

## Рецензия на коллективную монографию «Коммуникация и пандемия» (2024) под редакцией Л.В. Минаевой

### Book Review: “Communication and the Pandemic”, Edited By Minaeva L.V.

DOI: 10.12737/2587-9103-2024-13-6-105-104

Получено: 05 сентября 2024 г. / Одобрено: 20 октября 2024 г. / Опубликовано: 26 декабря 2024 г.

**М.В. Луканина**

Доцент, канд. филол. наук, доцент  
факультета мировой политики МГУ имени  
М.В. Ломоносова,  
ORCID ID: 0000-0003-1303-0084,  
Researcher ID: ACT-9857-2022,  
Россия, Москва,  
e-mail: mvlukaninag@gmail.com

**M.V. Lukanina**

Associate Professor, Ph D in Linguistics,  
Lomonosov Moscow State University,  
Moscow, Russia,  
ORCID ID: 0000-0003-1303-0084,  
Researcher ID: ACT-9857-2022,  
e-mail: mvlukaninag@gmail.com

**Аннотация**

В рецензии проводится обзор глав монографии, подготовленной коллективом авторов под редакцией Л.В. Минаевой, в основу которой легли исследования кафедры международной коммуникации факультета мировой политики МГУ имени М.В. Ломоносова. Основным фокусом рассмотрения и анализа являются модели, методы и инструменты коммуникации в трех областях: медиaprостранстве, политике и бизнесе в период пандемии Covid-19, отраженные в трех соответствующих частях исследования. Монография может быть интересна большому кругу специалистов в области коммуникации, связей с общественностью и политики, и использована в образовательном процессе как основа спецкурсов.

**Ключевые слова:** коммуникация, пандемия, медиа исследования, политическая коммуникация, бизнес-коммуникация.

Пандемия *Covid-19* изменила мир, как изменила она и все его аспекты взаимодействия, начиная от исключительно материальных и заканчивая тонкими социально-психологическими нюансами. Многомерность последствий кризиса вызвала необходимость исследований во всех областях, однако именно коммуникация стала центром пересечения практически всех направлений и своеобразной точкой преломления действительности, поскольку реализация любого политического решения, экономических мер или социальных изменений требовала выстроенной коммуникационной парадигмы.

За 2022–2023 гг. было опубликовано немало исследований, посвященных влиянию пандемии на коммуникационное пространство и соответствующие инструменты: как отдельных статей [например, 1; 2], глав в сборниках [3], так и больших тематических монографий [4–6], при этом количество российских публикаций значительно отстает от зарубежных.

В этой связи особого интереса заслуживает коллективная монография «Коммуникация и пандемия» [7], поскольку она является не просто сборником статей, объединенных одним заглавием, а комплексным обзором разных сфер преломления коммуни-

**Abstract**

The article reviews the monograph “Communication and the Pandemic”, written by a team of researchers (mostly from the Department of International Communication, School of World Politics, Lomonosov Moscow State University) and edited by Liudmila V. Minaeva. The monograph analyzes communication models, methods and instruments in three distinct and interconnected areas: media landscape, political communication and business-communication, which is reflected structurally in three chapters of the book. The book may be of interest to all those engaged in communication and media studies, public relations and world politics, and may be used for educational purposes in universities and institutes.

**Keywords:** communication studies, Covid-19 pandemic, media studies, political communication, business communication.

кционных потоков: медиасферы (1-я часть), политической коммуникации (2-я часть) и бизнес-коммуникации (3-я часть) со сквозной терминологией, перекрестными ссылками, теоретическими описаниями и детализирующими примерами.

Часть 1 «Медиакоммуникация в период пандемии» выстроена от общего к частному в рамках рассмотрения медиaprостранства. Глава Л.В. Минаевой «Медиаэффект пандемии» описывает характеристики новой медиасферы, сформированные под влиянием пандемии, особенности медиатекста и эффект пандемии на пользователей и платформы. Кроме этого, в фокус также попадают различные медиажанры, такие как пандемийные мемы, видеоблоги и фейковые новости.

