

На правах рукописи

Сурсанова Юлия Валерьевна

ТЕХНОЛОГИИ ФРЕЙМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНО-
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ТЕЛЕМЕДИЙНОМ
ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Специальность: 5.5.2. Политические институты, процессы, технологии

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени

кандидата политических наук

Пермь – 2023

Работа выполнена в Пермском государственном национальном исследовательском университете на кафедре политических наук историко-политологического факультета.

Научный руководитель: доктор исторических наук, профессор
Фадеева Любовь Александровна

Официальные
оппоненты: **Селезнева Антонина Владимировна,**
доктор политических наук, доцент кафедры
социологии и психологии политики МГУ имени
М.В. Ломоносова.

Титов Виктор Валериевич,
кандидат политических наук, старший научный
сотрудник Департамента политологии и массовых
коммуникаций Финансовый университет при
Правительстве Российской Федерации.

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Адыгейский государственный университет»

Защита диссертации состоится «9» декабря 2023 г. в 10:00 на заседании диссертационного совета 24.2.340.08 при ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» по адресу 603005, г. Нижний Новгород, ул. Ульянова, д. 2, ауд. 320.

С диссертацией можно ознакомиться в читальном зале библиотеки ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского» и на сайте ННГУ им Н.И. Лобачевского и на сайт: <https://diss.unn.ru/files/2023/1399/diss-Sursanova-1399.pdf>

Автореферат разослан « » _____ 2023 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета,
кандидат политических наук

Белашенко Дмитрий Александрович

Общая характеристика работы

Актуальность темы исследования

Распад Советского Союза предопределил последующий кризис идентичности для стран постсоветского пространства. Согласно опросам общественного мнения, три постсоветских десятилетия в России оцениваются последовательно как переход от разрушения и утраты национальных приоритетов в 1990-е, возвращение к национальной «норме» в 2000-е и «окончательный разворот» страны к «своим политическим и социально-культурным традициям» в 2010-е. (Шестопал, 2019)

Известно, что сама дискуссия об идентичности поднимается тогда, когда существует кризис идентичности. Когда встают вопросы, кто мы, куда мы идем, что делаем, кто они, как поступать? Формируется запрос на целенаправленный курс по формированию и укреплению политической общности. Необходимость такой политики была осознана в России уже на рубеже 1990-2000-х годов. Разные варианты идентичности были предложены политическими партиями и их лидерами, шли интеллектуальные поиски в среде интеллигенции, апробировались способы и приемы влияния на общественное мнение в масс-медиа, на телевидении.

Представляется, что до сих пор недостаточно внимания уделено тому, как выстраивался государственный курс по конструированию идентичности после событий 2011-2012 гг., характеризовавшихся повышением политической активности граждан в стране и мире, ростом новых медиа и их влияния на общественно-политическую жизнь. Симптоматично, что именно в этот период в российском академическом сообществе начинается активная работа над концептуализацией самого термина «политика идентичности».

Сама интерпретация политики идентичности как политического и символического инструмента не только для групп и социальных движений, но и для государства, сложилась не сразу. Контекст появления термина «политика идентичности» прочно связал в мировом сознании это понятие с крупномасштабными социальными движениями, ставшими маркером 1960-70-х годов XX века. Борьба за изменение статус-кво различными депривированными группами, будь то группы этнические, гендерные или религиозные, ассоциировала «политику идентичности» с противодействием государственной политике, в которой эти группы оценивались как второсортные и не заслуживающие права на идентичность (Кастельс, 1999, 2006, Хобсбаум, 1996). О том, что возможен другой ракурс, исследователи начали задумываться с началом 2000-х. Политика идентичности начинает пониматься не только как инструмент для изменения социального положения групп, но и как инструмент поддержания единства граждан государства (Kenny, 2004; Parekh, 2008; Tuck, Yang, 2017).

Отечественные исследователи используют предложенное И.С. Семененко определение политики идентичности как целенаправленного курса «по поддержанию общих ценностных оснований принадлежности к политическому сообществу» (Семененко, 2017). Государственная политика идентичности реализует себя через школу, институты, армию и другие институты социализации, а также инструменты публичной политики. О.В. Попова предлагает объединять в термине «государственная политика идентичности» политические проекты, инструменты и практики, направленные на формирование заданной системы политических взглядов и ценностных ориентиров, соответствующих определенным образам государства и гражданства. В. В. Титов определяет национально-государственную идентичность как макрополитический феномен.

Кризисное состояние российского общества 2011-2012 годов, когда форма открытого протеста выразилась и в символическое противостояние «двух России», показало заметную роль СМИ в процессе идентификации на практике.

