

На правах рукописи

ЯНГЛЯЕВА
Марина Михайловна

**ПОЛИТИЧЕСКАЯ МЕДИАГЕОГРАФИЯ КАК ОСНОВА
ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ
ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ**

Научная специальность

5.5.2. Политические институты, процессы, технологии

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора политических наук

Москва – 2024

Работа выполнена на кафедре теоретической и прикладной политологии факультета международных отношений, политологии и зарубежного регионоведения Историко-архивного института федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет».

Официальные оппоненты: **Лобанов Игорь Геннадьевич**,
доктор политических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Научно-исследовательского института (информационной безопасности) Федерального государственного казенного образовательного учреждения высшего образования «Военная академия Генерального штаба Вооруженных сил Российской Федерации»

Брега Александр Васильевич,
доктор политических наук, профессор, профессор кафедры политологии факультета социальных наук и массовых коммуникаций Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

Устинкин Сергей Васильевич,
доктор исторических наук, профессор, начальник Международной междисциплинарной научно-исследовательской лаборатории «Изучение мировых и региональных социально-политических процессов» Управления по научно-исследовательской деятельности Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова»

Ведущая организация: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Государственный университет просвещения»

Защита состоится «___» января 2025 г. в 15 часов на заседании на заседании диссертационного совета 24.2.366.08, созданного на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный гуманитарный университет» (РГГУ), по адресу: 125047, г. Москва, Миусская пл., д. 6.

С диссертацией можно ознакомиться в Научной библиотеке Российского государственного гуманитарного университета по адресу: г. Москва, Миусская площадь, д. 6, а также на сайте РГГУ по адресу: https://www.rsu.ru/upload/main/dissov/1_dis_Yanglyeva_MM_438.pdf

Автореферат разослан «___» _____ 2024 г.

Ученый секретарь диссертационного совета
кандидат политических наук, доцент

Сергей Павлович Донцев

I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность диссертационного исследования. Современный мир находится в процессе глубокой трансформации, вызванной стремлением мировых центров силы реализовать свои интересы и возможности в цифровой среде. Возникает новая социально-политическая реальность. Ведущие игроки на мировой политической и экономической арене делают ставку на обеспечение лидерства в области массовых коммуникаций и формирование эффективной медиасистемы. Данные процессы сопровождаются ускоренным внедрением перспективных информационно-коммуникационных технологий в политическую практику, для решения внутри- и внешнеполитических задач, особенно в тех сферах, которые определяют национальную мощь и влияние. К таким сферам сегодня следует отнести, помимо военной и экономической, также идеологическую и духовно-нравственную.

С учетом всех этих факторов назрела необходимость в первую очередь переосмыслить такие проблемы социально-гуманитарных наук, которые вступили в эпоху смены или, по крайней мере, серьезной модификации парадигмального подхода, когда главную роль начинают играть гносеологические и/или онтологические модели, сформированные на основе количественных (цифровых) данных, в первую очередь big data. Именно такие модели позволяют свести воедино теорию, идеологию и практику. На наших глазах цифровая парадигма запускает новый виток истории – контр-постмодерн (или постпостмодерн). Последние события в мире, который скатывается в хаос, знаменуют собой исчерпание идей постмодерна в развитии человечества: беспроектность миростроительства не дала по большому счету новых возможностей для изучения социума, механизмов и инструментов для достижения его понимания, не было получено ценной системной информации о состоянии общества в целом.

Из-за развития глобального медийного комплекса в XXI в. на базе новых информационных технологий и коммуникационных практик исследовать общество даже на национальном уровне стало в определенном смысле сложно. Картина мира ставится медиакартиной, информационный спам достигает невероятных размеров, фальсифицированная информация распространяется на всех пространственных уровнях: глобальном, региональном, локальном,

что существенно затрудняет поиск достоверных сведений¹. При этом фиксируется масштабный рост ассортимента смыслов, в том числе и политических, что превращает идеологические продукты в бесконечное множество. Общество сегодня не познается, а просто интерпретируется, причем в морфологическом, а не в онтологическом ключе²: эксперты акцентируют внимание именно на онтологических вызовах, которые «обусловлены многократным уплотнением системы социальных связей и взаимодействий»³. Смыслы, которыми наполнены все сферы общественной жизнедеятельности, меняются в историческом масштабе времени чрезвычайно быстро.

Цифровые технологии, на базе которых функционируют современные медиа, самым драматическим образом расширили возможности выбора конкретным индивидуумом смысловых координат. Роль средств массовой информации и коммуникации как одного из факторов мягкой силы в государственном строительстве кардинально изменилась: они стали действенным инструментом обеспечения национальной безопасности. Создание и продвижение пропагандистского контента с помощью медиа достигло небывалого размаха. Более того, в большинстве случаев информационные войны (или гибридные) почти полностью сводятся к войнам пропагандистским, к войнам смыслов. В нормативных документах государственного уровня подобная ситуация уже отражена.

Так, в последнем варианте *Доктрины информационной безопасности Российской Федерации* (здесь и далее курсив наш. – М.Я.) эти положения впервые зафиксированы в специальном параграфе (§ 12 раздела III): «Расширяются масштабы использования специальными службами отдельных государств информационно-психологического воздействия, направленного на дестабилизацию внутривнутриполитической и социальной ситуации в различных регионах мира и приводящего к подрыву суверенитета и нарушению территориальной целостности государств. <...> Нарастает информационное воздействие на население России, в первую очередь на

¹ Янглева М.М., Якова Т.С. Человек и современные медиа: дезориентация в информационном пространстве // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2381> (дата обращения: 24.04.2023).

² Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Социокультурные аспекты приверженности россиян моделям коллективистского и индивидуалистического поведения: медиагеографический анализ // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. № 3 (67). С. 102.

³ Гаман-Голутвина О.В. Политология как междисциплинарная матрица // Международные процессы. 2016. Т. 14. № 1. С. 89.

молодежь, в целях размывания традиционных российских духовно-нравственных ценностей»⁴.

Аналогичные положения введены в текст новой *Концепции внешней политики Российской Федерации*⁵, в которой также указывается и на необходимость совершенствования «инструментов и методов информационного сопровождения внешнеполитической деятельности Российской Федерации, в том числе повышения эффективности использования современных информационно-коммуникационных технологий, включая социальные сети»⁶.

Наконец, среди российских специалистов-практиков в области стратегического планирования утвердилось мнение, что информационная безопасность наряду с военной, экономической и др. является ключевым показателем национальной безопасности. Причем в ранжированном списке приоритетов этот вид безопасности размещен даже выше внешнеполитической безопасности. Это, в свою очередь, требует разработки и внедрения новых комплексных методов защиты интересов государства, включая инновационные технологии анализа и обработки информации, что связано с необходимостью изучения общества, как своего, так и чужого, чтобы формировать адекватную политическую практику и достигать заявленных политических целей.

Все эти новые моменты, безусловно, учитываются в практике работы ведомств, ответственных за парирование угроз безопасности Российской Федерации. Однако опыт противодействия информационным атакам на Россию, равно как и опыт содействия продвижению объективной информации на зарубежную аудиторию российскими массмедиа с учетом превращения массмедиа в некоторый аналог стратегического оружия, не получил пока должного научного осмысления. Особенно с позиций специалистов, работающих в соответствующих государственных структурах. Объективная диагностика состояния глобального медийного поля в контексте решения проблемы обеспечения информационной безопасности Российской Федерации является насущной необходимостью. Для этого следует

⁴ Доктрина информационной безопасности Российской Федерации. Утверждена Указом Президента Российской Федерации от 5 декабря 2016 г. № 646 // Российская газета. 06.12.2016. URL: <https://rg.ru/documents/2016/12/06/doktrina-infobezobasnost-site-dok.html> (дата обращения: 24.04.2023).

⁵ Концепция внешней политики Российской Федерации (утверждена Президентом Российской Федерации 31 марта 2023 г.). URL: <http://www.kremlin.ru/acts/news/70811> (дата обращения: 24.04.2023).

⁶ Там же.

организовать системное слежение и анализ качественных и количественных характеристик информационной обстановки, что не только помогает выявить информационные угрозы, но и совершенствовать теории управления и практики обеспечения национальной безопасности, проводить более активную декларативную политику, реализация которой является исключительной прерогативой высших органов государственной власти. Такая работа сегодня в РФ, исходя из политических реалий, резко активизируется. Сформирован ряд ведомственных и иных центров оперативного реагирования на угрозы информационной безопасности.

В свете сказанного общественно-политические науки должны обратить самое пристальное внимание на внедрение новых подходов и технологий к изучению современного цифрового общества⁷, на практику системного исследования и моделирования информационной обстановки в условиях дигитализации, которая нацелена на выявление двух ключевых характеристических свойств информационного поля – его геораспределения и темпоральности: как информационная обстановка меняется по географическим локациям и как она связано, логически меняется во времени в этих локациях. Существующие до настоящего времени методы исследования в политической науке (исторический и социологический методы, антропологический, бихевиористский, коммуникативный и др.) не раскрывают всей глубины и спектра общественных интересов. Назрела необходимость с разных сторон изучить ментальные ландшафты⁸, выяснить жизненные приоритеты и мировоззренческие установки современников. В условиях медиатизации политических процессов обществоведы, в первую очередь политологи, получили доступ к массивам нового эмпирического материала, который независимо от ориентации исследователя на тот или иной фундаментально-теоретический научный подход (цивилизационная парадигма, антропологическое измерение политики, гендерные аспекты, дискурс-анализ, позитивизм и др.⁹) не только расширяет взгляды на различные

⁷ Николайчук И.А. Янглева М.М., Якова Т.С. Цифровое обществоведение. Медиа, метасмыслы, наука. М.: ИКАР, 2023. 376 с.

⁸ Николайчук И.А. Янглева М.М., Якова Т.С. Национальная идентичность как морфоскульптура и фактор ментального общественного ландшафта в контексте национальной безопасности. Медиагеографический подход // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 12. С. 141–157.

⁹ Современная политическая наука. Методология / Отв. ред. О. В. Гаман-Голутвина, А. И. Никитин. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2019. 776 с.

сферы социальной жизни, но и позволяет фиксировать и изучать социальные явления буквально в реальном масштабе времени.

Степень научной разработанности темы исследования. Понятийный аппарат медиагеографии как междисциплинарной области на протяжении нескольких десятков лет создавался зарубежными географами и медиаисследователями: Т. Хегерштрандом, Э. Рэльфом, Д. Уолмсли, Х. Блотевогелем, Ж. Бёрджесс, Д. Голдом, Д. Роуз, А. Пааси, Т. Тильманом, И. Саловаарой-Мури, П. Адамсом, Д. Фолкхаймером, А. Янссоном, А. Лагерквист, Б. Штобер, Д. Дармофолом и др.¹⁰ Географы предложили включить в понятийный аппарат гуманитарной науки определение образно-географической системы, образного пространства, ментально-географического пространства (ранние исследования немецких, шведских, канадских географов, более поздние работы британских, финских ученых).

¹⁰ Hägerstrand T. Decentralization and Radio Broadcasting: on the 'Possibility Space' of a Communication Technology // *European Journal of Communication*. 1986. Vol. 1. P. 7–26; Hägerstrand T. Aspects of the Spatial Structure of Social Communication and the Diffusion of the Information // Regional Science Association: Papers, XVI, Cracow Congress. 1965. P. 27; Relph E. Place and Placelessness. London: Pion, 1976; Walmsley D.J. Spatial Bias in Australian News Reporting // *Australian Geographer*. 1980. № 14. P. 342–349; Walmsley D.J. Mass Media and Spatial Awareness // *Tijdschrift voor Econ. En Soc. Geografie*. 1982. № 73(1). P. 32–42; Blotvogel H.H. Zeitungsregionen in der Bundesrepublik Deutschland // *Erdkunde*. 1984. Band 38. S. 79–93; Burgess J. The Production and Consumption of Environmental Meanings in the Mass Media: a Research Agenda for the 1990s // *Transaction Institute of British Geographers N.S.* 1990. № 15. P. 139–161; Virtual Geographies: Bodies, Space and Relations. In: Crang M., Crang P., May J. (eds). London; New York: Routledge, 1999; Thielmann T. Locative Media and Mediated Localities: An Introduction to Media Geography // *Aether: The Journal of Media Geography* Spring. 2010. URL: [http://mgm.arizona.edu/sites/default/files/articles-pdf/introduction%20\(3\).pdf](http://mgm.arizona.edu/sites/default/files/articles-pdf/introduction%20(3).pdf) (дата обращения: 21.01.2023); Paasi A. Neljä maakuntaa. Maantieteellinen tutkimus aluetietoisuuden kehitymisestä. Doctoral dissertation. Joensuun yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja. N. 8. Joensuun yliopisto, 1986; Paasi A. The Media as Creator of Local and Regional Culture. In: OECD and NordREFO Report, 1989. P. 151–165; Paasi A. The Construction of Socio-spatial Consciousness // *Nordisk Samhällsgeografisk Tidskrift*. 1992. Vol. 15. P. 79–100; Paasi A. Territories, Boundaries and Consciousness: The Changing Geographies of the Finnish-Russian Border. Chichester: John Wiley, 1996; Rose G. Teaching Visualised Geography: toward a Methodology for the Interpretation of Visual Materials // *Journal of Geography in Higher Education*. 1996. № 20(3). P. 281–294; Stöber B. Media Geography: from Patterns of Diffusion to the Complexity of Meanings. In: *Geographies of Communication. The Spatial Turn in Media Studies*. In: Jesper Falheimer & Andre Jansson (eds). Göteborg: Nordicom, 2006; Adams Paul C. A Taxonomy for Communication Geography // *Progress in Human Geography*. 2011. № 35 (1). P. 37–57; Adams Paul C., Jansson André. Communication Geography: A Bridge between Disciplines // *Communication Theory*. 2012. N 22 (3). P. 299–317; Jansson A. The Mediatization of Consumption: Towards an Analytical Framework of Image Culture // *Journal of Consumer Culture*. 2002. Vol. 2. P. 5–31; Jansson A. Texture: A Key Concept for Communication Geography // *European Journal of Cultural Studies*. 2007. Vol. 7. P. 185–202; Lagerkvist A. Terra (In)cognita: Mediated America as Third Place Experience. In: *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Mediastudies*. Falkheimer J., Jansson A (eds). Göteborg: Nordicom, 2006; Salovaara-Moring I. "Fortress Europe". Ideological Metaphors of Media Geographies. In: *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies*. Falkheimer J., Jansson A. (eds). Göteborg: Nordicom, 2006. P. 107–125; Salovaara-Moring I. Media Geographies: Regional Newspaper Discourses in Finland in the 1990s. University of Helsinki: Department of Communication, 2004; Manufacturing Europe: Spaces for Democracy, Diversity and Communication. Salovaara-Moring I. (ed.). Göteborg: Nordicom, 2009; Darmofal D. Spatial Analysis for the Social Sciences. Cambridge University Press, 2015. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139051293>; Darmofal D., Stricler R. Demography, Politics, and Partisan Polarization in the United States, 1828–2016 (Spatial Demography Book Series. 1st ed. Springer Nature Switzerland AG, 2019. 162 p.; Darmofal D., Christopher E. (2020) "Spatial Data". In: Curini L., Robert J., Franzese Jr. (eds). *The Sage Handbook of Research Methods in Political Science and International Relations*. London: SAGE Publications Ltd. Vol. 1. P. 424–435.

В российской научной школе в рамках гуманитарной географии успешно развивается междисциплинарное направление имажинальной географии, которая изучает особенности и закономерности формирования географических образов, их структуры, специфику моделирования, способы и типы репрезентации и интерпретации¹¹.

