

Litera

Правильная ссылка на статью:

Кириллов Д.В. Исследование ресентимента в медиакоммуникативном пространстве: возможности и ограничения // Litera. 2024. № 9. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.9.68957 EDN: FBTKLS URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=68957

Исследование ресентимента в медиакоммуникативном пространстве: возможности и ограничения

Кириллов Дмитрий Вячеславович

ORCID: 0009-0004-0458-3183

аспирант; кафедра менеджмента массовых коммуникаций; Санкт-Петербургский государственный университет

199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9, оф. Санкт-Петербург

✉ st086170@student.spbu.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2024.9.68957

EDN:

FBTKLS

Дата направления статьи в редакцию:

12-11-2023

Аннотация: Статья посвящена обзору исследований ресентимента в медиакоммуникативном пространстве. Предметом исследования данной статьи является концепт ресентимент в пространстве медиакоммуникации. Ресентимент – это феномен, который включает в себя чувство гнева, обиды, зависти, возмущения, непосредственно выражаяющихся на коммуникативных площадках СМИ. Цель исследования – изучить роль ресентимента в формировании общественного мнения и усилении политической поляризации через сообщения СМИ. В тексте описывается историко-философская рефлексия понятия «ressentiment» в научных трудах немецких философов Ф. Ницше и М. Шелера. Автор выделил и проанализировал три направления исследований Ницшеанского концепта обиды в массовых коммуникациях. Во-первых, это исследование ресентимента в социальных сетях во-вторых – медиатизация политического ресентимента, в-третьих, презентация ресентимента в кинематографе. В статье использованы теоретические основы социологии, медиаисследований и культурологии для всестороннего анализа ресентимента в сфере медиакоммуникаций.

Научная новизна данного исследования заключается в рассмотрении ресентимента в контексте медиакоммуникации. Интегрируя три представленных аспекта, исследование расширяет наше понимание Ницшеанского концепта обиды в пространстве медиакоммуникаций. Данное исследование изучает роль «resentiment» как части сдвига структурно-властных отношений, свидетельства кризиса межличностных отношений и неспособности индивидов полностью контролировать свои действия, предлагая понимание того, как сообщения СМИ могут формировать общественное мнение и подпитывать политическую поляризацию в современном коммуникационном ландшафте. В заключение следует отметить, что данная исследовательская статья вносит вклад в более широкое понимание «resentiment», анализируя его проявления в пространстве медиакоммуникации. Рассматривая ресентимент в социальных сетях, его медиатизацию в политических контекстах и презентацию в кино, исследование проливает свет на возможности и ограничения для будущих исследований в этой области. Результаты данного исследования дают ценное представление о том, как медиакоммуникация формирует и закрепляет ресентимент, способствуя более глубокому пониманию его влияния на общество и публичный дискурс.

Ключевые слова:

ресурсимент, Шелер, Ницше, массовые коммуникации, кинематограф, медиакоммуникации, коммуникации, кино, социология, социальные сети

Введение

В современном мире средства массовой коммуникации формируют общественный дискурс и политические установки граждан. Всё больше ученых исследуют массовые коммуникации ввиду повсеместного распространения социальных сетей и альтернативных источников новостей. Одним из важных аспектов этой динамики является роль ресентимента – феномена, способного обозначать одновременно обиду, страх, ненависть, негодование, зависть в средствах массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации находятся в непрерывном процессе видоизменения. Так, по М. Кастельсу происходит конвергенция средств массовой информации и горизонтальных коммуникационных сетей, конечным результатом этой эволюции является исторический сдвиг публичной сферы от институционального содержания к новому коммуникационному пространству [1]. В этом отношении исследование ресентимента как части поворота в структурно-властных отношениях, доказательства кризиса межличностных отношений, а также неспособности человека полностью контролировать свои действия может помочь нам получить представление о том, как сообщения СМИ могут формировать общественное мнение и подпитывать политическую поляризацию.

