УДК 316.77:659

СПЕЦИФИКА КОММУНИКАЦИИ С ПОДПИСЧИКАМИ В ЭПОХУ «НЕИДЕАЛЬНОЙ ЭПИСТЕМОЛОГИИ» (НА ПРИМЕРЕ СООБЩЕСТВА «АРКАИМ» «ВКОНТАКТЕ»)

Марина Викторовна Загидуллина
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия, mvzagidullina@yandex.ru, https://orcid.org/0000-0002-4799-1230

Аннотация. Исследуется деятельность специалиста по связям с общественностью в части коммуникации с пользователями официального аккаунта на примере сообщества «Аркаим» в социальной сети «ВКонтакте». На выборке постов и комментариев группы в течение февраля 2024 года установлены основные формы «борьбы дискурсов», связанной с социально-эпистемической сложностью самого памятника «Аркаим» и как места археологических изысканий и продвижения археологических и исторических знаний, и как «места силы», имеющего славу «энергетического центра» и «мистического пространства». В аспекте «неидеальной эпистемологии» Э. Бегби рассматривается коммуникативная стратегия администраторов группы и выявляется ряд проблем позиционирования музея-заповедника в публичном пространстве.

Ключевые слова: специалист по связям с общественностью, эпистемическая рациональность, неидеальная эпистемология, Аркаим, публичная археология.

Благодарности: Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда (совместно с Челябинской областью) № 23-18-20098, https://rscf.ru/project/23-18-20098

SPECIFICITY OF COMMUNICATION WITH USERS IN THE ERA OF "NON-IDEAL EPISTEMOLOGY" ("ARKAIM" COMMUNITY IN "VKONTAKTE")

Marina V. Zagidullina
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia,
mvzagidullina@yandex.ru, https://orcid.org/0000-0002-4799-1230

Abstract. The activities of a public relations specialist in terms of communication with users of the official account are studied using the example of the Arkaim community on the VKontakte social network. Based on a selection of posts and comments from the group during February 2024, the main forms of the "struggle of discourses" associated with the socio-epistemic complexity of the Arkaim monument itself, both as a place of archaeological research and promotion of archaeological and historical knowledge, and as a "place of power" having the glory of the "energy center" and "mystical space". In the aspect of "non-ideal epistemology" E. Begbie examines the communication strategy of the group's administrators and identifies a number of problems in positioning the museum-reserve in the public space.

Key words: public relations specialist, epistemic rationality, non-ideal epistemology, Arkaim, public archeology.

Acknowledgments: The study was supported by the Russian Science Foundation with Chelyabinsk Region No. 23-18-20098, https://rscf.ru/en/project/23-18-20098/.

Группа «Аркаим» создана «ВКонтакте» в феврале 2008 года; в настоящее время в информации о группе указано, что «государственный статус сообщества подтвержден через Госуслуги». Ведение официального аккаунта такой организации, как областное государственное бюджетное учреждение культуры «Челябинский государственный историко-археологический музей-заповедник "Аркаим"» имеет свою специфику, редко учитываемую в описаниях задач коммуникации такого типа. Эта специфика связана с феноменом «неидеальной эпистемологии»,

как его обозначает Э. Бегби (Begby 2021), и проявляется в гибридном позиционировании самого меморативного ландшафта памятника в информационном пространстве. С одной стороны, это учреждение культуры, отвечающее критериям научно-просветительского объекта, призванного информировать широкую публику о достижениях археологии и научных интерпретациях прошлого, основанных на добытой археологами информации о памятнике и – шире – местности. С другой стороны, это устойчиво закрепленное в вернакулярных практиках «место силы», которому приписываются различные магические и «энергетические» свойства. Специалисты по связям с общественностью, отвечающие за ведение группы, оказываются в ситуации общения с пользователями, чье отношение к памятнику (либо интерес к этому месту как будущему направлению туристической активности) «вписан» в гибридные формы «неидеальной эпистемологии», что приходится учитывать при выборе коммуникативных стратегий.

