

Department of Foreign Journalism and Literature, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, e-mail: marinapavlikova@mail.ru

ПОИСК НОВОЙ РОССИЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: МЕДИАГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕНТАЛЬНОГО ЛАНДШАФТА

Аннотация. В данной статье авторы демонстрируют практические возможности медиагеографии для слежения за общественно-политическими процессами и при помощи рангового анализа представляют новый взгляд на изучение проблемы новой российской идентичности. Эта проблема становится особенно актуальной в условиях политической и экономической нестабильности в контексте поиска более широких ин-

тегративных форм (Евразийство, Русский мир и пр.). В то же время необходимо указать, что интерес к вопросам сохранения национальной идентичности носит сегодня глобальный характер, эта тема находится в мейнстриме этнологической и социологической проблематики. Авторы проводят анализ различий популярности морфоскульптур на российском ментальном ландшафте, используя интернет-статистику и оценивая морфоскульптуры как статичные объекты, характеризующиеся двумя параметрами: популярностью и консенсусом восприятия. В статье исследуются мультимедийные проекты и большие данные поисковых систем Google и Яндекс, позволяющие максимально точно выявить интерес интернет-аудитории к разным морфоскульптурам (личности, событию, объекту). Анализ современного российского ментального ландшафта проводится на основе медиагеографических категорий (в пространственно-временной системе координат) и отражает степень консенсуса гражданами России с учетом колебаний по субъектам РФ и другим географическим локациям. Выбор персоналий включал разные кластеры медийного интереса: политики, деятели культуры, военные и др., и был обусловлен интересом интернет-пользователей. Интерпретация результатов диктовалась географической анизотропией популярности морфоскульптур. Авторы приходят к выводу, что коммеморационные практики, ставящие своей целью объединение нации, должны базироваться на масштабных междисциплинарных исследованиях аудитории и системном научном подходе к интерпретации полученных результатов.

Ключевые слова. Национальная идентичность, морфоскульптуры, массмедиа, медиагеография, ментальный ландшафт России.

Информация о статье. Дата поступления 1 октября 2020 г.; дата принятия к печати 25 ноября 2020 г.; дата онлайн-размещения 23 декабря 2020 г.

IN SEARCH FOR A NEW RUSSIAN IDENTITY: MEDIA-GEOGRAPHICAL STUDIES OF THE MENTAL LANDSCAPE

Abstract. The authors demonstrate the opportunities that mediageography provides for tracking socio-political processes, and, via rank analysis, present a new approach to studying the issue of a new Russian identity. The topicality of the research is explained by the fact that, in the context of the emergence of wider forms of international cooperation, global interest to the problems of cultivation of national identity is growing and is currently the mainstream of ethnological and sociological studies. An analysis of popularity of various morphological sculptures in Russian mental landscape is based on Internet statistics and evaluation of these structures as static objects by two parameters — popularity and consensual perception. The article also examines multimedia projects and big data of Google and Yandex that help to determine the degree of Internet users' interest to various morpho-sculptures (personality, event, object) as accurately as possible. An analysis of the contemporary Russian mental landscape is done by media-geographic categories put into a space-time frame of axis, and shows the degree of consensus by Russian residents and its fluctuation by RF constituent territories and other geographic areas. The study takes into account mass media's attention, as well as Internet users' interest, to personalities that represent various clusters, namely, politicians, culture luminaries, the military, etc. The results are inter-

preted in relation to geographic aeolotropism of morpho-sculptures' popularity. The authors infer that commemoration practices aimed at uniting the nation should be based on large-scale interdisciplinary studies of the audience and on a systemic scientific approach to interpretation of the results.

Keywords. National identity, morpho-sculptures, mass media, media geography, mental landscape of Russia.

Article info. Received October 1, 2020; accepted November 25, 2020; available online December 23, 2020.

Тема национальной идентичности в информационном обществе стала сегодня одной из самых дискуссионных в гуманитарной науке. Государственные структуры и негосударственные образования разного уровня предпринимают попытки достижения общественного согласия посредством формирования консенсусных национальных образов. Большинство морфоскульптур ментального ландшафта [1] в разных странах мира вызывают бурные общественные дискуссии, поиск объединительных символов редко находит единодушную поддержку граждан.

Вопросами формирования и эволюции национального российского самосознания на протяжении последних столетий занимались выдающиеся ученые: Н.А. Бердяев [2], Г.В. Вернадский [3], Л.Н. Гумилев [4], Н.Я. Данилевский [5], Д.С. Лихачев [6], Ю.В. Бромлей [7], А.Н. Сахаров [8], В.М. Алпатов [9] и др. В XXI в. общественно-политическая и философская мысль России по этим проблемам находит отражение в работах современных отечественных исследователей: А.Н. Боханова [10], Ю.С. Пивоварова [11], Л.П. Решетникова [12], В.Ш. Сургуладзе [13], В.А. Тишкова [14] и др. К этой теме нередко обращаются политики и государственные деятели: Р.Г. Абдулатипов [15], Е.М. Примаков [16], В.В. Путин [17] и др.

Государство делегирует роль производителя смыслов лидерам общественного мнения, медийным персонам. С начала 2000-х гг. мы наблюдаем растущую популярность мультимедийных проектов, так или иначе стимулирующих свободный выбор аудиторией (традиционных СМИ и Интернета) значимых персоналий, маркирующих идентичность [18]. Массмедиа транслируют их мнения аудитории, активно занимаясь продвижением так называемого интеллектуального продукта. Зачастую на первые позиции выходит не выдающаяся личность или «гений места», а тот продукт, рекламная кампания по социальному тиражированию которого оказалась наиболее эффективной.

Выдающиеся люди в системе самоидентификации россиян

Социологический дискурс проблемы формирования новой российской идентичности и других постсоветских стран был создан в срочном порядке усилиями зарубежных ученых соответствующего профиля после краха СССР. Мировое научное сообщество и зарубежный политический истеблишмент оказались неподготовленными к распаду СССР по националистическому сценарию¹.

