

Litera

Правильная ссылка на статью:

Чжоу Ш. Дискурсивное пространство новых медиа в чрезвычайных ситуациях // Litera. 2024. № 12. DOI: 10.25136/2409-8698.2024.12.72698 EDN: PSBAPM URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=72698

Дискурсивное пространство новых медиа в чрезвычайных ситуациях

Чжоу Шэннань

аспирант; кафедра цифровых медиакоммуникаций; СПбГУ
199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7-9

✉ st097863@student.spbu.ru



[Статья из рубрики "Журналистика"](#)

DOI:

10.25136/2409-8698.2024.12.72698

EDN:

PSBAPM

Дата направления статьи в редакцию:

12-12-2024

Аннотация: Темой исследования является изучение дискурсивного пространства новых медиа в условиях чрезвычайных ситуаций. В работе рассматриваются особенности формирования медиадискурса, его роль в информировании населения и управлении общественным мнением в условиях кризисов, таких как природные катастрофы, техногенные аварии, пандемии и военные конфликты. Автор уделяет внимание стратегическому взаимодействию официальных источников, гражданской журналистики и аудитории через социальные сети и новостные платформы, включая Twitter, Instagram и WhatsApp. Исследование направлено на выявление ключевых дискурсивных практик, использование эмоциональных и сенсационных нарративов, а также анализ влияния медиадискурса на мобилизацию населения и предотвращение паники. Работа подчеркивает важность анализа медиадискурса для разработки эффективных стратегий управления информационными потоками в кризисных условиях. Исследование основано на методах контент-анализа и качественного анализа комментариев, что позволяет выявить основные особенности медиадискурса и предложить рекомендации по его оптимизации в условиях кризиса. Инновационность исследования заключается в комплексном анализе дискурсивного пространства новых медиа в условиях

чрезвычайных ситуаций, что позволяет выявить взаимосвязь между эмоциональными и сенсационными нарративами, используемыми на цифровых платформах, и их влиянием на общественное мнение. Новизна также состоит в применении сравнительного подхода для изучения различных медиаплатформ, таких как Twitter и Instagram, что помогает выявить их функциональные различия в кризисной коммуникации. В заключении подчеркивается, что новые медиа играют двойственную роль в управлении кризисами: с одной стороны, они способствуют оперативному информированию и мобилизации, с другой — увеличивают риск распространения дезинформации. Результаты исследования подчеркивают необходимость стратегической координации между официальными источниками и цифровыми платформами для минимизации негативных последствий кризисных ситуаций.

Ключевые слова:

Медийный дискурс, Новые медиа, Кризисная коммуникация, Эмоциональные нарративы, Мобилизация населения, Социальные платформы, Дезинформация, Вовлечение аудитории, Цифровые платформы, Стратегии кризисного ответа

Введение

В условиях кризисных событий, таких как пандемия, природные катастрофы, техногенные аварии или террористические акты, информационные технологии играют ключевую роль в оперативном информировании населения и координации действий. Новые медиа, включая социальные сети, мессенджеры и онлайн-новостные платформы, становятся основным каналом коммуникации, через который распространяются как официальные сообщения, так и пользовательский контент. В этом контексте чрезвычайно важно понять, каким образом формируется медиадискурс, каковы его ключевые особенности и каким образом он влияет на восприятие кризисных ситуаций обществом.

Целью данного исследования является изучение дискурсивного пространства новых медиа в условиях чрезвычайных ситуаций. Это подразумевает анализ динамики и характера медиадискурса, выявление стратегий коммуникации, используемых различными акторами, а также определение влияния медиадискурса на общественное мнение и поведение. Новые медиа представляют собой не только инструмент передачи информации, но и пространство для формирования мнений, что делает их влияние на общественные процессы значимым и заслуживающим научного внимания.

Методологическая база исследования включает контент-анализ и качественный анализ комментариев для изучения динамики медиадискурса и реакции аудитории на различных цифровых платформах в условиях кризиса. Сравнительный подход позволяет выявить особенности дискурса на текстоориентированных и визуально ориентированных платформах, а также их влияние на информирование, мобилизацию и эмоциональное восприятие аудитории.