«Неидеальная эпистемология», по Бегби, предполагает эпистемическую рациональность, охватывающую и «дефектные» с точки зрения «идеальности» эпистемы (например, предубеждения или суеверия). При этом Бегби стремится преодолеть сложившиеся стереотипы, основанные – в свою очередь – на предубеждениях, существующих уже внутри научной эпистемологии (в частности, показывая, что, казалось бы, «надежные» случаи применения эпистемической рациональности в основе своей также могут оказаться «дефектными», восходящими к гипотезам, предположениям, а не фактам). Представляется перспективным применение методов «деконструкции» социально-эпистемических феноменов методами «неидеальной эпистемологии», в том числе такой подход продуктивен и при анализе интереса широкой публики к таким местам, как Аркаим. В свою очередь, навыки такой деконструкции могут оказаться полезными для специалиста по связям с общественностью, представляющего такой сложный туристический объект в публичном пространстве (Santa Soriano, Torres Valdés 2021).

Эмпирическим материалом исследования послужили примеры коммуникации администраторов в официальном паблике

«Аркаима» с пользователями. Рассмотрены материалы группы за один месяц внесезонной коммуникации (февраль 2024 года). При этом внимание уделено как содержанию самих постов, направленных на достаточно разнородную аудиторию (более 24 тысяч подписчиков), так и коммуникации с пользователями в комментариях к этим постам.

Общие статистические данные по эмпирической базе: с 01.02 по 29.02.24 опубликовано 45 постов; в среднем каждый пост просмотрен 3,5 тысяч раз, оставлено 5 комментариев, сделано 11,3 репоста и поставлено 104,8 лайка. Медианные значения дают несколько меньшие показатели, но соотносимы со средними – 2, 75 тысяч просмотров, 2,5 комментария, 7 репостов и 77 лайков. При этом средняя вовлеченность аудитории составляет около 3 % (от 2,9 при расчете по медианным значениям до 3,5 по средним), что считается показателем достаточно успешной работы (в районе верхней границы «средней вовлеченности» и «высокой вовлеченности»). Таким образом, работа администраторов официального аккаунта музея-заповедника «Аркаим» ведется на профессиональном уровне.

Задача данного исследования – анализ дискурсивной практики администраторов, ведущих коммуникацию с аудиторией, представители которой могут выражать различные взгляды на Аркаим и ведущуюся там организационно-туристическую деятельность. Причем наибольшую сложность, на наш взгляд, создает гибридность самого места, его широкая известность и как археологического памятника, и как мистического «энергетического центра». Анализ взаимодействия администраторов с пользователями даже в рамках такой небольшой выборки, как представленная в настоящем исследовании, позволяет судить о целенаправленной работе авторов постов и ответов на комментарии по борьбе с «неидеальной эпистемологией» в защиту эпистемологической рациональности, основанной на археологической, исторической, естественнонаучной информации.

«Противостояние» научного (исторического) и мистического Аркаима заявляется косвенно, однако достаточно прямолинейно. Так, название интервью с одним из работников музея-заповедника, А. С. Бубновым, продвигаемого сообществом, сформулировано так:

«Аркаим: от суеверий к серьезной музейной работе». Под одним из постов пользователь предлагает: «Не теряйте тех людей, которые едут не за историей, ведь они дают основную прибыль и рассказывают о таком чудесном месте», на что получает ответ: «мы хотим, чтобы люди рассказывали правду, а не набивали карманы шарлатанам» (во всех примерах сохранена орфография и пунктуация оригинала; https://vk.com/arkaimgroup). Проводя эту линию, администраторы не пропускают ни одного вопроса или комментария, которые могут оставить недосказанность в интерпретациях и нарушить эпистемологическую ясность. При этом используются различные приемы реакции на комментарии и вопросы – от «лайка» до развернутого ответа. В каждом случае для авторов постов и ответов на комментарии пользователей важно провести свою позицию, основанную на научных (доказанных) фактах или «надежных» интерпретациях. В тех случаях, когда проявляется «борьба дискурсов», администраторы выбирают различные приемы смеховой культуры – иронию и иногда даже сарказм. Например, отвечая вопросом на вопрос в следующем примере: «…детский конечно вопрос – из какого дерева был построен аркаим , если из берёзы то хиловато» – «а если не из березы?) Вот если бы вы были у нас на экскурсиях, вы бы знали ответ на этот вопрос». Или в ответ на замечание пользователя в обсуждении кенотафа на склоне Шаманки, упомянувшего выражение «потомственная шаманка»: «Что касается «потомственных шаманов» и «потомственных шаманок» в поселке Александровском, то там осталось 3 или 4 семьи, которые живут там со времен до открытия Аркаима. Остальные все продали потомственным шаманам и организаторам туристических баз и уехали. Потомственные шаманы стали таковыми в последние лет 5–10, как мода пошла, раньше они были потомственными целителями, до того – потомственными ясновидцами. Удивительно талантливые предки у некоторых современных людей, однако». Пример саркастического замечания в следующем диалоге: «А может вам и зимою Юрты и Иглу строить и призывать туристов?! Ведь наши предки в городище не только летом жили. Интересно узнать и о их быте зимой» – «ничего не можем сказать о ваших предках, но жители Аркаима пользовались своим поселением