К теме ресентимента обращаются социологи, философы, культурологи, специалисты по медиакоммуникациям. В статье будет проведен анализ уже имеющихся исследований ресентимента в медиакоммуникативном пространстве. Из многочисленных форм научных исследований автор остановился на трех аспектах, которые максимально точно передают феноменологию ресентимента. Во-первых, это исследование ресентимента в социальных сетях (функциональные особенности ресентимента, выраженные, кодированием тех или иных смыслов), во-вторых – медиатизация политического ресентимента, в-третьих, презентация ресентимента в кинематографе. В этом смысле кинематограф выбран не случайно, являясь одновременно частью средств массовой коммуникации и продуктом авторского замысла, кинематограф с помощью самых разнообразных механизмов

(монтаж, звук, актерская игра и т.д.) способен репрезентировать различные проблемы современного общества. В качестве выводов будут представлены основные возможности и ограничения в будущих научных изысканиях.

Понятие ресентимента в трудах Ф. Ницше и М. Шелера

Социальные исследователи всё чаще обращаются к концепции «ressentiment». Из-за общих формулировок и обобщенных интерпретаций, которые постоянно мелькают на глазах у любого ученого, видится наиболее перспективным начать описание с раскрытия этимологии слова.

Ресентимент берет свое начало из французского языка. В научном дискурсе принято считать, что автором концепции является представитель течения философии жизни - Фридрих Ницше. Однако существует полемичность появления термина в научном обороте. В немецкий язык слово попало из Франции, благодаря писателю Ойгену Карлу Дюрингу, который в своей провокационной для того времени книге «Ценность жизни» пытался развить идею о том, что все концепции справедливости имеют под собой фундамент в виде чувства обиды, которое в свою очередь принадлежит к тому же семейству, что и месть [\[2\]](#).

Новый виток в осмыслении феномена связан с выходом книги «Генеалогия морали» немецкого философа Ф. Ницше. Он привязывает ресентимент к этическому конструкту оправдания добра и зла, раба и хозяина и говорит о том, что ресентимент свойственен рабам, так как вопрос существования хозяина уже лежит в основе ресентимента, Ницше пишет: «Восстание рабов в морали начинается с того, что ресентимент сам становится творческим и порождает ценности: ресентимент таких существ, которые не способны к действительной реакции, реакции, выразившейся бы в поступке, и которые вознаграждают себя воображаемой местью» [\[3, с.10\]](#). Ницше возводит ресентимент к генезису морали и повествует об аристократической системе ценностей, по которому к категории благородство приравниваются понятия: «знатный», «хороший», «добрый», которые в свою очередь противопоставлены системе ценностей плебейскому, а значит «плохому». По мнению специалиста, в области этики - философа Апресяна, разница в морали рабов и господ у Ницше состоит в воспроизведстве ценностей, так: «мораль господ исходит из самой себя, аристократ утверждает себя, изнутри себя творит ценности; — мораль рабов ориентируется на другого, плебей подчиняется и подлаживается, он самореализуется в отрицании. В этом смысле мораль господ инициативна; мораль рабов реактивна» [\[4, с.28\]](#). Ресентимент кроется в системе ценностей человека униженного, который выводит аргументы своего положения не из собственных умысла и духовного императива, а скорее из призмы существования другого, то есть ресентимент не может существовать без другого субъекта.

Ницшенский феномен характерен для разных стадий развитий общества. Немецкий философ при этом, акцентирует внимание на христианской религии, как своего рода «цветке ресентимента». Ницше, обращаясь к священному писанию, а также к другим религиям, общей гуманitarной, философской мысли и к собственным эмпирическим наблюдениям, умозаключает конечность христианской веры как моральной доктрины: «Так именно и погибло христианство в качестве догмы - от собственной своей морали; так именно должно теперь погибнуть и христианство в качестве морали - мы стоим на пороге этого события».

Именно в вопросе имплицитного нахождения ресентимента в христианской вере можно наблюдать принципиальную разницу в воззрениях между Ф. Ницше и другим немецким

философом М. Шелером. Последний, будучи учеником Гуссерля и испытавший влияние феноменологии как принципиально новой гносеологической возможности в осмыслиении взаимосвязи природы человека, его психических особенностей и божественного, выраженного в христианской вере, парировал аргумент автора «Генеалогии морали», выдвинув антитезис о том, что «семя христианской этики взросло отнюдь не на почве ресентимента» [\[5, с.68\]](#).