Медиаисследователи и политологи сегодня связывают свою научную деятельность с изучением разных видов и типов пространств, а также с конструированием символических пространств на разных географических уровнях медийным инструментарием. Здесь в первую очередь стоит указать на серию публикаций под общим заголовком *Медиагеография в Майнце*, созданную специалистами из Университета Гутенберга (Германия), куда вошли работы по изучению картографии как одного из старейших способов передачи информации, географии кино, новостных карт, роли медиа в трансформации городов и децентрализации пространства и др.¹²

В целом совокупность источников, относящихся к предмету диссертационного исследования, представляется возможным разделить на несколько блоков. Помимо медиагеографических исследований **теоретическая база диссертации** представлена идеями и положениями из разных отраслей социально-гуманитарного знания: политологии, социологии, медиалогии и др. Так, в *первую группу* научно-практических исследований вошли коллективные монографии, сборники, справочники, аналитические обзоры и альманахи Российского института стратегических исследований (РИСИ)¹³, посвященные вопросам внутренней и внешней политики РФ,

¹¹ *Замятин Д.Н.* Гуманитарная география: предмет изучения и основные направления развития // *Общественные науки и современность*, 2010. № 4. С. 126–138. URL: <http://ecsocman.hse.ru/data/2012/09/24/1251347015/Zamyatin.pdf> (дата обращения: 01.02.2023).

¹² *The Geography of Cinema – A Cinematic World*. In: Chris Lukinbeal and Stefan Zimmermann (eds). *Media Geography at Mainz Series*. Vol. 1. Franz Steiner Verlag, 2008. 205 p.; *Fletchall A., Lukinbeal C., McHugh K.* Place, Television, and the Real Orange County. *Media Geography at Mainz*. Vol. 2. Franz Steiner Verlag, 2012. 144 p.; *The Fight to Stay Put. Social Lessons through Media Imaginings of Urban Transformation and Change*. In: Giorgio Hadi Curti, Jim Craine and Stuart C. Aitken (eds). *Media Geography at Mainz Series*. Band 3. Franz Steiner Verlag, 2013. 271 p.; *Comic Book Geographies* In: Jason Dittmer (ed.). *Media Geography at Mainz Series*. Vol. 4. Franz Steiner Verlag 2014. 227 p.; *Media's Mapping Impulse*. In: Chris Lukinbeal, Laura Sharp, Elisabeth Sommerlad and Anton Escher (eds). *Media Geography at Mainz Series*. Vol. 6. Franz Steiner Verlag, 2019. 324 p.; *Gasher M.* Maps of the News: Journalism as a Practice of Cartography. *Media Geography at Mainz Series*. Vol. 7. Franz Steiner Verlag, 2021. 167 p.

¹³ *Евразийское пространство в условиях глобализации: Сборник материалов круглого стола в рамках Международного форума молодых политологов «историческая и культурная общность народов стран Содружества Независимых Государств (Москва, 6–13 сентября 2015 г. / под ред. Т.С. Гузенковой, О.В. Петровской, Н.М. Гвоздевой. М.: РИСИ, 2015. 170 с.; Инновационное сотрудничество на пространстве ШОС / под ред. А.А. Никулина; Е.А. Шаровой. М.: РИСИ, 2015. 88 с.; Кузнецhevский В.Д. Этнические диаспоры и титульная нация в России: Аналит. обзоры РИСИ / под ред. И.А. Романова. М.: РИСИ, 2014. Вып. 1. 28 с.; Новая Евразия: Россия и страны ближнего зарубежья: Аналитический альманах / под ред. Е.М. Кожокина.*

а также международной политики в целом. В этой группе отдельно выделим монографию И.А. Николайчука «Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России»¹⁴, в которой на объективной количественной основе показаны роль и место зарубежных массмедиа в осуществлении стратегических информационных операций по подрыву стабильности в РФ и СНГ и создан методический каркас политической медиаметрии (динамические ряды); две коллективные монографии «Кризис на Украине и крымские события 2014: практика информационной войны»¹⁵ и «Метаморфозы мира. Новая геополитическая роль России»¹⁶, представляющие собой один из образцов того, как можно использовать новые возможности спецаналитики и подкреплять экспертные знания результатами применения количественных методов анализа информации на базе информационно-аналитических систем, а также монографии И.Н. Комиссиной, О.В. Петровской и В.Н. Филяновой, в которых приводятся справочные данные об организационной структуре и деятельности информационно-аналитических учреждений (мозговых центров) в различных странах мира и зарубежных неправительственных некоммерческих религиозных организаций в России¹⁷.

В эту же группу мы включили коллективные монографии Института Европы РАН «Европа в кризисном мире» и «Этап специальной военной операции на Украине. Анатомия антироссийской политики в Европе», ежегодники «Европейская аналитика» и коллективную монографию Российского государственного гуманитарного университета «Политическое

М.: РИСИ, 2008. № 18. 152 с.; Регион Центральной Азии: состояние, проблемы и перспективы российско-китайского взаимодействия / под ред. *Е.В. Супониной, Б.М. Волхонского*. М.: РИСИ, 2013. 30 с.; *Романов И.А.* Территориальные приоритеты внутренней политики России: Дальний Восток и Северный Кавказ: Аналит. обзоры РИСИ. М.: РИСИ, 2014. Вып. 3. 28 с.; Россия и глобальная экономика: Аналитический альманах / под ред. *Н.В. Грибовой*. М.: РИСИ, 2009. № 11(25). 128 с.; Ситуация на Ближнем Востоке: возможные пути выхода из кризиса / под ред. *А.В. Глазовой, Е.С. Бирюкова*. М.: РИСИ, 2015. 124 с.; Центральная Азия: проблемы и перспективы (взгляд из России и Китая) / под ред. *К.А. Кокарева, Д.А. Александрова, И.Ю. Фроловой*. М.: РИСИ, 2013. 316 с.; Экономическое сотрудничество стран БРИКС как основа многополярного мира / под ред. *С.В. Каратаева, Н.Н. Трошина*. М.: РИСИ, 2015. 68 с.

¹⁴ *Николайчук И.А.* Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России. М.: РИСИ, 2015. 230 с.

¹⁵ Кризис на Украине и крымские события 2014: практика информационной войны / науч. ред. *М.М. Янглева*. М.: РИСИ, 2015. 628 с.

¹⁶ Метаморфозы мира. Новая геополитическая роль России / под ред. *М.М. Янглевой, И.А. Николайчука*. М.: РИСИ, 2016. 488 с.

¹⁷ *Комиссина И.Н.* Научные и аналитические центры стран Азии: Справ. М.: РИСИ, 2013. 406 с.; *Петровская О.В., Филянова В.Н.* Зарубежные неправительственные некоммерческие и религиозные организации в России / авт.-сост. *О.В. Петровская, В.Н. Филянова*; отв. ред. *Т.С. Гузенкова*. М.: РИСИ, 2011. 376 с.

проектирование: глобальное, национальное, региональное измерения»¹⁸, которые так же, как и работы исследователей РИСИ, явились базой для анализа социополитической обстановки в мире и способствовали максимально объективной интерпретации полученных в результате медиагеографического анализа данных. Здесь также необходимо указать коллективную монографию РАПН и МГИМО «Современная политическая наука: Методология», в которой подробно описаны более чем 30 методологических подходов и парадигм, сложившихся в мировой политической науке, и представлен разносторонний анализ теоретико-концептуальных оснований для изучения и интерпретации внутренней и международной политики, и труды О.В. Гаман-Голутвиной¹⁹.

Ко второй группе научных работ, способствующих системному исследованию информационной обстановки, относятся труды экспертов в области международной безопасности в условиях геополитики третьей волны, информационно-психологического противоборства, информационных войн, киберугроз и развития искусственного интеллекта, создания системной информационной модели: А.В. Бедрицкого, А.В. Виловатых, И.А. Николайчука, Н.Л. Волковского, В.В. Карякина, В.П. Эльяса, А.А. Ахмедова, А.В. Князева, И.Г. Лобанова, С.М. Ермакова, Е.А. Дербина, И.Н. Розенберга, В.Я. Цветкова, Я.В. Селянина, С.А. Иванова²⁰ и др.

¹⁸ Европа в кризисном мире / отв. ред. Ал.А. Громько. М.: Ин-т Европы РАН: Весь Мир, 2022. 376 с.; Этап специальной военной операции на Украине. Анатомия антироссийской политики в Европе. М.: ИЕ РАН, 2022. 194 с. DOI: <http://dx.doi.org/10.15211/report42022-390>; Европейская аналитика 2021 = European Analytics 2021 / под общ. ред. К.Н. Гусева. М.: ИЕ РАН; СПб.: Нестор-История, 2021. 176 с. DOI 10.15211/978-5-98163-178-8; Европейская аналитика 2022 = European analytics 2022 / под общ. ред. К.Н. Гусева. М.: ИЕ РАН; Воронеж: Арт-Принт, 2022. 214 с. DOI 10.15211/978-5-98163-197-9; Политическое проектирование: глобальное, национальное, региональное измерения / Минобрнауки России, Российский гос. гуманитарный университет, факультет истории, политологии и права; под ред. М.Н. Грачева, Н.А. Борисова. М.: Мир философии, 2016. 464 с.

¹⁹ Современная политическая наука. Методология / отв. ред. О.В. Гаман-Голутвина, А. И. Никитин. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2019. 776 с.; Гаман-Голутвина О.В. Политология как междисциплинарная матрица // Международные процессы. 2016. Т. 14. № 1. С. 86–94; Гаман-Голутвина О.В. Преодолевая методологические различия: споры о познании политики в эпоху неопределенности // Полис. Политические исследования. 2019. № 5. С. 19–42; Гаман-Голутвина О.В. Международная информационная безопасность как актуальный вызов новой геополитической реальности // Международная жизнь. 2020. № 2. С. 136–144.

²⁰ Бедрицкий А.В. Информационная война: концепции и их реализация в США. М.: РИСИ, 2008. 183 с.; Виловатых А.В. Информационное противоборство в политическом процессе: тренды цифровой реальности: диссертация ... доктора политических наук: 23.00.02 [ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»]. М., 2021; Виловатых А.В. Искусственный интеллект и проблема информационной безопасности // Проблемы национальной стратегии. 2021. № 2(65). С. 13–30; Виловатых А.В., Хряпин А.Л. Современные разработки в области социального управления: опыт Соединенных Штатов Америки // Информационные войны. 2019. № 4 (52). С. 45–49; Николайчук И.А. Необходимость переосмысления роли СМИ в современных информационных войнах // Медиа в современном мире. Материалы 59-го международного научного форума. Том 1. С. 124–125. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1611837129_3418.pdf; Волковский Н.Л. История информационных войн: В 2 ч.

Поскольку политическая медиагеография разрабатывалась для изучения политических процессов в условиях современного информационного общества (третьей волны, сетевого, постмодернистского, применимы и другие названия) и медиатизации многих сфер человеческой деятельности, в *третью группу* вошли труды российских и зарубежных авторов, посвященные теориям информационного общества, медиасистемам, процессам медиации и медиатизации, в том числе медиатизации политики и политизации медиа, социальному миру и медиареальности, публичной сфере, механизмам формирования общественного мнения, часть из которых признана в своей области знания классическими: это фундаментальные труды О. Тоффлера, М. Кастельса, Ю. Хабермаса, Ж. Бодрийера, Ф. Уэбстера, А. Лефевра, Э. Ноэль-Нойманн, С.И. Беглова, Л.М. Земляновой, Д. Халлина и П. Манчини, Н. Лумана, Н. Коулдри и А. Хеппа, С. Ливингстон, работы В.П. Коломийца, М.Н. Грачева, Е.Г. Грибовод и др.²¹.

Ч. 1. СПб.: Издательство «Полигон», 2003. 512 с.; *Волковский Н.Л.* История информационных войн: В 2 ч. Ч. 2. СПб.: Издательство «Полигон», 2003. 736 с.; *Карякин В.В.* Геополитика третьей волны: трансформация мира в эпоху Постмодерна. М.: ИГ «Граница», 2013. 432 с.; *Князев А.В.* Некоторые вопросы теории информационных операций ВС США, связанные с использованием СМИ // Медиа в современном мире. Материалы 59-го международного научного форума. Том 1. С. 115–116; *Князев А.В.* Некоторые направления развития зарубежной теории информационных операций с точки зрения системного подхода // Вестник Академии военных наук. 2020. № 1. С. 119–126; *Эльяс В.П., Ахмедов А.А., Князев-Некрасов А.В.* Об активизации пропагандистских усилий НАТО на украинском направлении // *Метаморфозы мира. Новая геополитическая роль России* / под ред. *М.М. Янглева, И.А. Николайчука*; М.: РИСИ, 2016. С. 399–404; *Эльяс В.П., Баранов Р.П., Маричев М.О., Тарасов Е.А., Лобанов И.Г.* Особенности информационного сопровождения противопандемических (противозидемических) мероприятий // Современный миропорядок и его влияние на национальную безопасность Российской Федерации: Сб. материалов круглого стола (Москва, 27 августа 2020 г.) / ВАГШ ВС РФ. Москва: Московский Политех, 2020. URL: <http://www.spsl.nsc.ru/FullText/konfe/%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%9C%D0%B8%D1%80%D0%9D%D0%B0%D1%86%D0%91%D0%B5%D0%B7%D0%BE%D0%BF%D0%A0%D0%A42020.pdf> (дата обращения: 15.05.2023); *Ермаков С.М.* Информационные инструменты в политике НАТО по сдерживанию России // Медиа в современном мире. Материалы 59-го международного научного форума. Том 1. С. 112–113. URL: http://jf.spbu.ru/upload/files/file_1611837129_3418.pdf; *Ермаков С.М.* Кризис идей: западные эксперты в поисках новых смыслов // *Riss.ru*. 22.12.2022. URL: <https://riss.ru/news/videocomment/krizis-idey-zapadnye-eksperty-v-poiskakh-novykh-smyslov/> (дата обращения: 25.04.2023); *Дербин Е.А.* Основы анализа информационной обстановки // Будущее аналитики: от азбучных истин к системе аналитических центров. М.: Научный эксперт, 2013. С. 49; *Розенберг И.Н., Цветков В.Я.* Информационная ситуация // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2010. № 12. С. 126–127; *Селянин Я.В.* Государственная политика США в области искусственного интеллекта: цели, задачи, перспективы реализации // *Проблемы национальной стратегии*. 2020. № 4. С. 140–163; *Селянин Я.В.* Политика США по использованию искусственного интеллекта в интересах военных // *Россия и Америка в XXI веке: электронный научный журнал*. 2020. № 4. URL: <https://rusus.jes.su/s207054760013351-3-> (дата обращения: 10.02.21); *Селянин Я.В.* Законопроект S.2277 “Акт о предотвращении Российской агрессии 2014” // *Кризис на Украине и крымские события 2014: практика информационной войны* / науч. ред. *М.М. Янглева*. М.: РИСИ, 2015. С. 183–185; *Иванов С.А.* Информационная война: сущность и основные формы проявления // *Изв. Алтайск. гос. ун-та*. 2013. Вып. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatsionnaya-voyna-suschnost-i-osnovnye-formy-proyavleniya/viewer> (дата обращения: 01.02.2022).

²¹ *Тоффлер О.* Третья волна. М.: АСТ, 2004. 784 с.; *Castells M.* The Information Age: Economy, Society and Culture. Blackwell, Oxford, 1997. 597 p.; *Кастельс М., Хуманен П.* Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель. М.: Логос, 2002. 224 с.; *Habermas J.* The Theory of Communicative Action – Reason and Rationalization of Society. Vol. 1. Boston: Beacon Press, 1984. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления.