¹ Исключение составляют прогнозы норвежского ученого-социолога, математика и конфликтолога Йохана Галтунга. Его

Одним из направлений работы по изучению «новой России» в контексте упомянутых выше задач, стали социологические опросы по достаточно простой, но эффективной методике анализа общественного сознания: респондент должен был назвать несколько имен выдающихся, по его мнению, людей мира, России, региона и т.д. Первый такой опрос состоялся еще до распада СССР — в 1989 г. и зафиксировал наличие «классического советского» ментального ландшафта, продемонстрировав прочность морфоскульптур и приверженность населения советским и коммунистическим мифам. В последующие пять лет произошла ментальная катастрофа. Результаты опросов свидетельствовали о полной дезориентации общественного сознания и о падении престижа тех символов самоидентификации, которые связывались с понятием «выдающиеся люди».

Степень общественной фрустрации в России хорошо просматривалась, например, в исследованиях новой российской профессиональ-

ной элиты, которые финансировались немецким Фондом им. Фридриха Эберта. В середине 1994 г. на открытый вопрос «назвать личный образец для подражания в рядах российской имперской или бывшей Советской армии» почти 60 % старших офицеров и генералов ВС РФ (от подполковника до генерал-полковника) ответили «никто» или затруднились с ответом [19].

Сегодня уже накоплены достаточные данные для анализа динамики популярности, укоренённости символов самоидентификации в многомерном пространстве «выдающиеся люди». Например, АНО «Левада-Центр» проводит такие опросы каждые 5 лет, начиная с 1989 г.

Если обратиться не к традиционным социологическим опросам, а к данным по статистике относительной популярности тройки полководцев в России в 2018 г., измеренной числом запросов по ним в поисковые системы Интернета, то эта популярность фактически будет одинакова для всех указанных ниже фигур. Для сравнения статистики число поисковых запросов по трем персоналиям в год от граждан РФ можно выразить неким отношением. Если за 1 взять популярность Жукова, то соотношение Жуков/Суворов/Кутузов будет иметь вид: 1,0//1,2//0,962. Из этого следует, что данные АНО «Левада-Центр» хорошо согласуются с данными авторов, хотя Жуков при прямых опросах несколько переоценивается в массовом сознании из-за более частого упоминания в СМИ в связи с новой (упрощенной, по нашему мнению) мифологизаци-

теория рангового согласования и рангового неравновесия и теория синергетических и синхронизирующих противоречий стали базой для прогнозирования и моделирования геополитических событий. Еще в 1980 г. на конференции в Москве он выступил с прогнозом, в котором аргументировал падение Берлинской стены и распад СССР в течение последующих 10 лет. Среди основных причин, которые неминуемо, по мнению Галтунга, повлекут развал Советского Союза, были названы противоречия на внутрисоветском советском поле между Россией и остальными союзными республиками, стремившимися на протяжении десятилетий к большей автономии, и на внешнеполитическом поле — между СССР и его союзниками, предпринимавшими попытки расширения своего суверенитета.

² Расчёты авторов. Статистика за ноябрь 2019 г. Запрос в поисковую систему Яндекс 01.12.2019.

ей Великой Отечественной войны. Обратим внимание на локальный рост популярности Кутузова, связанный с празднованием двухсотлетия Отечественной войны 1812 г.³ Однако толчком к росту популярности этой исторической фигуры юбилей не стал.

³ Аналогичная картина свойственна, кстати, и для фигуры Л.Н. Толстого, роман которого «Война и мир» активно популяризировался в год юбилея. Пик популярности запросов по роману держался с 2011 по 2014 гг., потом интерес пошел на спад. Интересно, что только роман — как изучаемое литературное произведение без обращения к личности автора — востребован в национальных автономиях РФ (Калмыкия, Тыва, Башкортостан), а сам Лев Николаевич Толстой — как историческая фигура, но без привязки к роману — популярен в республиках Северного Кавказа (Чечня, Ингушетия, Дагестан, Карачаево-Черкесия, Северная Осетия). Можно с большой долей вероятности предположить, что в этих регионах читают в основном не роман-эпопею о войне 1812 г, а произведения Толстого, связанные с кавказской тематикой. Расчеты авторов. Запрос в систему Google, декабрь 2019.

Из заслуживающих упоминания особенностей современного процесса трансформации морфоскульптур, соотносимых с деятелями российской интеллектуальной сферы, следует выделить снижение значимости для россиян персоналий из мира науки, что, как мы считаем, связано с падением авторитета науки в России вообще. В противовес этой тенденции наблюдается рост присутствия в нашей общественной памяти русских поэтов. Подобный результат в первую очередь определен сохранением места соответствующих персоналий в школьных программах. Динамика популярности персоналий из кластера «Выдающиеся деятели культуры и науки России» представлены на рис. 1.

Технологии нациестроительства: поиск национальных символов

В последние десятилетия усиливается тенденция к персонификации

Рис. 1. Динамика популярности персоналий из кластера «Выдающиеся деятели культуры и науки России»

социальной истории и социальной действительности. «Одним из главных направлений является создание нового, в значительной мере модифицированного «пантеона» выдающихся национальных деятелей. В него включаются новые имена, прежде всего из числа тех, кто раньше официально относился к разряду «антигероев» и деятельность которых оценивалась только отрицательно» [20]. И в этом смысле практика управления прошлым нацелена на формирование понятия о ценностях и символах переходного периода, воплощенных в образах политиков, полководцев, деятелей науки и культуры, для которых чуть ли не главной характеристикой является принадлежность к тому или иному этносу.

Государство, региональные или местные власти, формируя соответствующую идентичность, применяют технологии конструирования консенсусных образов через дискурсивные средства, предлагая реципиенту «привлекательность культуры и образов жизни, политической идеологии, если более приземленно, то развлекательные шоу, культурные акции, общественные перформансы и гуманитарные практики» [18]. При этом поведение, которое навязывается извне, воспринимается индивидуумом как собственный и добровольный выбор. Оговоримся, что советская идентичность создавалась гораздо более мощными и разнообразными (не только масскультурными), фактически тотальными инструментами: культурными институтами, системой образования, средствами массовой информации, единообразием институциональной организации в сферах социальной, политической и повседневной жизни,

т.е. едиными нормами права, информационной инфраструктурой, системой социального обеспечения.