Когда оппозиционные силы позиционировали себя как креативный класс, а в противовес им государственные СМИ определяли креативный класс как трудящихся предприятий, производящих блага для страны, и в этом смысле креаторов, это широко освещалось ТВ. СМИ оставили вышедшим на улицы протестантам определение - офисный планктон, рефреймировав тем самым и сами смыслы, предложенные оппозиционными гражданами в поле борьбы за идентичность.

На сегодняшний день основным каналом получения политической информации в нашей стране все еще остается телевидение. Многолетние исследования информационного контента отечественного телевидения показывают высокий уровень политизированности вещания. Телевидение тоже пережило сложный период трансформации в 1990-е-2000-е, переходя от ситуации деидеологизированности, «искушения свободой», соперничества государственных и частных каналов в 1990-е к выстраиванию государственной политики в телевещании, утверждения государственных каналов как ключевых инструментов государственной политики в целом. Телевидение использует в этих целях различные технологии, включая технологии фреймирования.

На основе работ В. С. Вахштайна (Вахштайн, 2011), Б.Н.Шестова (Шестов, 2017), а также отталкиваясь от того, как определяются фреймы мобилизации в работах Д.А.Сноу, Р. Э. Берка, С.К.Водэна и Р.Д. Бенфорда (Сноу, Берк, Водэн, Бенфорд, 2013) в работе использован ряд рабочих определений, формирующих исследовательский инструментарий:

Фрейм - смысловая рамка (рамка социальных представлений), в границах которых определяется ситуация и действия людей в этой ситуации. Люди предпочитают новости и аналитику в СМИ, где используются фреймы, которые они одобряют. При конкуренции фреймов предпочтение оказывается наиболее сильному и выразительному. Прочность и убедительность фрейма влияет на выбор позиции.

Технологии фреймирования - одна из форм технологий, относящихся к формированию информационной повестки дня, создание и использование фреймов как способов мотивации поведения и формирования мышления политических акторов.

Фрейминг на телевидении - технология выбора и использования выбранного фрейма для влияния на телезрителей. При этом подчеркиваются одни стороны ситуации при игнорировании других.

Фреймы государственной политики идентичности - схемы интерпретации ситуации, поддерживающие представления о справедливом и устойчивом существовании политического сообщества.

Степень разработанности темы в научной литературе. Литературу можно подразделить на несколько групп:

1. Теоретические подходы к категории идентичности

Исследования проблематики идентичности имеют глубокую традицию, как в зарубежной, так и в отечественной литературе. Так, в работах Э. Эриксона (Ericson, 1968), Г. Тэджфела (Tajfel, 1982), Дж. Тернера (Turner, 1987), М. Хогга, Д. Абрамса (Hogg, Abrams, 1988) вводятся основные положения теории социальной идентичности. Основоположник теории социального интеракционизма Дж. Мид (Mead, 1994) рассматривал идентификацию как результат социального взаимодействия. Он ввел понятие «значимый другой» и «обобщенный другой».

Концепт идентичности в политической науке утверждался постепенно с расширением границ понятия «политического». Как отмечает И. С. Семененко в первой главе энциклопедического издания «Идентичность: Личность, общество, политика», концепт идентичности занял сегодня прочное место в арсенале общественных наук, «поставив в центр внимания мотивацию индивидуального выбора жизненных траекторий человека в социально обусловленном контексте». (Семененко, 2017)

Масштабное «наступление идентичности» произошло в последние два десятилетия, поскольку традиционные подходы, анализирующие динамику институтов, идеологий, интересов и потребностей социальных групп, перестали в полной мере объяснять происходящие социальные трансформации. Политические исследования стали включать осмысление идентичности как одного из терминов политической науки (Идентичность как категория...2011, Политическая идентичность...2011). Идентичность как концепт позволила расширить понимание сути коммуникационных процессов в политике.

Разработка теоретических подходов включает научную дискуссию о политической и национальной идентичности (И. С. Семененко, Л. М. Дробижева, О. В. Попова, П. В. Панов, В. В. Титов, З.А. Жаде). Л. М. Дробижева (Дробижева, 2011) указывает, что «принадлежность к нации, в том числе не имеющей собственной государственности, может не совпадать с государственно-гражданским правовым статусом». И. С. Семененко связывает политизацию этнических, расовых, религиозных и пр. идентичностей с вовлечением их носителей в реализацию политических интересов, что позволяет «концептуализировать динамику общественных изменений». (Семененко, 2017). П. В. Панов фокусирует внимание на различиях политического потенциала у разных идентичностей (Панов 2011). О.В. Попова отмечает, что «концепт политической идентичности... дает возможность объяснить выбор партийной самоидентификации и идейных ориентаций и форм участия, оценить эффективность механизмов политической мобилизации» (Попова 2002).