В современных условиях исследование дискурсивного пространства новых медиа приобретает особую значимость ввиду множества вызовов, связанных с распространением дезинформации, манипуляцией общественным сознанием и необходимостью создания доверительных отношений между официальными источниками и населением. Анализируя медиадискурс в чрезвычайных ситуациях, можно выявить не только успешные стратегии коммуникации, но и слабые места, требующие

совершенствования. Это особенно актуально в условиях, когда кризисные события становятся глобальными и требуют оперативного взаимодействия между государственными институтами, медиа и обществом. Таким образом, данное исследование имеет не только теоретическое, но и практическое значение, поскольку его результаты могут быть использованы для разработки более эффективных стратегий управления информацией в условиях чрезвычайных ситуаций.

Понятие дискурсивного пространства в новых медиа

Понятие дискурсивного пространства в новых медиа представляет собой сложное явление, охватывающее процессы формирования и трансформации коммуникации в условиях цифровизации. Дискурсивное пространство понимается как совокупность медиапрактик, технологических платформ и культурных контекстов, которые определяют взаимодействие участников коммуникации, формирование общественного мнения и интерпретацию событий. Особенностью новых медиа является их способность формировать уникальные условия для обмена информацией, что делает анализ дискурсивного пространства необходимым инструментом для изучения динамики современной медиасреды.

Дискурсивное пространство новых медиа отличается гибридностью, обусловленной слиянием традиционных и цифровых медиасистем. В этом контексте полезно обратиться к концепции гетеротопий, предложенной Коркутом и Сюрером, которая описывает цифровые пространства как "миры внутри миров".^[1] Такие пространства, например виртуальные музеи, создают уникальные условия для обмена информацией, объединяя элементы реального и виртуального через использование иммерсивных технологий. Эти гетеротопии не только обеспечивают доступ к ранее недоступным уровням коммуникации, но и преобразуют традиционные формы взаимодействия, делая дискурсивное пространство более сложным и многослойным.

Роль дискурсивного пространства в управлении информацией в кризисных ситуациях подчеркивает его функциональное значение в современной медийной среде. Как отмечают Игнатова, И. Б., дискурсивная власть в медиасистемах проявляется через способность участников влиять на общественные дискуссии, вводя и поддерживая определенные темы и фреймы.^[2] В условиях чрезвычайных ситуаций такие механизмы становятся особенно значимыми, поскольку они определяют, какие аспекты кризиса становятся центральными для общественного восприятия. Например, использование платформ социальных медиа позволяет государственным и негосударственным акторам не только распространять информацию, но и формировать нарративы, которые влияют на поведение аудитории.

Дополнительным аспектом, раскрывающим дискурсивное пространство новых медиа, является их способность создавать реляционные коммуникационные пространства. Согласно исследованиям Мартыненко и др., цифровые платформы трансформируют инфраструктуру публичной коммуникации, делая её более доступной и инклюзивной.^[3] Однако эта трансформация сопровождается усилением зависимости от социальных и материальных условий, определяющих доступ к информации и возможность участия в дискурсе. Это особенно важно в кризисных ситуациях, когда информационная асимметрия может усилить панические настроения или затруднить мобилизацию общества.

Не менее значимым для анализа дискурсивного пространства является феномен полидискурсивности и интердискурсивности, описанный Млечко и Шамаевым.^[4] Новые

медиа создают условия для одновременного существования множества дискурсов, что делает коммуникацию более сложной и многоуровневой. Это проявляется в том, что медиа-дискурс становится частью широкой экосистемы, включающей потребительские, культурные и идентификационные практики. Например, использование платформ, таких как Instagram, для формирования новых жанров дискурсивной коммуникации, как показано Шрайбером, демонстрирует трансформацию текстовых и визуальных форматов в контексте новых медиа.^[5]

Наконец, необходимо отметить, что дискурсивное пространство новых медиа играет ключевую роль в формировании идентичности. Согласно Аникину и Батищеву, цифровизация медиапрактик привела к появлению феноменов, таких как культура отмены, которые становятся индикаторами трансформации общественного сознания и исторической памяти.^[6] В кризисных ситуациях такие процессы усиливаются, подчеркивая необходимость дальнейшего изучения медийных практик, формирующих общественные нарративы.