В рамках формирования новой идентичности в России стали популярны общественные проекты (последний пример такого рода — присвоение имен знаменитых людей российским аэропортам⁴), так или иначе стимулирующие свободный выбор читателями, радиослушателями, телезрителями и пользователями Интернета значимых персоналий, связанных с историей государства, особенно в тех случаях, когда эта история переосмысливается. Выбор в этих случаях осуществляется путем голосования. Трудно переоценить важность подобных передач для популяризации исторических знаний. Однако попытки использовать их для формирования национальной идентичности, т.е. выстроить новые мифы-морфоскульптуры на ментальном ландшафте в такой вроде бы бесконфликтной медийно-сценарной форме не всегда являются успешными: несовместимость журналистов, выполняющих госзаказ с ментально (а, следовательно, и политически) расколотой аудиторией, не позволяет реализовать проект до конца. В таком случае уровень экспрессии и агрессии самовыражения чаще всего задают незримые коллективы — «клубы фанов», сформированные социальными медиа. В этой связи, аналитики почти всегда делают вывод, что проекты провалились или, в любом случае, не достигли своей цели, т.е. не консолидировали общество.

⁴ Великие имена России : общенациональный конкурс / Российское историческое общество. URL: <https://historyrussia.org/proekty/obshchenatsionalnyj-konkurs-velikie-imena-rossii.html>.

Наиболее четко такие оценки применительно к российской действительности высказаны в докладе Международного дискуссионного клуба «Валдай» «Национальная идентичность и будущее России». Прямо указывается, что подобные проекты «продемонстрировали не только отсутствие пока единых для российского общества символов, но и нехватку желания сплотиться вокруг ряда образов, способных занять это место» [21]. Причина провала была якобы обусловлена неверным выбором формы. Именно использование всеобщего голосования в вопросе выбора национальных символов названо «не самым удачным ходом», приведшим к скандалам. Авторы доклада выдвигают заведомо невыполнимое в современных условиях предложение: «Приоритетность национальных символов должна определяться просвещенной частью общества, наиболее авторитетными людьми страны — теми, кто своей жизнью и работой действительно заслужили право задавать обществу моральные нормы». Излишне говорить, что что-то подобное существует чаще всего в традиционных обществах. Там моральные оценки и «Пантеон героев» формулируют и формируют моральные авторитеты — мудрецы, старейшины и пр. Но в постмодернистском обществе сначала необходимо сформировать (без особой надежды на успех) мифы о конкретных «авторитетных» людях, которым в свою очередь можно доверить создавать мифы об образах. Вряд ли это возможно в принципе.

Все сказанное выше может служить доказательством того, насколько актуальной задачей сегодня

является создание новых символов на постсоветском пространстве. При всей разнице политического и культурного фона, попытки творения, продвижения и закрепления персонализированных мифов для цементирования государственности и трансформации идентичностей, создаются по одной и той же, доказавшей свою эффективность пропагандистской модели. Эта модель одинакова для случаев воздвижения на государственных ментальных ландшафтах самых разных морфоскульптур.

Понятно, что создание новой (или разрушение старой) морфоскульптуры, да еще в масштабе всей страны, — дело достаточно дорогостоящее. Прежде всего, надо создать соответствующую систему коммеморативных ритуалов, а для этого необходима ресурсозатратная мобилизация средств массовой информации, коррекция программ начального, среднего и высшего образования, развертывание интеллектуальных, экспертных и общественных диспутов для глорификации тех или иных лиц, событий и движений, пребывавших доселе в тени исторической памяти или вовсе табуированных. Нужна подготовка и реализация планов монументальной пропаганды (снос неприемлемых по каким-то причинам старых и установка новых памятников), целенаправленное изменение топонимики, подготовка артефактов массовой культуры, в первую очередь качественных телесериалов, и пр.

Однако если мы начнем изучать конкретные схемы современных механизмов закрепления новых мифов или ментальных морфоскульптур в коллективной памяти в качестве

официальных государственных символов идентификации [22–24], то выяснится, что схемы эти сегодня значительно (если не принципиально) отличаются от тех, которые использовались в недалеком прошлом.

Сохранение морфоскульптур на ментальном ландшафте: современные коммеморативные практики

Обсудим тот факт, что вместо локального по охвату, требующего ауры эксклюзивности «традиционного искусства рассказывать истории» человечество теперь делает ставку в этом вопросе на систему массовых коммуникаций, в первую очередь на Интернет. Это позволяет подробно изучать на количественной основе многие практические аспекты управления прошлым. В первую очередь менеджеров мифотворчества в политехнологическом аспекте должен интересовать такой вопрос: в чем причина и как быстро общество «забывает» историю, особенно историю, выраженную в деятельности конкретных персон, т.е. как исчезают, «изнашиваются» во времени в общественной памяти ментальные морфоскульптуры, подобно тому, как под влиянием факторов внешней среды деградируют образы естественных морфоскульптур — разрушаются горы, заболачиваются озера, высыхают реки и пр.

Морфоскульптуру ментального ландшафта можно тщательно сохранять, а можно и не оказывать влияния на ее развитие, и тогда, возможно, что через 50–60 лет она разрушится временем, забудется. Вернемся к отечественным примерам. Приведем в качестве положительного примера то, как со-

храняется коллективная память о великом русском ученом Дмитрие Менделееве. Помимо знаменитой таблицы периодической системы элементов, изучение которой включено в школьные и другие образовательные программы, российское общество реализует на постоянной основе следующие коммеморативные практики: 1) Менделеевские съезды, крупнейшие традиционные общероссийские и международные научные форумы, посвященные вопросам общей и прикладной химии; 2) Менделеевские чтения — ежегодные доклады ведущих отечественных химиков и представителей смежных наук (физиков, биологов и биохимиков); 3) академическая премия им. Д.И. Менделеева и Золотая медаль им. Д.И. Менделеева за лучшие работы по химии и химической технологии; 4) 14 скульптурных памятников Д.И. Менделееву; 5) два объекта культурного наследия федерального значения в мемориальных зданиях (кабинет, квартира); 6) три музея; 7) шесть населенных пунктов, в названии которых использовано имя Менделеева; 8) семь географических и астрономических объектов (например, кратер на Луне), названных именем Менделеева; 9) семь научных, учебных, производственных организаций (включая два нефтеперерабатывающих завода), носящих имя Менделеева; 10) общества, съезды, журналы, названные в честь Д.И. Менделеева; 11) имя Менделеева активно используется при наименовании кораблей и самолетов; 12) произведения культуры и масс-культуры (книги, фильмы и пр.); 12) использование образа Д.И. Менделеева в бонистике, нумизматике, филателии, сигил-

латии (почтовые конверты); 13) в городах и населенных пунктах России имеется 284 улицы Менделеева, это 318-е место по популярности названия, что считается очень высоким результатом.