В целом, в российской политической науке понятия национальной идентичности и политической или макрополитической (определение О. Ю. Малиновой (Малинова, 2010) идентичности подразумевают идентичность национально-государственного сообщества и коллективное самосознание его граждан как членов такого сообщества.

2. Концептуализация политики идентичности

Возможность влиять на изменение и построение идентичности интересует исследователей с точки зрения социального конструирования как реальности в целом в работах П. Бергера и Т. Лукмана (Бергер, Лукман, 1966), так и политических сообществ в частности в работе Б. Андерсона (Андерсон, 1983). Построения групп и сообществ стало рассматриваться в новом, политическом ракурсе, находя в вопросах идентичности политическое и властное измерение. Петр Бурдые определял символическую власть, как «способность формировать или изменять категории восприятия и оценки социального мира» (Бурдые, 1994). Логика экономического универсализма не способна описать весь спектр наблюдаемых в социальной реальности явлений. П. В. Панов отмечает, что, видимо, такие явления имеют другую природу и должны описываться в иных, «неэкономических терминах». Р. Брубейкер и Ф. Купер (Брубейкер, Купер, 2000) выделяя пять определений идентичности, первым называют то, где идентичность противопоставляется интересу как базису для социального или политического неинструментального действия. По мнению российского ученого, идентичность в данном случае надо понимать как интернализированное индивидом коллективное осмысление социальной реальности» (Панов, 2012),

Вопрос о соотношении устойчивости и изменчивости идентичности Р. Брубейкер предлагал решать через сравнение «сильных» версий понимания идентичности, фиксирующих стабильность и устойчивость, со «слабыми» ее версиями», акцентирующими внимание на изменчивости и подвижности. (Брубейкер, 2000). Отечественные политологи предлагают снять это противоречие пониманием того, что все индивиды обладают множеством идентичностей, так называемой “идентификационной матрицей” (Назукина, 2011), разные элементы которой актуализируются в социальных взаимодействиях, т.е. практиках.

Идентитарные исследования стали опорой для осмысления символической политики, сетевых форм политического взаимодействия, политической картины

мира, этнонациональных отношений, политического участия молодежи, интеграционных процессов, советского наследия, гражданственности, общественных трансформаций в работах И. В. Самаркиной (Самаркина 2011), О.Ю. Малиновой (Малинова 2015), И. Л. Прохоренко (Прохоренко, 2015), Е. В. Морозовой, И. В. Мирошниченко, Н. А. Рябченко (Морозова, Мирошниченко, Рябченко 2016), И. С. Семененко (Семененко, 2016), В. В. Титова (Титов, 2010, 2020), Л. М. Дробижевой (Дробижева, 2017), Т. В. Евгеньевой, А. В. Селезневой (Евгеньева, Селезнева, 2016, 2020), З.А. Жаде (Жаде, 2007), О. В. Поповой (Попова, 2002), А. Ю. Шадже (Шадже, 2006), и других.

Фиксируя современное состояние исследований государственной политики идентичности, О. В. Попова делает акцент на том, что «государственная политика идентичности отражает стремление правящих элит государства выстроить общую политическую идентичность их граждан как условие долгосрочной политической стабильности», для чего используются институты социализации и инструменты публичной политики (Попова, 2019).

В политической науке рассматриваются такие структурные компоненты государственной политики идентичности как: символическая политика, языковая политика и политика памяти (О. Ю. Малинова, И. С. Семененко, Н. В. Борисова, М. В. Назукина, Д. В. Ефременко, Л. А. Фадеева). Все эти компоненты реализуются в публичном пространстве, где вклад средств массовой информации в мобилизацию акторов на политическое участие только растет.

3. Медиа и политика идентичности.

Российские исследователи отмечают все увеличивающуюся и неотъемлемую роль медиа для становления политического сознания граждан (Е.Б. Шестопа, И. А. Быков, С. В. Володенков, Р. В. Евстифеев). Исследования показывают, что динамика развития политических представлений происходит во многом именно под влиянием СМИ, которые либо актуализируют текущие

политические события, либо предпочитают замалчивать их, переводя фокус общественного внимания на второстепенные для граждан процессы.

Связь медиатизации процессов коммуникации и конструирования идентичности охарактеризована Н. Коулдри и А. Хепп, М. Кастельсом, Н. А. Остроглазовой, Б. Н. Шестовым. последовательная и самоусиливающаяся роль СМИ в построении социального мира ведет к тому что социальный мир не просто опосредуется медиа, но и медиатизируется: даже если мы делаем что-то, не используя напрямую медиа, горизонт нашей практики — это социальный мир, для которого медиа являются фундаментальными ориентирами и ресурсами (Коулдри, Хепп, 2016).

