Василий Викторович Федоров

Челябинский государственный университет

[vvf-82@mail.ru](mailto:vvf-82@mail.ru)

**Гуманистически-протекционная стратегия дискурсивной репрезентации антиковидной кампании в региональных СМИ: постковидный контекст**

Описывается гуманистически-защитная стратегия репрезентации антиCOVID-кампании регионального медиадискурса в постCOVID-контексте. На первый план выходят функции поддержания порядка, забота о сохранении социальной стабильности, то есть формирование информационного «иммунитета».

Ключевые слова: дискурс, репрезентация, региональные СМИ, общественно-политическая кампания, информационный «иммунитет».

В постковидную эпоху появился важный документ, направленный на сохранение и защиту традиционной культуры. Указ Президента Российской Федерации [1] включает гуманизм в число духовно-нравственных ценностей и манифестирует его защиту.

Антиковидная общественно-политическая кампания, проводимая на государственном уровне, является частью этих защитных мер, а ее репрезентация в дискурсе СМИ часто строится на основе гуманистически-протекционной стратегии. Иными словами, в постковидную эпоху сформировалось понимание социально-психологической незащищенности населения от последствий любых пандемий/эпидемий, а позитивный опыт в освещении самого ковида в массмедиа показал необходимость сдерживания и купирования страхов и паники, включения гуманистических механизмов адаптации общества к новым вызовам. СМИ заполняют лакуны в массовом сознании, а дискурс об антиковидной кампании становится основой коллективного социального опыта, информационного «иммунитета». Цель исследования – определить, как в постковидном информационном контексте реализуется гуманистически-протекционная стратегия дискурсивной репрезентации антиковидной кампании в региональных СМИ, связанная с задействованием человекосберегающих технологий и социально адаптирующих механизмов. Эмпирический материал нашего исследования составили журналистские публикации издания «Южноуральская панорама» (официальный печатный орган правительства области) и сайт 74.ru (информационный портал политематической направленности).

В материалах «Южноуральской панорамы» выстраивается повествовательный треугольник, который эксплицируется в предметно-тематическом ядре и структурно-композиционной организации материалов. Во-первых, сообщается статистика заболеваемости и выздоровления, во-вторых, производится информирование о тестировании, проведении профилактических мер в связи с ковидом, в-третьих, присутствует указание на необходимость вакцинации (часто в виде лозунга и или директивы). Ежедневное тиражирование таких нарративных шаблонов приводит к созданию эффекта контроля над распространением заболевания, эффекта планомерных действий со стороны властей по защите населения. Можно сказать, что в дискурсе антиковидной кампании «Южноуральской панорамы» выработался четкий алгоритм противостояния панике и страхам, который снимает неопределенность ситуации, непредсказуемость действий, представляет собой «рецепт» против ковидных страхов, который оберегает «социальное здоровье» и является продуктом именно постковидной эпохи. Вместе с тем, учитывая типологическую природу издания, следует сказать, что такая установка в чем-то является директивной.

В материалах ресурса 74.ru постковидной эпохи нет единого нарративного шаблона об антиковидной кампании. Скорее это отражение текучей действительности в контексте постковида, т.е. релятивистский принцип. Так, мы можем выделить три типа «эпизодов». Во-первых, это постковидные состояния (физиология, социальные отношения, психологические состояния и т.д.). Здесь объектом дискурса становятся любые последствия пандемии, ее возможные продолжения. Во-вторых, «случаи», в которых рассказываются необычные события и происшествия, произошедшие на фоне ковида (неоказание помощи, правонарушения и т.д.). В-третьих, повествование о новых видах и мутации вируса, возможных формах болезни. С одной стороны, такой подход в публикациях на 74.ru создает эффект «скандальности», с другой – мы видим, что сам ковид не вызывает страхов, но для предупреждения падения информационного «иммунитета» необходимо говорить о возможных проявлениях пандемии, «мягко» подготавливая общество к новым вызовам.

Таким образом, в ряде региональных СМИ господствует гуманистически-протекционная стратегия дискурсивной репрезентации антиковидной кампании в постпандемийную эпоху. С одной стороны, это выработка нарративного «рецепта» говорения о ковиде, сберегающего общество от паники и страхов, с другой – поддержание актуальности темы ковида через возможные сценарии его развития для «мягкой» мобилизации населения.

Литература

1. Указ Президента Российской Федерации от 09.11.2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».