Морфоскульптуры на современном ментальном ландшафте России

Изучая иерархически организованные ментальные пространства, исследователь неизбежно сталкивается с тем фактом, что исторический смысл упакован в миф. Мифическое мировосприятие имеет важную общественную функцию, поскольку позволяет унифицировать неделимые единицы символического пространства. Конечно, миф, так или иначе, навязывается индивиду, деформирует исходный контур личности. В рамках данной работы авторы акцентируют внимание на следующих двух ключевых положениях:

1. Миф и созданная на его основе морфоскульптура имеют в массовом сознании географическую привязку. Даже индивид разворачивает во времени, создает свое ментальное пространство как социальную ценность в конкретных координатах.

2. Любое иерархическое ментальное пространство можно представить в виде множества, имеющего структуру, определяемую аксиоматикой свойств его элементов. В нашем случае элементами множества являются мифы. Интегральная структура пространства представляет собой анизотропную систему географических подпространств, которые отличаются друг от друга тем, что по тем или иным причинам концентрация активных носителей мифа в них, а,

следовательно, и напряженность ментального поля, неравномерна. Это необходимо рассматривать как имманентное свойство пространства, — добиться единомыслия, ментальной изотропности невозможно. Поэтому структура может быть разбита на подструктуры, т.е. дифференцирована, исходя из географических соображений.

Если принять во внимание эти предпосылки, то характер географической дифференциации мифов целесообразно вести на основе изучения такого культурно-географического феномена, как «Гений места» (*genius loci*). Государственная пропаганда в ходе создания морфоскульптур часто обращается к этому феномену. Подробно про это писали Д. Замятин [25], Н. Федотова [26], М. Кастеллс [27] и др. В контексте данного исследования важно, что все авторы признают активное использование термина в искусствоведении, культурологии, литературоведении, истории, глубинной психологии, архитектуре, географии (гуманитарной географии, географии образов, мифогеографии), а также в публицистике. Это понятие семантически коррелирует с понятиями культурного ландшафта, локального (пространственного) мифа, символической топографии, географического образа.

Изучение локуса как дискретной географической системы удобно осуществлять с помощью такого метода, как ранговый анализ, который явился основой методологии данного исследования.

Ядром теории рангового анализа является закон рангового распределения (ЗРП) — один из наиболее общих законов развития систем

(технической, биологической, социальной и т.д.) [28]. Ранговое распределение — это распределение $W(r)$, являющееся результатом ранжирования. При ранжировании объекты системы (например, территориальные единицы) располагаются в порядке убывания исследуемого параметра W , при этом каждому объекту присваивается ранговый номер $r = 1, 2, 3$ и т.д. Затем строится график зависимости W от рангового номера r . Распределение имеет вид гиперболы и называется H -распределением:

$$W = \frac{A}{r^\beta} \quad (1)$$

где W — ранжируемый параметр объекта; A — максимальное значение параметра W объекта с рангом $r = 1$, т.е. в первой точке; r — ранговый номер объекта (1, 2, 3...) в порядке убывания W ; β — ранговый коэффициент, характеризующий степень крутизны кривой рангового распределения.

Для аппроксимации исходной статистики в случае конкретных ранговых рядов можно воспользоваться возможностями распространенного пакета *Microsoft Excel*, где уравнение гиперболы записано в следующем виде:

$$y = ax^{-\beta} \quad (2)$$

Данная формула абсолютно идентична формуле (1).

Ранговые распределения популярности гениев места в территориальном разрезе представляют собой действенный инструмент количественного исследования интегральных (планетарных), национальных, региональных и локальных ментальных ландшафтов. Такие исследования можно смело отнести

к одному из важных практических приложений политической медиаметрии и медиагеографии.

Ранговые распределения в графическом виде весьма похожи друг на друга и, как выяснилось, могут аппроксимироваться одним классом функций, что говорит об их неких фундаментальных свойствах, вытекающих из особенностей жизни и поведения человека [29]⁵. По таким

⁵ Бурное развитие подобных исследований началось после выхода книги американского лингвиста и социолога Джорджа Ципфа «Поведение человека и принцип минимального усилия» [30]. Автор эмпирически установил, что частота использования N -го наиболее часто используемого слова в естественных языках приблизительно обратно пропорциональна числу N . Напомним, что Ципф обнаружил важный факт: самое распространенное в английском языке слово (в данном случае специальное слово — артикль (the) используется в десять раз чаще, чем десятое по частоте употребления слово, в 100 раз чаще, чем 100-е по частоте употребления слово, и в 1000 раз чаще, чем 1000-е по частоте употребления слово. Кроме литературных источников Ципф исследовал множество других подозрительных на ранговое распределение явлений — от численности населения по городам до расположения инструментов на верстаке столяра. Сегодня вместо верстака стало модно исследовать зоны экрана, куда чаще всего обращается взгляд пользователя Интернета для расположения там необходимых элементов сайтов. Везде ученый обнаруживал одну и ту же закономерность. Кроме того, позже было выявлено, что такая же закономерность действует в экономике, финансовом деле, в частоте обращений к интернет-сайтам и пр. Добралась даже до богов Олимпа. Выяснилось: с точки зрения их нагрузки навыкообразующими и навыкосохраняющими функциями, они ведут себя по «закону Ципфа».