Глава 2, подготовленная М.А. Гладко (МГЛУ, Белоруссия) на основе анализа теледискурса, демонстрирует конструирование эмоциональной атмосферы общества с точки зрения тактико-стратегического моделирования. Каждая из описанных стратегий (формирование ощущения безопасности, солидарности, моделирования оптимизма и формирование напряженности) показана через набор соответствующих тактик, которые, в свою очередь, проиллю-

стрированы с помощью медиатекстов, представляя подробный лингвистический и концептуальный анализ.

Тема конструирования продолжена в главе 3 «Медиафрейминг вакцинной дипломатии» Н.Л. Колесниковой, исследующей медиафрейм как целостный символический маркер когнитивной схемы анализа и интерпретации текста. При медиафрейминге намеченный автором смысловой код формирует целостный контекст сообщения или фрейм восприятия и интерпретации информации. Материал представлен на основе анализа фрейминга новостей о вакцинной дипломатии Китая и США в публикациях «Нью-Йорк Таймс» в динамике 2020–2021 гг., представленных в сводной таблице с обозначением доминирующих фреймов.

Часть 2 «Коммуникация в политике в период пандемии» открывается авторской классификацией моделей кризисной государственной коммуникации Л.В. Минаевой, выделенных на основе способов и методов донесения информации до населения органами государственной власти, а также соотношения коммуникационных действий субъектов коммуникации. Каждая модель коммуникационного взаимодействия правительства с населением проиллюстрирована опытом конкретных стран и правительств в период пандемии, специфика коммуникационной политики которых выражалась как в использовании определенных каналов связи, так и в коммуникационном поведении политических лидеров.

Глава 2 рассматривает конкретный механизм оказания воздействия в публичной политической коммуникации, а именно использование концептуальных метафор в речах политиков. Каждая концептуальная метафора сопровождается доказательным лингвистическим анализом материала, представленным Э.В. Арутюновой-Ястребковой и М.М. Оганян (Ереванский филиал МГУ имени М.В.Ломоносова). Глава 3 продолжает разбор тактики коммуникационной деятельности, в которой И.А. Гладченко переносит внимание на социальные медиа как среду для зарождения социально-политических мобилизационных процессов на фоне протестных настроений противников вакцинации от вируса *Covid-19*. При анализе эмпирического материала социального медиа «ВКонтакте» наибольший интерес представляло выделение на основе определенных параметров вероятного мобилизационного символа, способного консолидировать общественное мнение.

## Литература

1. Бушев А.Б. Язык и пандемия (обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 6 «Языкознание: Реферативный журнал». —

Глава О.И. Трохиновой подытоживает вторую часть, рассматривая влияние пандемии на эволюцию российской политической коммуникации. Проведенный анализ коммуникационной практики, объединившей антикризисные технологии и ключевые параметры стратегической коммуникации, позволяет выявить и потенциал используемых технологий, и возможные проблемы в области коммуникации. Глава последовательно описывает коммуникационное сопровождение ключевых политических решений с выделением ряда особенностей. Так, в первые месяцы пандемии отмечался проактивный характер политических коммуникаций, выработка общих правил коммуникации для основных акторов, использование различных каналов коммуникации, формирование ключевых сообщений для целевых групп общественности. Однако в разные периоды развития кризиса коммуникационная кампания в России имела черты разных моделей кризисной коммуникации — таким образом, главы 1 и 4 перекликаются между собой, логически завершая рассмотрение странового опыта.

Часть 3 «Коммуникация в бизнесе в период пандемии» посвящена третьему направлению коммуникации — бизнес-коммуникациям. Так, глава Н.В. Гвозданной дает характеристику как внешним, так и внутренним коммуникациям, при этом описывая общие принципы и проводя анализ эффективности моделей коммуникации на примере конкретных компаний. Завершающая монографию глава Н.В. Легошиной «Социальный аспект коммерческой рекламы крупного бизнеса» делает акцент на применении эмоциональных стратегий в коммерческой рекламе периода пандемии *Covid-19* для выполнения социальных функций, опираясь на общечеловеческие ценности. Материал эффектно проиллюстрирован рекламными кампаниями известных корпораций.

Не претендуя на исчерпывающий анализ всех аспектов, монография формирует определенную научную парадигму, предоставляя основу для дальнейших научных исследований в разных направлениях. В силу комплексности и многоплановости аспектов, с одной стороны, и их взаимодополняемости, с другой, монография может быть использована в образовательном процессе при подготовке специалистов в области коммуникации, связей с общественностью и мировой политики. Кроме того, страновой аспект как в описательном, так и сопоставительном плане делает материал интересным для сферы зарубежного регионоведения.

