

Научная статья

УДК 070

EDN ETPPYJ

DOI 10.17150/2308-6203.2026.15(2).349-365



Социальная инклюзия в медийном поле России и стран СНГ: повестки дня, акторы и нарративы*

Терентьева Е.В. 

Российский государственный университет социальных технологий, г. Москва,
Российская Федерация, terenteva@rgust.ru

Аннотация. Статья представляет собой часть комплексного исследования, посвященного анализу того, как формируется инклюзивная повестка в российских медиа. Эмпирическую основу работы составляет контент-анализ выборки из 638 публикаций в СМИ за период с ноября 2024 по ноябрь 2025 г., составленной с помощью системы «СКАН-Интерфакс» по запросу «социальная инклюзия». Под социальной инклюзией в работе понимается разноуровневый процесс создания условий для вхождения индивидуума в определенный социум, вовлечение субъекта социальной жизни в общественные интеракции, приращение/возвращение социального капитала и ресурсов. Актуальность исследования обусловлена тем, что в обществе сформировался социальный заказ на инклюзивную повестку в СМИ, выразителями которого являются различные акторы: властные структуры, центры гражданских инициатив, политические ассоциации, сами граждане. Однако степень реализации заказа на социальную инклюзивную повестку средствами массовой информации еще недостаточно изучена. Цель исследования состоит в выявлении доминирующих тематических кластеров, акторов, нарративных моделей медийной повестки по теме социальной инклюзии. В работе показано, что анализируемая медийная повестка структурирована иерархией акторов (государство — бизнес — НКО), воспроизводит позитивный событийный нарратив. Ядром повестки выступают следующие тематические кластеры: социальная инклюзия как соревнование и/или демонстрация успеха, как государственная, корпоративная/образовательная программа, как локальные акции и волонтерство, как программа международного сотрудничества, как часть процесса цифровизации. Основными нарративам социальной инклюзии является событийный, институционализированный, субъективированный, индивидуализированный. Статья адресована специалистам в области медиакоммуникаций, социальной инклюзии, социальных технологий.

Ключевые слова. Социальная инклюзия, медийная повестка, тематические кластеры, акторы, нарративы.

Финансирование. Публикация статьи профинансирована СПбГУ на основании результатов конкурсного отбора научных мероприятий, рекомендованных к проведению.

Информация о статье. Дата поступления 26 февраля 2026 г.; дата поступления после доработки 3 апреля 2026 г.; дата принятия к печати 13 апреля 2026 г.; дата онлайн-размещения 9 июня 2026 г.

* Материалы обсуждены на XXIX международной научно-практической конференции «Журналистика XXI века (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, 21–22 ноября 2025 г.)».

Для цитирования. Терентьева Е.В. Социальная инклюзия в медийном поле России и стран СНГ: повестки дня, акторы и нарративы / Е.В. Терентьева. — DOI 10.17150/2308-6203.2026.15(2).349-365. — EDN ЕТПУУ // Вопросы теории и практики журналистики. — 2026. — Т. 15, № 2. — С. 349–365.

Original article

Social Inclusion in the Media Landscape of Russia and the CIS Countries: Agendas, Actors, and Narratives**

Terentyeva E.V. 

Russian State University of Social Technologies, Moscow, Russian Federation,
terentyeva@rgust.ru

Abstract. This study is part of a comprehensive research project analyzing how the inclusive agenda is being shaped in the Russian media. The empirical basis of the study is a content analysis of a sample of 638 media publications from November 2024 to November 2025, compiled using the SKAN-Interfax system with the query “social inclusion.” Social inclusion is understood in this study as a multi-level process of creating conditions for an individual to enter a particular society, involving the subject of social life in social interactions, and increasing/restoring social capital and resources. The relevance of the study is due to the fact that a social demand for an inclusive agenda in the media has formed in society, being expressed by various actors: government structures, civil initiative centers, political associations, and citizens themselves. However, the degree to which the media has implemented the demand for a socially inclusive agenda has not yet been sufficiently studied. The aim of the study is to identify the dominant thematic clusters, actors, and narrative models of the media agenda on the topic of social inclusion. The study shows that the analyzed media agenda is structured by a hierarchy of actors (state-business-NGOs) and reproduces a positive event-driven narrative. The core of the agenda consists of the following thematic clusters: social inclusion as competition and/or demonstration of success, as a state, corporate/educational program, as local initiatives and volunteering, as an international cooperation program, and as part of the digitalization process. The main narratives of social inclusion are event-driven, institutionalized, subjectivized, and individualized. The paper is intended for experts in the field of media communications, social inclusion, and social technologies.

Keywords. Social inclusion, media agenda, thematic clusters, actors, narratives.

Funding. The publication of the article was financed by Saint Petersburg State University based on the results of the competitive selection of scientific events recommended for implementation.

Article info. Received February 26, 2026; revised April 3, 2026; accepted April 13, 2026; available online June 9, 2026.

For Citation. Terentyeva E.V. Social Inclusion in the Media Landscape of Russia and the CIS Countries: Agendas, Actors, and Narratives. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2026, vol. 15, no. 2, pp. 349–365. (In Russian). EDN: ЕТПУУ. DOI: 10.17150/2308-6203.2026.15(2).349-365.

** The materials were discussed at the 29th International Scientific and Practical Conference “Journalism of the 21st Century” (Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, November 21–22, 2025).

Введение

В современном обществе одним из важных общественных феноменов, требующих осмысления и продвижения в публичном медиаполе, является социальная инклюзия — процесс создания равных возможностей для всех членов общества и вовлечения их в активную социальную жизнь [1]. Как отмечается в работах Р. Баубёка, понятие социальной инклюзии связано с членством индивидуума, принадлежностью его к определенной группе, сообществу [2]. Опираясь на данное положение, В.К. Антонова подчеркивает, что «именно в социальной инклюзии заключается возможность государства проводить политику социальной интеграции, которая, предположительно, должна стать цементирующей основой всякого социального государства» [3, с. 157]. Для эффективного анализа и оценки реализации принципов социальной инклюзии особое значение приобретает социологический мониторинг, позволяющий формировать объективную картину состояния инклюзивных практик [4]. Под социальной инклюзией в широком смысле, вслед за В.Н. Ярской, ученые предлагают понимать инклюзию как стратегию «уменьшения и смягчения социального неравенства, улучшения качества жизни и защите прав человека» [5, с. 41]. В.К. Антонова также делает вывод о том, что «социальная инклюзия — обязательный процесс, ведущий к социальной интеграции, которая превращает всех членов общества в лояльных граждан, независимо от их этнического происхождения, уровня культурного и социального капитала, наличия ограничений по здоровью» [3, с. 157–158]. Трудно не согласиться с мнением исследователей и о том, что «инклюзия становится новым кодовым знаком для обозначения стремления к преодолению неравенства, обретения свободы и нового качества жизни» [6, с. 6].