Четвертая группа работ – это труды российских ученых в области исторической политики, идентичности и самосознания, культурологии, филологии и языкознания, так или иначе затрагивающие вопросы ментальности и формирования символических пространств: пространства памяти, Русского мира, пространства смыслов в целом: А.И. Миллера, О.В. Петровской, И.М. Шумской, Т.С. Гузенковой, В.К. Белозёрова, Р.А. Додонова, Р.Г. Абдулатипова, Э.Г. Александренкова, В.Н. Бадмаева, К.С. Гаджиева, И.А. Гобозова, С.В. Картунова, В.О. Коротина, В.Ш. Сургуладзе, А.В. Шевченко, И.В. Анненковой и др.²², а также работы финских

Его мифы и структуры / пер. с фр., послесл. и примеч. *Е. А. Самарской*. М.: Республика; Культурная революция, 2006. 269 с.; *Бодрийяр Ж.* Симулякры и симуляция / пер. с фр. *А. В. Качалова*. М.: Рипол Классик, 2017. 320 с.; *Уэбстер Ф.* Теории информационного общества / пер. с англ. *М. В. Аранова, Н. В. Малыхиной*; под ред. *Е.Л. Вартановой*. М.: Аспект Пресс, 2004. 391 с.; *Lefebvre H.* The Production of Space. Donald Nicholson-Smith trans. Oxford: Basil Blackwell, 1991. 461 p.; *Ноэль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания / пер. с нем.; общ. ред. и предисл. *Н.С. Мансурова*. М.: Прогресс-Академия, 1996. 352 с.; *Беглов С.И.* Монополии слова. М., 1972. 454 с.; *Землянова Л.М.* Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества. Толковый словарь терминов и концепций. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. 301 с.; *Hallin D.C., Mancini P.* Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics. Cambridge: Cambridge University Press, 2004. 342 p. *Couldry N., Hepp A.* The Mediated Construction of Reality. Cambridge, Polity Press, 2017. 256 p.; *Luhmann N.* Die Realität der Massenmedien. Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH, 2004. 219 b.; *Livingstone S.* On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008 // *Journal of Communication*, 2009. № 59 (1). P. 1–18; *Коломиец В.П.* Медиатизация медиа. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2020. 256 с.; *Грачев М.Н.* Моделирование процесса медиатизации политики // *Российская пиарология: тренды и драйверы: Сб. науч. трудов в честь профессора В.А. Ачкасовой* / под ред. *А.Д. Кривоносова*. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. С. 34–41; *Грачев М.Н.* Политика: коммуникационное измерение. Тула: Тульский гос. пед. ун-т им. Л.Н. Толстого, 2011. 171 с.; *Грибовод Е.Г.* Медиатизация политики как институционально-коммуникативный процесс и информационно-стратегический ресурс: дис. ... канд. полит. наук: 23.00.02 / ФГАОУВО Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург, 2017.

²² *Историческая политика в XXI веке* / под ред. *А. Миллера, М. Липман*. М.: Новое литературное обозрение, 2012. 648 с.; *Политика памяти в современной России и странах Восточной Европы. Акторы, институты, нарративы* / под ред. *А.И. Миллера, Д.В. Ефременко*. СПб.: Изд-во Европейского университета, 2020. 632 с.; *Петровская О.В.* Польская «правда» о войне // *Историк.рф*. URL: [https:// xn—h1aagokeh.xn—pr1ai/journal/польская-правда-о-войне/](https://xn--h1aagokeh.xn--pr1ai/journal/польская-правда-о-войне/) (дата обращения: 02.01.2021); *Петровская О.В.* Троеморье: станет ли явью мечта Пилсудского? // *Российский вектор*. 2016. С. 70–73; *Петровская О.В.* Роль восточноевропейских стран в трансформации памяти о Второй мировой войне в Европе? // *Riss.ru*. 27.05.2022. URL: <https://riss.ru/analitica/rol-vostochnoyevropeyskikh-stran-v-transformatsii-pamyati-o-vtoroy-mirovoy-voynе-v-uevropе/> (дата обращения: 12.03.2023); *Шумская И.* Культурная матрица как способ выявления национальной ментальности. Доклад на конференции «Трансфармацыі ментальнасці беларусаў у XXI ст.». Минск. 24.11.2013. URL: <http://inbelhist.org/kulturnaya-matrica-kak-sposob-vyyavleniya-nacionalnoj-mentalnosti> (дата обращения: 12.04.2019); *Гузенкова Т.С.* Историческая политика: память прошлого как инструмент конструирования настоящего // *Наследники победы и поражения. Вторая мировая война в исторической политике стран СНГ и ЕС*. М.: РИСИ, 2015. С. 7–8; *Белозеров В.К.* Пространство и граница России в ценностном измерении // *Известия Саратовского университета. Новая Серия. Серия: Социология. Политология*. 2021. Т.21, вып. 2. С. 190-195. DOI: 10.18500/1818-9601-2021-21-2-190-195; *Додонов Р.А.* Теория ментальности: учение о детерминантах мыслительных автоматизмов. Запорожье: Тандем-У, 1999. 264 с.; *Абдулатипов Р.* Российская нация. Этнонациональная и гражданская идентичность россиян в современных условиях. М.: Научная книга, 2005. 472 с.; *Александренков Э.Г.* «Этническое самосознание» или «этническая идентичность»? // *Этнографическое обозрение*. 1996. № 3. С. 13–22; *Бадмаев В.Н.* Национальная идентичность России: Исторический дискурс и современные вызовы // *Новые технологии*. 2008. Выпуск 5. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/natsionalnaya-identichnost-rossii-istoricheskij-diskurs-i-sovremennye-vyzovy> (дата обращения: 12.01.2022); *Гаджиев К.С.* Сравнительный анализ национальной идентичности США и России. М.: Логос, 2017. 408 с.; *Гобозов И.А.* Государство и национальная идентичность: Глобализация или интернационализация. 2-е изд., стереотип. М.: Ленанд, 2019. 198 с.; *Картунов С. В.* Становление

и норвежских медиаисследователей: И. Саловаары-Мури, С. Аллерна, Х. Ниеминена, Х.-Й. Тренца и др.²³, касающиеся конструирования Европы в медиапространстве, европейской публичной сферы, символического пространства «Европа».

В эту же группу мы включили научные работы российских философов и политологов, раскрывающие суть геополитики постмодерна, различных идеологий, политических течений, явлений: исследования Л.Г. Фишмана, О. Ю. Малиновой, А.Г. Дугина, В.М. Коровина, Е.И. Кукушкиной, З.А. Жаде, Н.А. Борисова и др.²⁴ явились ориентирами для понимания процесса конструирования смыслов на различных исторических этапах в России и зарубежных странах и способствовали анализу big data по потреблению политических смыслов в мире и определения направлений трансформации современных политических систем.

И пятая группа – это исследования зарубежных ученых: Ж. Фоконье, М. Тернера, Б. Нолана, Я. Секигучи, посвященные теории ментального пространства, ее потенциалу в процессе обучения, использовании в

национальной идентичности: какая Россия нужна миру. Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2009. 375 с.; *Кортунов С.В.* Национальная идентичность: постижение смысла. М.: Нобель Пресс, 2013. 591 с.; *Коротин В.О.* Модели национальной идентичности в современном обществе // Вестн. ПАГС. 2014. № 4 (43) С. 128–133; *Сургуладзе В.Ш.* Грани российского самосознания. Империя, национальное сознание, мессианизм и византизм России. 2-е изд., испр. и доп. М.: W. Bafing, 2010. 480 с.; *Шевченко А.В.* Глобальная коммуникация и национальные информационные идентичности: информационная модель цивилизационного развития // Социология власти. 2005. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/globalnaya-kommunikatsiya-i-natsionalnye-informatsionnye-identichnosti-informatsionnaya-model-tsivilizatsionnogo-razvitiya> (дата обращения: 13.06.2022). *Анненкова И.В.* Медиадискурс XXI века. Лингвофилософский аспект языка СМИ. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. 392 с.

²³ *Salovaara-Moring I.* “Fortress Europe”. Ideological Metaphors of Media Geographies. In: *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media Studies* / Falkheimer J., Jansson A. (eds). Göteborg: Nordicom, 2006. P. 107–125; *Allern S.* The Construction of Europe in Communication and Media Research. In: *Nordic Media: Concepts and Current Issues*. E. Vartanova, M. Pavlikova (eds). Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 2009. P. 11–25; *Nieminen H.* The European Public Sphere as a Network? Four Plus One Approaches. In: *Salovaara-Moring I.* (ed.) *Manufacturing Europe: Spaces for Democracy, Diversity and Communication*. Göteborg: Nordicom, 2009. P. 19–34; *Trenz H.-J.* Uniting and Dividing. The European Public Sphere as an Unfinished Project. In: *Salovaara-Moring I.* (ed.) *Manufacturing Europe: Spaces for Democracy, Diversity and Communication*. Göteborg: Nordicom, 2009. P. 35–53.

²⁴ *Фишман Л.Г.* Политический миф и идеология: «опасное сближение»? // Полис. Политические исследования, 2006. № 4. С. 74–86. <https://doi.org/10.17976/jpps/2006.04.08>; *Фишман Л. Г.* Либеральный консенсус: дрейф от неолиберализма к коммунитаризму? // Полис. Политические исследования. 2014. № 4. С. 152–165. <https://doi.org/10.17976/jpps/2014.04.10>; *Фишман Л. Г.* Популизм – это надолго // Полис. Политические исследования. 2017. № 3. С. 55–70. <https://doi.org/10.17976/jpps/2017.03.04>; *Малинова О.Ю.* Конструирование смыслов: Исследование символической политики в современной России. М.: ИНИОН РАН, 2013. 420 с.; *Дугин А.* Геополитика постмодерна. Времена новых империй. Очерки геополитики XXI века. СПб.: ТИД Амфора, 2007. 382 с.; *Коровин В. М.* Удар по России. Геополитика и предчувствие войны. СПб.: Питер, 2013. 288 с.; *Кукушкина Е.И.* Русская интеллигенция в поисках политических смыслов. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2015. 192 с.; *Жаде З.А.* Векторы геополитической идентичности. Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2007. 335 с.; *Борисов Н.А.* Институционализация персонализма: институт Лидера Нации на постсоветском пространстве // Центральная Азия и Кавказ: журн. соц.-полит. исслед. 2017. № 2. С. 69–82.

когнитивной лингвистике²⁵. Обращение к этому кластеру научных работ необходимо для того, чтобы акцентировать внимание на том, что мы в своей работе, говоря о *ментальном пространстве*, вкладываем в это понятие несколько иной смысл. А именно: для нас ментальное пространство – это социальный феномен, определяемый действием средств массовой информации и коммуникации, это пространство диалектически едино в своих общих и частных характеристиках и проявлениях и сводится к глобальному расширяющемуся процессу циркулирования общественно значимых и распознаваемых смыслов в системе коммуникации.

Вместе с тем в рассматриваемой системе исследований, направленных на развитие политологии и политической практики в современной России в целом, не все аспекты изучены равнозначно. Более того, развитие ситуации, связанной с ходом мировых политических процессов, явно опережает развитие методических подходов и технологий социально-политических исследований. Фактически гуманитарные науки исходят из парадигм, которые были характерны и эффективно применялись в условиях модернистского общества. **Научная проблема** заключается в несоответствии существующих теоретических подходов и конкретных методов анализа и моделирования с новым уровнем развития социума. В первую очередь это касается необходимости учета последствий цифровизации, появления возможности привлечения для расширения эмпирической базы исследований *big data*, превращения методов количественного анализа в стандарты исследовательской работы в гуманитаристике. Более того, можно ставить вопрос о появлении новой системности в этой области, под которой подразумевается наличие не только нового набора элементов социальной системы, но и новых типов связей между ними: социальные трансформации происходят быстрее, чем их адекватное научное осмысление.

Объект исследования – медиагеография как научно-прикладное направление для изучения социально-политической реальности.

Предмет исследования – политическая медиагеография как основа технологии реализации внешнеполитических и внутривнутриполитических

²⁵ *Fauconnier G.* Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language. New York: Cambridge University Press, 1994. 190 p.; *Fauconnier G., Turner M.* The Way We Think. New York: Basic Books, 2002. 464 p.; *Nolan B.* Mental Spaces: Processes for Establishing and Linking Spaces // The ITB Journal. 2001. Vol. 2: Iss. 2, Article 4. URL: <https://arrow.tudublin.ie/itbj/vol2/iss2/4> (дата обращения: 12.07.2022); *Sekiguchi Y.* An Analysis of Mental Space Construction in Teaching Linear Equation Word Problems // Institute of Education Sciences. Published 01.07.2003. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED501116.pdf> (дата обращения: 12.07.2022).

проектов, проектирования и прогнозирования политических процессов в условиях развития цифрового общества.

Цель диссертационной работы – разработать и внедрить в российскую гуманитарную науку комплексную дисциплину *политическая медиагеография*, доказать ее онтологическую и научную состоятельность, применимость в широком круге практических приложений в политической науке, показать опыт применения политической медиагеографии как технологии политического анализа и решения конкретных задач, стоящих перед органами государственной власти Российской Федерации, создать основания для внедрения политической медиагеографии в процесс подготовки в системе высшего образования специалистов соответствующего направления и профиля.

Для достижения указанной цели в ходе исследования были поставлены следующие задачи:

- определить место и масштаб исследований по медиагеографии в современной системе общественных наук;
- обобщить исследования зарубежных и российских ученых, объектом которых являются пространства в разных формах и проявлениях: социальное, культурное, медийное и др.;
- дополнить и модернизировать понятийный аппарат медиагеографии;
- выявить особенности исследований пространства как ключевой категории медиагеографии;
- определить характер диалектической связи и взаимопроникновения медиагеографических подходов и процессов медиатизации;
- установить предметную область политической медиагеографии как новой прикладной дисциплины в российской гуманитарной науке;
- сформировать соответствующие контуры цифрового обществоведения с целью его применения в изучении политических процессов и практик в условиях постнеклассической геополитики на основе big data;
- выявить и исследовать явления анизотропии ментальных ландшафтов разных стран мира и регионов, которые в значительной степени влияют на современные политические практики в условиях информационно-психологического противоборства;

— определить уровень потенциала и степень рациональности применения политической медиагеографии к исследованию политических процессов и динамики международных отношений;

— оценить роль синергетических факторов в развитии политической и медиасистем;

— обосновать конкретные подходы и методы для исследования информационной обстановки в условиях цифровизации;

— предложить методики для исследования информационной обстановки и выявления информационных угроз на основе медиаметрического и медиагеографического блоков современных информационно-аналитических систем;

— охарактеризовать современную систему политических смыслов и выявить географическую анизотропию их потребления интернет-аудиторией разных стран;

— определить направления трансформации современных политических систем и проектов;

— предложить передовые информационно-аналитические разработки в области политологии, в первую очередь, для исследования актуальных социально-политических процессов в разных странах и регионах мира;

— выявить вызовы и угрозы России в сфере информационной безопасности и предложить некоторые меры по их парированию.

Научная гипотеза. В ходе исследования было выдвинуто предположение о том, что политическая медиагеография может стать основой новых эффективных технологий изучения трансформаций общества и политической реальности на современном этапе. Темпы подобных трансформаций в настоящее время резко ускорились, возросла и неопределенность их конечного результата. Это драматическим образом усложняет политическую деятельность и реализацию поставленных (заявленных) целей. При этом резко возрастает вероятность рисков дестабилизации политической обстановки и нарушения социальной стабильности в глобальном, макрорегиональном, региональном и локальном масштабах. Потенциал политической медиагеографии может позволить проводить исследования с высокой научной обоснованностью, дать возможность исключить зависимость от степени локализации политического пространства, соотнести исследования с реальным масштабом времени.

Эмпирическая база медиагеографических исследований в политологии представляется беспрецедентно широкой. Политическая медиагеография может рассматриваться в широком научном контексте буквально и как необходимый элемент системного подхода в изучении политики и политических процессов, и как одно из средств конструирования современной политической науки.