Один из основателей наукометрии американский ученый Д. Прайс высказался по этому поводу вполне определенно: «Все данные, связанные с распределением таких характеристик, как степень совершенства, полезности, продуктивности, размера подчиня-

распределениям существует огромная литература. Область эта в значительной степени математизирована.

Зададимся вопросом: что значит идеальный локальный «гений места». Ранговое распределение для такого мифа имеет вид, соответствующий ряду 1 на рис. 2. Территориальный объект, которому присвоен первый ранг, является единственным, где популярна (присутствует в ментальном пространстве) та или иная конкретная морфоскульптура. Остальные объекты в этом отношении «пустые». Если популярность морфоскульптуры оди-

накова (или примерно одинакова) для всех территориальных объектов (случай 2 на рис. 2), то можно говорить о том, что существует единый «гений места» для пространства более высокого порядка, чем один изолированный территориальный объект. Между этими границами лежат случаи ранговых распределений, которые аппроксимируются гиперболами (см. ряд 3 на рис. 2). Показатель β характеризует вогнутость гиперболы. Чем он выше, тем более обоснована гипотеза, что морфоскульптура является локусом, т.е. уверенно соотносится с конкретной точкой пространства, однозначно характеризует ландшафт, в нашем случае ментальный.

Проиллюстрируем сказанное примером, характерным именно для Иркутска. Приметой времени являются сегодня попытки создать и внедрить в общественное сознание мифы, альтернативные коммунистическим или советским. Для Саратова таким мифом стал бывший губернатор П.А. Столыпин; для Иркутска - не-

когда (или примерно одинакова) для всех территориальных объектов (случай 2 на рис. 2), то можно говорить о том, что существует единый «гений места» для пространства более высокого порядка, чем один изолированный территориальный объект. Между этими границами лежат случаи ранговых распределений, которые аппроксимируются гиперболами (см. ряд 3 на рис. 2). Показатель β характеризует вогнутость гиперболы. Чем он выше, тем более обоснована гипотеза, что морфоскульптура является локусом, т.е. уверенно соотносится с конкретной точкой пространства, однозначно характеризует ландшафт, в нашем случае ментальный.

Рис. 2. Ранговые распределения для различных типов «гения места»

Примечание. Данные для ряда 3 условные

сколько неожиданно адмирал Колчак, который был здесь «расстрелян без суда», хотя расстреляно здесь было еще несколько человек из окружения Верховного правителя, включая и одиозного палача контрразведки, китайца по национальности.

Ранговое распределение популярности А.В. Колчака по городам России представлено на рис. 3 и в табл. 1. Как видно, адмирал вполне может считаться «гением места» в Иркутске и в Омске. В этих городах индекс его популярности (относительная частота запросов) в 2,6 и 2,4 раза выше средней по России. Обратим внимание и на то, что соответствующий индекс для Минска составляет всего 0,7.

Телевидение как инструмент формирования идентичности

Федеральные телеканалы несут сегодня основную нагрузку по целенаправленному формированию «по-

Таблица 1
Данные по числу запросов и относительной популярности (ОП) морфоскульптуры «Колчак» за апрель 2020 г. по городам России

	Город, ранг	Число запросов	ОП
1	Иркутск	1 844	2,65
2	Омск	2 174	2,38
3	Тюмень	1 207	1,55
4	Ижевск	882	1,44
5	Кемерово	640	1,36
9	Санкт-Петербург	7 424	1,25
14	Москва	17 696	1,11
19	Екатеринбург	2 472	1,02
32	Минск	598	0,7

литически корректной» новой российской идентичности. В этом контексте наиболее характерно телешоу «Имя Россия» — проект 2008 г.

Рис. 3. Ранговое распределение городов РФ по относительной популярности морфоскульптуры «Колчак»

Примечания. 1. Система Яндекс. 2. Дата запроса 13.05.2020. 3. Учитывались города, откуда было не менее 500 запросов в месяц. Исходные данные см. табл.

телеканала «Россия» и Телекомпании ВИД, направленный на выбор значимых персоналий, связанных с историей России, путем голосования интернет-пользователей, телезрителей и радиослушателей. Период трансляции 5 октября–28 декабря 2008 г. После перехода проекта в телевизионную фазу (октябрь), телеканал Россия проводил еженедельное часовое шоу, посвященное каждому из дошедших до финала двенадцати имен⁶. Победителем стал Александр Невский⁷.

Разбор состава высокорейтинговых номинантов и оценка надежности статистических данных связана с тем, что организаторы проекта столкнулись с классической ситуацией реакции групп людей с различными системами ценностей и политических взглядов на воздвижение новых мифов-морфоскульптур и на разрушение мифов старых. На это наслонился и такой фактор, как идеологизация российского социума и нарастающая в то время популярность социальных сетей.

Результаты выбора главного исторического символа России вызывают ряд вопросов, главным из которых является плохое соответствие полученного рангового распреде-

ления, тому, которое следовало бы из теории. На рис. 4 показано, что описание качества аппроксимации убывающих значений популярности персон гиперболой, что является стандартным случаем, не выдерживает никакой критики: коэффициент корреляции $R = 0,78$. Ранжирование выглядит неестественным. Особенно бросается в глаза тот факт, что первые четыре претендента (Александр Невский, Столыпин, Сталин и Пушкин) набрали фактически одинаковые результаты, хотя в системах ранговых распределений такого не случается.

Представляет практический интерес сравнение соответствия результатов зрительского голосования 2008 г. по выбору «Имя Россия» с характеристиками морфоскульптур, соответствующих этим персонажам по состоянию на апрель 2019 г. Персоны в ипостаси мифов-морфоскульптур предлагается оценивать по двум параметрам — массивность (востребованность со стороны пользователей Интернета, в данном случае — число запросов в систему Яндекс за апрель 2019 г.) и консенсусность, которая выражается значением среднеквадратичного отклонения популярности фигуры (чем меньше СКО⁸, тем равномер-

⁶ 7 мая 2008 г. был опубликован список 500 имен и дан старт интернет-голосованию. Отметим, что при формировании этого списка была продемонстрирована высокая толерантность при выборе предложенных исторических кандидатур, как в этническом, так и в конфессиональном плане. Впрочем, когда список был сокращен до 50 позиций, из «невеликороссов» там остался только грузин И. Сталин и поляк (по отцу) и белорус (по матери) К. Рокоссовский. Понятно, что эти фигуры воспринимались исключительно в ауре «советской идентичности».