В России имеется социальный запрос на формирование инклюзивной повестки. В частности, данные, полученные компанией *Brand Analytics*, свидетельствуют о положительной динамике интереса к инклюзивной повестке в обществе. Однако несмотря на позитивные сдвиги, «исследование компании *Brand Analytics* (данные на 2025 г.) указывает на раннюю стадию формирования инклюзивной культуры. Анализ соцсетей показывает, что в 65 % сообщений доминирует нарратив «жертвы и бремени», и лишь 10 % обсуждений строятся в логике «равного»¹. Как представляется, эти 10 % отражают тенденцию к глубинным сдвигам в общественном сознании, связанным с переходом от «медицинской» модели понимания инклюзии к модели «социальной», согласно которой социальная инклюзия рассматривается как вовлечение субъекта социальной жизни в совместные общественные процессы, приращение/возвращение социального капитала и ресурсов. Для реализации модели социальной инклюзии Фондом президентских грантов выделяются значительные средства, что доказывает признание ее необходимости на институциональном уровне². При этом мы должны констатировать, что несмотря на наличие социального заказа, степень его реализации в медийном пространстве, качество освещения темы, структура формируемой повестки, с одной стороны, остаются недостаточно изученными, а с другой — не в полной мере отвечает имеющемуся социальному запросу, что и определяет актуальность настоящего исследования.

¹ Аналитики: в России формируется запрос на новую инклюзивную повестку // Аргументы и Факты. URL: <https://aif.ru/event/info/analitiki-v-rossii-formiruetsya-zapros-na-novuyu-inklyuzivnuyu-povestku> (дата обращения 28.11.2025).

² Фонд президентских грантов. URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/public/con-test/index> (дата обращения 25.12.2025).

Статья представляет собой попытку установить, как именно средства массовой информации структурируют общественный дискурс о социальной инклюзии, каковы структура, акторы и основные нарративные модели инклюзивной медийной повестки, как категоризируются инфоповоды при ее формировании.

Практический аспект работы продиктован необходимостью создания эффективных инструментов коммуникационной политики в области социальной инклюзии. Понимание структуры медийной повестки должно позволить скорректировать стратегии взаимодействия со СМИ, сделать инклюзивную тематику не периферийной и узкоспециальной, а органичной частью общегражданского информационного поля, что является необходимым условием для реальной, а не декларативной социальной инклюзии.

Материалом для исследования послужила выборка из 638 публикаций российских СМИ за период с 22 ноября 2024 по 22 ноября 2025 г., полученная из базы данных «СКАН-Интерфакс»³ по ключевому запросу «социальная инклюзия».

Теоретико-методологические основания исследования

Как известно, понятие «социальная инклюзия» в ходе концептуализации постепенно смещалось от патерналистской модели «поддержки уязвимых групп» к модели, признающей за каждым индивидом право на полноценное участие в общественной жизни. Значимую роль в этом переосмыслении сыграли такие зарубежные исследователи, как *M. Oliver* [7], *C. Barnes*, *G. Mercer* [8], заложившие основы социальной модели инклюзивности. В российской научной традиции значительный вклад в концептуализацию понятия инклюзии внесли Е. Яр-

ская-Смирнова и П. Романов, которые рассматривают инклюзию как принцип социальной политики, реализуемый через конкретные механизмы в различных сферах, прежде всего в образовании [5].

В настоящей работе мы исходим из того, что социальная политика реализуется во многом через медийные механизмы, которые в свою очередь нуждаются в качественной аналитике для оценки их эффективности. Продуктивная аналитика, на наш взгляд, возможна только при синтезе трех концептуальных подходов, каждый из которых является аспектом рассмотрения исследуемого феномена: *теория социального заказа* (С.Г. Корконосенко) объясняет, какие общественные запросы и от каких акторов транслируются медиа; *концепция медиатизации* (Э.А. Сулейманов и др.) позволяет понять, как логика медиапроизводства трансформирует саму социальную реальность инклюзии; *нарративный анализ* дает инструменты для реконструкции сюжетных схем, ролевых структур и оценочных доминант, через которые инклюзия предстает в конкретных текстах.

Теория социального заказа, предложенная С.Г. Корконосенко, выступает в нашей работе в качестве исследовательской рамки, имеющей объяснительную силу. Исходным является положение о том, что медиа не действуют в вакууме: их повестка формируется под влиянием ожиданий, потребностей и запросов общества. В работах С.Г. Корконосенко понятие *социального заказа* получает следующее определение: это «совокупность потребностей общества, выраженная в виде задач, выполнение которых ожидается от данного субъекта деятельности в актуальном социально-временном пространстве» [9, с. 9]. Из определения следует, что заказ исходит от общества, но его выразителями могут быть разные субъекты — властные структуры, центры гражданской инициативы, профессиональные ассоциации — с раз-

³ SCAN Система управления репутацией мониторинга СМИ и соцмедиа // Информационное агентство Интерфакс. URL: <https://scan-interfax.ru/media-monitoring> (дата обращения 22.11.2025).

ной степенью адекватности подлинным запросам социума [9, с. 11].

В структуре социального заказа С.Г. Корконосенко выделяет три блока: *культурно-ценностный* (включенность прессы в духовно-идеологические контексты), *предметно-тематический* (освещение тем и событий, составляющих первоочередную повестку дня) и *профессионально-исполнительский* (квалификационная готовность журналистов к удовлетворению социальных запросов) [9, с. 12–13]. Эта трехчастная структура непосредственно задает эмпирические оси нашего исследования: анализ тематических кластеров публикаций об инклюзии соответствует предметно-тематическому блоку; выявление акторов, которые формулируют (или «озвучивают») заказ, позволяет понять, чьи интересы легитимируются; наконец, изучение нарративных моделей и оценочной лексики раскрывает культурно-ценностные доминанты и профессиональные установки журналистов.

Второй концептуальный подход исследования связан с понятием *медиазации*. Под медиазацией понимается процесс, в ходе которого социальные и политические реалии не просто отражаются в медиа, но трансформируются, подчиняясь внутренней логике медиапроизводства — форматам, жанровым канонам, временным циклам, драматургическим схемам [10; 11]. Для нашего исследования это означает, что инклюзия как социальная практика и как ценность неизбежно «переводится» на язык медиа, и в этом переводе одни аспекты высвечиваются, другие затемняются, третьи упрощаются до стереотипов.

Исследования, выполненные в русле медиазации, показывают, что даже при самых благородных намерениях журналистов публикации об инклюзии могут воспроизводить патерналистские интонации, если они вписаны в привычные нарративные схемы («героическое

преодоление», «жалость», «опасность»). А.Р. Тузиков, анализируя идеологическую функцию масс-медиа, отмечает, что они реализуют «идеологию видимую и невидимую», формируя не только содержание, но и сами критерии социального значимого [12]. Применительно к инклюзии это означает, что медиа становятся активным агентом, который может как способствовать дестигматизации, так и — непреднамеренно — закреплять исключаящие установки. Концепция медиазации задает эмпирические гипотезы: мы ожидаем, что в общественно-политических СМИ инклюзия будет представлена более абстрактно, через «общие истории» с актором в лице государства или общества, тогда как в специализированных изданиях вероятна персонификация и конкретизация. Этот вывод, сформулированный Д. Курнаковой и В. Беленко [13], получает в рамках теории медиазации дополнительное объяснение: разные типы медиа обладают разными производственными ритуалами и форматами, что и порождает устойчивые различия в репрезентации.