Эмпирическую основу исследования составили:

— большие данные, извлеченные из поисковых систем *Google*, Яндекс и *Baidu* в 2004–2023 гг., информационно-аналитической системы *Россия в мире* в 2014–2017 гг., *Google Books Ngram Viewer* в 2021–2023 гг.;

— документы стратегического планирования России и США;

— Стратегические концепции НАТО (2010, 2022);

— информационно-аналитический доклад НАТО “Analysis of Russia’s information campaign against Ukraine” (2014) и материалы Центра передового опыта НАТО в области стратегических коммуникаций (Stratcom);

— стенограммы заседаний Конгресса США;

— документы аналитических служб Конгресса США, Госдепартамента, Агентства по международному развитию США (USAID), а также соответствующие документы, подготовленные структурами ЕС, правительствами и парламентами зарубежных стран: Финляндии, Швеции, ФРГ, Чехии и др.;

— статистические данные профильных государственных структур, исследования международных и национальных социологических служб;

— информационно-аналитические разработки зарубежных экспертных и научных центров, в частности «Корпорации РЭНД» (RAND Corporation);

— доклады Еврокомиссии, материалы аналитических служб ведущих органов инновационного и внешнеполитического пропаганды (*Voice of America*, *BBC*, *Deutsche Welle*, *Радио Свобода* и др.);

— зарубежные и российские медиаматериалы (печатные, аудиовизуальные, онлайн-овые).

Методология и методы исследования. Характер и цель исследования, его объект и предмет предопределили тот факт, что как для работы в целом, так и для ее отдельных фрагментов использовалась взаимосвязанная и взаимодополняющая совокупность общих и частных – теоретических и эмпирических – методов исследований в политологии.

В группе общетеоретических методов особое внимание было уделено системному, сравнительному, институциональному, историческому подходу, хотя в целом ряде случаев использовались принципы и техники бихевиористского метода. Принципиально важным являлось то, что сравнительный (компаративный) метод был в целом доминирующим и всепроникающим.

В группе эмпирических методов основной упор был сделан на анализ статистического материала. Наличие массивов цифровой информации позволило использовать практически весь опыт методов обработки статистических данных, накопленный в таких областях, как государственная статистика, математическая экономика, клиометрия (историческая информатика), политическая медиаметрия, науковедение и наукометрия, лингвостатистика, автоматическая классификация и кластеризация, ранжирование, и в ряде других. Наиболее активно в нашем случае велись исследования с помощью корреляционного и регрессионного анализа, рангового анализа, анализа динамических (временных) рядов. Все конкретные расчеты производились с помощью программ пакета Microsoft Office Excel. Укажем здесь, что на анализе временных рядов, характеризующих динамику информационных процессов и составляющих основу политической медиаметрии, базируется комплексное исследование зарубежных медиаматериалов в рамках решения задач мониторинга и анализа действий зарубежных массмедиа по формированию имиджа России в различных странах, а также слежения за развитием международной информационной обстановки. Медиаметрический блок, входящий в информационно-аналитические системы, позволил нам собрать необходимые статистические массивы (число обработанных первичных материалов может достигать нескольких сотен тысяч. – *М.Я.*) для разработки медиагеографического базиса создания систем слежения за информационной обстановкой в интересах национальной безопасности РФ. Особенностью исследования являлось то, что результаты расчетов и найденные зависимости в большинстве случаев верифицировались с помощью традиционных методов анализа информации (контент-анализ, социологические опросы, экспертные оценки и др.).

Извлеченные из поисковых систем Google, Яндекс и Baidu большие данные легли в основу исследования современной системы политических смыслов и трансформаций современных политических систем и проектов; big

data обрабатывались и оценивались с применением рангового анализа и метода парных корреляций в контексте задач по изучению социально-политических пространств.

Научная новизна диссертационного исследования. Впервые в отечественной политологии закладываются основы целостной концепции многофункционального нового научного направления – *политической медиагеографии*. Созданы предпосылки для разработки эмпирической и инструментально-научной базы верификации политических прогнозов, социологических исследований и опросов, исторических и историософских концепций, ранжирования конфликтов, опасностей и вызовов в социальной сфере, а также в ряде других социально-гуманитарных дисциплин.

Результаты, полученные автором и обладающие научной новизной, содержатся в следующих положениях и выводах:

Первое. Основы медиагеографии и медиагеографические исследовательские подходы, связанные с изучением различных пространств, политическим, экономическим, культурным и др. измерением пространства, роли медиа в территориальной (географической) и ментальной интеграции (и дезинтеграции), региональных пространственных ориентиров центр-периферия и пространственно-специфической социальной реальности, медиатизированной политики привели к проницаемости дисциплинарных границ и прогрессу в методологии политологии.

Второе. Медиагеографический базис слежения за информационной обстановкой, социополитическими и социокультурными процессами расширил границы политической науки. Именно он помогает решать задачи системного плана, стоящие перед руководством субъектов РФ и экспертным сообществом по выявлению потенциалов и специфики политических пространств (потенциал сепаратизма и формирование системы «нового регионализма», явление дрейфующей идентичности, сильная анизотропия ментальных ландшафтов российских регионов, связанная с восприятием населением различных установок и инициатив российской власти) как в реальном мире, так и виртуальной среде.

Третье. Политическая медиагеография впервые ставит вопрос о специфике и разнообразии политических и социально-общественных процессов в системе различных иерархически и/или линейно организованных

медиапространств. Мы акцентируем внимание на том, что имеется сильнейшая анизотропия географических локаций по реакции населения на политические процессы, очень многое зависит от смыслов, транслируемых глобальными и региональными медиа и потреблением этих смыслов гражданами – резидентами территорий.

Четвертое. В условиях сильной зависимости современного человека от информационно-коммуникационных технологий, Интернета, социальных сетей, направления, интенсивности, масштаба информационных потоков, создаваемых при участии политических элит и деятельности транснациональных медийных корпораций (здесь стоит учитывать и обострение политической борьбы за контроль социальных сервисов Интернета), создания новых инструментов информационного противоборства и проведения информационно-психологических операций основные категории политической медиагеографии – пространство и время – являются определяющими для исследования социально-политических процессов. Временные ряды и пространственная логика медиагеографии в политических исследованиях, т. е. изучение объектов в динамике и практически без границ, становятся необходимыми для повышения точности прогнозов, адекватного осмысления ситуаций и политических практик, социального моделирования.

Пятое. В связи с низкой точностью прогнозов хода политических процессов, равно как и с высокой сложностью их системного моделирования, политическая медиагеография может использоваться и как действенный инструмент оперативного реагирования на различные виды угроз безопасности государства, и одновременно как емкое и универсальное средство научных исследований; позволяет проводить политический, экономический и социокультурный разведочный анализ на основе открытых источников информации в краткосрочной, среднесрочной перспективе. Своевременное использование подходов политической медиагеографии позволит снизить политические риски при принятии ответственных управленческих решений, развить политтехнологии на основе более глубокого освоения реальности и понимания особенностей общественного сознания.

Шестое. Выделение политической медиагеографии в особую область социально-гуманитарного знания оправдано и целесообразно, поскольку сегодня имеют место революционные процессы цифровизации практически всех сфер жизнедеятельности. При этом следует учитывать и усиление

соперничества разных стран не только в кибер-, но и в ментальном, когнитивном пространстве. Базирующаяся на работе с широким спектром дигитализированной информации (в первую очередь, с big data) и использующая современные методы количественного и качественного анализа информации (контент-анализ, медиаметрический, ранговый, факторный) политическая медиагеография, наряду с наукометрией, исторической информатикой и др., может рассматриваться как фундамент цифрового обществоведения, поскольку большинство населения планеты сегодня являются активными пользователями Интернета (5,3 из 8 млрд²⁶) и проводят свое время в цифровой среде. Политическая медиагеография позволяет изучать социальную анизотропию и динамику смены состояний на основе легкодоступных фактических данных с максимальной оперативностью, что также расширяет возможности классических методов гуманитарных исследований, в первую очередь социологии, а также позволяет усовершенствовать технологии политического прогнозирования.

Положения, выносимые на защиту.

1. Предметная область политической медиагеографии расширяет границы предметной области медиагеографии. Совокупность объектов, свойства которых и отношения между которыми представляют интерес для политологов и – шире – социальных философов и обществоведов в рамках политической медиагеографии, не тождественны тем, которые изучаются собственно медиагеографией. Вместе с тем сохраняется то положение, что онтологический базис формирования предметных областей медиагеографии и политической медиагеографии, а именно – познание пространств, совпадает. Методическим ядром научного освоения системы объектов, составляющих предметную область политической медиагеографии, является подход, при котором специфика политических процессов и явлений рассматривается через призму анализа функционирования медиасистемы в конкретных географических локациях различного иерархического уровня и на конкретных временных отрезках (в пространстве и времени). При этом реальность раскрывается в ходе обращения к таким категориям, как ментальное пространство, ментальный ландшафт, морфоскульптуры. В политической

²⁶ Number of internet and social media users worldwide as of January 2024. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (дата обращения: 10.02.2024).

медиагеографии пространства как объект изучения приобретают новый смысл, получают собственную метафизику. Поэтому политическая медиагеография выделяется как новая сциентифическая сфера для политической и гуманитарной науки в целом и как новый технологический базис прогнозирования соответствующих процессов в жизни социума.

2. Новый понятийно-категориальный аппарат, которые предлагает политическая медиагеография, актуализирует, модифицирует существующие до этого традиционные подходы к изучению современного общества. Более того, именно этот аппарат становится главным катализатором процессов создания перспективных технологий проектирования и прогнозирования политических и аналогичных им процессов. Он позволяет правильно и точно наметить ориентиры исследовательской работы, обозначить ее цели и этапы, построить адекватные алгоритмы решения сложных проблем. Здесь можно найти наметки, зародыши новых парадигмальных подходов к научному освоению характера нынешней «опережающей реальности», в частности – алгоритмов политического управления рождающегося на наших глазах цифрового общества, которое радикально отличается от общественных систем, сложившихся в период идеологического миростроительства.

3. Политическая медиагеография (в отличие от медиагеографии) уже по своей природе нацелена на изучение актуальных политических и социальных процессов в мире на основе анализа big data, извлеченных из поисковых систем, и совокупностей упорядоченных во времени эмпирических данных по материалам печатной прессы, аудиовизуальных и онлайн-медиа в привязке к пространственным и временным координатам информационного поля. Уникальная, практически всеохватная эмпирическая база политической медиагеографии позволяет существенно расширить инструментарий исследований в политологии и смежных дисциплинах, использовать обширный арсенал математических средств обработки исходного научного материала, создать надежную базу для моделирования и прогнозирования процессов в жизни человечества. Более того, политическая медиагеография в своей конкретно-методической части, демонстрирует гибкость и высокую программно-расчетную доступность приложений для исследователей.

4. Политическую медиагеографию можно определить в качестве основы эффективных технологий изучения социально-политических процессов именно в условиях возникновения цифрового общества. Политическая

медиагеография амбивалентна по отношению к воздействию разнонаправленных векторов глобализации и локализации. Генезис политической медиагеографии определяется сложными и противоречивыми реалиями развития общества. Она детерминирована ходом исторического процесса и вызвана к жизни объективными потребностями общественной практики. Ее появление не случайно и характеризуется истинной актуальностью.

5. Политическую медиагеографию можно рассматривать как составную часть методик современной политологии, страноведения и регионоведения, поскольку она позволяет адекватно оценить состояние общества и характер политических процессов во всех странах и регионах мира. Политическая медиагеография достаточно универсальна и может применяться не только в рамках традиционных гуманитарных научно-тематических направлений, но и как база междисциплинарных и полидисциплинарных исследований, разных уровней политического анализа.

6. Политическая медиагеография является действенным инструментом обеспечения национальной безопасности и защиты национальных интересов России на международной арене, она может применяться для стратегического планирования защиты интересов РФ в гуманитарной сфере. Ее достоинством в контексте решения указанных задач являются такие органически присущие ей качества, как возможность проводить исследования с высокой научной обоснованностью в реальном масштабе времени, независимо от географической локации объекта исследования. Политическая медиагеография позволяет системно отслеживать направления и характер трансформации базовых (идеологических) установок властных элит в зарубежных странах, равно как и параметры общественного мнения и настроений социумов на различном иерархическом уровне.

7. При помощи политической медиагеографии возможен запуск процессов роста степени присутствия России в мировом информационном поле, что усилит ее восприятие за рубежом как объекта глобального масштаба (в экономическом, культурном, культурно-историческом, этнографическом и пр. отношениях) с позитивными коннотациями. Такая работа сегодня стала остро востребованной в связи с необычайной активностью распространения общественных антироссийских настроений в значительном числе западных стран. Еще более важным моментом является фактически революционная

перестройка системы пространств участия России в геополитических, геоэкономических, геофинансовых и военно-политических объединениях. Здесь исследовательские технологии на основе политической медиагеографии выступают в качестве адекватного фиксатора результатов и достижений России в участии соответствующих проектов и инициатив.

8. Политическую медиагеографию целесообразно использовать для решения резко актуализировавшихся в последнее время задач формирования национальной и региональной идентичности субъектов РФ в условиях глобального мира, создания ориентиров нации – морфоскульптур общественного ландшафта. Медиагеографический подход и связанные с ним технологии политологического исследования могут быть использованы и при решении задач сохранения (восстановления) исторической памяти, при создании планов действий по корректировке национальной идеи, по продвижению российской модели мировоззренческих ценностей в зарубежной социокультурной среде, при осмыслении проблематики мировоззрения в современном мире, для аксиологического измерения российского общества.

9. Политическая медиагеография позволяет решать широкий круг политических проблем за счет активного привлечения ученых из разных сфер к разработке или корректировке концепций национальной идеологии, равно как к задачам миропроектирования, прорыва в новую социальную реальность. Политическая медиагеография усовершенствует такие предметные политтехнологии как организация и проведение электоральных кампаний, формирование имиджа, ведение переговоров, лоббирование и др.

Теоретическая значимость диссертации. Исследование расширяет, уточняет и обновляет понятийно-категориальный аппарат медиагеографии, включает его в единый контекст политологии и других гуманитарных наук; заложен потенциал для дальнейшей детальной разработки методологии для анализа социополитических, экономических, культурных процессов в России и за рубежом в контексте набирающей силу медиареальности. Материалы диссертации могут служить основой для выявления объективных тенденций потребления обществом идеологий и ценностей, воздействующих на мировоззрение современного человека, что, в свою очередь, необходимо для решения политических задач для реализации целей нациестроительства и сохранения суверенитета.

Практическая значимость диссертационной работы. Результаты исследования применимы в деятельности органов государственной власти Российской Федерации, политического руководства РФ, в работе ключевых федеральных ведомств, в том числе органов военного управления и структур, вовлеченных в защиту национальной безопасности России. Они могут быть полезны для аналитической работы в научных, научно-исследовательских и научно-образовательных учреждениях РФ. Изложенные в диссертации положения и выводы могут найти применение в образовательном процессе в ходе преподавания курсов политологии, социологии, медиалогии, информационной безопасности и специальных дисциплин в высших учебных заведениях.

Поскольку методы и инструменты политической медиагеографии дают возможность в продуктивном ключе привлекать для анализа разнообразные качественные и количественные данные и использовать хорошо разработанные способы их обработки (контент-анализ, ранговый и факторный анализ, процедуры статистической классификации и распознавания образов), политическая медиагеография может стать донором идей и объективного эмпирического материала для всего спектра теоретических и прикладных политологических дисциплин, в первую очередь для проектирования и прогнозирования политических процессов.

Апробация и внедрение основных результатов исследования. Авторские аргументы, полученные в ходе научного поиска, стали предметом исследовательских дискуссий на заседаниях кафедры теоретической и прикладной политологии факультета международных отношений, политологии и зарубежного регионоведения Историко-архивного института ФГБОУ ВО «Российский государственный гуманитарный университет». Диссертация была обсуждена и рекомендована к защите.

В период 2013–2024 гг. по теме диссертации автором были опубликованы 50 научных работ общим объемом около 67,4 п.л., в том числе 12 статей в журналах, включенных в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук по специальности 5.5.2 – Политические институты, процессы, технологии (из них 9 статей в научных журналах категорий К1 и К2 Перечня), три статьи в научных изданиях,

входящих в базы Scopus и Web of Science Core Collection), 15 статей в иных рецензируемых научных журналах (из них 13 статей в научных журналах категорий К1 и К2 Перечня по иным специальностям), шесть монографий. Кроме того, под редакцией автора в указанный период вышли три коллективные монографии и два сборника статей.