2023. — № 1 [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-i-pandemiya-obzor> (дата обращения: 10.08.2024).
2. Щекина И.А. Коммуникационные стратегии в период пандемии [Текст] / И.А. Щекина // Вестник ВГУ. Серия «Филология. Журналистика». — 2021. — № 1. — С. 145–147.

3. *Пермякова Т.М., Смольянина Е.А., Морозова И.С. // Pandemic communication. Routledge, 2023.*
  4. Пандемия-21: преподавание, анализ, дискурс в естественном многообразии иностранных языков [Текст]: монография / И.И. Климова, М.Э. Конурбаев, Л.Н. Алешина [и др.]. — М.: КноРус, 2021. — 301 с. — URL: <https://book.ru/book/941524> (дата обращения: 13.08.2024).
  5. Пандемия-22: преподавание, анализ, дискурс в естественном многообразии иностранных языков. Т. 1: монография / И.И. Климова, М.Э. Конурбаев, Н.А. Козловцева; под ред. И.И. Климовой, М.Э. Конурбаев, Н.А. Козловцевой. — М.: Русайнс, 2022. — 370 с. URL: <https://book.ru/book/945129> (дата обращения: 13.08.2024).
  6. Пандемия-22: преподавание, анализ, дискурс в естественном многообразии иностранных языков. Т. 2 / А.И. Авдеева, И.А. Анашкина, Е.Ю. Андреева [и др.]; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — М.: Русайнс, 2022. — 560 с.
  7. Коммуникация и пандемия [Текст]: монография / под ред. Л.В. Минаевой. — М.: Изд-во Московского университета, 2024. — 226 с.
- References**
1. Bushev A.B. Jazyk i pandemija (obzor) [Language and the pandemic (review)] // Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaja i zarubezhnaja literatura. Ser. 6, Jazykoznanie: Referativnyj zhurnal. 2023, no. 1. [Jelektronnyj resurs]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-i-pandemiya-obzor> (data obrashhenija: 10.08.2024)
  2. Shhekina I.A. Kommunikatsionnye strategii v period pandemii [Communication strategies during a pandemic] // Vestnik VGU. Serija: Filologija. Zhurnalistika. 2021, no. 1, pp. 145–147.
  3. Permyakova T.M., Smol'janina E.A., Morozova I.S. Jazyk i pandemijnaja kommunikatsija [Language and pandemic communication] // Pandemic communication. Routledge, 2023.
  4. Pandemija-21: prepodavanie, analiz, diskurs v estestvennom mnogoobrazii inostrannyh jazykov: monografija [Pandemic-21: teaching, analysis, discourse in the natural diversity of foreign languages: a monograph] / I.I. Klimova, M.Je. Konurbaev, L.N. Aleshina [i dr.]. M.: KnoRus, 2021. 301 p. URL: <https://book.ru/book/941524> (data obrashhenija: 13.08.2024).
  5. Pandemija-22: prepodavanie, analiz, diskurs v estestvennom mnogoobrazii inostrannyh jazykov. T. 1: monografija [Pandemic-22: teaching, analysis, discourse in the natural diversity of foreign languages: a monograph] / I.I. Klimova, M.Je. Konurbaev, N.A. Kozlovceva; pod red. I.I. Klimovoj, M.Je. Konurbaev, N.A. Kozlovcevoj. M.: Rusajns, 2022. 370 p. URL: <https://book.ru/book/945129> (data obrashhenija: 13.08.2024).
  6. Pandemija-22: prepodavanie, analiz, diskurs v estestvennom mnogoobrazii inostrannyh jazykov. T. 2 [Pandemic-22: teaching, analysis, discourse in the natural diversity of foreign languages: a monograph] / A.I. Avdeeva, I.A. Anashkina, E.Ju. Andreeva [i dr.]; Ministerstvo nauki i vysshego obrazovanija Rossijskoj Federatsii; Finansovyj universitet pri Pravite'l'stve Rossijskoj Federatsii. M.: Rusajns, 2022. 560 p.
  7. Kommunikatsija i pandemija: monografija [Communication and Pandemic: A Monograph] / pod red. L.V. Minaevoj. M.: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta, 2024. 226 p.