Третий концептуальный подход предполагает использование нарративного *анализа*, который дает инструментарий для работы с конкретными текстами. В отличие от формально-содержательного контент-анализа, нарративный подход фокусируется на сюжетной структуре, системе персонажей, роли рассказчика, оценочных модулях [14; 15]. Для изучения инклюзивной повестки это означает, что мы анализируем не просто частоту упоминания слова «инклюзия» или людей с инвалидностью, а то, как о них рассказывают: кто выступает главным героем (человек с инвалидностью, его родственник, чиновник, волонтер), каков тип сюжета (преодоление, спасение, конфликт, повседневность), какие оценки доминируют (восхищение, сочувствие, уважение, нормализация).

Исследования, проведенные в этой парадигме Я.А. Маргуляном, Я.С. Роче-

вой, А.Л. Шавониным [16], и наш анализ материала Национального корпуса русского языка [17] показывают, что в российских СМИ по-прежнему сильны «героические» и «патологизирующие» нарративы об инвалидности, тогда как нарративы «обычной жизни» и «социальной включенности» представлены слабее. Нарративный анализ в сочетании с теорией социального заказа позволяет ответить на вопрос, *чей* голос (чья позиция) легитимируется в публикации: если человек с инвалидностью сам является рассказчиком — это один тип нарратива, если о нем рассказывают от третьего лица — другой, если он выступает объектом помощи — третий.

Предложенная в настоящем исследовании теоретико-методологическая триада — теория социального заказа, концепция медиатизации, нарративный анализ — обеспечивает логику исследования: *социальный заказ* задает макроуровень: какие темы об инклюзии считаются важными, кто их инициирует, какие ценности транслируются; *медиатизация* описывает процессуальный уровень: как именно социальная практика инклюзии преобразуется в медиaproдукт, какие трансформации неизбежны; *нарративный анализ* обеспечивает микроуровень: как эти трансформации материализуются в конкретных текстах — в сюжетах, персонажах, оценках.

Эмпирически это означает, что мы не ограничиваемся констатацией многозначности понятия «инклюзия» (в работах В.Н. Ярской [5], М.С. Астоянц и И.Г. Росихиной [18], О.А. Музыки и В.В. Попова [19], И.А. Макеевой [20], Шеманова А.Ю. и др. [21] эта многозначность убедительно показана). Мы с помощью теории социального заказа выявляем, какие именно трактовки инклюзии (патерналистская, правовая, солидарная) и от имени каких акторов попадают в медиа; с помощью концепции медиатизации устанавливаем, почему одни трактовки

тиражируются, а другие остаются маргинальными; с помощью нарративного анализа определяем, какими языковыми и сюжетными средствами эти трактовки укореняются в сознании аудитории.

Такой синтез позволяет, в частности, продуктивно интерпретировать выводы Г.В. Жигуновой и Ю.А. Афонькиной о региональной специфике инклюзивных процессов — через призму того, как региональные медиа (со своей производственной логикой и локальным социальным заказом) конструируют образ инклюзии [22]. Аналогичным образом предложенное Ф.И. Шарковым и Т.В. Андрияновой понятие «медийной инклюзии» может быть переосмыслено не как нормативная декларация, а как эмпирически фиксируемый результат пересечения трех описанных процессов [23].

Таким образом, теоретико-методологическую базу настоящего исследования составляет концептуальная рамка, интегрирующая теорию социального заказа, концепцию медиатизации и нарративный анализ. Каждый из этих подходов вносит свой вклад в объяснение того, как, почему и с какими последствиями инклюзивная повестка репрезентируется в российских СМИ.

Основные результаты исследования

Эмпирическую базу исследования составили данные аналитической панели СКАН-Интерфакс, сформированной по запросу ключевого сочетания «социальная инклюзия». Поисковый запрос был задан в точном соответствии с терминологией исследования, что обеспечило релевантность и полноту выборки. В анализ включались только те публикации, в которых данное сочетание встречалось в заголовке, тексте или подзаголовке, а также публикации, где тема раскрывалась через синонимичные или смежные понятия (например, «инклюзия», «социальная интеграция», «доступная среда»), при усло-

вии явной смысловой связи с предметом исследования. Из анализа исключались материалы, не содержащие прямого или косвенного упоминания темы социальной инклюзии, а также публикации, не относящиеся к медийному пространству (например, рекламные материалы без аналитической составляющей).

В исследовательскую выборку были включены 638 публикаций, распределенных по следующим категориям источников: порталы СМИ — 335, агрегаторы СМИ — 218, ленты информагентств — 66, газеты — 8, блоги СМИ — 6, отраслевые порталы — 5. На рис. 1 представлены категории источников, в которых зафиксировано ключевое сочетание.

На рис. 2 отражены доминирующие тематические кластеры медийной повестки.

Медийная повестка социальной инклюзии характеризуется тематической дифференциацией. Лидирующее положение ожидаемо занимает кластер «Социальные вопросы». Он включает широкий спектр сюжетов: от освещения

позитивных инициатив до критики недоступности среды и описания отдельных происшествий. Вторым по значимости является кластер «Наука и технологии». В его структуре выделяются два устойчивых субкластера: наука и образование, наука и технологические решения.

На рис. 3 представлено распределение публикаций по группам источников.

Как видно из рис. 3, тема социальной инклюзии активно освещается в региональных СМИ России и в национальных медиа стран СНГ. Наибольший вклад вносят агрегаторы новостей («БезФормата») и сети региональных изданий («Инфорос», «РИАМО»). География охвата включает регионы Российской Федерации и часть стран постсоветского пространства. В работе используются данные системы СКАН-Интерфакс, выгрузка которой включает крупнейшие города и все субъекты РФ, а также страны СНГ, объединенные русскоязычным пространством с Россией. Основная доля публикаций (более 90 %) приходится на российские источники, федеральные

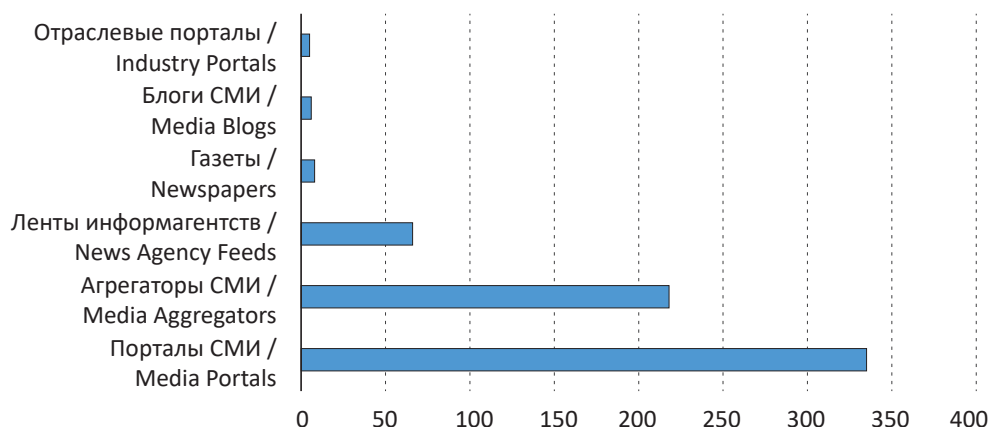


Рис. 1. Категории источников СМИ

Fig. 1. Categories of Media Sources

Составлен автором на основе данных аналитической панели СКАН-Интерфакс: <https://scan-interfax.ru/media-monitoring>.