Изложенные в диссертации положения и выводы были также апробированы в ходе выступлений на научных конференциях и семинарах в период 2013–2023 гг. в МГУ имени М.В. Ломоносова, РИСИ, МГИМО, РУДН, СПбГУ, ДВФУ, НГЛУ имени Н.А. Добролюбова, Российском Совете по международным делам, Институте законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, КФУ имени В.И. Вернадского, Университете Хельсинки, а также в ходе реализации проекта Российского института стратегических исследований (РИСИ) с целью анализа информационной политики различных государств, который нашел отражение в публикациях информационно-аналитического бюллетеня «Российский вектор», включающего результаты оценки больших данных, характеризующих уровень информационной опасности для РФ, и специальных рейтингах «Зарубежные СМИ в 2014, 2015 и 2016 гг. Антироссийский вектор» в 2014–2017 гг. Информационные и аналитические материалы «Российского вектора» использовались в работе Совета безопасности РФ, МИДа России, Министерства обороны и других государственных структур.

Результаты исследования уже введены в **практику обучения** студентов (бакалавров и магистров) факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова по дисциплинам: «Теория и практика внешнеполитических коммуникаций», «Мировая политика и массмедиа», «Глобализация и регионализация международных отношений», «Политика и международная журналистика», «Массмедиа, национальная идентичность и историческая память», «Зарубежные медиасистемы», «Медиагеография: теоретические основы», «Массмедиа и пространство смыслов: опыт регионов мира» и включены в программу межфакультетского курса «Особенности развития массмедиа регионов мира» для студентов – слушателей МГУ имени М.В. Ломоносова.

Научная специальность. Диссертация выполнена в соответствии с паспортом научной специальности ВАК 5.5.2 – Политические институты,

процессы, технологии: п. 11. «Региональное измерение политики и политического управления»; п. 19. «Глобализация, сетевизация и цифровизация: политические аспекты»; п. 21 «Этнополитические процессы и конфликты. Национально-государственное, национально-территориальное, национально-культурное самоопределение»; п. 27 «Направления и формы трансформации политических идеологий»; п. 29 «Информационные процессы и управление политическими коммуникациями: традиционные СМК, социальные медиа и сети»; п. 33. «Стратегическое управление, политическое прогнозирование и проектирование политических институтов и процессов».

Структура диссертации состоит из введения, четырех глав, 16 параграфов, заключения, библиографии, семи приложений. Список литературы содержит 364 источника.

II. ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность избранной для исследования темы, рассматривается степень изученности проблемы, формулируются цели и задачи исследования, дается характеристика источниковедческой базы и методологических подходов, определяются научная новизна и практическая значимость диссертации.

Первая глава **«Медиагеография как новая прикладная дисциплина в политологии»** включает в себя анализ этапов развития медиагеографии как научной дисциплины и формирующейся единой технологии для изучения общественно-политических процессов, её современного состояния, описание предметов исследования. В параграфе 1.1. **«Понятийный аппарат медиагеографии»** указанная дисциплина рассматривается как система взаимосвязанных и конкретных научных изысканий, познание которой возможно и на основе наукометрических подходов и методик в контексте политики и управления. Термин «медиагеография» (Media Geography) был нормализован фактически только после 2010 г. Такие отечественные словари, как «Масс медиа. Словарь терминов и понятий» и «Справочник молодого журналиста», соответствующих статей не содержат. Понятие «медиагеография» впервые было прокомментировано в библиографическом словаре Oxford Bibliographies в 2014 г. Составители словаря описали предмет и объект этой науки следующим образом: «Это отображение явлений и реалий социального бытия, которое осуществляется в ходе специфической журналистской деятельности <...> Медиагеография исследует широкий круг проблем материальной жизни общества, культурных смыслов и символов, комплексного воздействия на духовную сферу человека за счет целенаправленного сбора и упорядочивания фактов и другой информации по географическим локациям, а также их креативной обработки».

В 2019 г. в России выходит книга «Медиагеография»²⁷. В этом же году появляются словарные статьи о медиагеографии²⁸. Обращение в социальную сеть для сотрудничества ученых academia.edu (172 млн зарегистрированных пользователей) позволило выяснить, что медиагеография (media geography)

²⁷ Якова Т.С., Янглева М.М. Медиагеография. М.: Издательство ИКАР, 2019. 188 с.

²⁸ Отечественная теория медиа. Основные понятия. Словарь / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Фак. журн. МГУ; Изд-во Моск. ун-та, 2019. С. 112–114.

особой популярностью у исследователей не пользовалась и не пользуется и стала развиваться только в последние 15 лет. В системе зарегистрировано всего 94 работы, где слова *media* и *geography* встречались (стояли рядом) в заголовках, причем в подавляющем большинстве случаев исследователей интересовали вопросы, которые важны скорее географам, чем обществоведам. Здесь стоит указать, что именно географы заложили понятийный аппарат медиагеографии и концептуализировали термин «медиапространство». Понимание значения информации в географическом контексте дает четкое представление о том, что места и пространства никогда не бывают нейтральными. Географический контекст в этом случае выступает как теоретический контекст, ограниченный семиотикой, идеологиями, системой представлений индивида о себе, идентичностью. Медиагеография в предметах исследования может коррелировать с медиарегионалистикой²⁹ и может стать незаменимым инструментом для исследования и оценки ключевых политических, социально-экономических, идеологических, культурных, психологических, ментальных и т. д. характеристик заселенных географических пространств (территорий). Так, выявление особенностей смыслового регионального рынка, который создают местные газеты, является необходимой задачей для организации социального партнерства, информационных и электоральных кампаний, согласованию интересов всех участников политического процесса на региональном и местном уровне. В параграфе 1.2. **«Предпосылки формирования медиагеографии в качестве прикладной дисциплины в политологии»** дается обзор основных исследований зарубежных географов и медиологов, выполненных в 1970–2000-е гг. Результаты медиагеографических исследований так или иначе использовались в основе различных приемов, процедур и методик (как элементов формирующейся единой технологии), направленных на выявление особенностей общественного развития в разные исторические периоды. Базой для формирования медиагеографии как науки стали работы, которые современные медиаисследователи называют «предвестниками медиагеографии» и указывают на фрагментарность таких работ. Одними из таких предвестников был шведский географ Т. Хегерштрэнд, который

²⁹ Чернов А. В. Возможна ли медиарегионалистика как специальная область исследований масс-медиа? // Вестник Череповецкого государственного университета. 2014. №2 (55). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhna-li-mediaregionalistika-kak-spetsialnaya-oblast-issledovaniy-mass-media> (дата обращения: 25.06.2024).

предпринял попытку понять, как работают категории времени и пространства в процессе распространения знаний в городах и сельских поселениях Швеции – его работа приобретает сегодня новую актуальность в связи с функционированием сетей различных некоммерческих и неправительственных организаций, которые осуществляют разнонаправленную (проправительственную, оппозиционную, миротворческую, правозащитную и др.) деятельность. В середине 1980-х британские и североамериканские географы коснулись разных аспектов взаимосвязей массмедиа и географии: от подачи (презентации) новостей до характера телевизионных программ и рок-музыки. Британский географ Ж. Берджесс указывала на важность производства и интерпретации смыслов, массмедиа в ее понимании присваивают и интерпретируют значения социальной реальности и имеют возможность формировать концепции физической, экономической, политической и социальной среды (здесь укажем на важность идеологических метафор в медиатекстах, при помощи которых создается пространство в заданных политических координатах, например, метафора «крепость Европа» – *М.Я.*).

Зарубежные географы создали предпосылки для формирования новой технологии изучения социальных процессов, результаты их научных поисков оформились в новое научное направление – медиагеографию, которая до конца 1980-х гг. в большей степени существовала обособленно. В частности, исследования были сфокусированы на росте телекоммуникаций, а пространственное измерение экономической деятельности являлось доминирующей темой. К 1990-м гг. исследовательский фокус географов от подсчётов и картирования сместился в сторону изучения содержания медиапродуктов и возможных последствий их использования. В этом контексте особое внимание уделялось проблеме пространственного сознания и идентичности. Относительно мало внимания уделялось роли средств массовой информации в трансграничных контекстах или созданию новых пространств и сообществ вне национальных границ. Тем не менее, в развитии гуманитарной географии наблюдалось несколько поворотных моментов, что привело к проницаемости дисциплинарных границ и прогрессу в методологии. В начале XXI в. к исследованию медиа в трансграничных масштабах подключились политологи, социологи, психологи и др. В настоящий момент

многие ученые сходятся во мнении, что медиагеография носит междисциплинарный характер и охватывает идеи и методы нескольких субдисциплин географии (экономической, культурной, политической), истории, культурологии, социологии, искусствоведения.

В этом же параграфе мы указываем на необходимость развивать новое научное направление – *политическую медиагеографию* и выделить ее в особую область социально-гуманитарного знания. Такой шаг обусловлен как общей логикой развития человеческого общества, в котором проявляются разнонаправленные тенденции нарастания глобального и локального, так и технологической революцией в сфере массовых коммуникаций, что привело не только к появлению избытка информации, но уже и к избытку данных, т. е. обработанной и сжатой для использования в процедурах анализа оцифрованной информации. Актуальной становится задача выявления потенциалов и специфики политических пространств, как реальных (территории, на которые распространяется исторически обусловленная политическая система или осуществляется ее политическое влияние), так и ментальных (с символическими границами идущего в современных условиях информационного общества политического, экономического, культурного и языкового процесса).

В параграфе 1.3. **«Технологический потенциал медиагеографии в новой цифровой реальности»** мы предлагаем использовать возможности медиагеографии для наиболее точного анализа особенностей политики, политических процессов, внутри- и внешнеполитической коммуникации на разных уровнях: глобальном, макрорегиональном, национальном, региональном, местном. Современные преобразования в сфере географии коммуникаций снижают зависимость общества от физической географии как важного средства самоопределения, видоизменяют представления о взаимосвязи места и человека (через конвергентные технологии: телефон, компьютер, спутник, информационные инфраструктуры и т. д.) и позволяют создавать медиаобразы (в том числе медиаобраз государства, государственного деятеля, государственной политики, политического процесса, политики в целом) вне зависимости от реальных пространственных координат и временных рамок. Человек в современном мире погружен в медийную реальность (реальность, опосредованную массмедиа), в которой смыслы, концепты и коннотации создаются медиаиндустрией. Постоянно

меняющаяся информационная среда формирует медиареальность путем репрезентации пространства и времени различными медиасредствами.

В настоящее время междисциплинарные подходы к изучению медиареальности отображают широкий спектр возможностей медиагеографии и позволяют нам говорить о потенциале политической медиагеографии как нового научного направления, способствующего решению конкретных политических задач и реализации конкретных политических проектов. Так, например, мы уделили внимание крупному международному проекту по изучению цифровых диаспор с составлением специального электронного атласа *E-diasporas* под эгидой французского научно-исследовательского института «Фонда наук о человеке» (Fondation Maison des Sciences de l'Homme). Совместными усилиями более чем 80 исследователей со всего мира (политологов, филологов, социологов и др.) на современном этапе изучаются около 8000 веб-сайтов мигрантов, содержимое сайтов архивируется и отслеживается время их взаимодействия с другими ресурсами в Сети, создается так называемый электронный корпус диаспоры³⁰. Атлас электронных диаспор позволяет исследователям сделать важные выводы, актуальные при разработке мер для защиты национальной безопасности. Так, например, он дает максимально объемное представление об ассоциациях, блогерах, группах активистов или отдельных лицах, захвативших власть в Сети и готовых разжигать народные волнения и влиять на политические события.

В этом параграфе приводятся примеры реализации крупных политических проектов, связанных с формированием информационного пространства как антропогенной системы (built environment). Так, амбициозный проект Польши по собиранию «новой Европы» – *Троеморье* – напрямую связан с созданием нового политического пространства – пространства «трех морей». Внешнеполитическая активность Польши в важном для нее регионе трех морей – Адриатического, Балтийского, Черного – основана на продвижении заявленной идеи в информационном пространстве не только стран ЦЮВЕ, но и всего мира, что подтверждает проведенный медиагеографический анализ ситуации. Наряду с Троеморьем Польша активно

³⁰ Корпус или графическая интерактивная сеть – это образ диаспоры, его профиль в виртуальном пространстве (в его паутинообразной структуре прослеживается пространственное распределение географически рассредоточенного коллектива и его удаленная организация). – М.Я.

осваивает пространства памяти, продвигает исторические инициативы и является «законодательницей моды» на демонстрацию исторической политики как самостоятельного направления, интенсивно развивая институты памяти.

Границы ментального пространства могут совпадать или не совпадать с географическими. Например, Россия, которая географически находится и в Европе, и в Азии, в ментальное европейское пространство не входит, поскольку Европу и европейскую публичную сферу выстроили европейские массмедиа, они же и создали «европейскость». Европейская публичная сфера (European public sphere) как объект медиаисследований активно изучалась с позиций евроинтеграции, построения новой, общеевропейской идентичности, нового пространства для коммуникации, изучался процесс «фреймирования» ЕС в медиапространстве, «политическое конструирование Европы»³¹. Здесь считаем необходимым указать, что ключевой проблемой современной Европы в условиях информационного общества является проблема национальной идентичности: в начале XXI в. 2/3 граждан в мире не идентифицировали себя с государством и не рассматривали себя как народ, представленный их правительствами. Причем в это число вошли и граждане стран Северной Европы, где уровень политической культуры и доверия к власти и средствам массовой информации был выше, чем в других европейских регионах. В подобной ситуации разумно говорить о преднамеренном изменении модели идентичности, для чего целенаправленно формировалось определенное пространство смыслов.

В параграфе 1.4. **«Социальный мир и медиатизация как определяющие факторы применения медиагеографии в исследовании социально-политических процессов»** медиагеография как технология изучения социально-политических процессов рассматривается в привязке к социальному миру и медиатизации – процессу растущей зависимости всех социальных практик (политической, экономической и др.) от медиакоммуникационной инфраструктуры в масштабах от местной до глобальной. Коммуникативное построение социального мира и его повседневной реальности меняется, когда средства массовой информации и

³¹ Allern S. The Construction of Europe in Communication and Media Research. In: Nordic Media: Concepts and Current Issues. In: E. Vartanova, M. Pavlikova (eds). Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, 2009. P. 15–21.

коммуникации вовлечены в этот процесс. Общим для всех форм коммуникации, опосредованной медиа, является то, что они расширяют взаимодействие от простого «здесь» и «сейчас» до «там и сейчас», то есть в нашем случае пространство для политической практики безгранично. Таким образом, большинство ситуаций, связанных с коммуникацией, опосредованной медиа, в некотором смысле транслокальны: посредством такого взаимодействия связывается деятельность массмедиа и создание смыслов (в том числе политических) в разных местах и пространствах, что можно зафиксировать и изучить при помощи медиагеографии. Современные политические процессы нельзя рассматривать вне медиации и медиатизации.

Российские и зарубежные исследователи в настоящее время не пришли к консенсусу по вопросу оценки последствий медиатизации. Так, в современных гуманитарных исследованиях мы встречаем как положительную, так и крайне негативную оценку этого явления: «средства массовой коммуникации все более *подчиняют* своему влиянию различные сферы социальной действительности, глубоко интегрируясь в них»³² или медиа не только встраиваются в общество, но и *присваивают* себе определённую часть власти – власти могущественных прежде институтов: госаппарата, образования, церкви, семьи.