Дискурсивное пространство новых медиа представляет собой динамичное явление, в котором пересекаются технологии, культурные контексты и социальные практики. Его анализ важен для понимания того, как современные медиа не только информируют аудиторию, но и влияют на формирование восприятия событий, особенно в условиях кризисных ситуаций. Теоретические подходы, такие как гетеротопии и дискурсивная власть, позволяют глубже понять этот сложный феномен и его значение для современной медиасреды.

Особенности медиадискурса в чрезвычайных ситуациях

Медиадискурс в условиях чрезвычайных ситуаций представляет собой сложное, многосоставное явление, в котором сочетаются объективное информирование и эмоциональная подача информации. Новые медиа, включая социальные сети, мессенджеры и новостные платформы, играют ключевую роль в формировании общественного восприятия кризисных событий. Этот процесс во многом определяется использованием эмоциональных и сенсационных нарративов, что становится особенно заметным в условиях высокого информационного давления.

Одной из ключевых особенностей медиадискурса в чрезвычайных ситуациях является акцент на эмоциональной составляющей, которая позволяет привлечь внимание широкой аудитории. Например, в первые дни войны на Украине в феврале 2022 года значительную роль сыграли платформы Twitter и Telegram, где активно распространялись визуальные и текстовые материалы с акцентом на трагизм происходящего. В частности, посты, описывающие разрушенные города и гуманитарные катастрофы, такие как сообщения о событиях в Мариуполе, создавали мощный эмоциональный эффект, способствующий активному вовлечению пользователей.^[7] Анализ данных публикаций с использованием метода контент-анализа позволяет выделить преобладание нарративов, направленных на мобилизацию общественного мнения и формирование сочувствия к жертвам.

Использование сенсационных заголовков и нарративов также характерно для медиадискурса в кризисных условиях. Это проявляется в стремлении медиа не только передавать информацию, но и конкурировать за внимание аудитории. Например, в период пандемии COVID-19 такие платформы, как Facebook и Instagram, заполнялись сообщениями, в которых акцентировалось внимание на резком росте числа заболевших или драматических последствиях заражения, что в ряде случаев способствовало

распространению панических настроений.

Кризисные ситуации часто способствуют усилению полидискурсивности. В новых медиа возникают параллельные нарративы, конкурирующие за доминирование. Например, во время землетрясения в Турции и Сирии в феврале 2023 года в социальных сетях одновременно циркулировали сообщения о помощи пострадавшим, критика властей за медлительность в реагировании и конспирологические теории о природе катастрофы.^[8] Анализ этих сообщений с помощью метода качественного анализа комментариев позволяет выявить различные дискурсивные стратегии: от солидарности до политической полемики.

Однако эмоциональные и сенсационные нарративы имеют и негативные последствия. Они способствуют распространению дезинформации, особенно в условиях кризиса, когда аудитория склонна доверять любым источникам, способным оперативно предоставить информацию. Например, в первые дни разрушительного землетрясения в Турции и Сирии в 2023 году множество фейковых новостей распространялось через Twitter и WhatsApp, включая ложные сообщения о новых землетрясениях или необоснованные обвинения в адрес спасательных служб.^[9] Такой медиадискурс усложняет координацию действий и подрывает доверие к официальным источникам.

Медиадискурс в чрезвычайных ситуациях характеризуется высокой эмоциональностью и сенсационностью, что усиливает его воздействие на общественное мнение. Анализ тематического содержания новых медиа с использованием контент-анализа и качественного анализа комментариев позволяет глубже понять особенности этого явления. Однако для управления такими дискурсами требуется разработка стратегий по минимизации распространения дезинформации и усилению доверия к проверенным источникам.