⁷ Имя России // Новости. 2008. URL: <http://www.nameofrussia.ru/doc.html?id=1648>.

⁸ СКО — смысл среднеквадратичного отклонения (СКО, σ) можно пояснить на следующем примере из физической географии. Положим, некий путешественник исследовал два района, где измерял высоту места своего нахождения над уровнем моря в большом числе точек. После обработки замеров оказалось, что средняя высота местности в первом и втором случае составляет 1 000 м над уровнем моря. Казалось бы, есть веские основания считать, что территории идентичны. Однако выяснилось, что СКО для первого региона равно ± 20 м, а для вто-

Рис. 4. Ранговое распределение популярности победителей конкурса «Имя Россия»*

* Составлено авторами по данным.

нее популярность персонажа по географическим локациям).

Необходимые данные приведены в табл. 2.

Итоговое ранговое распределение представляет собой упорядоченную сумму рангов по двум рассмотренным выше позициям.

рого — $\pm 2\ 000$ м. Это со всей очевидностью указывает, что рельеф в первом регионе равнинный, а вторая территория может считаться сильно пересеченной — там высокие горы и глубокие ущелья. Между этими естественными ландшафтами мало сходства. Медиолог сравнивает популярность двух морфоскульптур на ментальном ландшафте, соотношенных с конкретными персонами в разных регионах или городах той или иной страны. Пусть средняя популярность мифов будет одинаковой, обе персоналии набирают по 100 тыс. запросов в месяц. Но первый персонаж имеет СКО $\pm 0,5$ тыс., а второй — ± 5 тыс. Это означает, что первый одинаково популярен во всех регионах, а популярность второго по каким-то причинам сильно колеблется от города к городу.

Этот список можно рассматривать не столько как альтернативу результатам конкурса «Имя Россия» (хотя сравнение отнюдь не будет лишним), сколько демонстрацию того, какая морфоскульптура на ментальном ландшафте России являлась на момент исследования самой значимой, и как распределялась в общественном сознании значимость других мифов по конкретным персонам. Здесь важно отметить, что определение «значимая морфоскульптура» может быть соотносено, как мы уже говорили, с востребованностью (активным присутствием) в повседневной жизни пользователей информации по тем или иным причинам «следов» исторических персонажей. Первое место в итоговом ранговом распределении занимает Александр Пушкин (сумма рангов 4, итоговый ранг — 1), на втором месте Иосиф Сталин

Таблица 2

Сведения о популярности (А) и консенсусности (Б) исторических личностей из списка победителей конкурса «Имя Россия»

А. Популярность исторических личностей			Б. Показатель консенсусности исторических личностей		
Персона	Число запросов	Ранг	Персона	СКО	Ранг
Владимир Ленин	3 050 306	1	Иосиф Сталин	0,06	1
Александр Пушкин	3 042 628	2	Александр Пушкин	0,27	2
Федор Достоевский	866 977	3	Федор Достоевский	0,31	3
Иосиф Сталин	832 668	4	Дмитрий Менделеев	0,58	4
Дмитрий Менделеев	761 880	5	Владимир Ленин	0,61	5
Александр Суворов	674 343	6	Петр Столыпин	0,65	6
Александр Невский	342 698	7	Александр Невский	0,69	7
Петр Великий	143 142	8	Петр Великий	1,14	8
Петр Столыпин	89 490	9	Александр Суворов	2,71	9

(сумма рангов 5, итоговый ранг — 2), на третьем месте — Владимир Ленин (сумма рангов 6, итоговый ранг — 3). Победитель конкурса «Имя Россия» Александр Невский занимает шестую позицию (с суммой рангов 14)⁹. Такой результат для «лидера спроса» А. Пушкина связан с изучением русского языка и литературы в школах, для И. Сталина — с постоянно стимулируемой общественной дискуссией вокруг этой исторической фигуры, для В. Ленин — с топонимикой¹⁰.

Поиск новой российской идентичности в современных условиях постмодернистского мира — задача сложная и многогранная. В проведенном исследовании применялся медиагеографический подход для анализа ментального ландшафта

России. В пространственно-временной системе координат рассматривались медийные практики формирования морфоскульптур, которые сегодня используются в процессах нациестроительства. Ментальный ландшафт формируется длительное время и обладает устойчивостью к разного рода воздействиям. Проанализированные мультимедийные проекты, нацеленные на конструирование консенсусных национальных образов, действительно стимулируют выбор аудитории, но не в полной мере отображают реальную ситуацию. Ранговый анализ интернет-запросов граждан России по *Big Data* поисковых систем *Google* и *Яндекс* продемонстрировал анизотропность российской среды, в которой формируются морфоскульптуры, маркирующие национальную идентичность. В таких условиях необходимо деликатно и последовательно подходить к решению задач интеграции российского общества и «поиску новой стратегии и сохранению своей идентичности в кардинально изменяющемся мире» [31].

⁹ Расчеты авторов.