Медиатизация вызвала фундаментальную трансформацию политики и политической системы, при этом процессы медиатизации политики и политизации медиа происходят одновременно. Дискуссии на тему взаимопроникновения политики и массмедиа в академической среде не утихают, как и споры о том, какая из этих двух систем доминирует и может ли одна существовать без второй. Политика и массмедиа – это две самостоятельные системы, оказывающие друг на друга взаимное влияние: дискуссии на тему взаимопроникновения политики и массмедиа в академической среде не утихают, как и споры о том, какая из этих двух систем доминирует и может ли одна существовать без второй (одна группа исследователей считает, что массмедиа главенствуют над политическим аппаратом, поскольку являются площадкой для трансляции политических

³²Грачев М.Н. Моделирование процесса медиатизации политики // Российская пиарология: тренды и драйверы: Сборник научных трудов в честь профессора В.А. Ачкасовой / Под редакцией А.Д. Кривоносова. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2021. С. 35.

идей, осуществляют отбор информационных поводов, обеспечивают политиков информацией о настроениях в обществе и т.д., другая группа – что политика давит на массмедиа, поскольку именно власть снабжает массмедиа общественно значимыми новостями и нередко их (массмедиа – М.Я.) финансирует, у государства есть ресурсы и инструменты для законодательного регулирования медиатеатральности и др.).

В нашей работе мы акцентируем внимание на медиатизации политики как на явлении, сопровождающем выстраивание вектора внешней политики государства (яркий пример – СНБ США при Д. Трампе – М.Я.). Мы исходим из того, что сформировавшееся за короткий исторический период глобальное информационное (здесь можно сказать и медиа-) пространство, несмотря на то что оно крайне неоднородно и характеризуется сложной структурой³³, предоставляет широкие возможности для осуществления политического влияния не только в масштабе всего мира, но и регионов и местностей. При этом невозможно не заметить т. н. анклавизацию (в качестве ответа на информационную экспансию) общества, распад на множество закрытых и изолированных друг от друга сообществ, которые хоть и являются частью глобального информационного пространства, но в то же время противопоставляются ему.

Во второй главе **«Основные направления, объекты и методы исследования в политической медиагеографии»** представлены возможности нового медиагеографического подхода к анализу и верификации современных трендов и тенденций в общественно-политической сфере, в результате действия которых происходит формирование разных пространств, причем как на микро-, так и на макроуровне. Мы выделяем пять центральных объектов исследования политической медиагеографии: ментальное пространство, ментальный ландшафт, регион как социально-политические отношения, внутри- и внешнеполитическую коммуникацию, аттракторы в политической системе.

В параграфе 2.1. **«Анализ больших данных как новый метод выявления и изучения социально-значимых нарративов»** показано, как в режиме реального времени конструируется новый исторический нарратив

³³ Международные отношения России в «новых политических пространствах»: Космос. Приполярные зоны. Воздушные и морские пространства. Глобальная информационная сфера / отв. ред. А.Д. Богатуров. М: ЛЕНАНД, 2011. С. 175.

(социально-значимые нарративы), закрепляются в политической и общественной практике те или иные представления и смыслы, формируются новые макрополитические идентичности. Так, попытка изменить историческую память европейцев и нивелировать роль СССР в победе во Второй мировой войне напрямую связана с созданием *ментального пространства*, где не было бы Советского Союза в настоящем его виде – государстве, которое спасло мир от фашизма и освободило поработанные страны Европы, и России – преемницы страны-победителя (в западноевропейских странах в целом Вторая мировая война была демилитаризована и дегероизирована, представление о русских как народе – освободителе Европы от фашизма не формировалось). Интернет-статистика подтверждает данные контент-анализа европейской прессы: историческая вина и ответственность лидеров Великобритании, Франции, Германии и Италии за Мюнхенский сговор находится в зоне «забытого», в англосаксонских странах и Западной Европе превалирует обращение к теме «Политика умиротворения». Интернет-аудитория разных стран мира в гораздо большей степени интересуется Второй мировой войной в привязке к Великобритании и США, нежели к СССР. При этом наибольшее количество запросов по теме «Вторая мировая война как военный конфликт» поступает как раз из Великобритании и США. Можно сказать, что *Победа СССР во Второй мировой войне* как морфоскульптура не присутствует в ментальном ландшафте большинства стран мира. Анализ больших данных выводит на новые модели существования и изменения во времени коллективной исторической памяти, конструирование нового ментального пространства. Такие модели строятся на мощном статистическом фундаменте и помогают понять, как возникают и исчезают морфоскульптуры (п. 2.2.), они (модели) претендуют на историческую универсальность и в первую очередь актуальны для современности с ее новыми цифровыми технологиями и системой массовых коммуникаций.

При исследовании ментального пространства не можем не отметить тот факт, что эксперты по ведению сетевых войн уже используют т. н. *ментальный мейпинг*, т. е. создают карту общества, учитывающую социологический, психологический, культурологический и политический уровни анализа. Выделяются сегменты населения, обозначаются тренды, секторы, группы, с которыми ведется дальнейшая работа. В качестве примера мы приводим

исследование известной американской корпорации, мозгового центра RAND Corporation «Влияние российских социальных медиа. Анализ направлений российской пропаганды в странах Восточной Европы»³⁴.

В параграфе 2.2. **«Концепция ментального ландшафта как объекта исследования политической медиагеографии»** формируется представление о ментальном ландшафте. Разрабатывая и дополняя уже существующий понятийный аппарат медиагеографии в целях развития политической науки, мы обратили внимание на известные географические явления и понятия. Как и в физической географии, где взаимодействие и обмен веществ между компонентами одного географического ландшафта однотипны и зависят от количества поступающей солнечной энергии и ритма ее поступления, в медиагеографии взаимодействие и обмен социальной энергией между компонентами одного *ментального ландшафта* также однотипны и зависят от интенсивности и эффективности функционирования современных медиа, от количества и качества генерированной информации (чаще всего – медийного контента), важной для жизни личности и общества.

Ментальный ландшафт, который мы рассматриваем как образ мыслей, отношение к каким-либо общественно значимым явлениям и процессам резидентов определенной местности, территории, где образ мыслей, ментальность суть система отношений с социальной реальностью и осмысление некой внеположенной данности отдельными личностями, является одним из ключевых предметов исследования политической медиагеографии. Ментальный ландшафт, как и физический, изменяется во времени. В широком смысле слова, ментальный ландшафт выступает как смысловой центр в создании иерархии идентичности (национальной, региональной, местной, локальной) и создает чувство принадлежности и территориальную идентичность, которая особенно сильна в некоторых странах. По аналогии мы можем говорить и о *ментальном рельефе*, как о различных локальных вариациях мгновенного состояния и динамики общественного сознания, которое соотносится со специфическими морфоскульптурами конкретных подобных рельефов и формирует ментальный ландшафт (в качестве морфоскульптур на ментальном ландшафте

³⁴ Todd C. Helmus, Elizabeth Bodine-Baron, Andrew Radin, Madeline Magnuson, Joshua Mendelsohn, William Marcellino, Andriy Bega, Zev Winkelman. (2018) Russian Social Media Influence. Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe. RAND Corporation, Santa Monica, Calif. URL: <http://www.rand.org/t/RR2237> (дата обращения: 12.06.2024).

мы рассматриваем персоны, события и явления, другие символы и знаки, укоренившиеся в массовом сознании; в качестве таких ментальных маркеров в первую очередь используются образы выдающихся деятелей из разных областей общественной жизни, современных политиков, популярных представителей культуры и искусства и др.). В этом параграфе ментальный ландшафт разных стран мира изучается через такой социальный параметроноситель, как национальная идентичность, оценивается эффективность медиапроектов в решении государственной задачи формирования национальной идентичности (проект BBC «100 величайших британцев» и его франшиза в Европе, США, Латинской Америке, России, Израиле, Австралии и других государствах), на основе анализа big data предпринимается попытка изобразить и сравнить ментальные рельефы российских регионов. Национальную идентичность мы рассматривали как идеологический или (более узко) пропагандистский конструкт, актуализированный проблемой нарастания идеологического конфликта по линии «национализм – глобализм». Современный политический успех националистических партий и движений был предопределен системой долгосрочных упреждающих информационно-пропагандистских операций, сформировавших сначала научно-экспертный дискурс, а затем и соответствующий электоральный потенциал.

В параграфе 2.3. **«Региональное пространство как система социально-политических отношений»** мы фокусируем внимание на пространственном измерении региона с учетом характеристики региона как совокупности отношений определенных сообществ, как продолжающегося в различных культурах процесса и др. Символические границы языковых и культурных процессов приводят нас к пониманию того, что места (районы, регионы, страны) являются не только географическими объектами, они представляют собой часть культуры, политической и экономической силы тех, кто населяет эти территории. Понятие региона является одним из центральных объектов изучения общества. Сегодня трудно утверждать, существуют ли регионы с естественно созданными границами. В данной постановке вопроса морфология границ с её природно-ландшафтными, культурными, экономическими, политическими и другими детерминантами и компонентами

становится объектом изучения политической науки³⁵. В отличие от классического понимания регионов как когерентных и однородных образований, их можно понимать как открытые, реляционные конструкции: регионы – это не просто ограниченные территории на карте, а конструкции во времени и пространстве со своей комбинацией политических, экономических и социальных отношений. Политическая медиагеография изучает регион как пространство, которое представляет собой систему социально-политических отношений, с основным упором на *чувстве места* и региональном смысловом рынке, создаваемом местной прессой. Чувство места основано на необходимости принадлежать к определенной территории, дому, а не обществу в абстрактном смысле. Места имеют свои особенности как городские или сельские поселения со своей экономикой, культурой, демографией, политической системой и системой массовых коммуникаций. В каждом регионе (месте) есть свое природное наследие, которое имеет культурные коннотации и часто отражается в региональных средствах массовой информации. Массмедиа участвуют в конструировании региона в разных его качествах: регион как дом, регион как политический процесс, регион как экономические отношения, регион как административная единица³⁶.

Медиагеографический подход с применением рангового анализа с опорой на большие данные, извлеченные из систем Google и Яндекс (рассчитывался показатель относительной популярности губернатора Московской области А. Воробьева в 42 городах, а также сравнительный анализ запросов интернет-пользователей в России и Финляндии по лексическим единицам (поисковым реквизитам), маркирующим тему региональной/местной идентичности), позволил нам сделать вывод о том, что, например, в Подмосковье регион (здесь: субрегион – *М.Я.*) как пространство, обладающее вышеуказанными качествами в совокупности, не формируется: в результате сокращения количества локальных (районных) массмедиа резидентов малых городов Московской области зациклили на более высоком иерархическом уровне власти, нивелировав их локальную идентичность,

³⁵ Белозеров В.К. Пространство и граница России в ценностном измерении // Известия Саратовского университета. Новая Серия. Серия: Социология. Политология. 2021. Т.21, вып. 2. С. 190-195. DOI: 10.18500/1818-9601-2021-21-2-190-195

³⁶ Salovaara-Moring I. (2004) Media Geographies: Regional Newspaper Discourses in Finland in the 1990s. University of Helsinki: Department of Communication. P. 62–63.

возможность отождествления себя с территорией, на которой живут и, в частности, с местным правительством, и разорвав цепочку взаимосвязей «я–моя малая родина–моя страна». Наше исследование полностью подтверждает тезис финского географа А. Пааси о массмедиа как создателях местной и региональной культуры и идентичности, конкретной социальной реальности и, что не менее важно, смыслового рынка, привязанного к локальному и частному – реляционному пространству, которое появляется только в той региональной системе, где люди разделяют ценности, язык, нормы и чувства. Региональной (местной) власти, как и политикам на национальном уровне, необходимо учитывать тот факт, что отображение регионов в медиатекстах с точки зрения пространственной динамики по сути *идеологическое*.

Для проектирования и прогнозирования хода политических процессов на кратко- и среднесрочную перспективу можно воспользоваться различными методами политической медиагеографии: от метода простых статистических подсчетов упоминаний географических мест до комплексного анализа появления, развития и наличия *аттракторов* в хаотизированных политических системах с учетом особенностей медиасистемы с ее сектором креативных индустрий и информационного менталитета. Примеры вышеуказанных исследований включены в параграф 2.4. **«Фактор синергетики в политической медиагеографии»**. Так, изучение «географических приоритетов» в российских и зарубежных медиатекстах (37 стран – *М.Я.*) позволило нам не только определить географию новостей: медиагеографическая технология с использованием обычного количественного анализа информации дала нам возможность сделать важные в контексте реализации внешнеполитических проектов выводы (приведем некоторые): 1) международные новости в значительной степени могут рассматриваться как индикатор реальных проблем в рамках элитных конфликтов того или иного государства. Например, аномально высокий интерес к проблеме сепаратизма в Каталонии отразил обострение противостояния по линии глобализм-национализм. Такое противостояние является сегодня реальной угрозой стабильности и безопасности целого ряда стран и полномасштабно воспринимается как потенциальная опасность в других, «спокойных» странах, что формирует соответствующие реакции элит; 2) самой медиатизированной страной в мире продолжают оставаться США: исследование географии новостей российских массмедиа (анализировался

контент 17 массмедиа – М.Я.) выявило тот факт, что зигзаги развития российско-американских отношений превратились в информационные доминанты, стали «внутренними» новостями России. Как и в большинстве стран мира, Соединенные Штаты являются ближайшим соседом России в ментальном пространстве, что доказывает факт реализации стратегии по достижению необходимого когнитивного эффекта у потребителей смыслов. Так называемый ковидный нарратив мировой прессы, активно конструировавшийся в 2020–22 гг., в рамках которого обсуждалось, например, применение российской вакцины Спутник V в разных государствах, только увеличил степень информационно-психологического противоборства, вывел на новый уровень осмысления устремления политических элит.

Поскольку политической и медиасистемам имманентно присущи свойства синергетики (они *неравновесны, нелинейны, флуктуативны*), необходимо учитывать возможности политической медиагеографии в исследовании особых состояний сложных систем в области неустойчивого равновесия и анализе динамики их самоорганизации. Синергетика рассматривает любое развитие как нелинейное и многовариантное, обосновывая непосредственную взаимосвязь порядка и хаоса. В условиях хаоса рассматривается не одна возможность, а поле возможностей трансформации международной обстановки, экономической и политической ситуации в конкретной стране, развитии медиа³⁷. Любая социальная система, находясь в состоянии хаоса, рано или поздно придет в некое стабильное состояние, но не в совсем случайное (это принципиально важно), а в то, зародыши которого появились в ходе предшествующего пребывания системы в состоянии хаоса, т.е. в итоге система *упадет на аттрактор*³⁸. Это важный момент в теории хаоса. Общественная система движется деятельностью людей, поэтому и аттракторы создаются в результате человеческой деятельности. Дадим следующее определение аттрактору: *аттрактор – это специфический элемент политической практики в конкретном общественно-географическом пространстве в условиях кризиса общества и его хаотизации*. Так, например, на политическом поле на любом уровне формируется пучок аттракторов (возможностей), которые соответствовали бы

³⁷ Янглева М.М., Якова Т.С. Синергетические подходы в медиагеографии // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2476> DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.12.

³⁸ Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Крылья хаоса: массмедиа, мировая политика и безопасность государства. М.: ИКАР, 2018.

конечным целям развития той или иной страны. Аттракторы транслируются, внедряются, популяризируются в обществе при помощи массмедиа, но не создаются ими. Создание аттракторов – прерогатива элит.

В данном параграфе мы приводим пример «Майдана», хаотизировавшего политико-экономическую ситуацию на Украине в 2014 г.: в качестве аттракторов выступили несколько организованных сил – умеренные националисты, «евросоюзовцы», радикальные националисты. В результате изучения процесса внедрения аттракторов мы приходим к выводу, что предметная область политической медиагеографии и ее методический аппарат хорошо приспособлены для изучения социальной анизотропии, т. е. для выявления и объяснения неравенства, несовпадения, отличий ментальных полей в географическом пространстве с точки зрения гносеологической и праксиологической функций политологии. Выделение политической медиагеографии в отдельное научное направление свидетельствует о позитивной эволюции медиагеографии, при этом ее использование как технологической базы исследований носит принципиально новый характер. Понимание значения информации в географическом контексте на основе big data, т.е. количественных параметров, на котором построена политическая медиагеография, является ключевым для освоения сущностных характеристик современного социума, принципов формирования массового сознания, «тонкой настройки» электоральных процессов, повышения легитимности власти на всех уровнях, наращивания потенциала мягкой силы и других внешнеполитических механизмов, совершенствования стратегической пропаганды.