Коммуникативные стратегии новых медиа в условиях кризиса

В условиях кризисных ситуаций новые медиа играют ключевую роль в управлении информационными потоками, формировании общественного мнения и поддержании социальной стабильности. Их коммуникативные стратегии включают взаимодействие между официальными источниками, гражданской журналистикой и аудиторией. Эти стратегии направлены на построение доверительных отношений, оперативную передачу информации и минимизацию последствий распространения фейковых новостей. Анализ данных процессов в контексте современных кризисов, таких как пандемия COVID-19 или российско-украинский конфликт, позволяет выявить основные механизмы, применяемые новыми медиа для эффективного управления кризисным дискурсом.

Роль официальных источников в новых медиа возрастает в условиях кризиса, когда общество нуждается в достоверной и оперативной информации. Государственные структуры и международные организации, такие как Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), активно используют социальные сети и новостные платформы для информирования населения. Например, в ходе пандемии COVID-19 ВОЗ использовала Twitter для распространения рекомендаций по предотвращению распространения вируса, а также для опровержения мифов о лечении и вакцинации. Такая стратегия позволила укрепить доверие аудитории к официальным источникам и снизить уровень паники. Однако исследование Качкаева А Г и Шомова С А показало, что эффективность подобных действий зависит от способности официальных органов конкурировать с альтернативными источниками информации, такими как гражданская журналистика и пользовательский контент.^[10]

Гражданская журналистика, в свою очередь, становится важным дополнением к традиционным источникам информации в новых медиа. В условиях кризиса гражданские журналисты и активисты предоставляют уникальные данные "с места событий", что усиливает доверие аудитории. Например, в начале российско-украинского конфликта в 2022 году гражданские журналисты использовали платформы Telegram и YouTube для публикации видеоматериалов, которые зачастую первыми фиксировали последствия военных действий. Одной из важнейших коммуникативных стратегий новых медиа в кризисных ситуациях является построение доверительных отношений с аудиторией. Современные платформы, такие как Instagram и TikTok, активно используют персонализированные форматы подачи информации, включая сторис, видеообращения и прямые трансляции. Например, в ходе землетрясения в Турции и Сирии в 2023 году международные гуманитарные организации, такие как Красный Крест, активно публиковали эмоциональные видеоролики, демонстрирующие процесс спасательных операций и распределение помощи. Эти материалы способствовали формированию чувства солидарности и мобилизации международной поддержки.

Однако одной из наиболее сложных проблем в условиях кризиса остается распространение фейковых новостей. Ложные сообщения часто распространяются с высокой скоростью, что усугубляет панические настроения и затрудняет работу официальных структур. Например, в ходе пандемии COVID-19 в социальных сетях распространялись слухи о "чудодейственных" лекарствах, таких как гидроксихлорохин, что приводило к массовой покупке неподтверждённых препаратов и подрыву доверия к медицинским рекомендациям.^[11] Для борьбы с этой проблемой новые медиа внедряют инструменты фактчекинга, такие как автоматические системы оповещения о фейковых новостях в Facebook и Twitter.

Коммуникативные стратегии новых медиа в условиях кризиса направлены на баланс между оперативностью, достоверностью и вовлечённостью аудитории. Официальные источники и гражданская журналистика играют взаимодополняющие роли, в то время как борьба с фейковыми новостями становится одной из ключевых задач современного медиаполя. Анализ этих стратегий показывает, что успех новых медиа в управлении кризисами зависит от их способности адаптироваться к меняющимся условиям, эффективно взаимодействовать с аудиторией и использовать инновационные технологии для повышения доверия и прозрачности.

Влияние медиадискурса на общественное мнение в условиях кризиса

Влияние медиадискурса на общественное мнение в условиях чрезвычайных ситуаций является сложным и многоуровневым процессом. Новые медиа обладают потенциалом как для формирования паники, так и для мобилизации населения в кризисные периоды. Разнообразие платформ и способов подачи информации позволяет сравнить их эффективность с точки зрения информирования, успокоения общества и стимулирования коллективных действий. Рассмотрение конкретных кейс-стадий, таких как ураган Ида в США в 2021 году или взрывы на складе боеприпасов в Бейруте в 2020 году, позволяет выявить особенности реакций аудитории на различных платформах.