Н. А. Остроглазова отмечает, что «проводниками» коммуникации выступают базовые ценности, одной из которых является идентичность, рассматриваемая в медиа как ценность, сила и источник субъектности, и тем самым обретающая политическое измерение. (Остроглазова, 2021).

Политика идентичности в медиа базируется на конструируемости идентичности и ее воспроизводстве в социальных взаимодействиях: переход от коллективного осмысления социальной реальности, формируемого государственной политикой идентичности, к коммуникативным практикам происходит через коммуникативные средства - медиа.

Фреймы государственной политики идентичности работают как переключатели для фреймов протестного движения, распространяясь через государственные СМИ, где телеканалы играют первую роль.

Пьер Бурдьё (Бурдьё, 2002) в лекции «О телевидении» отмечал потенциал телевидения в политике идентичности: «телевидение располагает своего рода монополией на формирование сознания очень значительной части населения». «Политическая опасность, порождаемая обычным использованием телевидения, заключается в особой способности изображения производить то, что литературные критики называют эффектом реальности: телевидение показывает и

заставляет поверить в то, что оно показывает. Такая сила внушения может породить эффект мобилизации, создавая идеи и представления, а также реальные социальные группы».

Роль российского телевидения как канала политической коммуникации, воздействия на общественное сознание, формировании гражданской идентичности отражена в работах М. Н. Грачева (Грачев, 1999), Л. Ф. Борусяк (Борусяк, 2004), Я. Н. Засурского (Засурский, 2004), С. С. Коняшина (Коняшин, 2012), Ю. М. Ершова (Ершов, 2022), Рева Е.К., Кубрин С.Д. (Рева, Кубрин, 2020) и др.

Исследование государственной политики идентичности на материалах телевизионных программ, при акценте на инструментальный уровень формирования идентичности при помощи технологий фреймирования не только позволит апробировать теорию политики идентичности на новом материале, но и посмотреть на политику идентичности в аспекте технологий, совместив два концепта: фреймирования и политики идентичности.

Цель диссертационного исследования: оценка роли технологий фреймирования национально-государственной идентичности в телемедийном пространстве современной России.

Задачи исследования:

1. Обоснование теоретической рамки исследования: концептуализация воронки формирования картины мира воображаемого политического сообщества России у телезрителей государственных телеканалов и ее ежедневного воспроизводства.

2. Анализ теоретических оснований взаимосвязи технологии фреймирования и политической идентичности.

3. Определение технологий фреймирования национально-государственной идентичности в контексте политического процесса 2011-2012 гг.

4. Выявление соотношения государственной политики идентичности с утверждающимися на телеканалах РФ практиками воспроизводства политического сообщества

5. Характеристика трансформации фреймов национально-государственной идентичности на материалах общественно-политических передач 2019-2021 гг.

Объект: государственная политика идентичности в современной России, реализуемая в телемедийном пространстве

Предмет: политические технологии фреймирования национально-государственной идентичности, реализуемые через государственные телеканалы

Научная новизна исследования состоит в том, что:

– осуществлено теоретическое конструирование воронки формирования и ежедневного воспроизводства картины мира воображаемого политического сообщества у телезрителей государственных телеканалов.

– применены теории фрейминга для анализа потенциала фреймов как медийной технологии во влиянии на базовые составляющие компоненты политической идентичности.

– проведен анализ практической связи фреймов государственной политики идентичности и практик рутинизированного воспроизводства политического сообщества.

– охарактеризованы ежедневные телевизионные новости как источник для анализа российской политики идентичности.

– применен дейксис как инструмент анализа политических исследований, ранее используемый в российской практике преимущественно в лингвистических работах.

– использованы концепты технологии фреймирования и рефрейминга применительно к государственной политике идентичности и национально-государственной идентичности в телемедийном пространстве.

– осуществлен инструментальный анализ реализации структурных компонентов государственной политики идентичности, через анализ фреймов государственной политики идентичности на государственных телеканалах.

– дан анализ технологии фреймирования национально-государственной идентичности в динамике трансформации под напором внешних и внутренних факторов.

Теоретическая и практическая значимость работы. Результаты данного исследования могут лечь в основу регулярной работы по анализу государственной политики идентичности на базе телевизионных новостей. Дальнейший более подробный анализ государственной политики идентичности с использованием разработанной автором теоретической модели может раскрыть региональные, корпоративные и межгосударственные аспекты этого вопроса. Результаты исследования могут быть использованы в деятельности государственных и муниципальных органов власти при формировании долгосрочных стратегий государственного развития, программ межкультурного взаимодействия, стратегий продвижения и брендинга, формирования программ патриотического воспитания. Помимо этого, наработки исследования могут быть использованы в рамках учебных курсов студентов направлений подготовки «политология», «международные отношения», «публичная политика и социальные науки», «регионоведение России», курсы, которые посвящены политическому PR, коммуникативистике, средствам массовой информации, в рамках таких программ как «государственное и муниципальное управление», «организация работы с молодежью» и других.