В этом же параграфе уделяется внимание информационному менталитету нации, который необходимо учитывать при интерпретации результатов, полученных в ходе применения политической медиагеографии.

Третья глава **«Медиагеографический базис создания систем слежения за информационной обстановкой в целях прогнозирования политических процессов»** демонстрирует возможности политической медиагеографии комплексно анализировать информационную обстановку как часть военно-политической практики. В параграфе 3.1. **«Исследование информационной обстановки в интересах политической практики в условиях цифровизации»** дается определение информационной обстановки, описываются ее основные характеристики, выделяются параметры

информационного поля, которыми характеризуется информационная и иная обстановка как объект управления, обозначается прикладная роль системного моделирования информационной обстановки. Здесь важно отметить, что любую обстановку определяют как совокупность идеальных или материальных объектов, связей между ними, условий их существования и функционирования на определенный момент времени. Принципиально важно, что обстановка может быть с той или иной степенью точности описана, определена. С точки зрения теории систем для любой обстановки, включая и информационную, может быть сформирована ее информационная модель. При этом такая модель может быть чисто описательной, без математической формализации или других подходов, свойственных в первую очередь точным наукам. Мы останавливаемся на понимании информационной обстановки как совокупности условий и информационных факторов, влияющих на деятельность дипломатических и иных российских государственных служб, включая работу по укреплению авторитета России на международной арене, принимая во внимание, что информационная обстановка в заданный период времени характеризует уровень информационной угрозы РФ со стороны иностранных государств в тех случаях, когда эта угроза генерируется системой зарубежных массмедиа³⁹. Информационная обстановка, так же, как и военная и эпидемиологическая и др., прямо или косвенно влияет на разные области человеческой деятельности, поэтому должна тщательно изучаться и оцениваться компетентными специалистами. В этом же параграфе уделяется внимание информационным операциям ВС США как комплексу различных мер, в котором значительное место отводится изучению (исследованию) информационного пространства и особенно когнитивной его сферы: процессам передачи и восприятия информации, формирования суждений и убеждений, а также принятия решений на индивидуальном и групповом уровнях; подробно, исходя из представленной классификации информационных угроз, анализируется доклад “Analysis of Russia’s Information Campaign against Ukraine”, подготовленный информационно-аналитическим отделом НАТО.

Во время слежения за информационной обстановкой с целью прогнозирования появления новых классов угроз чаще всего используются

³⁹ *Николайчук И.А.* Политическая медиаметрия. Зарубежные СМИ и безопасность России. М.: РИСИ, 2015. С. 43.

методы аналитической разведки, системной инженерии, стратегического планирования, инженерии знаний. В настоящее время точкой роста в этой области являются модели мониторинга репутационных рисков и оценки их эффективности. Для эффективного анализа информационной обстановки необходимо исследовать методы семантического моделирования предметной области, то есть исследовать смыслы и их потребление. Этому посвящен параграф 3.2. **«Слежение за информационной обстановкой: выявление новых классов угроз, связанных с использованием искусственного интеллекта»**. Цифровые технологии, которые сегодня приносят наибольшую прибыль, – это новые виды массовых коммуникаций. При этом хозяевам Интернета необходим и контент, интересующий пользователей. Растущее число контентопроизводителей и контентопотребителей породило такой феномен, как интернет-активизм. Цифровые бароны быстро научились превращать интернет-активистов в ценный политический ресурс. Именно из них формируются «диванные армии», рекрутируются «деятели молодой несистемной оппозиции, которые не смотрят контролируемое государством телевидение», выдвигаются блогеры, «имеющие миллионы подписчиков». Именно в цифровой среде формируется лояльный электорат, многократно возрастают возможности контроля за массами и манипуляции общественным мнением. При этом главными технологиями социальной инженерии для решения государственных задач становятся именно пропаганда и пиар, которые развертываются в принципиально новой системе массовых коммуникаций. Пропаганда, как внешняя, так и внутренняя, буквально на наших глазах приобрела стратегический характер и стала фактором межгосударственного противоборства глобального масштаба. В параграфе также уделяется внимание искусственному интеллекту (ИИ), дипфейкам и фальшивому контенту в целом. Синтетические информационные продукты, появляющиеся в результате специальных техник психологического воздействия на базе ИИ, затрудняют слежение за информационной обстановкой в любом масштабе. Несмотря на меры противодействия фальшивому контенту (например, создание автоматической или действующей в ручном режиме системы фильтрации ложной информации путем анализа исходных данных, с тем чтобы установить источник и распространителей – *М.Я.*), объем ложных новостей в Интернете и целенаправленной пропаганды

«против» усложняет процесс выявления и ранжирование информационных угроз.

Параграф 3.3. **«Потенциал информационно-аналитических систем для научного обеспечения политической деятельности»** содержит конкретные результаты работы с большими данными, полученными при помощи информационной-аналитической системы «Россия в мире»: выделены, рассмотрены в динамике (несколько лет) сюжетные кластеры из значимых публикаций зарубежных массмедиа по России (актуальные вопросы развития внутривнутриполитической ситуации в РФ, Россия в контексте политического и военного кризиса на Украине 2013–2017, общие оценки внешней политики России, взаимоотношения Россия – НАТО, российско-турецкие отношения, российско-американские отношения и др.), т.е. выстроены временные ряды, позволяющие увидеть более цельную медиакартину мира и место в ней Российской Федерации, представлены картограммы, демонстрирующие характер формирования имиджа президента Российской Федерации В.В. Путина в мировом информационном поле и анализ динамики такого показателя, как «индекс агрессивности» (чем выше индекс агрессивности, тем более накаленной может считаться информационная обстановка), продемонстрирована система ранжирования индекса агрессивности информационной среды по уровню информационной угрозы.

Поскольку сегодня мы констатируем нелинейный характер развития информационного общества и его некоторые характерологические особенности, такие как, непропорциональное соотношение качества и количества информации, сложность различения подлинной и ложной информации и манипулятивное воздействие ложной информации на сознание индивида и социума (в качестве примера в параграфе представлен один из сегментов инфраструктуры протеста в Дагестане в российском телеграмме – *М.Я.*), атомизацию информационного поля, порождающую существенные риски в области информационной безопасности и др., экспертам необходимы методы, позволяющий отойти от традиционного статического описания и анализа медиаконтента.

В параграфе 3.4. **«Медиагеографические методы анализа и прогнозирования развития социально-политической ситуации в России и мире»** с опорой на big data, извлеченные из систем Google и Baidu, дается

оценка идеологических потенциалов глобалистов и националистов в условиях острого политического конфликта между элитами глобалистского и националистического толка в европейских странах и США. В качестве маркеров мы выбрали политические смыслы «глобализм» и «национализм». Помимо документов Google в качестве эмпирической базы здесь мы также используем стенограммы Конгресса США с 1950 по 2021 гг. В этом же параграфе на примере российско-американских отношений разбирается новое для политических исследований понятие *медийный хронотон*, а также исследуется процесс расширения политического пространства НАТО.

Анализ информационного пространства и ментальных ландшафтов Швеции и Финляндии для определения потенциала вступления в НАТО на длительном периоде времени с 2005 по 2023 гг. (популярность идеи о членстве Швеции и Финляндии в НАТО среди населения (%) в период с 2005–2015 гг. оценивалась по данным информационно-аналитической системы «Россия в мире», относительная популярность темы НАТО среди финской интернет-аудитории – по данным системы Google с 2010–2023 гг. – М.Я.) подтвердил наши выводы, сделанные в 2015 г. о наличие «пронатовской» кампании в массмедиа. Медийная кампания по продвижению идеи о вступлении страны в Альянс оказалась успешной: политическое пространство НАТО «расширилось» на Финляндию, НАТО становится морфоскульптурой на финском ментальном ландшафте.

Информационная обстановка как часть военно-политической практики требует изучения локальных флуктуаций политических систем, локальной анизотропии ментальных ландшафтов. С этой точки зрения важна именно политическая медиагеография как новый инструмент слежения за состоянием медийного поля и изменениями ментальных ландшафтов разных стран мира в целях защиты национальных интересов России. Политическая медиагеография явилась важным фактором институционализации аналитической деятельности по исследованию информационной обстановки и создания на государственном уровне специальных подразделений в составе ключевых федеральных ведомств и министерств с отдельным финансированием. Подобные подходы нашли свое воплощение (без глубокого осмысления) в практике работы региональных командований ВС США, а также при организации работы по мониторингу местных массмедиа (на принципах аутсорсинга) в посольствах США в разных странах.

Четвертая глава **«Политическая медиагеография в контексте проектирования стратегии национальной безопасности России в гуманитарной сфере»** содержит результаты анализа широкого круга теоретических и прикладных аспектов деятельности различных политических акторов по парированию угроз и выстраиванию стратегии в сфере национальной безопасности Российской Федерации. Продемонстрированы возможности нового технологического инструментария политической медиагеографии, который будет полезен в практической деятельности государственных структур различного уровня и политического проектирования. В параграфе 4.1. **«Ментальный рельеф: новый регионализм и проблема сохранения целостности России»** исследуется ментальный ландшафт страны с целью выявления потенциала сепаратизма в субъектах Российской Федерации. На примере Калининградской области, Сахалина, городов-столиц приграничных регионов с опорой на различные морфоскульптуры и «гения места» изучается специфика национального сознания резидентов этих территорий. На объективной количественной основе подтвержден сделанный ранее политологами вывод о дрейфующей идентичности жителей Калининградской области⁴⁰. Выявлено, что резиденты Сахалинской области стремятся к самоидентификации в качестве в первую очередь россиян, игнорируя свою региональную идентичность. Главный результат проведенного статистического анализа – пестрая картина ментальных ландшафтов по регионам.

В параграфе 4.2. **«Тропы в ментальном пространстве: политическая медиагеография как инструмент анализа Русского мира»** приводится пример использования политической медиагеографии как технологии прогнозирования политических процессов с опорой на тропы. С привлечением элементов культурной матрицы определяется степень принадлежности стран СНГ к Русскому миру – символическому пространству, цивилизационной общности, объединенной причастностью и вовлеченностью в русскую культуру; цель этого анализа – очертить границы Русского мира в глобальном ментальном пространстве и выявить, какое место в политической практике постсоветских элит занимает сегодня Русский мир. Также оценивается, как в разных государствах – акторах международной политики

⁴⁰ Андрейчук Н.В., Гаврилина Л.М. Феномен калининградской региональной субкультуры (социально-философский и культурологический анализ). Калининград: Изд-во РГУ им. И. Канта, 2011. С. 73–74.

реализуется стратегия управления прошлым, направленная на изменение системы политических (исторических, культурных) мифов, что самым непосредственным, хотя и сложным образом влияет на фундаментальные основания национального сознания.

Наиболее устойчиво связана как с системой мифов, так и с задачами сохранения (или формирования новой, например, в бывших республиках Советского Союза, непризнанных государствах, отдельных регионах) национальной идентичности такая компонента культурной матрицы, как праздничная ритуалистика. Получить объективную картину процессов трансформации «праздничных мифов» в первую очередь в тех странах, которые составляли основу славянского национально-территориального ядра СССР, представляется возможным. Наиболее деидеологизированным праздником можно считать традицию отмечать Новый год, который одинаково популярен у населения современной России, Беларуси и Украины. Мы констатируем, что в этой, на первый взгляд, безобидной области социальной практики, уже включены процессы слома традиционной идентичности и идет перестройка ментальных ландшафтов, очерченных рамками государственных границ. Здесь необходимо указать на попытки противопоставить семейный праздник встречи Нового года семейному празднику католического Рождества, который при этом навязывается социуму в антиправославной культурно-религиозной генетике. Противостояние идет между такими морфоскульптурами фактически детского сознания как «советский» Дед Мороз и «европейский» Санта-Клаус.

Полученные данные также подтверждают факт формирования системы «нового регионализма» на постсоветском пространстве. При этом Дед Мороз и Санта-Клаус не просто оказались на переднем крае идеологического/религиозного соперничества и активно вплетались в пропагандистский контекст государственной политики, но маркировали собой тревожные процессы потери, «выветривания» созданных трудом и интеллектуальными усилиями многих поколений в ходе совместной истории общей культурной традиции. Это явление наблюдается в постсоветских странах с преобладанием славянского населения или в тех странах, титульные этносы которых образуют массовые диаспоры в Российской Федерации.

Поскольку морфоскульптуры на ментальном ландшафте демонстрируют уровень коммеморации, которая возникает в настоящем из

желания сообщества, существующего в данный момент, подтверждать чувство своего единства и общности через отношение к репрезентации событий прошлого, для изучения пространства Русского мира были выбраны также морфоскульптуры связанные с поэзией, литературой, музыкой. Оценивались показатели относительной популярности выдающихся деятелей русской культуры (А.С. Пушкина, М.Ю. Лермонтова, Ф.М. Достоевского, Л.Н. Толстого, И.А. Бродского, А.А. Ахматовой, П.И. Чайковского, Н.А. Римского-Корсакова и др.) на разных уровнях: региональном (постсоветское пространство), континентальном (Европа), глобальном (страны мира). Проанализировав статистические данные из поисковых систем Google и Яндекс за последние 10 лет, мы пришли к выводу, что процесс расширения или сужения границ Русского мира и воздвижение и закрепление морфоскульптур русской культуры на ментальном ландшафте разных стран зависит от многих составляющих, среди которых на первый план выходят политические установки конкретных властей относительно курса связей с русской (советской) культурой (на постсоветском пространстве), на континентальном и глобальном уровнях – в большей степени наблюдается корреляция с реализацией внешнеполитических проектов и информационной политикой РФ. Национальные элиты постсоветских стран выбрали конфликтные по отношению ко всему русскому и советскому модели построения национальной идентичности. Несмотря на то что такие модели просто неконкурентоспособны в глобализирующемся мире и ведут к растворению национального духа и культурной истории, пространство Русского мира быстро сужается.

В параграфе 4.3. **«Современная система политических смыслов и ее географическая анизотропия»** рассматривается система существования политических смыслов. Политический смысл представляется как антропосоциальный феномен, который одновременно может выступать и как товар (метафора «постправда», чаще всего используемая для характеристики положения дел в современной политике и элитарных играх, превратилась в политический смысл и стала медиапродуктом), и как общественное благо (поиск путей совершенствования общества, новых форм организации жизни), и как услуга (оказывается электорату политическими акторами для принятия решений по выбору конкурирующих между собой политических программ).

Этапы конструирования, продуцирования и продвижения смыслов находятся в фокусе внимания ученых, в то время как непропорционально мало внимания уделяется такой проблеме, как современное состояние, характер и масштабы потребления, восприятия социумом предлагаемых политических смыслов. Комплексный анализ потребления политических смыслов, циркулирующих сегодня в информационном пространстве, позволяет выявить объективные тенденции потребления обществом идеологий и ценностей, воздействующих на мировоззрение современного человека во всем многообразии. В этом параграфе представлены новые аспекты реакции социумов на практики реализации политической власти в различных странах, исследуется интерес мировой интернет-аудитории к метасмыслу «власть». По результатам исследования выделено три группы стран. В первой группе стран – США, Таиланд, Бразилия, Великобритания, Польша – метасмысл «власть» в ментально-философском отношении сегодня явно доминирует над «свободой». Показательно, что Соединенные Штаты Америки, чей образ в других странах ассоциируется с бескомпромиссной борьбой за различные свободы, на самом деле, если ориентироваться на интернет-статистику, являются «святилищем религии власти». Примерно такая же ситуация характерна для демонстративно свобододобивой Польши. Высокие показатели индекса для Таиланда и Великобритании можно объяснить исторической традицией – в этих странах сохраняется монархическая форма правления. Вторая группа – Швеция, Аргентина, Мексика, Германия, Финляндия, Испания – характеризуются (при всех оговорках) известным балансом между системой власти, гарантирующей внутривнутриполитическую стабильность, и гражданской активностью. Здесь есть авторитетные и жесткие лидеры или же существует устойчивое доверие к сложившейся легитимной системе правления, способной предотвращать рост протестных настроений. В третьей группе стран существует своего рода культурное табу на десакрализацию власти, отсутствует гражданское общество в его западноевропейском понимании. Это экономические гиганты Юго-Восточной Азии (Япония, Республика Корея), арабские страны традиционного ислама, Сирия, Израиль.