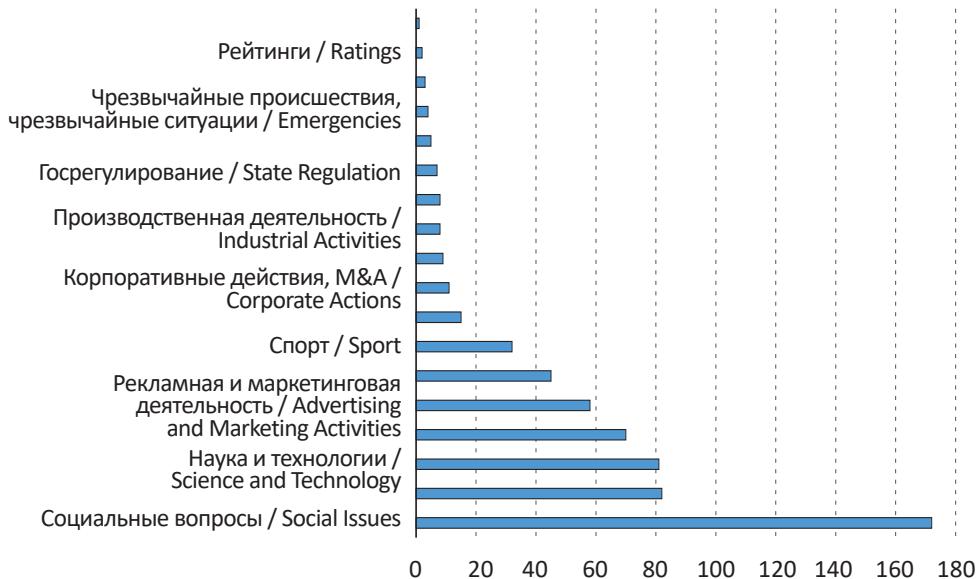


Рис. 2. Темы публикаций СМИ

Fig. 2. Topics of Media Publications

Составлен автором на основе данных аналитической панели СКАН-Интерфакс: <https://scan-interfax.ru/media-monitoring>.

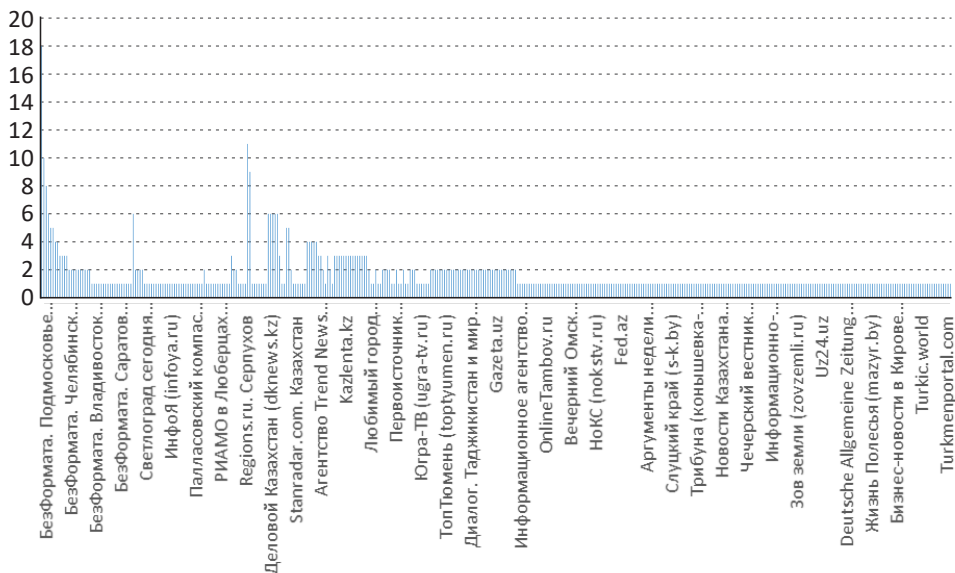


Рис. 3. Группы источников СМИ

Fig. 3. Groups of Media Sources

Составлен автором на основе данных аналитической панели СКАН-Интерфакс: <https://scan-interfax.ru/media-monitoring>.

и региональные СМИ. Доля зарубежных (СНГ) источников составляет меньшую часть массива, однако их присутствие позволяет отслеживать информационные потоки и тренды, связанные с Россией и русскоязычным пространством за пределами РФ.

Федеральные российские медиа демонстрируют минимальный вклад в формирование повестки по данной теме. Более 200 уникальных названий с одной публикацией свидетельствует о разрозненности и фрагментарности информационного поля, большинство изданий обращается к теме социальной инклюзии эпизодически. Таким образом, анализ групп источников показывает, что дискурс социальной инклюзии в СМИ формируется преимущественно на региональном уровне в России и на национальном уровне в странах СНГ.

Анализ эмпирического материала позволил выявить устойчивую структуру тематических кластеров, состав акторов и доминирующие нарративные модели, репрезентирующие социальную инклюзию в медийном поле.

1. Тематические кластеры инклюзивной повестки

В ходе исследования были выделены пять основных тематических кластеров репрезентации социальной инклюзии в СМИ.

1.1. *Социальная инклюзия как соревнование и/или демонстрация успеха.* Данный кластер наиболее ярко репрезентирован в СМИ. Его ядро составляют чемпионаты профессионального мастерства «Абилимпикс» (51 упоминание организации⁴ — 53,7 %) и молодежные инновационные конкурсы. Ключевой инфоповод — старт и проведение проекта «100 идей для Беларуси» (28 публикаций — 29,5 %), а также федерального

⁴ Здесь и далее в скобках после примеров указано количество упоминаний и их процентные значения (курсив).

проекта «Город возможностей», направленного на развитие инклюзивного блогинга (16 — 16,8 %). Социальная инклюзия конструируется через нарратив достижений, где люди с инвалидностью предстают как успешные профессионалы, спортсмены, изобретатели.

1.2. *Социальная инклюзия как государственная, корпоративная/образовательная программа.* Этот кластер демонстрирует институциональное измерение инклюзивной политики. *Государственные программы* представлены деятельностью профильных министерств: Минобрнауки России (12 — 18,8 %), Минтруд России (девять — 14,0 %), Министерство просвещения РФ (десять — 15,6 %), Минтруд Республики Казахстан (12 — 18,8 %), а также региональных администраций (Тюменская область, ХМАО, Татарстан). Инфоповоды фиксируют отчетные мероприятия: «Итоги года: достижения в сфере социальных программ, занятости и защиты трудовых прав» (11 — 17,2 %), «В Волгоградской области проводятся мероприятия, приуроченные к Международному дню инвалидов» (десять — 15,6 %).

Корпоративные программы активно развиваются крупным бизнесом: Сибур (20 — 37,7 %), Русал (11 — 20,8 %), VK (22 — 41,5 %) и т.д. Бизнес выступает не только спонсором, но и инициатором образовательных и ESG-проектов.