Характеристика эмпирической базы исследования

Источниковая база представлена несколькими группами источников:

1. Официальные документы

Документы, прямым или косвенным образом отражающие государственную политику идентичности: Конституция Российской Федерации, с изменениями,

одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года, Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей», Федеральный закон от 19.05.1995 г. № 80-ФЗ «Об увековечении Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941 – 1945 годов», УК РФ Статья 354.1. Реабилитация нацизма (введена Федеральным законом от 05.05.2014 N 128-ФЗ) и другие.

2. Речи, выступления, статьи

Ключевые речи и выступления Президента Российской Федерации за 2011-2021 гг., задающие тренды государственной политики идентичности. Программные статьи кандидата в Президенты Российской Федерации В.В. Путина: Россия сосредотачивается — вызовы, на которые мы должны ответить. Известия (2012, Январь 16); Россия: национальный вопрос. Независимая газета (2012, Январь 23); Нам нужна новая экономика. Ведомости, 15 (3029) (2012, Январь 30); Демократия и качество государства. Коммерсантъ, 20/П (4805) (2012, Февраль 6); Строительство справедливости. Социальная политика для России. Комсомольская правда (2012, Февраль 13); Быть сильным: Гарантии национальной безопасности России. Российская газета. сс. 1 2. (2012, Февраль 20), Выступление Владимира Путина на 70-й сессии Генассамблеи ООН, Послания Президента Федеральному Собранию РФ и др., размещенные на официальном сайте <http://kremlin.ru>

3. Публицистические материалы в СМИ

Материалы средств массовой информации, дающие характеристику медийным продуктам, транслирующим государственную политику идентичности: аналитические заметки, обзоры, комментарии. Периодические издания «Коммерсантъ», «Российская газета», «Известия», «Независимая газета» (2011-2021).

4. Видеоматериалы

По данным РИА Новости¹, телеканал «Россия 1» стабильно возглавляет рейтинг самых популярных телеканалов в России, а самой популярной из новостных программ являются еженедельные итоговые «Вести недели». После событий 2011-2012 годов телеканал переходит от информационного формата ко все более интерпретационному, становится значимым инструментом государственной политики идентичности.

Репортажи еженедельной новостной передачи «Вести недели» телеканала «Россия 1» были выбраны в качестве ключевого источника по периоду 2011-12 гг. из-за их воздействия на символический универсум и выстраивание порядка значений.

В общую выборку исследования вошли 102 сюжета за период декабрь 2011 и декабрь 2012 годов, когда были заложены основы современного подхода к формированию национально-государственной идентичности.

Новая информационная революция, пришедшая с распространением и развитием интернета сформировала новые требования к интерактивности, а смещение развлекательных и информационных жанров («инфотеймент») обусловил популярность ток-шоу и авторских программ общественно-политического характера.

По 2019-2021 гг. базу исследования составили видеоматериалы программ Захара Прилепина «Уроки русского» на НТВ, программа «Бесогон» Никиты Михалкова, выпуски которой были оцифрованы и опубликованы в виде книги, а также видеоматериалы программы Владимира Соловьева на 1 канале. В каждой передаче были выбраны 15 выпусков (составив суммарно 45 выпусков, общей продолжительности более 100 часов) касающиеся ключевых точек внутреннего напряжения за период 2019-2021 гг.

¹ «Россия 1» шестой раз подряд стала самым популярным телеканалом [Электронный ресурс] URL: <https://www.vesti.ru/television/article/2660907> (Дата обращения 14.02.2023)

5. Данные исследовательских компаний

Для анализа российского рынка СМИ, рейтингов телепередач, размеров аудитории использовались данные ОА «Медиаскоп» - лидера российского рынка медиаисследований.

Методология исследования. Теоретическая рамка исследования строится на четырех традициях, включающих себя такой парадигмальный уровень как социальный конструктивизм, вводящий новое понимание того, что такое нация и национализм, через обоснование конструируемости политической идентичности сообществ. Теории среднего уровня, объясняющие связь между символическим универсумом, государственной политикой идентичности, фреймами и практиками, выстраивающиеся в воронку от формирования картины мира до непосредственных практик рутинного воспроизводства политического сообщества. Теории медиатизации коммуникации, помогающие понять, как инструментальный уровень коммуникации вносит свои коррективы в содержание политики идентичности.