¹⁰ Мы специально оговариваем то обстоятельство, что выбор персон был случайным образом связан с упомянутым телевизионным конкурсом и ограничивался историческими персонажами. Подобные ранжировки можно делать, как это вытекает из самой методики анализа биографической интернет-статистики, для любых ансамблей личностей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Николайчук И.А. Национальная идентичность как морфоскульптура и фактор ментального общественного ландшафта / И.А. Николайчук, М.М. Янгляева, Т.С. Якова // Социально-гуманитарные знания. — 2018. — № 12. — С. 141–157.
2. Бердяев Н.А. Русская идея / Н.А. Бердяев. — Санкт-Петербург : Азбука-классика, 2008. — 318 с.
3. Вернадский Г.В. Опыт истории Евразии. Звенья русской культуры / Г. В. Вернадский. — Москва : КМК, 2005. — 339 с.
4. Гумилев Л.Н. От Руси до России / Л. Гумилев. — Москва : АЙРИС-пресс, 2007. — 318 с.
5. Данилевский Н.Я. Россия и Европа. Взгляд на культурные и политические отношения славянского мира к германо-романскому / Н.Я. Данилевский. — Москва : Институт русской цивилизации, 2003. — 816 с.
6. Лихачев Д.С. Национальное самосознание древней Руси : Очерки из области русской литературы XI–XVII вв. / Д.С. Лихачев. — Москва : Изд-во Акад. наук СССР, 1945. — 118 с.
7. Бромлей Ю.В. Этносоциальные процессы: теория, история и современность / Ю.В. Бромлей. — Москва : Наука, 1987. — 333 с.
8. Сахаров А.Н. Россия: Народ. Правители. Цивилизация / А.Н. Сахаров. — Москва : ИРИ РАН, 2004. — 957 с.
9. Алпатов В.М. 150 языков и политика: 1917-2000. Социолингвистические проблемы СССР и постсоветского пространства / В.М. Алпатов. — Москва : Крафт+, 2000. — 224 с.
10. Боханов А.Н. Российская империя. Образ и смысл / А.Н. Боханов. — Москва : ФИВ, 2012. — 589 с.
11. Пивоваров Ю.С. Два века русской мысли / Ю. С. Пивоваров. — Москва : ИНИОН РАН, 2006. — 474 с.
12. Решетников Л.П. Вернуться в Россию. Третий путь или тупики безнадежности / Л. Решетников. — Москва : Духовное преображение, 2019. — 319 с.
13. Сургуладзе В. Грани российского самосознания: империя, национальное сознание, мессианизм и византизм России / В. Сургуладзе. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : W. Bafing, 2010. — 479 с.
14. Тишков В. А. Российский народ. История и смысл национального самосознания / В. А. Тишков. — Москва : Наука, 2013. — 648 с.
15. Абдулатипов Р.Г. Российская нация. Этнонациональная и гражданская идентичность россиян в современных условиях / Р.Г. Абдулатипов. — Москва : Научная книга, 2005. — 472 с.
16. Примаков Е.М. Россия. Надежды и тревоги / Е.М. Примаков. — Москва : Центрполиграф, 2015. — 224 с.
17. Путин В. Россия: национальный вопрос / В. Путин // Российская газета. — 2012. — 23 янв. — URL: <https://rg.ru/2012/01/23/nacvopros.html>.
18. Янгляева М.М. Роль современных массмедиа в продвижении моделей национальной самоидентификации (на примере телепроекта BBC «100 величайших британцев» / М.М. Янгляева // МедиаАльманах. — 2019. — № 1. — С. 161–169.
19. Иннокентьев И. Формы реформы, нужной для проформы / И. Иннокентьев // Новая Россия. — 1998. — № 1. — С. 92–99.
20. Гузенкова Т. Ностальгия по ненаписанной истории / Т. Гузенкова // Свободная мысль. — 1997. — № 8. — С. 35–45.
21. Лихачёва А. Национальная идентичность и будущее России : доклад / А. Лихачёва, И. Макаров. — Москва : Валдай, 2014. — 71 с.
22. Halbwachs M. La Mémoire Collective / M. Halbwachs. — Paris : Albin Michel, 1997. — 105 p.
23. Assmann J. Collective Memory and Cultural Identity / J. Assmann, J. Czaplicka // New German Critique. — 1995. — No. 65. — P. 125–133.
24. Assmann J. Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen / J. Assmann. — Munich : C.H. Beck, 2007. — 344 S.

25. Замятин Д.Н. Идентичность и территория: гуманитарно-географические подходы и дискурсы / Д.Н. Замятин // Идентичность как предмет политического анализа : сб. ст. / отв. ред. И.С. Семененко, Л.А. Фадеева. — Москва, 2011. — С. 186–203.
26. Федотова Н.Г. Территориальная идентичность как символический ресурс региона / Н.Г. Федотова // Вестник Новгородского государственного университета им. Ярослава Мудрого. — 2015. — № 7 (90). — С. 105–108.
27. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture / M. Castells. — New York : Wiley-Blackwell, 2010. — Vol. II. — 512 p.
28. Устинова К.А. Ранговый анализ как метод исследования и возможность его применения к астрофизическим системам / К.А. Устинова, Д.А. Козырев, Р.В. Гурина // Международный студенческий научный вестник. — 2015. — № 3-4. — С. 446–449.
29. Price D. Regular Patterns in the Organisation of Science / D. Price // Organon. — 1965. — No. 2. — P. 246.
30. Zipf G.R. Human Behavior and the Principle of Least Effort / G.R. Zipf. — Cambridge : Addison-Wesley Press, 1949. — 597 p.
31. Путин В. Вопрос обретения и укрепления национальной идентичности носит для России фундаментальный характер / В. Путин // Путин сегодня. — 2014. — 5 янв. — URL: <https://www.putin-today.ru/archives/50>.