Образовательные программы занимают особое место. Наряду с ведущими федеральными и региональными вузами (МГТУ им. Баумана — девять (8,9 %), ВятГУ — десять (9 %)) массово представлены региональные техникумы и колледжи: ГСГУ (39 — 38,6 %), Ступинский техникум (14 — 13,9 %), Павлово-Посадский (11 — 10,9 %), Дмитровский (девять — 8,9 %), Коломенский аграрный (девять — 8,9 %) и др. Это свидетельствует о том, что реальная инклюзивная практика в значительной степени локализована на уровне среднего профессионального образования.

1.3. *Социальная инклюзия как локальные акции и волонтерство.* Кластер фиксирует «низовую» инклюзию, повседневные практики взаимопомощи. Он наполнен конкретными событиями: «Студенты в Чехове присоединились к акции поддержки людей с аутизмом» (три — 23 %), «В Лениногорске провели экскурсию в мечеть для людей с ментальными особенностями» (два — 15,4 %), «Рисовали павлина и расписывали пряники: студенты позанимались с детьми с ОВЗ в Серпухове» (два — 15,4 %). Особо выделяется инфоповод о восстановлении центра социальной инклюзии после коммунальной аварии в Сургуте (шесть — 46,2 %), демонстрирующий роль локального сообщества. Высокие позиции в рейтинге персоналий занимают активисты и руководители локальных инициатив.

1.4. *Социальная инклюзия как программа международного сотрудничества.* Этот кластер подчеркивает встроенность национальных повесток в глобальный контекст. Абсолютным лидером по числу упоминаний является ООН (60 — 56,1 %), за ней следуют Евросоюз (15 — 14,0 %), Межпарламентский союз (14 — 13,1 %), Всемирный банк (12 — 11,2 %), ЮНЕСКО (шесть — 5,6 %).

1.5. *Социальная инклюзия как часть процесса цифровизации.* Это формирующийся, но уже отчетливо выраженный кластер. Цифровые платформы (*Telegram* — 26 (54,2 %), *VK* — 22 (45,8 %)) выступают ключевыми каналами трансляции инклюзивного контента. Технологические решения для инклюзии представлены разработками: «Приложение со звуковым ассистентом для людей с нарушением зрения создали ученые в Пензе» (2 — 16,7 %). Крупные IT-компании интегрируют инклюзивную повестку в свои стратегии (5 — 41,6 %). Инфоповоды о создании единой цифровой экосистемы в Кыргызстане (3 — 25 %) и развитии связи в отдаленных

районах Ростовской области (2 — 16,7 %) связывают инклюзию с инфраструктурной модернизацией.

2. Акторы инклюзивной повестки

Анализ корпуса данных показал, что акторная структура медийного поля включает несколько уровней:

Наднациональные организации: ООН (60 — 56,1 %), Евросоюз (15 — 14,0 %), Межпарламентский союз (14 — 13,1 %), Всемирный банк (12 — 11,2 %), ЮНЕСКО (шесть — 5,6 %).

Федеральные органы власти и институты развития: Правительство РФ (18 — 12,2 %), Минобрнауки России (12 — 9,4 %), Минтруд России (девять — 7,1 %), Министерство просвещения РФ (десять — 7,9 %), Госдума (восемь — 6,3 %), АСИ (девять — 7,1 %), Фонд президентских грантов (четыре — 3,1 %), движение «Абилимпикс» (51 — 40,2 %), «Россия — страна возможностей» (шесть — 4,7 %).

Региональные органы власти и местные администрации: администрации Тюменской, Московской, Курской областей, ХМАО, Татарстана, акиматы Казахстана.

Образовательные учреждения: техникумы и колледжи (ГСГУ — 39 (36,4 %), Ступинский техникум — 14 (13,1 %), Павлово-Посадский — 11 (10,3 %), Дмитровский — девять (8,4 %), Коломенский аграрный — девять (8,4 %); вузы (МГТУ им. Баумана — девять (8,4 %), ВятГУ — десять (9,3 %), ТГПУ им. Толстого — шесть (5,6 %).

Бизнес-структуры: Сибур (20 — 27,8 %), Русал (11 — 15,3 %), *VK* (22 — 30,6 %), Huawei (пять — 6,9 %), Бакай Банк (шесть — 8,3 %), *Ozon*, *Avito* (три — 4,2 %), «Интернет решения» (пять — 6,9 %).

Некоммерческие организации и общественные объединения: «Счастье» (16 — 20,3 %), «Вдохновение» (шесть — 7,6 %), центр «Любознайка» (шесть — 7,6 %), Белорусский инновационный фонд (девять — 11,4 %), НАН Беларуси (42 — 53,2 %).

Персоналии: наряду с первыми лицами государств (К.Ж.К Токаев, В.В. Пу-

тин, Ш.М. Мирзиеев) высокие позиции занимают непосредственные организаторы инклюзивных практик.

3. Нарративные модели медийной повестки

Аналитика сервиса СКАН-Интерфакс позволяет отследить динамику инфоповодов. Панель отчета имеет вкладку «Инфоповоды», которая в нашем результате выдачи содержала 65 записей с кратким описанием события или темы, получившей освещение в СМИ. Для каждого инфоповода было указано числовое значение — количество упоминаний. Суммарный «вес» всех инфоповодов составил около 450 единиц. Значения варьируются от 28 (максимум) до двух (минимум). Это позволяет выделить группу наиболее резонансных событий, которые привлекли максимальное внимание медиа, и группу менее заметных, но также значимых для региональной и отраслевой инклюзивной повестки.

Инфоповоды, связанные с проблемами социальной инклюзией, охватывают широкий спектр тем: образование, профессиональные конкурсы, культурные и спортивные мероприятия, международное сотрудничество, социальные проекты бизнеса и НКО, законодательные инициативы и др. По тематике их можно условно разделить на несколько блоков.

1. Инклюзивное образование и профориентация — конкурсы «Абилимпикс», проекты для детей с ОВЗ, инклюзивные практики в вузах и колледжах.

2. Социальные проекты и благотворительность — «Город возможностей», «Помогай-игры», грантовые конкурсы.

3. Культура и творчество — инклюзивные фестивали, спектакли, выставки, модные показы, музейные инициативы.

4. Международные форумы и конференции — ассамблеи Межпарламентского союза, конгрессы по инклюзивному образованию.

5. Социальная политика и инфраструктура — обсуждение законов, раз-

витие доступной среды, строительство, реабилитационные центры.

6. Корпоративная социальная ответственность — проекты *Huawei*, *Ozon*, «Байкай Банк», «Сибур», «Почта России» и др.

Наибольшее количество упоминаний получили события, связанные с масштабными конкурсами и проектами, а также мероприятия с участием высоких официальных лиц или международных организаций.

Географический охват инфоповодов широк и коррелирует с данными аналитики «Регионы». Наиболее активно представлены:

– *Россия* (Москва, Московская область, Тюменская область, ХМАО, Татарстан, Курская область, Волгоградская область и др.) — более половины всех событий;

– *Беларусь* — мероприятия в Минске, Витебске, Гомельской области;

– *Казахстан* — чемпионаты «Абилимпикс», конференции в Астане, Алматы, Кокшетау, встречи акимов и депутатов.

– *Узбекистан* — ассамблея Межпарламентского союза в Ташкенте, образовательные и социальные инициативы.

– *Кыргызстан* — образовательные курсы *Ozon*, музейная инициатива по жезтовому языку в Бишкеке.