Методологически этот процесс представлен как воронка, на одной стороне которой находится картина мира, универсум (Шюц, Джемс, Дьюи, Томас, Мид, Бергер и Лукман, Андерсон), на другой - ежедневные практики, его воспроизводящие. Символический универсум интегрирует маргинальные реальности и частные «подмиры» в базовое измерение повседневности. Политика идентичности как концепт — ключевое понятие с точки зрения методологии нашего исследования. Именно оно позволяет инструментально связать уровень повседневности, выраженный в практиках с большой картиной мира, куда вписаны политические сообщества. Нации формируют субуниверсумы - законченные области смыслов. Субуниверсумы же разбиваются на отдельные фреймы.

Методы. Основным методом, использованным в исследовании, стал дискурс-анализ. На материале теле-видеосюжетов были выявлены ключевые фреймы государственной политики идентичности.

Динамика устойчивости и изменений помогла выбрать и типы анализируемых фреймов на основе признанного в политической науке подхода к исследованию рутинного воспроизводства политической идентичности - «банального национализма» Майкла Биллига (Биллиг, 1995). Описанные Биллигом приемы выделены в работе в несколько смысловых блоков - фреймов и сопоставлены со структурными компонентами политики идентичности: символической политикой, политикой памяти и языковой политикой.

В рамках интегрированного подхода, символическая политика - это «публичная деятельность, связанная с производством различных способов интерпретации социальной реальности и борьбой за их доминирование в публичном пространстве» (Малинова, 2017).

Это фреймы «Наш патриотизм – их национализм», «Границы», «Зеркало нации».

Второй структурный компонент политики идентичности - языковая политика. В конструктивистской логике язык не предписан индивиду его происхождением или родственными связями, язык - инструмент и одновременно результат рационального выбора индивидов. Фрейм «Язык» признается ключевым признаком нации в целом. Более широкие фреймы – «Гегемония» и «Универсальность мира наций».

Третий структурный компонент политики идентичности - политика памяти, понимаемая как государственный курс по выстраиванию исторической памяти, общие представления членов политического сообщества о своем прошлом (Самаркина, 2017). В работе предложено использовать в качестве одного из инструментов фрейм «Дейксис». Данные фреймы и стали единицами поиска для контент-анализа новостных сюжетов телеканала «Россия 1».

Отдельно анализировались фреймы, ориентированные на формирование тех или иных практик, воспроизводящих нацию. Предметом поиска стали социальные практики, подчеркивающие национальную идентичность неосознаваемым способом или практики, приписываемые народу – носителю нации-государства.

Положения диссертационного исследования, выносимые на защиту:

1. Государственная политика идентичности, реализуемая посредством телеканала «Россия 1», встраивается в общую воронку формирования и поддержания картины мира национального государства;

2. Фреймы государственной политики идентичности претендуют не только на рефреймирование фреймов мобилизации, но и на формирование базовых компонентов политической идентичности россиян;

3. Фреймы государственной политики идентичности (как направленные на мобилизацию, так и направленные на сохранение текущего статус-кво), это действительные части реальности, работающие как составные элементы политической культуры, определяющие поведение и мотивацию политических акторов.

4. Телевидение сыграло (и продолжает играть) значимую роль в конструировании российской идентичности, а после 2011-12 гг. – в государственной политике идентичности с помощью технологий фреймирования;

5. В 2011 - 2012 годах современные подходы к государственной политике идентичности, а именно: стимулирование практик низового патриотизма, формирование образа внутреннего и внешнего врага, использование национального лидера как «зеркала нации», превентивная мобилизация и другие - были апробированы и сформированы как на уровне официальной риторики, так и в телемедийном пространстве;

6. Фреймы государственной политики идентичности на телеканале «Россия 1» формируют рутинные практики, следование которым ассоциируется с национальной идентичностью: щедрость, жертвенность, патернализм, аскетизм;

7. Фреймы рутинного воспроизводства политического сообщества могут трансформироваться под давлением внутренних и внешних факторов в фреймы активного формирования политического сообщества, такие как «мы-они» и «политика памяти»;

8. Рейфреймирование стало одним из ключевых инструментов консолидации конкурирующих дискурсов на государственных телеканалах;

9. Ключевым моментом реализуемой государством политики идентичности стала ретрансляция телевидением интерпретация России как центра мира: использование домашних новостей для помещения зрителя в центр интерпретативной Вселенной Родины. Трансформация выразилась в том, что после 2014 года Россия стала интерпретироваться и определяться как держава и государство-цивилизации;

10. Фреймирование национально-государственной идентичности Российской Федерации переходит на современном этапе 2019-2021 гг. в ценностную плоскость, отражая, с одной стороны эволюцию самой технологии фреймирования, с другой, новый этап национально-государственной идентичности Российской Федерации. Это нашло отражение в политическом процессе и в общественно-политической жизни страны в виде концепций о суверенной демократии, законе об иностранных агентах, указе об утверждении основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей для противопоставления традиционных ценностей новой этике, навязываемой Западом.