Результаты исследования о потреблении смысла «власть», как в целом и других политических смыслов, гражданами разных стран свидетельствуют об анизотропии ментальных ландшафтов, это необходимо учитывать в

реализации расширенного политического участия с использованием цифровых технологий, в практике внешнеполитической коммуникации и в стратегическом планировании обеспечения государственной безопасности России в гуманитарной сфере. Этому посвящен параграф 4.4. **«Потребление политических смыслов как системообразующий фактор ментальных ландшафтов: большие данные для определения направлений трансформации современных политических систем и проектов»**. Сегодня политический смысл, с одной стороны, является понятием, составной частью идеологии, с другой – продуктом идеологического процесса. При определенных условиях, при высокой востребованности того или иного смысла в политической практике (отражает интересы социума – *М.Я.*), понятия политический смысл и конкретная идеология становятся тождественными, т. е. политический смысл может рассматриваться как система, совокупность идей и знаний, выступать как полноценная идеология и как часть метаидеологии. Здесь укажем, что идеология не всегда представляется в первоначальном ее смысле (совокупность идей), зачастую она, подобно утопии, превращается в «ярлык для массы разнохарактерных явлений»⁴¹.

Потребление мировой интернет-аудиторией такого политического смысла, как «феминизм», который занимает особое место в идеологическом поле, поскольку способен соединиться с «большими» идеологиями: коммунизмом, социализмом, капитализмом, а также интерес граждан разных стран к «большим» идеологиям (в эту категорию помимо вышеуказанных в нашем исследовании вошли национализм и либерализм – *М.Я.*) и к политическим конструктам глобалистского содержания, как «золотой миллиард», «устойчивое развитие», «мировое правительство», «повестка дня на XXI век», включенных в гнездо «нового мирового порядка», позволяет нам сделать определенные выводы и подтвердить тот факт, что одним из наиболее болезненных последствий распада СССР явилось отстранение России от «неотъемлемой и органической» мировой роли, без которой ее историческое бытие не мыслится.

В силу ряда причин глобального характера, в первую очередь глубоких кризисных явлений в мировой экономике, обострилась конкуренция между

⁴¹ *Фишман Л.Г.* Политический миф и идеология: «опасное сближение»? // Полис. Политические исследования. 2006. № 4. С. 74.

политическими силами, опирающимися на националистические и глобалистические концепции миростроительства. В последние пять лет наблюдается существенный рост активности последователей идеологии глобализма, которые наращивают свое влияние в политическом истеблишменте ряда ключевых стран и перехватывают инициативу у системных националистов (США) и/или проблематизируют властные перспективы радикальных националистов (Украина, Франция и др.). В условиях возникшей неопределенности исторического будущего национализма и дискредитации социализма, коммунизма и других мировых идеологий XX в. (при том, что в Европе сегодня наблюдается рост влияния идеологических течений как правого, так и левого толка –*М.Я.*), встает вопрос о создании систем идей, которые явились бы альтернативой глобализму. Последний, из-за своей экономической амбивалентности и заикленности на теме ослабления национальных государств, не может стать основой массовых политических движений, несущих позитивный заряд и рассчитанных на прогресс, достижение социальной справедливости, развитие национальной культуры и сохранение идентичности.

Представленные в данной главе результаты исследований ментальных ландшафтов России и других стран под такими актуальными углами зрения, как оценка потенциала сепаратизма некоторых субъектов Российской Федерации, определение границ и характеристик изучения области Русского мира, основные особенности потребления злободневных общественно-политических смыслов населением разных государств позволяют нам сделать вывод о том, что возможности политической медиагеографии в условиях глобальной цифровизации для наращивания эмпирической базы политологии фактически безграничны. При этом не только достигается адекватное и многомерное описание традиционного в социологическом отношении объекта исследования во времени и в пространстве, но и появляется возможность выявлять и креативно фиксировать свойства новых объектов и локаций, новых тенденций и новых ситуаций на политическом поле. Медиагеографический базис может активно использоваться в политическом проектировании, которое сегодня является востребованным направлением политологических

исследований и разработок для решения актуальных проблем современного общества⁴².

Построение и анализ ментальных рельефов специалистами, отвечающими за обеспечение национальной безопасности России в гуманитарной сфере, позволит максимально эффективно реагировать на угрозы, быстро выявлять и осмысливать проблемы и вызовы, прогнозировать развитие отношения РФ с глобальным миром, с цивилизационными кластерами и с отдельными странами. Сегодня политическую медиагеографию можно использовать для исследования политических практик элит недружественных России государств по формированию у внутренней аудитории представлений о нашей стране как изгое в системе международных отношений, для противостояния попыткам «запретить» русскую цивилизацию и развязать войны исторической памяти, наконец, для срыва информационно-психологических операций и планов репрессивной дипломатии Запада по изолированию, исключению России и русского этноса из мировой истории и мирового развития.

В **Заключении** работы делаются основные выводы, обобщаются теоретические и практические результаты исследования и намечаются дальнейшие перспективные направления работы экспертного сообщества по актуальным проблемам и злободневным темам в рамках новой дисциплины – политической медиагеографии, которая является основой новых эффективных технологий изучения трансформаций общества и политической реальности на современном этапе и эффективным средством развития политической науки, включая проектирование и прогнозирование политических процессов.

⁴² Политическое проектирование: глобальное, национальное, региональное измерения / Минобрнауки России, Российский гос. гуманитарный университет, факультет истории, политологии и права; под ред. М.Н. Грачева и Н.А. Борисова. Москва: Мир философии, 2016. С. 447.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

*1. Статьи в научных изданиях, входящих
в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть
опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание
ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук*

1. Янглева М.М. Марафон Финляндии в НАТО: новый ментальный ландшафт страны // Научно-аналитический вестник ИЕ РАН. 2024. № 1. С. 40–52. DOI: 10.15211/vestnikieran120244052
2. Янглева М.М. Политическая медиагеография: потребление смысла «феминизм» в странах Северной Европы // Современная Европа. 2023. № 3. С. 131–142.
3. Янглева М.М. Метасмысл «власть» в зеркале политической медиагеографии // Власть. 2023. № 3 (31). С. 110–116.
4. Николайчук И.А., Якова Т.С., Янглева М.М. Религиозный фактор в современных общественных системах: анализ потребления метасмыслов в цифровом пространстве // Власть. 2023. Т. 31. № 6. С. 212–219. DOI: <https://doi.org/10.31171/vlast.v31i6.9889>
5. Николайчук И.А. Янглева М.М., Якова Т.С. Культурные коды в современном публичном пространстве: метасмыслы и их потребление в России и за рубежом // Вестн. Моск. гор. пед. ун-та. Серия Философские науки. 2023. № 1(45). С. 48–66.
6. Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Современные проблемы социально-гуманитарных наук в зеркале наукометрии и науковедения // Науковедческие исследования. 2022. № 4. С. 130–145.
7. Янглева М.М. К изучению информационной обстановки: тропосы в ментальном пространстве (на примере праздничной ритуалистики) // Вестн. Волжск. ун-та имени В. Н. Татищева. 2022. Т. 1. С. 145–152.
8. Янглева М.М. Медиасистемы в информационном обществе: креативные индустрии и культурная безопасность государства // Проблемы национальной стратегии. 2022. № 3. С. 93–115.
9. Янглева М.М., Пастернак Л.А. Образ В. Путина в неориторике Дж. Байдена и Б. Джонсона // Информационные войны. 2022. № 2. С. 40–47.
10. Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Реконструкции советских мифов: опыт междисциплинарного исследования интернет-пространства // Информационные войны. 2022. № 2. С. 83–91.
11. Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Социокультурные аспекты приверженности россиян моделям коллективистского поведения: медиагеографические подходы в социологии // Вестн. Нижегород. ун-та

- им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2022. № 3 (67). С. 101–113.
12. Янгляева М.М., Мишина О.Ю., Хасан Д.А. География новостей в российских массмедиа: формирование картины мира до и во время пандемии // Меди@льманах. 2021. № 4. С. 72–89.
 13. Николайчук И.А., Янгляева М.М., Якова Т.С. Национализм или глобализм. Новая старая дилемма мировой политики // Проблемы национальной стратегии. 2021. № 2. С. 51–69.
 14. Якова Т.С., Янгляева М.М. Историческая память о Второй мировой войне: современный ментальный ландшафт Европы // Медиаскоп. 2021. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2652>. DOI: 10.30547/mediascope.3.2020.9
 15. Николайчук И.А. Янгляева М.М., Якова Т.С. Феномен постправды и кризис доверия к легитимным источникам информации // Проблемы национальной стратегии. 2020. № 5 (62). С. 142–158.
 16. Николайчук И.А. Янгляева М.М., Якова Т.С. Управление прошлым и защита интересов государства // Проблемы национальной стратегии. 2020. № 2 (59). С. 186–203.
 17. Николайчук И.А., Янгляева М.М., Якова Т.С. Поиск новой российской идентичности: медиагеографические исследования ментального ландшафта // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. Т. 9. № 4, С. 642–659. DOI: 10.17150/2308-6203.2020.9(4).642-659
 18. Янгляева М.М. Роль современных массмедиа в продвижении моделей национальной самоидентификации (на примере телепроекта BBC «100 величайших британцев» // Меди@льманах. 2019. № 1. С. 161–169.
 19. Якова Т.С., Янгляева М.М. Роль массмедиа в конструировании региональной идентичности: медиагеографические подходы // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. Т. 8. № 3. С. 485–496. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(3).485-496
 20. Николайчук И.А. Янгляева М.М., Якова Т.С. Национальная идентичность как морфоскульптура и фактор ментального общественного ландшафта в контексте национальной безопасности. Медиагеографический подход // Социально-гуманитарные знания. 2018. № 12. С. 141–157.
 21. Янгляева М.М., Якова Т.С. Синергетические подходы в медиагеографии // Медиаскоп. 2018. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2476>. DOI: 10.30547/mediascope.3.2018.12
 22. Янгляева М.М. Медийное измерение пространства: феномен built environment // Медиаскоп. 2018. Вып. 1. URL: <http://www.mediascope.ru/2416>. DOI: 10.30547/mediascope.1.2018.6
 23. Якова Т.С., Янгляева М.М. Креативные индустрии в странах Европы. Политика государства // Меди@льманах. 2017. № 1. С. 26–35.

24. Янглева М.М., Якова Т.С. Человек и современные медиа: дезориентация в информационном пространстве // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2381>
25. Янглева М.М., Якова Т.С., Захарова М.В. Внешнеполитическая коммуникация и медиагеография: взаимосвязь и взаимозависимость // Медиаскоп. 2016. Вып. 4. URL: <http://www.mediascope.ru/2232>
26. Николайчук И.А., Якова Т.С., Янглева М.М. Медиа как система-тренд: новые подходы в медиалогии // Меди@льманах. 2016. № 1. С. 12–24.
27. Янглева М.М., Хизриева Г.А. Особенности финского политического постмодернизма: по материалам СМИ // Проблемы национальной стратегии. 2014. № 6. С. 52–65.
28. Янглева М.М., Кряжева О.Л. Парламентские и президентские выборы в Финляндии: динамика развития медиатизированной публичной сферы // Проблемы национальной стратегии. 2013. № 6. С. 55–74.

2. Научные монографии

29. Янглева М.М. Опыты политической медиагеографии. М.: ИКАР, 2024. 211 с.
30. Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Цифровое обществоведение. Медиа, метасмыслы, наука. М.: ИКАР, 2023. 376 с.
31. Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Потребление смыслов. Массмедиа, идеология, политика. М.: ИКАР, 2021. 364 с.
32. Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Управление прошлым. Массмедиа, мифотворчество, идентичность. М.: ИКАР, 2020. 340 с.
33. Якова Т.С., Янглева М.М. Медиагеография. М.: ИКАР, 2019. 188 с.
34. Николайчук И.А., Янглева М.М., Якова Т.С. Крылья хаоса: массмедиа, мировая политика и безопасность государства. М.: ИКАР, 2018. 352 с.

3. Главы в коллективных научных монографиях и сборниках научных трудов

35. Янглева М.М., Богданович А.А. Россия // Силуэты наций. Взгляд медиолога / под ред. М.М. Янглевой. М.: ИКАР, 2021. С. 13–38.
36. Янглева М.М. Мюнхенские соглашения в финской прессе 1938 г. // Мюнхен 38 в массмедиа разных стран: Сб. статей / отв. ред. М.М. Янглева. М.: Фак. журн. МГУ, 2019. С. 43–50.
37. Янглева М.М. Мюнхенские соглашения в финской публичной сфере: вчера и сегодня // Мюнхенский сговор: уроки для современного мира»: Сб. материалов междунар. науч.-практ. конференции, 26 сентября 2018 г. / под общ. ред. В.Ю. Крашенинниковой. М.: Общественная палата Российской Федерации, 2019. С. 58–66.

38. Янглева М.М. Новые политические документы США как феномен публицистики // Новая власть США: медиатизация политики / под ред. М.М. Янглевой, Т.С. Яковой. М.: Фак. журн. МГУ, 2018. С. 84–90.
39. Янглева М.М. О вступлении Финляндии в НАТО: публичная сфера в действии // Российский вектор. 2016. № 3(51). С. 56–61.
40. Янглева М.М. Украинский кризис и геополитический ландшафт Европы: вопросы Запада самому себе // Метаморфозы мира. Новая геополитическая роль России / под ред. М.М. Янглевой, И.А. Николайчука. М.: РИСИ, 2016. С. 417–420.
41. Янглева М.М. Вызовы информационной войны: шизофренический дискурс постмодернизма // Метаморфозы мира: новая геополитическая роль России / под ред. М.М. Янглевой, И.А. Николайчука. М.: РИСИ, 2016. С. 121–126.
42. Янглева М.М. Российские нарративы в американском исполнении // Кризис на Украине и крымские события 2014: практика информационной войны / науч. ред. М.М. Янглева. М.: РИСИ, 2015. С. 211–216.
43. Янглева М.М. Из истории качественной прессы и развития публичной сферы Финляндии XIX века // Качественная пресса в медийных структурах / под ред. Я.Н. Засурского. М.: Фак. журн. МГУ, 2015. С. 288–299.
44. Yanglyaeva M., Schwarzenegger C., Falböck G. et al. Ethnic Minorities and the Media – A Struggle for Voice, Self and Community? In: The Handbook of European Communication History / Klaus Arnold, Paschal Preston, Susanne Kinnebrock (eds). Handbooks in Communication and Media. Wiley-Blackwell, 2019.
45. Yanglyaeva M. Kulttuurin dialogia luovilla aloilla // Literarus. 2018. № 5. S. 48–51.

4. Научное редактирование коллективных монографий и сборников научных статей

46. Силуэты наций. Взгляд медиолога / под ред. М.М. Янглевой. М.: ИКАР, 2021. 308 с.
47. Новая власть США: медиатизация политики / под ред. М.М. Янглевой, Т.С. Яковой. М.: Фак. журн. МГУ, 2018. 98 с.
48. Мюнхен 38 в массмедиа разных стран: Сб. статей / отв. ред. М.М. Янглева. М.: Фак. журн. МГУ, 2019. 106 с.
49. Метаморфозы мира: новая геополитическая роль России / под ред. М.М. Янглевой, И.А. Николайчука. М.: РИСИ, 2016. 488 с.
50. Кризис на Украине и крымские события 2014: практика информационной войны / науч. ред. М.М. Янглева. М.: РИСИ, 2015. 628 с.