– *Таджикистан, Молдова, Туркменистан* — отдельные мероприятия и интервью.

– *Международный уровень* — упоминания ООН, ЮНЕСКО, Всемирного банка, ЕБРР, Межпарламентского союза, а также события в Дубае, Катаре, Турции, США.

Таким образом, инфоповоды отражают как внутрироссийскую повестку, так и активное сотрудничество стран СНГ и международных организаций в сфере инклюзии. Представленный массив инфоповодов демонстрирует многообразие направлений работы в сфере социальной инклюзии на постсоветском пространстве. Наибольший медийный вес имеют масштабные проекты с участием государства,

международных организаций и крупного бизнеса. Региональные СМИ активно освещают локальные инициативы, создавая позитивный информационный фон. При этом прослеживается ориентация на событийную журналистику, что позволяет привлекать внимание к конкретным достижениям и проблемам.

Анализ инфоповодов позволяет реконструировать четыре основные нарративные модели.

3.1. *Событийный нарратив* является базовым для новостной ленты. Подавляющее большинство инфоповодов построено по схеме «что, где, когда»: *В марте в Татарстане стартует региональный чемпионат «Абилимпикс»; Едем на «Интеграцию-2025!* Этот нарратив выполняет информационную функцию, фиксируя событийную канву инклюзивных практик.

3.2. *Институционализированный нарратив* реализуется через частое упоминание организаций как главных действующих лиц. Институты (ООН, Минобрнауки, «Абилимпикс», ГСГУ, Сибур) выступают субъектами повестки. Инфоповоды часто подчеркивают роль структуры: *Делегация Курской области принимает участие в выставке «Интеграция-2025»; ППО ГОУ ВО МО «ГСГУ» Инклюзия лучшая в стране! Решил Минтруд.* Этот нарратив легитимирует инклюзию через авторитет институций и демонстрирует системный характер работы.

3.3. *Субъективированный нарратив* проявляется в выдвигании на первый план конкретных людей, которые непосредственно реализуют инклюзивные практики. Это не абстрактные чиновники, а руководители центров, активисты, преподаватели, студенты.

3.4. *Индивидуализированный нарратив* фокусируется на уникальном опыте, личной истории, судьбе, достижениях конкретного человека с «социальной уязвимостью», чаще — с ОВЗ или инвалидностью. В отличие от субъективированного

нарратива, где человек важен как функционер (руководитель, преподаватель), здесь индивидуум важен как уникальная личность со своей биографией, что способствует эмоциональному вовлечению аудитории и разрушению стереотипов.

Выводы

Проведенное исследование позволяет сделать несколько обобщающих выводов относительно того, как формируется и структурируется медийная повестка социальной инклюзии в российских СМИ и медиа стран СНГ. Отправной точкой анализа стал тезис о наличии в обществе социального заказа на инклюзивную тематику, который, согласно концепции С.Г. Корконосенко, может быть реализован средствами массовой информации лишь при условии сопряжения медийной, общественной и политической повесток. Эмпирические данные, полученные на основе выборки из 638 публикаций, подтверждают, что такой заказ действительно находит свое отражение в информационном поле, однако характер этого отражения далек от однозначности и требует содержательной интерпретации.

Анализ акторной структуры инклюзивной повестки показал, что она выстраивается в четкую иерархию: от наднациональных организаций (ООН, ЮНЕСКО) и федеральных ведомств к крупному бизнесу, региональным администрациям и некоммерческому сектору. Такая иерархия свидетельствует о том, что инклюзивная повестка в ее нынешнем виде институционализирована «сверху» и лишь на нижних уровнях обретает черты живой, локальной инициативы. Упоминание в выборке региональных средних специальных учебных учреждений и волонтерских акций при фактическом отсутствии «социальной инклюзии» в ядре повестки федеральных СМИ указывает на важную закономерность: инклюзия в России и странах СНГ сегодня — это преимущественно «местная» и «низовая» реаль-

ность, которая лишь эпизодически прорывается на общенациональный уровень. Это создает риск фрагментации дискурса социальной инклюзии и его периферийности по отношению к магистральным общественно-политическим темам.

Основу медийного поля составляют конкретные события: конкурсы, фестивали, форумы, выставки и юбилейные даты. Наибольший резонанс получают масштабные проекты с участием государства или международных организаций (например, «Город возможностей», чемпионаты «Абилимпикс»). Именно они обеспечивают максимальное количество упоминаний и формируют ядро информационной волны. Менее крупные инициативы (локальные мастер-классы, отдельные благотворительные акции) освещаются фрагментарно и преимущественно в региональных СМИ.

Наиболее освещаемые темы:

- инклюзивное образование и профориентация (конкурсы мастерства, проекты для молодежи);
- социальная поддержка и реабилитация (гранты, центры помощи);
- инклюзивная культура (фестивали, спектакли, выставки);
- доступная среда и городское развитие (строительство, сейсмоустойчивость, безбарьерная инфраструктура).

Меньше внимания уделяется узкоспециальным вопросам (законодательные изменения, финансирование, статистика), что характерно для массмедиа, ориентированных на широкую аудиторию.

Тематическая структура повестки, таким образом, с одной стороны, демонстрирует ее разнообразие, а с другой — обнажает определенные «слепые зоны». Доминирование кластеров «соревнование и успех», «государственные и корпоративные программы», «цифровизация» формирует в целом позитивный, достиженческий нарратив. Люди с ОВЗ и инвалидностью, другие уязвимые группы предстают в нем либо как

участники конкурсов профессионального мастерства, либо как благополучатели институциональной поддержки, либо как пользователи технологических новшеств. Такой фокус, безусловно, работает на дестигматизацию и демонстрацию потенциала данных социальных групп, однако он же может нивелировать проблемную повестку: вопросы физической и символической недоступности среды, невключенности в повседневные социальные практики остаются на периферии или артикулируются исключительно в связи с отдельными происшествиями.

Анализ нарративных моделей позволяет говорить о наметившемся, хотя и не завершенном, отходе от патерналистской риторики. Наряду с традиционным институционализированным нарративом, где главным героем выступает ведомство или организация, все более заметную роль играют субъективированный и индивидуализированный нарративы, смещающие фокус на конкретных людей — активистов, преподавателей, студентов, а также на уникальные личные истории. Именно эти модели обладают наибольшим потенциалом для эмоционального вовлечения аудитории и разрушения стереотипов, поскольку они переводят инклюзию из плоскости абстрактной государственной задачи в плоскость узнаваемого человеческого опыта.

С методологической точки зрения исследование подтвердило эвристическую ценность синтеза теории социального заказа, нарративного анализа и концепции медиатизации. Применение модели С.Г. Корконосенко позволило не просто зафиксировать тематические кластеры (предметно-тематический блок), но и соотносить их с вопросом о том, кто именно выступает выразителем общественных ожиданий (акторы) и какие культурно-ценностные доминанты транслируются через типичные сюжеты (нарративы). Выявленное несоответствие между активностью региональных и низовых акторов,

с одной стороны, и фактическим отсутствием системного интереса со стороны федеральных медиа — с другой, может быть интерпретировано как разрыв между подлинными социальными запросами и их репрезентацией в публичном пространстве, о возможности которого предупреждает С.Г. Корконосенко.

