

LYAPOROV Vladimir Nikolaevich, *Cand.Sci. (Pol.Sci.)*, Lomonosov Moscow State University, (bld. «Shuvalovsky», 27 Lomonosovsky Ave, Moscow, Russia, 119991; vladimir.lyaporov@gmail.com); Academic Director of Moscow School of Government Relations

GLOBAL EXPERIENCE AND PROSPECTS OF LEGALIZATION OF LOBBYING IN RUSSIA

Abstract. The article reviews lobbying regulation across the world with the focus on the most recent reforms in Austria (2013), France (2017), Brasil (2018). It gives a brief analysis of lobbyism as an information exchange between government and interest groups. Based on this global review, the article proposes a model of legal regulation of lobbying in Russia.

Keywords: lobbying, advocacy, government relations, public affairs, corruption, influence, interest groups, interest representation, interactive policy-making

УДК 81.42

ЗОТОВА Анна Сергеевна — кандидат филологических наук, доцент кафедры общественных процессов, СМИ и рекламных технологий Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского (ПКУ) (109004, Россия, г. Москва, ул. Земляной Вал, 73; annazot@bk.ru)

ФАКТЫ ЭПОХИ КАК СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОДЫ СОВРЕМЕННОГО МЕДИАДИСКУРСА

Аннотация. В статье автор показывает, как информационный контент новых медиа формирует картину мира в различных вербальных и визуальных кодах. Тексты СМИ образуют богатое социокультурное, политико-экономическое, научно-практическое семиотическое поле. Важнейшими характеристиками медиаконтента являются цифровизация, мультимедийность и интертекстуальность. Семиотические коды медиаконтента транслируют личностные смыслы, социальные стереотипы, культурные коды, историческую память, авторские интенции и т.д.

Ключевые слова: семиотика, медиадискурс, интертекстуальность, мультимедийность, социальные медиа, семиотический код, СМИ

Информационно-коммуникационное поле новых медиа представляет собой разноформатный контент, состоящий из вербальных и аудиовизуальных кодов, которые формируют интересное семиотическое пространство. Современные СМИ (например, @fontanka.ru, @nezavisimaya_g, @tvrain, @EchoMskRu, @Vedomosti, @novaya_gazeta и т.д.) активно пользуются социальными медиа (ВКонтакте, Instagram, Twitter, Facebook и др.) для трансляции новостного материала и иных информационных сообщений.

Несмотря на отсутствие однозначной трактовки новых медиа и расхождение во взглядах среди ведущих исследователей, мы полагаем, что новые медиа работают по тем же принципам, что и традиционные. Они видят главной своей задачей донесение социально важной информации до общественности, используя при этом широкие возможности интернет-технологий, что позволяет выделить

важнейшие характеристики такого медиаконтента: цифровой формат, мульти-медийность и интертекстуальность.

Интересен тот факт, что тексты новых медиа включают разные формы интертекстуальности.

1. Собственно интертекстуальность, образующая конструкции «текст в тексте»: «Серые начинают и выигрывают»¹ – статья о том, «как в своей междоусобной войне силовики использовали чиновников администрации президента и мэрии, полицию Москвы, разгневанных журналистов и самого Ивана Голунова»². В данном примере в авторском тексте обыгрывается общеизвестное устойчивое выражение из мира шахмат, что в шахматной игре существует преимущество первого хода: «белые начинают и выигрывают». Авторская интенция заключается в том, что посредством прилагательного «серые» дается негативная, критическая оценка представителей силовых структур, которые пытаются вести себя как «серые кардиналы», организовывая подобные акции «за кулисами» своих кабинетов.

2. Паратекстуальность (отношение текста к своему заглавию): «Дневник волонтера: “Собиратор”» – эпитафю: Хроники волонтерской работы в московском проекте по раздельному сбору и переработке вторичного сырья». «Москва объявила, что с 2020 года город перейдет на раздельный сбор мусора. Отличный план, но пока этим в столице занимаются только энтузиасты-волонтеры» – послесловие: «Помочь проекту, узнать, как сдать вторичное сырье и стать волонтером, можно здесь: <https://rsbor-msk.ru>»³).

3. Метатекстуальность, создающая конструкции «текст о тексте». Тема: введение запрета на полеты в Грузию с 8 июля 2019 года: «Вице-премьер Акимов: правительство прорабатывает механизм компенсаций авиакомпаниям из-за запрета полетов в Грузию» + «Это неправильно: генсек НАТО осудил запрет российских властей на полеты в Грузию» + «В Грузии предложили запустить для российских туристов бесплатные автобусы из аэропортов Азербайджана, Армении и Турции» + «Роспотребнадзор заявил об ухудшении качества грузинского вина» и т.д.

4. Гипертекстуальность (гипертекстовые отношения для расширения информации по теме с множеством ссылок). Протесты в Грузии: «Вечером 20 июня в Тбилиси начались уличные беспорядки... В организации беспорядков президент Грузии Саломе Зарабишвили обвинила Россию»; «...президент России Владимир Путин запретил российским авиакомпаниям и туроператорам продавать билеты и туры в Грузию»; «Протест намеренно повернули в антироссийское русло»; «...авиакомпаниям придется вернуть пассажирам около 3 миллиардов рублей – «Эхо Москвы»; «Правящая партия “Грузинская мечта” решила провести парламентские выборы в 2020 году по пропорциональной системе» – передает ТАСС.

Таким образом, «интертекстуальные механизмы обнаруживаются всюду, где есть следы “чужого” слова как на уровне содержания, так и на уровне формы, структуры, композиции»⁴.