Во время урагана Ида, обрушившегося на южные штаты США в августе 2021 года, медиадискурс продемонстрировал, как разные платформы могут оказывать различное влияние на восприятие и действия аудитории. Социальные сети, такие как Twitter, стали основным каналом для оперативной передачи информации о маршруте урагана, предоставляя пользователям данные в режиме реального времени. Хэштег #HurricaneIda

собрал тысячи постов, включая рекомендации по эвакуации и обновления о разрушениях. Сравнительный анализ показывает, что контент на Twitter носил преимущественно информативный характер, что способствовало мобилизации населения и предотвращению жертв. В то же время Instagram, ориентированный на визуальный контент, акцентировал внимание на эмоциональных аспектах катастрофы, таких как фотографии разрушенных домов и видео спасательных операций. Эмоционально насыщенные посты привлекли внимание международной аудитории и способствовали сбору средств для пострадавших, однако в некоторых случаях такие материалы усиливали чувство страха и беспомощности у пользователей.

Сравнительный анализ данных показывает различие в реакциях аудитории на этих платформах. Согласно исследованию Pew Research Center, 78% пользователей Twitter во время урагана использовали платформу для получения оперативной информации, тогда как 64% пользователей Instagram акцентировали внимание на эмоциональной поддержке и выражении солидарности. Это различие демонстрирует, как особенности платформ определяют их роль в медиадискурсе и влияют на формирование общественного мнения.

Другим ярким примером является взрыв на складе боеприпасов в Бейруте в августе 2020 года. В первые часы после взрыва Facebook и WhatsApp стали основными каналами для распространения информации и координации помощи. Группы в WhatsApp использовались для организации волонтерских движений, поиска пропавших без вести и распределения гуманитарной помощи. В то же время новостные платформы, такие как Al Jazeera и CNN, акцентировали внимание на причинах катастрофы и политической ответственности, что способствовало усилению общественного недовольства и протестных настроений в Ливане. Это подчеркивает двойственную роль медиадискурса: с одной стороны, он служит инструментом мобилизации, а с другой — катализатором социальной напряженности.

Эффективность использования новых медиа для информирования и успокоения общества зависит от множества факторов, включая достоверность информации, скорость ее распространения и способность платформ адаптироваться к потребностям аудитории. Анализ реакции пользователей на различных платформах показывает, что оперативность Twitter и функциональность WhatsApp делают их наиболее эффективными в условиях кризиса для оперативного информирования и координации. Однако визуальная насыщенность Instagram и эмоциональная направленность Facebook чаще способствуют формированию долгосрочного общественного мнения, мобилизации ресурсов и привлечению внимания международного сообщества.

Медиадискурс в условиях кризиса оказывает значительное влияние на общественное мнение, определяя его динамику и вектор. Различные платформы выполняют дополняющие функции, которые варьируются от оперативного информирования и мобилизации до эмоциональной поддержки и долгосрочного формирования общественных настроений. Эти особенности подчеркивают необходимость дальнейшего изучения медиадискурса для повышения его эффективности в управлении кризисами и минимизации негативных последствий для общества.

Заключение

Новые медиа играют ключевую роль в управлении информационными потоками и формировании общественного мнения в чрезвычайных ситуациях. Их гибкость, оперативность и доступность делают их незаменимым инструментом в кризисные

периоды. Тем не менее, анализ дискурсивного пространства новых медиа выявляет как их потенциал для мобилизации и информирования населения, так и риски, связанные с распространением дезинформации и усилением социальной напряженности. Основными характеристиками дискурсивного пространства новых медиа являются полидискурсивность, эмоциональная насыщенность и высокая скорость распространения информации. Эти особенности обеспечивают как возможности для улучшения коммуникации в кризисных условиях, так и создают вызовы, требующие стратегического подхода.