Степень достоверности и апробация результатов. Достоверность результатов диссертационного исследования подтверждается широкой источниковой базой, современными методами исследования, соответствием поставленным целям и задачам.

Сформулированные в тексте диссертации научные положения, выводы и практические рекомендации основаны на данных, приведенных в таблицах, рисунках и графиках, приложенных к работе.

Основные результаты исследования доложены и обсуждены на следующих конференциях, съездах, конгрессах: Всероссийская конференция РАПН с международным участием «ПОЛИТИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ ДИАЛОГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ», Москва 2-3 декабря 2022, Международный конгресс «Язык, культура и технологические транзиты: новые грани человеческого», Томск 25-26 октября 2022 г., Международная научно-просветительская конференция «Родина: земля, народ, традиции», Киров, 17 октября 2022 г. По теме диссертации опубликовано 4 печатные работы в журналах, рекомендованных ВАК для опубликования основных результатов диссертаций.

Область исследования соответствует следующим пунктам паспорта научной специальности, утвержденного ВАК РФ 5.5.2. «Политические институты, процессы, технологии»:

П.14 – Политический процесс: сущность, источники, структура, социальные основания и средовые факторы;

П.29 – Информационные процессы и управление политическими коммуникациями: традиционные СМИ, социальные медиа и сети.

Структура работы. Работа состоит из трех глав, введения, заключения и списка использованных источников и литературы.

В первой главе «Государственная политика идентичности и технологии фреймирования национально-государственной идентичности в телемедиумном пространстве современной России» рассматривается государственная политика идентичности в российском телемедиумном пространстве и медийные технологии, такие как формирование информационной повестки дня и фрейминг. Анализируется роль медийных технологий как

факторов формирования политической идентичности. В создании информационной повестки дня значение технологий растет настолько, что начинает воздействовать на идейные и ценностные установки, а также мотивации к политическому участию.

Фреймы в таком контексте выступают не столько как теоретические схемы, сколько как действительные реальности, являющиеся частью политической культуры и политической идентичности, обладающие мотивационной способностью.

Если цель фреймов мобилизации - действие, направленное на изменение, то цель государственной политики идентичности - практики рутинизированного социального взаимодействия, позволяющие воспроизводить макрополитическую идентичность государства день ото дня.

Такие практики определяются через понимание патриотизма. Телевидение является одним из наиболее важных каналов, по которым происходит формирование стереотипов, политических ориентаций и установок.

В технологии фреймирования фокус внимания смещен на эмоциональные оценки, влияющие на устойчивость информационной повестки, наличие в них больше негативной или позитивной информации. В таком подходе на первый план выходит этическая или функциональная оценка, является ли сообщение правдой или ложью, важно оно для нас или нет. Рациональное содержание, наоборот, может уходить на второй план.

У политических акторов, обладающих медийным ресурсом, открывается возможность делать акценты именно на тех трендах и составляющих политической культуры, которые могут способствовать развитию или угасанию политических конфликтов различных уровней.

Во второй главе «Фреймы государственной политики идентичности в ежедневном воспроизводстве политического сообщества Российской Федерации» анализ производится на основе характеристики новостных

программ, которые «позволяют простроить ценностные ориентиры и нарисовать для аудитории национальную картину мира» (Ершов).

Электоральный цикл 2011–2012 годов совпал с одним из первых крупных кризисов легитимности и «борьбы за идентичность». Возникновение протестного ядра, сплотившегося вокруг «негативной повестки», требовало корректировки прежнего символического курса (Малинова, 2012). В конечном счете изменения политического контекста побудили к пересмотру сложившегося в 2000-е годы курса символической политики (Ефремова, 2012, с. 294–307). На этом этапе определились три «склонения», конкретизировавшие выбранную «цивилизационную грамматику», – язык патриотизма, морали и национальной культуры (Laruelle, 2000).

Этот период стал поворотным моментом в государственной политике идентичности в сторону языка патриотизма, морали и национальной культуры, который выразился в поощрении россиян задействовать собственную версию патриотизма в повседневной жизни. То, как государство и медиа управляют отображением практик ежедневного национализма, интересно не только с практического, но и с методологического ракурса. В этой точке сходятся банальный и ежедневный национализмы, рассматривающие процесс повседневного воспроизводства нации как нисходящий и восходящий потоки. Описанные фреймы мы выделили в несколько смысловых блоков и сопоставили их со структурными компонентами политики идентичности в трех параграфах второй главы, посвященных фреймам государственной политики идентичности в символической политике, политике памяти и языковой политике.