REFERENCES

1. Nikolaichuk I.A., Yanglyaeva M.M., Yakova T.S. National Identity as a Morphosculpture and a Factor in the Mental Public Landscape. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Socgum-Zhurnal*, 2018, no. 12, pp. 141–157. (In Russian).
2. Berdyayev N.A. *Russkaya ideya* [Russian Idea]. Saint Petersburg, Azbuka-klassika Publ., 2008. 318 p.
3. Vernadskii G.V. *Opyt istorii Evrazii. Zven'ya russkoi kul'tury* [An Essay of the History of Eurasia. Links of the Russian Culture]. Moscow, KMK Publ., 2005. 339 p.
4. Gumilev L.N. *Ot Rusi do Rossii* [From Russia to Russia]. Moscow, AIRIS-press Publ., 2007. 318 p.
5. Danilevskii N.Ya. *Rossiya i Evropa. Vzgl'yad na kul'turnye i politicheskie otnosheniya slavyanskogo mira k germano-romanskomu* [Russia and Europe: A Look at the Cultural and Political Relations of the Slavic World to the German-Roman World]. Moscow, Institut russkoi tsivilizatsii Publ., 2003. 816 p.
6. Likhachev D.S. *Natsional'noe samosoznanie drevnei Rusi : Ocherki iz oblasti russkoi literatury XI–XVII vv.* [National Identity of Ancient Russia. Essays from the Field of Russian Literature of the 11th–17th Centuries]. Moscow, Akademiya nauk SSSR Publ., 1945. 118 p.
7. Bromlei Yu.V. *Etnosotsial'nye protsessy: teoriya, istoriya i sovremennost'* [Ethnosocial Processes: Theory, History, Contemporaneity]. Moscow, Nauka Publ., 1987. 333 p.
8. Sakharov A.N. *Rossiya: Narod. Praviteli. Tsivilizatsiya* [Russia: The People. The Rulers. The Civilization]. Moscow, Institute of Russian History, Russian Academy of Sciences Publ., 2004. 957 p.
9. Alpatov V.M. *150 yazykov i politika: 1917-2000. Sotsiolingvisticheskie problemy SSSR i postsovetского prostranstva* [150 Languages and Policy 1917-2000: Sociolinguistic Problems of the USSR and the Post-soviet Area]. Moscow, Kraft+, 2000. 224 p.
10. Bokhanov A.N. *Rossiiskaya imperiya. Obraz i smysl* [Russian Empire. Image and Meaning]. Moscow, FIV Publ., 2012. 589 p.
11. Pivovarov Yu.S. *Dva veka russkoi mysli* [Two Centuries of Russian Thought]. Moscow, INION RAN Publ., 2006. 474 p.
12. Reshetnikov L.P. *Vernut'sya v Rossiyu. Tretii put' ili tupiki beznadezhnosti* [To Return to Russia: The Third Way or the Dead Ends of Hopelessness]. Moscow, Dukhovnoe preobrazhenie Publ., 2019. 319 p.
13. Surguladze V. Grani rossiiskogo samosoznaniya: imperiya, natsional'noe soznanie, messianizm i vizantizm Rossii [Sides of the Russian Consciousness. Empire, National Consciousness, Messianism and Vizantizm of Russia]. 2nd ed. — Moscow, W. Bafing Publ., 2010. 479 p.

14. Tishkov V. A. *Rossiiskii narod. Istoriya i smysl natsional'nogo samosoznaniya* [Russian People. History and Meaning of National Identity]. Moscow, Nauka Publ., 2013. 648 p.
15. Abdulatipov R.G. *Rossiiskaya natsiya. Etnonatsional'naya i grazhdanskaya identichnost' rossiyan v sovremennykh usloviyakh* [The Russian Nation. Ethnonational and Civil Identity of Russians in Modern Conditions]. Moscow, Nauchnaya kniga Publ., 2005. 472 p.
16. Primakov E.M. *Rossiya. Nadezhdy i trevogi* [Russia: Hopes and Worries]. Moscow, Tsentrpoligraf Publ., 2015. 224 p.
17. Putin V. Russia: the National Question. *Rossiiskaya gazeta*, 2012, January 23. Available at: <https://rg.ru/2012/01/23/nacvopros.html>. (In Russian).
18. Yanglyaeva M.M. The Role of Modern Mass Media in Promoting Models of National Self-identification (a Case Study of the BBC "100 Greatest Britons" Project). *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2019, no. 1, pp. 161–169. (In Russian).
19. Innokent'ev I. Forms of reforms for checking off a box. *Novaya Rossiya = New Russia*, 1998, no. 1, pp. 92–99. (In Russian).
20. Guzenkova T. Nostalgia over an unwritten story. *Svobodnaya mysl = Free Thought*, 1997, no. 8, pp. 35–45. (In Russian).
21. Likhacheva A., Makarov I. *Natsional'naya identichnost' i budushchee Rossii* [National Identity and the future of Russia]. Moscow, Valdai Discussion Club, 2014. 71 p.
22. Halbwachs M. *La Mémoire Collective*. Paris, Albin Michel, 1997. 105 p.
23. Assmann J., Czaplicka J. Collective Memory and Cultural Identity. *New German Critique*, 1995, no. 65, pp.125–133.
24. Assmann J. *Das kulturelle Gedächtnis. Schrift, Erinnerung und politische Identität in frühen Hochkulturen*. Munich, C.H. Beck, 2007. 344 S.
25. Zamyatin D.N. Identity and Territory: the humanitarian and the geographical Approaches and Discourses. In Semenenko I.S., Fadeeva L.A. (eds). *Identichnost' kak predmet politicheskogo analiza* [Identity as a Matter of Political Analysis]. Moscow, 2011, pp. 186–203. (In Russian).
26. Fedotova N.G. Territorial Identity as a Symbolic Resource of Region. *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta im. Yaroslava Mudrogo = Novgorod State University Bulletin*, 2015, no. 7 (90), pp. 105–108. (In Russian).
27. Castells M. *The Power of Identity*. New York, Wiley-Blackwell, 2010. Vol. II. 512 p.
28. Ustinova K.A., Kozyrev D.A., Gurina R.V. Rank Analysis as a Method of Research and its possible Applications to astrophysical Systems. *Mezhdunarodnyi studentcheskii nauchnyi vestnik = International Student Scientific Bulletin*, 2015, no. 3-4, pp. 446–449. (In Russian).
29. Price D. Regular Patterns in the Organisation of Science. *Organon*, 1965, no. 2, pp. 246.
30. Zipf G.R. *Human Behavior and the Principle of Least Effort*. Cambridge, Addison-Wesley Press, 1949. 597 p.
31. Putin V. The problem of obtaining and building up national identity is fundamental for Russia. *Putin segodnya = Putin-today*, 2014, January 5. Available at: <https://www.putin-today.ru/archives/50>. (In Russian).

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Николайчук И.А. Поиск новой российской идентичности: медиагеографические исследования ментального ландшафта / А.Ю. Николайчук, Т.С. Якова, М.М. Янгляева. — DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(4).642-659 // Вопросы теории и практики журналистики. — 2020. — Т. 9, № 4. — С. 642–659.

FOR CITATION

Nikolaichuk I.A., Yakova T.S., Yanglyaeva M.M. In Search for a New Russian Identity: Media-Geographical Studies of the Mental Landscape. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2020, vol. 9, no. 4, pp. 642–659. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(4).642-659. (In Russian).