Для повышения эффективности взаимодействия между новыми медиа и официальными структурами в условиях кризиса необходимо разработать четкие стратегии координации и верификации информации. Одним из приоритетных направлений является внедрение механизмов быстрого опровержения фейковых новостей, что позволит снизить уровень паники и укрепить доверие к официальным источникам. Важной задачей также является интеграция образовательных программ, направленных на повышение медиаграмотности населения, что способствует более критическому восприятию информации. Официальные структуры должны активно использовать потенциал социальных сетей и цифровых платформ для создания прозрачного и доверительного медиадискурса, особенно в контексте гуманитарных и природных катастроф.

Перспективы дальнейшего исследования медиадискурса новых медиа связаны с изучением их долгосрочного влияния на восприятие кризисных событий. Внедрение технологий искусственного интеллекта, таких как автоматический анализ текстов и мониторинг социальных сетей, может значительно повысить качество исследований в этой области. Эти технологии способны не только выявлять основные тренды в медиадискурсе, но и предлагать рекомендации для управления информационными потоками. Таким образом, новые медиа остаются не только объектом исследований, но и важным инструментом для формирования устойчивого и эффективного информационного пространства в условиях кризиса.

Библиография

1. Аникин Д., Батищев Р. «Мы вас туда не посылали»: медиарепрезентации войны в Афганистане и возникновение и практика культуры отмены в постсоветской России // Галактика Медиа: Журнал исследований медиа. 2024. № 6(1). С. 172-187.
2. Игнатова И. Б. Новые медиа: теория и практика: Учебно-методическое пособие. – Москва: Московский педагогический государственный университет, Землянский, 2022. – 96 с.
3. Мартыненко Т. С., Добринская Д. Е. Социальное неравенство в эпоху искусственного интеллекта: от цифрового к алгоритмическому разрыву // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2021. № 1. С. 171-192.
4. Коркут Э., Сюрер Э. Разработка концептуальной модели гетеротопий как дискурсивных пространств: сравнительный анализ неиммерсивных и иммерсивных технологий // Виртуальная реальность. 2023. № 28. С. 1-30.
5. Млечко А., Шамаев И. Дискурсивные практики новых и традиционных медиа // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 2. Языкознание. 2018. № 17(3). С. 119-129.
6. Шрайбер М. Тексты в Instagram как новый жанр: концептуальная основа для анализа дискурсивной коммуникации на визуальной платформе // Исследования в области коммуникационных наук. 2023. № 24(1). С. 141-157.
7. Война в Украине: жизнь в осаждённом Мариуполе // BBC Новости. 2022. URL: <https://www.bbc.com/news/world-europe-60675599> (дата обращения: 02.12.2024).

8. Землетрясение в Турции и Сирии: число погибших превысило 50 000 человек // Гардиан. 2023. URL: <https://www.theguardian.com/world/2023/feb/24/turkey-syria-earthquake-death-toll-50000> (дата обращения: 02.12.2024).
9. Дезинформация в социальных сетях после землетрясения в Турции // Рейтер. 2023. URL: <https://www.reuters.com/article/turkey-quake-misinformation-idUSKBN2UE13Z> (дата обращения: 02.12.2024).
10. Качкаева А. Г., Шомова С. А. Понимая медиа. Медиаграмотность и критическая автономия в эпоху «коммуникативного капитализма», «эмпатичных медиа» и «чувствительных данных» // Социодиггер. 2021. № 6(11). С. 4-46.
11. Дезинформация о лечении COVID-19 в социальных сетях // Рейтер. 2020. URL: <https://www.reuters.com/article/covid19-misinformation-idUSKBN2AX13Z> (дата обращения: 02.12.2024)

Результаты процедуры рецензирования статьи

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

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

В рецензируемой статье предметом исследования выступает специфика дискурсивного пространства новых медиа в чрезвычайных ситуациях, актуальность изучения которой обусловлена рядом факторов. Во-первых, определяется важностью медиа-ресурсов в условиях кризисных событий, таких как пандемия, природные катастрофы, техногенные аварии или террористические акты («информационные технологии играют ключевую роль в оперативном информировании населения и координации действий»). Во-вторых, как верно отмечено в работе, «новые медиа представляют собой не только инструмент передачи информации, но и пространство для формирования мнений, что делает их влияние на общественные процессы значимым и заслуживающим научного внимания». В-третьих, «исследование дискурсивного пространства новых медиа приобретает особую значимость ввиду множества вызовов, связанных с распространением дезинформации, манипуляцией общественным сознанием и необходимостью создания доверительных отношений между официальными источниками и населением».