Таким образом, медийная повестка социальной инклюзии в России и странах СНГ представляет собой сложный, иерархически организованный и тематически дифференцированный конструкт. Она успешно выполняет функцию легитимации инклюзивных процессов через демонстрацию успеха, институциональной поддержки и технологического про-

гресса. Вместе с тем сохраняется риск закрепления инклюзии как «специальной», локальной или событийной темы, не интегрированной в полной мере в общегражданский дискурс. Дальнейшее развитие инклюзивной повестки, на наш взгляд, требует не только наращивания количественных показателей присутствия темы в СМИ, но и качественного усложнения нарративов — включения в них проблемных сюжетов, голосов самих людей, а также преодоления разрыва между региональным и федеральным уровнями освещения. Только при этих условиях можно говорить о полноценной реализации социального заказа на формирование инклюзивного общества.

Список использованной литературы

1. Трутаева А.В. Ориентиры социальной инклюзии / А.В. Трутаева. — DOI 10.47643/1815-1337_2023_2_61. — EDN CVXTVF // Право и государство: теория и практика. — 2023. — № 2 (218). — С. 61–63.
2. Bauböck R. Recombinant Citizenship / R. Bauböck // *Inclusions and Exclusions in European Societies* / ed. by A. Woodward, M. Kohli. — London: Routledge, 2001. — P. 38–58.
3. Антонова В.К. Концепты социальной инклюзии и эксклюзии в глобальном обществе: дрейф по социальным институтам, акторам и практикам / В.К. Антонова. — EDN SGOMZI // Журнал исследований социальной политики. — 2013. — Т. 11 (2). — С. 151–170.
4. Рочева Я.С. Теоретико-методологические основы социологического мониторинга соблюдения прав инвалидов / Я.С. Рочева, А.В. Чечулин, Г.Н. Пономаренко. — DOI 10.15593/2224-9354/2025.2.4. — EDN LQYQY // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. — 2025. — № 2. — С. 50–67.
5. Ярская В.Н. Инклюзия как важный принцип социальной работы / В.Н. Ярская. — EDN RFLMYF // Отечественный журнал социальной работы. — 2012. — № 4(51). — С. 41–46.
6. Социальная политика в современной России: реформы и повседневность / М. Буравой, В.С. Вахштайн, Е.А. Здравомыслова [и др.]. — Москва : Вариант, 2008. — 456 с.
7. Oliver M. *The Politics of Disablement* / M. Oliver. — London : Macmillan, 1990. — 166 p.
8. Barnes C. *Disability* / C. Barnes, G. Mercer. — Cambridge : Polity Press, 2003. — 186 p.
9. Корконосенко С.Г. Понятие социального заказа в теории и практике журналистики / С.Г. Корконосенко. — DOI 10.17150/2308-6203.2025.14(1).5-19. — EDN OSQKCD // Вопросы теории и практики журналистики. — 2025. — Т. 14, № 1. — С. 5–19.
10. Сулейманов Э.А. Трансформация социокультурных реалий в процессе медиатизации политики / Э.А. Сулейманов. — DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-2-38-47. — EDN PPFBS // Коммуникология. — 2025. — Т. 13, № 2. — С. 38–47.
11. Антипова Е.Е. Медианклюзия: социологический анализ / Е.Е. Антипова, М.А. Зайцева // От социальной исключенности к социальной инклюзии / под науч. ред. Т.В. Макеевой, В.Н. Гурьянчика. — Ярославль : РИО ЯГПУ, 2024. — С. 103–121. — EDN QGJNH.
12. Тузигов А.Р. Масс-медиа: идеология видимая и невидимая / А.Р. Тузигов. — EDNESCWAV // Полис. Политические исследования. — 2002. — № 5. — С. 123–133.
13. Курнакова Д.А. Инклюзия в информационной повестке общественно-политических СМИ и СМИ, специализирующихся на социальной журналистике / Д. Курнакова, В. Беленко. — DOI 10.47475/2949-3390-2024-4-2-434-443. — EDN GVESYE // Динамика медиасистем. — 2024. — Т. 4, № 2. — С. 434–443.


14. Van Dijk T.A. Principles of Critical Discourse Analysis / T.A. Van Dijk. — DOI 10.1177/0957926593004002006. — EDN JRJXUB // Discourse & Society. — 1993. — No. 4(2). — P. 249–283.
15. Fairclough N. Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities / N.L. Fairclough. — DOI 10.1177/0957926593004002002. — EDN JRJXSN // Discourse and Society. — 1993. — No. 4 (2). — P. 133–168.
16. Маргулян Я.А. Формирование положительного образа людей с инвалидностью в современных российских СМИ как основа их социальной инклюзии / Я.А. Маргулян, Я.С. Рочева, А.Л. Шавонин. — DOI 10.32603/2412-8562-2024-10-1-73-85. — EDN LDSOMU // Дискурс. — 2024. — Т. 10, № 1. — С. 73–85.
17. Терентьева Е.В. Отражение инклюзивной повестки в современном медиапространстве: центральные региональные СМИ (корпусное исследование) / Е.В. Терентьева. — EDN TRFGDI // Журналистика XXI века: повестки дня : материалы XXIX Междунар. науч.-практ. конф., 21–22 нояб. 2025 г. — Санкт-Петербург, 2025. — С. 353–359.
18. Астоянц М.С. Социальная инклюзия: попытка концептуализации и операционализации понятия / М.С. Астоянц, И.Г. Россихина. — EDN KYTAXX // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. — 2009. — № 12. — С. 51–58.
19. Музыка О.А. Теория инклюзии: социально-философские основания / О.А. Музыка, В.В. Попов. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. — 147 с. — EDN NEQWTO.
20. Макеева И.А. Социальная эксклюзия и инклюзия в контексте образования: сущность, подходы / И.А. Макеева. — DOI 10.33910/1992-6464-2020-198-45-55. — EDN VDEF CZ // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. — 2020. — № 198. — С. 45–55.
21. Социальный поворот искусства и проблемы инклюзии лиц с ограниченными возможностями здоровья / А.Ю. Шеманов, И.М. Востров, В.А. Егорова, А.В. Шехорина. — EDN PCSJPF // Современная зарубежная психология. — 2012. — Т. 1, № 1. — С. 30–42.
22. Жигунова Г.В. Состояние социальной инклюзии людей с инвалидностью в современном обществе (на примере Мурманской области) / Г.В. Жигунова, Ю.А. Афонькина. — DOI 10.25807/PVN.25419838.2018.4.20.26. — EDN PNQDSJ // Научное мнение. Экономические, юридические и социальные науки. — 2018. — № 4. — С. 20–26.
23. Шарков Ф.И. Медиаинклюзия: генезис, парадигмы и темы / Ф.И. Шарков, Т.В. Андриянова. — DOI 10.21453/2311-3065-2025-13-4-13-21. — EDN ZFXCSH // Коммуникология. — 2025. — Т. 13, № 4. — С. 13–21.