Интертекстуальность «изначально как явление постмодернистской текстологии отражало, прежде всего, взаимодействие текста с семиотической куль-

¹ <https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/06/21/80973-serye-nachinayut-i-vyigrivayut> (проверено 18.10.2019).

² Там же.

³ <https://www.novayagazeta.ru/articles/2019/06/19/80961-dnevnik-volontera-sobirator> (проверено 18.10.2019).

⁴ <https://cyberleninka.ru/article/v/mediateksty-v-aspekte-teorii-intertekstualnosti-i-pretседentnosti> (проверено 21.10.2019).

турной средой в качестве интериоризации внешнего» мира [Балабин 2008]. Так, Ю.М. Лотман понимает текст как знаковую систему, которая «является посредником между обществом, человеком и окружающим миром» [Лотман 1999: 178]. Мы полагаем, что эта мысль применима и к современному медиадискурсу, поскольку мы имеем дело с журналистским текстом, с журналистскими интенциями, которые следует исследовать и трактовать с учетом в т.ч. и семиотического поля, современных кодов и знаковых систем.

Рассмотрим в качестве примера публикации некоторых СМИ в *Twitter* с тем, чтобы сравнить семиотическое поле информационной повестки дня, формируемой посредством медиаконтента в социальных медиа. Нами выбраны следующие СМИ: «Новая газета», «Медуза», «Вести.ру» (проведено 12.08.2019).

«Медуза»/@meduzaproject: «В Москве по итогам акции 10 августа задержали 256 человек. В ОВД задержанных допрашивали следователи и люди в штатском»; «На складе боеприпасов в Красноярском крае потушили второй за неделю пожар. При новых взрывах пострадали 16 человек»; «Телеканалы сначала полдня молчали о людях, погибших при испытании ракеты с радиоактивным источником питания. А потом уделили этому в новостях по 30–40 секунд»; «Басманный суд должен был рассмотреть ходатайство об аресте обвиняемого по делу о массовых беспорядках Дмитрия Васильева, однако он находится в больнице, и судья вернул ходатайство следствию»; «Роскомнадзор потребовал от Google пресечь использование Ютуба для “рекламирования незаконных массовых мероприятий”».

«Новая газета»/@novayagazeta: «Мы пришли с открытыми лицами, а у вас Росгвардия и полиция»; «В результате взрывов под Ачинском, произошедших 5 и 9 августа, пострадал 31 человек»; «Бориса Золотаревского задержали накануне на митинге на проспекте Сахарова»; «Суд отложил рассмотрение вопроса о выборе меры пресечения для телережиссера Дмитрия Васильева»; «Роскомнадзор направил в Google письмо с требованием запретить рекламу несанкционированных массовых мероприятий на YouTube».

«Вести.ру»/@vesti_news: «Путин и Медведев поздравили мусульман с праздником Курбан-байрам»; «ВСУ разрешили своим снайперам убивать мирных жителей Донбасса»; «В Тулуне около 450 домов не подлежат восстановлению»; «Москалькова распорядилась помочь задержанному режиссеру Васильеву»; «Колонии огненных муравьев могут менять свою форму под окружающую среду! Интересно!».

Наиболее близкими по информационным поводам оказались «Новая газета» и «Медуза», которые сформировали следующую повестку дня: «акция», «митинг», «протесты», «выборы в Мосгордуму», «задержания», «полиция», «Росгвардия», «Дмитрий Васильев», «взрывы боеприпасов в Красноярском крае», «взрывы под Ачинском», «радиация», «Роскомнадзор». Факты эпохи, которые есть «всегда результат выбора из массы окружающих событий события, имеющего значение» [Лотман 1999: 263], представлены социальными, политическими, гражданско-правовыми кодами в рамках медийного семиотического поля.

Иная картина дня у издания «Вести.ру», где в качестве фактов-кодов выступают следующие лексемы и словосочетания: «ВСУ», «Донбасс», «Тулун», «Путин и Медведев», «Курбан-байрам», «Дмитрий Васильев», «колонии муравьев».

«Вести.ру» формируют довольно размытую информационную повестку дня, обходя острые социально-политические вопросы, протестные настроения в обществе, тему митингов, и предлагают собственные стабильные акценты.

Таким образом, новостная повестка дня, формируемая в социальных медиа

различными СМИ, представлена разными семиотическими кодами и разными авторскими интенциями. Вербальные репрезентации дополняются аудиовизуальными кодами, и такая синергия становится средством разнообразной интерпретации информационной картины дня (факты и события), являясь доказательством динамического состояния медийного информационного поля.

Список литературы

Балабин В.В. 2008. Метатекстуальность и интертекстуальность в исследовании дискурса. — *Вестник МГИМО Университета*. № 2. С. 77-82.

Лотман Ю.М. 1999. *Внутри мыслящих миров. Человек — текст — семиосфера — история*. М.: Языки русской культуры. 464 с.

ZOTOVA Anna Sergeevna, *Cand.Sci. (Hist.)*, Associate Professor of the Chair of Social Processes, Media Sources and Advertising Technologies, K.G. Razumovsky Moscow State University of Technologies and Management (the First Cossack University) (73 Zemlyanoi Val St, Moscow, Russia, 109004; annazot@bk.ru)

FACTS OF THE ERA AS SOCIO-POLITICAL CODES OF MODERN MEDIA DISCOURSE

Abstract. In the article the author shows how information content of new media forms a picture of the world in various verbal and visual codes. Media texts form a rich socio-cultural, political and economic, scientific and practical semiotic field. The most important characteristics of media content are digitalization, multimedia and intertextuality. Semiotic codes of media content translate personal meanings, social stereotypes, cultural codes, historical memory, author's intentions, etc.

Keywords: semiotics, media discourse, intertextuality, multimedia, social media, semiotic code, mass media