Благодаря синтезу феноменологии с фундаментальной базой социальной психологии, философской антропологии, а также новых этических учений, М. Шелер вывел свое определение состояния обиды и злости, так «Ресентимент – это самоотравление души... представляет собой долговременную психическую установку, которая возникает вследствие систематического запрета на выражение известных душевных движений и аффектов, самих по себе нормальных и относящихся к основному содержанию человеческой натуры, — запрета, порождающего склонность к определенным ценностным иллюзиям и соответствующим оценкам» [\[5, с. 13–14\]](#).

Философская рефлексия двух немецких мыслителей дала огромный толчок и самое главное фундаментальную базу для научных изысканий. Примечательно, что первоначально не концептуализированное определение ресентимента позволило социальным наукам не просто взять термин в оборот, а напротив, феномен дал толчок междисциплинарному исследованию социальных проблем на макро и микроуровнях.

Ресентимент и средства массовой коммуникации

Средства массовой информации играют ключевую роль в развитии и распространении ресентимента [\[6\]](#). Нельзя не согласиться в том, что ресентимент, обладая столь обширной амплитудой возможностей, завязан на средствах массовых коммуникаций.

Е. В. Бакшутова в своей статье на примере комментариев пользователей социальных сетей выявляет «скрипты ресентиментности сетевой коммуникации как психологических феноменов проявления обострения конфликтности социальных отношений в современном обществе» [\[7, с. 21\]](#). Так, для эмпирического анализа авторских комментариев в социальной сети Facebook [\[11\]](#) была построена модель генерации ресентимента, которая включала в себя несколько уровней, каждый из которых через «скрипты», симметрично выявлял проявления ресентимента в конкретных коммуникативных ситуациях. Автор выделил такие скрипты как: «враг народа», «кара», «остракизм», «русофobia». Продолжая мысль статьи, можно с уверенностью утверждать, что чувство обиды связано ценностным фактором. При развитии ресентимента происходит переоценка ценностей. Переоценка означает, что ранее принятые рамки ценностей разрушаются и заменяются новым ценностным горизонтом [\[8\]](#).

Исследовательница К. Ceilutka анализирует то, как платформы социальных сетей (social media platforms) влияют на конструирование социальной жизни и нормативное развитие личность в контексте социума. Так, автор приводит к выводу что именно ресентимент, а вместе с ним и коллективный нарциссизм становятся результатом признания за платформами социальных сетей право влиять на частную жизнь каждого человека: «Это происходит потому, что лежащие в основе процессы ресентимента и коллективного нарциссизма основаны на отказе от устоявшихся рамок ценностей и, вместо этого, позиционировании своего ценностного горизонта...» [\[9\]](#).

Потенциал исследования концепта обнаруживается в исследовании уральских ученых К.

Д. Гомес и Т. А. Кругловой. Нельзя не отметить огромную работу, которую проделали авторы в области систематизации историко-философской рефлексии концепта обиды. Так, в полной мере передаются теоретические постулаты концепта в трудах Юра, который выделил три значения ресентимента, используемых в современном дискурсе: моральное негодование, социально-политическое негодование, онтологический ресентимент и т.д. [\[10, с. 111\]](#). Авторы, беря во внимание рассуждение Ницше об аскетическом идеале, применяют данный тезис на поле искусства: «Как следует из толкования ресентимента, все сферы культуры оказались затронуты им. Соответственно, и в искусстве можно обнаружить проявление ресентимента во всем его многообразии» [\[10, с. 115\]](#). В случае медиакоммуникации и кинематографа, являющимся и искусством в том числе, можно считать характерно точным, потенциально важным, посыл об аскетическом идеале. Вопрос оскорбительности чувств различных социальных групп повсеместно наблюдается на просторах медиа, в интернете. Нельзя не соотнести эту своего рода интертекстуальность в вопросах формирования дискурса той или иной социальной группы с исследованием ресентимента в медиакоммуникативном пространстве: «Именно концепт «оскорблений» частотно зафиксирован в риторике протестующих групп публики: заявлениях в медиасфере, исках в судебные инстанции и государственные органы, полемике в Интернете и т. д.» [\[10, с. 106\]](#).