References


1. Trutaeva A.V. Guidelines for Social Inclusion. *Pravo i gosudarstvo: teoriya i praktika = Law and State: The Theory and Practice*, 2023, no. 2, pp. 61–63. (In Russian). EDN: CVXTVF. DOI: 10.47643/1815-1337_2023_2_61.
2. Bauböck R. Recombinant Citizenship. In Woodward A., Kohli M. (eds.). *Inclusions and Exclusions in European Societies*. London, Routledge, 2001, pp. 38–58.
3. Antonova V.K. Concepts of Social Inclusion and Exclusion in Global Society: Drift Across Social Institutions, Actors, and Practices. *Zhurnal issledovaniy sotsial'noi politiki = The Journal of Social Policy Studies*, 2013, vol. 11, pp. 151–170. (In Russian). EDN: SGOMZJ.
4. Rocheva Ya.S., Chechulin A.V., Ponomarenko G.N. Theoretical and Methodological Foundations of Sociological Monitoring of the Observance of the Rights of Persons with Disabilities. *Vestnik Permskogo natsional'nogo issledovatel'skogo politekhnicheskogo universiteta. Prikladnaya ekhologiya. Urbanistika = Bulletin of Perm National Research Polytechnic University. Urban Development*, 2025, no. 2, pp. 50–67. (In Russian). EDN: LJQYQY. DOI: 10.15593/2224-9354/2025.2.4.
5. Yarskaya V.N. Inclusion as an Important Principle of the Social Work. *Otechestvennyi zhurnal sotsial'noi raboty = Domestic Journal of Social Work*, 2012, no. 4, pp. 41–46. (In Russian). EDN: RFLMYF.
6. Buravoi M., Vakhshaitan V.S., Dravomyslova E.A., Zubarevich N.V., Konstantinovskii D.L. Social Policy in Contemporary Russia: Reforms and Everyday Life. Moscow, Variant Publ., 2008. 456 p. EDN: VTIITST.
7. Oliver M. *The Politics of Disablement*. London, Macmillan, 1990. 166 p.
8. Barnes C., Mercer G. *Disability*. Cambridge, Polity Press, 2003. 186 p.

9. Korkonosenko S.G. The Concept of Social Demand in the Theory and Practice of Journalism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2025, vol. 14, no. 1, pp. 5–19. (In Russian). EDN: OSQKCD. DOI: 10.17150/2308-6203.2025.14(1).5-19.
10. Suleimanov E.A. Transformation of Socio-Cultural Realities in the Process of Mediatization of Politics. *Kommunikologiya = Communicology*, 2025, vol. 13, no. 2, pp. 38–47. (In Russian). EDN: PPFBFS. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-2-38-47.
11. Antipova E.E., Zaitseva M.A. Media Inclusion: A Sociological Analysis. In Makeeva T.V. (ed.). *From Social Exclusion to Social Inclusion*. Yaroslavl, Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky Publ., 2024, pp. 103–121. EDN: QGJJNH.
12. Tuzikov A.R. Mass-Media: Visible and Invisible Ideology. *Politicheskie issledovaniya = Polis. Political Studies*, 2002, no. 5, pp. 123–133. (In Russian). EDN: ESCWAV.
13. Kurnakova D.A., Belenko V.E. Inclusion in the Information Agenda of Socio-Political Media and Media Specializing in Social Journalism. *Dinamika mediasistem = Dynamics of Media Systems*, 2025, vol. 4, no. 2, pp. 434–443. (In Russian). EDN: GVESYE. DOI: 10.47475/2949-3390-2024-4-2-434-443.
14. Van Dijk T.A. Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 1993, no. 4(2), pp. 249–283. EDN: JRJXUB. DOI: 10.1177/0957926593004002006.
15. Fairclough N. Critical Discourse Analysis and the Marketization of Public Discourse: The Universities. *Discourse and Society*, 1993, no. 4 (2), pp. 133–168. EDN: JRJXSN. DOI: 10.1177/0957926593004002002.
16. Margyan Ya.A., Rocheva Ya.S., Shavonin A.L. Formation of a Positive Image of People with Disabilities in Modern Russian Media as the Basis for Their Social Inclusion. *Diskurs = Discourse*, 2024, vol. 10, no. 1, pp. 73–85. (In Russian). EDN: LDSOMU. DOI: 10.32603/2412-8562-2024-10-1-73-85.
17. Terentyeva E.V. Reflection of an Inclusive Agenda in the Modern Media Space: Central Regional Media (Case Study). In *Journalism of the 21st Century: Agendas. Materials of the 29th International Scientific Conference, Saint Petersburg, November 21–22, 2025*. Saint Petersburg, 2025, pp. 353–359. (In Russian). EDN: TRFGDI.
18. Astoyants M.S., Rossikhina I.G. Social Inclusion: An Attempt to Conceptualize and Operationalize the Concept. *Izvestiya Yuzhnogo federal'nogo universiteta. Pedagogicheskie nauki = Proceedings of the Southern Federal University. Pedagogical sciences*, 2009, no. 12, pp. 51–58. (In Russian). EDN: KYTAXX.
19. Muzyka O.A., Popov V.V. *The Theory of Inclusion: Socio-Philosophical Foundations*. Moscow; Berlin, Direkt-Media Publ., 2021. 147 p. EDN: NEQWTO.
20. Makeeva I.A. Social Exclusion and Inclusion in the Context of Education: Essence, Approaches. *Izvestiya Rossiiskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta im. A.I. Gertsena = Herzen University Journal of Humanities & Science*, 2020, no. 198, pp. 45–55. (In Russian). EDN: VDEF CZ. DOI: 10.33910/1992-6464-2020-198-45-55.
21. Shemanov A.Yu., Vostrov I.M., Egorova V.A., Shekhorina A.V. The Social Turn of Art and the Problems of Inclusion of People with Disabilities. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya = Journal of Modern Foreign Psychology*, 2012, vol. 1, no. 1, pp. 30–42. (In Russian). EDN: PCSJPF.
22. Zhigunova G.V., Afonkina Yu.A. The State of Social Inclusion of People with Disabilities in Modern Society (on the Example of the Murmansk Region). *Nauchnoe mnenie. Ehkonomicheskie, yuridicheskie i sotsial'nye nauki = The Scientific Opinion. Economic, Legal and Social Sciences*, 2018, no. 4, pp. 20–26. (In Russian). EDN: PNQDSJ. DOI: 10.25807/PBH.25419838.2018.4.20.26.
23. Sharkov F.I., Andrianova T.V. Media Inclusion: Genesis, Paradigms, and Themes. *Kommunikologiya = Communicology*, 2025, vol. 13, no. 4, pp. 13–21. (In Russian). EDN: ZFXCSH. DOI: 10.21453/2311-3065-2025-13-4-13-21.

Информация об авторе

Терентьева Елена Витальевна — доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры социологии и медиакоммуникаций, Российский государственный университет социальных технологий, 107150, Российская Федерация, г. Москва, ул. Лосиноостровская, 49,  <http://orcid.org/0000-0002-4617-8897>, SPIN-код: 7165-4557, Scopus Author ID: 57191753705, ResearcherID: A-6189-2017.

Author Information

Elena V. Terentyeva — D.Sc. in Philology, Professor, Department of Sociology and Media Communications, Russian State University of Social Technologies, 49 Losinoostrovskaya Str., Moscow, 107150, Russian Federation,  <http://orcid.org/0000-0002-4617-8897>, SPIN-Code: 7165-4557, Scopus Author ID: 57191753705, ResearcherID: A-6189-2017.