Теоретической базой исследования послужили достаточно актуальные работы по медийной проблематике таких ученых, как А. Млечко и И. Д. Шамаев, Д. Аникин и Р. Батищев, И. Б. Игнатова, Т. С. Мартыненко, Д. Е. Добринская, Э. Коркут и Э. Сюрер, М. Шрайбер, А. Г. Качкаева, С. А. Шомова и др. Библиография насчитывает 11 источников, соответствует специфике изучаемого предмета, содержательным требованиям и находит отражение на страницах статьи. Все цитаты ученых сопровождаются авторскими комментариями. Так, апеллируя к работе Т.С. Мартыненко и Д. Е. Добринской, в которой они утверждают, что цифровые платформы трансформируют инфраструктуру публичной коммуникации, делая её более доступной и инклюзивной, автор(ы) указывают, что «эта трансформация сопровождается усилением зависимости от социальных и материальных условий, определяющих доступ к информации и возможность участия в дискурсе. Это особенно важно в кризисных ситуациях, когда информационная асимметрия может усилить панические настроения или затруднить мобилизацию общества».

Методология исследования продиктована его целью и задачами (анализ динамики и характера медиадискурса, выявление стратегий коммуникации, используемых различными акторами, определение влияния медиадискурса на общественное мнение и поведение) и включает контент-анализ и качественный анализ комментариев для изучения динамики медиадискурса и реакции аудитории на различных цифровых платформах в условиях кризиса. Сравнительный подход позволяет выявить особенности

дискурса на текстоориентированных и визуально ориентированных платформах, а также их влияние на информирование, мобилизацию и эмоциональное восприятие аудитории. Анализ теоретического материала и его практическое обоснование позволили автору(ам) подробно изучить содержание понятия дискурсивного пространства в новых медиа, особенности медиадискурса в чрезвычайных ситуациях, коммуникативные стратегии новых медиа в условиях кризиса, а также влияние медиадискурса на общественное мнение в условиях кризиса. В ходе проведенного исследования были сделаны многочисленные выводы: «медиадискурс в чрезвычайных ситуациях характеризуется высокой эмоциональностью и сенсационностью, что усиливает его воздействие на общественное мнение», «коммуникативные стратегии новых медиа в условиях кризиса направлены на баланс между оперативностью, достоверностью и вовлечённостью аудитории», «новые медиа остаются не только объектом исследований, но и важным инструментом для формирования устойчивого и эффективного информационного пространства в условиях кризиса» и др.

Результаты, полученные в ходе исследования, имеют теоретическую значимость и практическую ценность: они вносят определенный вклад в решение теоретических проблем медиалингвистики и могут использоваться в курсах по теории дискурса, когнитивной лингвистике, прагматике и стилистике, а также применяться при разработке более эффективных стратегий управления информацией в условиях чрезвычайных ситуаций.

Представленный в работе материал имеет четкую, логически выстроенную структуру, способствующую полноценному восприятию материала. Стил ь статьи отвечает требованиям научного описания, содержание соответствует названию, логика исследования четкая.

Обращаем внимание автора(ов) на опечатки в тексте (например, Как отмечают Игнатова, И. Б; Качкаева А Г и Шомова С А показалb). Данное замечание носит рекомендательный характер и не влияет на общее положительное впечатление от рецензируемой работы.

Рукопись имеет законченный вид; она вполне самостоятельна, оригинальна, будет интересна и полезна широкому кругу лиц и может быть рекомендована к публикации в научном журнале «Litera».