Как уже было сказано выше, средства массовой коммуникации имеют тенденцию смещать ракурс фрейм взаимодействия людей в сторону взаимной неприязни и озлобления. В процессе формирования общественного мнения многое зависит от каналов получаемой информации, и в этом отношении, средства массовой коммуникации имеют львиную долю в контексте влияния на умы и сознание граждан. Чувство ресентимента опосредованно, но присутствует в этом глобальном модусе новых сетевых отношений. В одной из статей американских ученых Д. Матц и Б. Ривса было проведено эмпирическое исследование доверия к политическим лидерам через телевизионные передачи. Средства массовой информации, которые полагаются на сенсационные заголовки и эмоционально насыщенный контент, могут с большей вероятностью усилить чувства гнева, негодования и соответственно вызвать ресентимент. В свою очередь сдерживающим фактором негативных зрительских коннотаций может стать четкая структурированная подача материала, ориентированного на своего рода консенсус между полярными позициями [\[11\]](#). Многие средства массовой коммуникации не избегают явного манипулирования своей аудиторией. Происходит апелляция к чувствам обиды, скорби и сочувствия. Так, в новостном потоке выставляются такие вопросы, как иммиграция, здравоохранение и другие политические темы, таким образом, чтобы они резонировали с чувствами обиды и жертвы.

Причиной появления ресентимента, может быть отсутствие индивида или у социальной группы политической культуры, образования и элементарных навыков критического мышления. Поэтому, для того чтобы добиться эмоциональной зрелости и защитной реакции на самые разнообразные манипуляции, необходимо продвигать мадиаграмотность [\[12\]](#).

Одним из главных элементов современного медиакоммуникативного дискурса является визуальная форма. Из всех искусств наиболее четкую и полную картину в области визуальной передачи информации использует кинематограф. Всего за чуть более чем вековую историю, кинематограф проделал огромный путь, начиная с братьев Люмьер, запечатлевших прибытие поезда, до технологий захвата движений (motion capture) под водой, используемых в последнем «Аватаре» (реж. Джеймс Кэмерон). Экранные образы,

подкрепленные режиссерским замыслом и монтажом, могут передавать отпечаток времени: ностальгию по прошлому, вместе с тем рефлексируя по современным проблемам. Так, по мнению киноведа Разлогова, «Одним из наиболее очевидных примеров ресентимента в кинематографе стала картина «Довлатов» реж. Алексея Германа-младшего (2018, Россия). Интонация фильма задана горько-ироничной тональностью произведений Сергея Довлатова, которые не цитируются впрямую, но передаются общей атмосферой гнетущего абсурда, подкрепленного виртуозной работой художника-постановщика Елены Окопной с предметами, интерьерами и экsterьерами» [\[13, с. 311\]](#). На примере творчества корейского режиссера Кима Ки Дука, исследователь азиатского кинематографа Хье Сын Чун путем анализа кинематографических приемов, повествовательной структуры, сюжета в фильмах, четко интерпретируется ресентимент. В статье исследуется, как и почему «кино ресентимента» Кима Ки Дука часто неправильно понимают, как нечто иное (от «сексуального терроризма» до дешевых острых ощущений) внутри и за пределами южнокорейских институциональных и культурных контекстов. По мнению автора, весь кинематограф корейского режиссера можно охарактеризовать как «обязательно жестокое кино, которое точно отражает и символически мстит за жестокость классового, конформистского общества» [\[14\]](#).

Итак, были рассмотрены основные исследования концепта ресентимент в медиапространстве. Можно сказать, что с одной стороны, исследователи не пренебрегают феноменом при изучении социальных процессов, с другой же стороны - Ницшеанский концепт действительно имеет свои ограничения, особенно при проведении эмпирического исследования. Изучение данной проблематики дает нам основания к тому, чтобы выделить в качестве ключевых несколько характеристик. А именно:

Возможности

- Ресентимент способен ретранслировать основные поведенческие характеристики той или иной социальной группы через коммуникации в пространстве социальных сетей. Рассматривая ресентимент в СМИ, исследователи могут лучше понять, каким образом средства массовой информации апеллируют к эмоциям и идентичности для формулирования политических тезисов.
- Ресентимент в медиакоммуникации может практически использоваться для повышения медиаграмотности и регулирования СМИ, что в свою очередь сделает возможным осуществлять целенаправленные вмешательства, повышающие подотчетность и добросовестность СМИ.
- Через исследование ресентимента в пространстве кинематографа можно отчетливее понять социальную картину действительности, обнаружить паттерны поведения людей, сформировать ценностное представление об общественно-политическом строе, развитие НКО и гражданского общества.
- Исследование ресентимента в медиакоммуникативном пространстве может пролить свет на то, как взаимодействуют медиа и социальные движения.