Телеканал «Россия 1» как проводник политики идентичности современного российского государства использует практики речевые и демонстрационные: аскетизм, щедрость и патернализм. Все это работает на готовность пожертвовать собой ради тела большего – тела политического. Ключевой сюжет репортажей «Вести недели» – жертва. Не только большая, как на войне, но и ежедневная – в

ограничении потребительства, в готовности работать и служить в тяжелых условиях, защищать честь страны в спортивных соревнованиях. Все это с подключением национального гнева легко трансформируется из ежедневной практики в действие.

В третьей главе «Фреймирование национально-государственной идентичности в общественно-политических телепрограммах 2019-2021 гг.» производится анализ роли ежедневных новостных и общественно-политических передач в конструировании картины мира телезрителя, конвергенция жанров и обмен приемами работы с телезрителями, исследуются трансформации фреймов государственной политики идентичности на современном этапе на материале общественно-политических передач. Привлечение в телемедиумную среду людей известных и состоявшихся в своих областях - литературе, кинематографе, журналистике, для общественно-политического дискурса должно было способствовать тому, чтобы фреймировать именно национально-государственную идентичность. Для анализа того, как на телевидении используются технологии фреймирования национально-государственной идентичности, в работе выбраны три разные по стилю, но популярные и яркие программы, которые ведут талантливые в своем деле люди - Владимир Соловьев, Захар Прилепин, Никита Михалков.

Поставив задачу проверить, насколько устойчивыми оказались фреймы государственной политики идентичности, сформированные на рубеже 2011-2012 годов на российском телевидении, для анализа были выбраны программы с 2019 по 2021 год, когда относительно периода 2011-2012 годов значительно выросло давление внешнеполитических факторов, и когда периодически прорывалось давление внутривнутриполитическое: протесты, связанные с выборами мэра Москвы в 2019-м, митинги в поддержку губернатора Хабаровского края в 2020-м и митинги в поддержку Навального в 2021-м.

Обнаружилась трансформация большинства рассматриваемых фреймов. Переход от аморфных идей к оформившейся стратегии рутинного воспроизводства политического сообщества в 2011-2012 гг. сменился наступательным форматом фреймов государственной политики идентичности в 2019-2021 гг., характеризующих Россию как нацию-цивилизацию и «осажденную крепость». При этом усиливаются и демонстрационные практики.

В Заключение подводятся результаты исследования.

Список работ, опубликованных автором по теме диссертации:

1. Сурсанова Ю. В. Телеканал «Россия 1» как проводник политики идентичности современного российского государства // Вестник Удмуртского университета. 2019. Т. 3, вып. 1. С. 40-54.

2. Сурсанова Ю. В. Репрезентация практик ежедневного национализма на телеканале «Россия 1» // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2021. Т. 13, No 1. С. 31–48. DOI: 10.17072/2218-9173-2021-1-31-48.

3. Сурсанова Ю. В. Телеобраз Украины как зеркало российской политической самости на этапе формирования современной государственной политики идентичности // Вестник Пермского университета. Политология / Bulletin of Perm University. Political Science. 2022. No16(4). DOI: 10.17072/2218-1067-2022-4-40-52

4. Сурсанова Ю. В. Дейксис Родины в государственной политике идентичности на телеканале «Россия 1» // Южно-российский журнал социальных наук. 2022. Т. 23. No 4. С. 116- 135.

Работы, опубликованные в других изданиях:

1. Гранатова Ю.В. Концепция Евразийского союза в дискурсе о роли и месте России в мире/ Борьба за идентичность и новые институты коммуникации/

под ред. Панова П.В., Сулимова К.А., Фадеевой Л.А. —: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2012.-263 с. — (Политические науки в России). ISBN: 978-5-8243-1725-1

2. Гранатова Ю.В. Двуликий Янус российской символической политики: формирование позитивного имиджа России за рубежом как политический проект. — Lambert Academic Publishing, 2012. — 104 с. ISBN: 978-3-659-20685-6

3. Гранатова Ю.В. Специфика конструирования позитивного имиджа России за рубежом: сравнительный анализ телеканалов «Россия 1» и «Russia Today». // Вестник Пермского университета— 2011. - № 3 (15). — с.66-78.

4. Гранатова Ю.В. Дискурс Евразийского союза в блогосфере// Первая степень. — 2012. - № 2.

5. Гранатова Ю.В. Презентация образов Путина и Медведева телеканалом «Russia Today» // Вестник Пермского университета— 2010. - № 3 (11). — с.82-91.

6. Азанова И.В., Гранатова Ю.В., Гуляева А., Карпов К., Фахразеева С.Р. Универсализм versus Партикуляризм: факторы политизации этнических и религиозных групп в современных государствах//Вестник Пермского университета. — 2012. № 4. — С. 46-54