Ограничения

- Концептуализация феномена. Имея множество определений и коннотаций, существующих одновременно в границах и исследовательской методологии, и философского понятия, а также в форме семантически свободно употребляемого слова, обозначающего обиду, концепт ressentiment не имеет чётких контуров для самоидентификации в парадигме социальных наук и в связи с этим у многих исследователей могут возникнуть проблемы.

- В зависимости от контекста (социального, культурного, политического) Ницшеанский концепт обиды будет видоизменяться
- Сбалансированный исследовательский подход. Чувство обиды не аксиоматично характерна для каждого субъекта. Обида может испытываться отдельными людьми и группами по-разному в зависимости от пересекающихся социальных идентичностей, таких как пол, раса и класс. Поэтому исследователи должны подходить к изучению ресентимента в пространстве медиакоммуникаций с учетом нюансов и чуткости, чтобы избежать увековечения стереотипов или предубеждений.
- Проблематична привязка концепта к исследованию кинематографа. Так, не существует четких контуров в проведении эмпирического исследования. Механизмы и стратегии репрезентации ресентимента могут быть выявлены в зависимости от гипотезы и логики исследования.

[\[1\]](#) Принадлежит компании Meta Platforms, деятельность которой признана экстремистской и запрещена на территории Российской Федерации

Библиография

1. Castells M. Communication, Power and Counter-power in the Network Society // International Journal of Communication. 2007. Vol 1. P. 238-266.
2. Aeschbach S. Ressentiment: An Anatomy. Doctoral thesis. University of Geneva. Archive Ouverte UNIGE.
3. Ницше Ф. К генеалогии морали / Полное собрание сочинений: В 13 томах Т 5 / Институт философии Российской академии наук; редакционный совет: П. П. Гайдаенко [и др.]. - Москва: Культурная революция. – 2012 – 480 с.
4. Апресян Р. Г. Ресентимент и историческая динамика морали // Этическая мысль. Вып. 2 / отв. ред. А. А. Гусейнов. М.: ИФ РАН, 2001. С. 27–40.
5. Шелер М. Ресентимент в структуре моралей / пер. с нем. А. Н. Малинкина. СПб.: Наука; Университетская книга, 1999. – 231 с.
6. Halsall, R. 'Sloterdijk's theory of cynicism, ressentiment and "horizontal communication"' // International Journal of Media and Cultural Politics. 2005. Vol 1(2). P. 163–179.
7. Бакшутова Е. В. Проблема ресентиментоемкости этоса сетевой среды: социальная эпистемология сетевого ресентимента // Вестник СамГТУ. Сер. Психологопедагогические науки. 2018. № 3 (39). С. 19-35.
8. Salmela M. Capelos T. Ressentiment: A Complex Emotion or an Emotional Mechanism of Psychic Defences? // Politics and Governance. 2021. Vol. 9 (3). P. 191-203.
9. Ceilutka K. The discontents of competition for recognition on social media: Perfectionism, ressentiment, and collective narcissism // Philosophy and Social Criticism. 2023. Vol. 49 (4). P. 409-430. Гомес К.Д.
10. Круглова Т. А. Концепт «ресентимент» как перспективный теоретический ресурс анализа протестов против оскорбительного искусства // Koinon. 2020. Т. 1. № 1–2. С. 104–124.
11. Mutz D. Reeves B. The new videomalaise: Effects of televised incivility on political trust // American Political Science Review. 2005. Vol 99(1). P. 1-15.
12. Carpin D. Michael X. After Broadcast NewsMedia Regimes, Democracy, and the New Information Environment. Kartoniert, Cambridge University Press. 2011. 376 p.
13. Разлогов К.Э., Кочеляева Н.А. Диалоги с советским: рефлексии на советское в современном российском и зарубежном кинематографе// Исторические 19 трансформации культуры: концепты, смыслы, практики. Материалы Международной научной конференции (XVI Колосницаинские чтения) / Под ред. Н.Б. Кирилловой, И.Я.

Мурзиной. Екатеринбург: УрФУ, 19-20 ноября 2021. С. 319-326.

14. Chung H. Beyond 'Extreme': Rereading Kim Ki-Duk's Cinema of Ressentiment // Journal of Film and Video. 2010. Vol. 62 (1-2). P. 96-111.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования рецензируемой статьи нетривиален, достаточно интересен, отчасти нов. Автор обращается к вопросу ресентимента в масс-медийном пространстве. В начале труда обозначено, что «к теме ресентимента обращаются социологи, философы, культурологи, специалисты по медиакоммуникациям. В статье будет проведен анализ уже имеющихся исследований рессентимента в медиакоммуникативном пространстве. Из многочисленных форм научных исследований автор остановился на трех аспектах, которые максимально точно передают феноменологию ресентимента. Во-первых, это исследование рессентимента в социальных сетях (функциональные особенности ресентимента, выраженные, кодированием тех или иных смыслов), во-вторых – медиатизация политического ресентимента, в-третьих, репрезентация ресентимента в кинематографе». Следовательно, исследование имеет конструктивный характер, концептуальная основа промаркирована. Должные информационные справки введены, читатель получает необходимый объем знаний: например, «социальные исследователи всё чаще обращаются к концепции «ressentiment». Из-за общих формулировок и обобщенных интерпретаций, которые постоянно мелькают на глазах у любого ученого, видится наиболее перспективным начать описание с раскрытия этимологии слова. Ресентимент берет свое начало из французского языка. В научном дискурсе принято считать, что автором концепции является представитель течения философии жизни - Фридрих Ницше. Однако существует полемичность появления термина в научном обороте. В немецкий язык слово попало из Франции, благодаря писателю Ойгену Карлу Дюрингу, который в своей провокационной для того времени книги «Ценность жизни» пытался развить идею о том, что все концепции справедливости имеют под собой фундамент в виде чувства обиды, которое в свою очередь принадлежит к тому же семейству, что и месть...» и т.д. Текст дробится на т.н. смысловые фрагменты, это позволяет логику научной наррации поддерживать в режиме должного баланса. Аналитический комментарий по ходу работыдается верно, точка зрения автора объективирована: «ницшенский феномен характерен для разных стадий развитий общества. Немецкий философ при этом, акцентирует внимание на христианской религии, как своего рода «цветке ресентимента». Ницше, обращаясь к священному писанию, а также к другим религиям, общей гуманitarной, философской мысли и к собственным эмпирическим наблюдениям, умозаключает конечность христинской веры как моральной доктрины: «Так именно и погибло христианство в качестве догмы - от собственной своей морали; так именно должно теперь погибнуть и христианство в качестве морали - мы стоим на пороге этого события», или «средства массовой коммуникации имеют тенденцию смещать ракурс взаимодействия людей в сторону взаимной неприязни и озлобления. В процессе формирования общественного мнения многое зависит от каналов получаемой информации, и в этом отношении, средства массовой коммуникации имеют львиную долю в контексте влияния на умы и сознание граждан. Чувство ресентимента опосредованно, но присутствует в этом глобальном модусе новых сетевых отношений. В одной из статей американских ученых Д. Матц и Б. Ривса было проведено эмпирическое исследование доверия к политическим лидерам через телевизионные

передачи» и т.д. Основная тема по ходу работы раскрыта, цель исследования достигнута. Думаю, что материал может быть полезен при изучении курсов гуманитарного цикла. Выводы по работеозвучны основной части, противоречий нет: «итак, были рассмотрены основные исследования концепта ресентимент в медиапространстве. Можно сказать, что с одной стороны, исследователи не пренебрегают феноменом при изучении социальных процессов, с другой же стороны - Ницшеанский концепт действительно имеет свои ограничения, особенно при проведении эмпирического исследования. Изучение данной проблематики дает нам основания к тому, чтобы выделить в качестве ключевых несколько характеристик. А именно...» и т.д. Список источников актуален, формальные требования издания учтены. Работу «Исследование ресентимента в медиакоммуникативном пространстве: возможности и ограничения» можно рекомендовать к публикации в журнале «Litera».