как раз-таки наоборот, в основном в зимнее время…» Хотя дискуссии в группе довольно локальны (и в целом сообщество не отличается агрессивностью), пристальное внимание администраторов к эпистемологической рациональности (и ее стремлению к «идеальности» – по Э. Бегби) имеет и оборотную сторону: никакие формы обсуждения «Аркаима энергетического» не только не приветствуются, но и по возможности пресекаются. Администраторы здесь пользуются не эффектом «эхо-камеры», устраняя все «нежелательные» высказывания (Efstratiou et als. 2023; Lees, Cikara 2020), но именно приемами «эпистемической ответственности», создавая определенные (негласные) правила сообщества, актуализирующего научно-познавательную археологическую тематику и высмеивающего «наивно-доверчивого» пользователя, пытающегося показать свою погруженность в «тайну Аркаима». Но «прорывы» все равно наблюдаются. Например, администраторы ставят «лайк» оценке фестиваля «Зимнее солнце Аркаима»: «Интересно, масштабно, но никак не передать энергию Аркаима, его запах, степной ветер и многочисленные спирали. ... Уже в ожидании программы на летнее солнцестояние». Между тем, высказывание пользовательницы включает темы, которые могли бы стать основой «эпистемического порицания» (спирали и энергия Аркаима). Другой пример: «Так не хватает твоей энергии, волшебный Аркаим! Скучаю» – этот комментарий «лайком» не отмечен. Кроме того, администраторы группы широко используют поддержку «легитимной» иррациональности (то есть аргументов, не связанных с научной рациональностью, но «работающих» на продвижение места) – это прежде всего тема красоты и простора Аркаима, одинаково включенная в обе репрезентации этого места (научную и мистическую). В выборке 5 постов – это призывы восхититься красотой зимнего Аркаима и публикация фотоподборок. По Э. Бегби, в таких точках сходства противоборствующих дискурсов кроется возможность дискредитации эпистемической рациональности. Наконец, следует отметить, что небольшая выборка, показывающая сложность работы специалиста по связям с общественностью, представляющего официальную точку зрения на позиционирование такого социально-эпистемического

феномена, как Аркаим, позволяет видеть принцип идеологической определенности (основанной на приверженности научному знанию как единственно возможному и верному), ведущий к отсечению большого числа пользователей, интересующихся иной ипостасью Аркаима. Вероятнее всего, такие пользователи в дискуссию, маркированную определенными табу, не вступают, а ищут ответы на свои вопросы в иных группах и сообществах, «ускользая» от надежной информации, предлагаемой в официальной группе музея-заповедника. Это предположение подтверждается опросами посетителей Аркаима, проведенными в рамках исследования в 2023 году: ряд респондентов, приезжающих на Аркаим с «проводниками», с юмором и иронией относились к их «шаманскому» поведению, однако с большим интересом участвовали в предлагаемых практиках, считая Аркаим уникальным местом, где вообще возможны такие формы времяпрепровождения. В таких случаях мы наблюдаем усложнение «двуполярной» модели: дело не в том, что есть «невежественная» и «просвещенная» публика, а в том, что Аркаим оказывается в зоне самых разных интересов и потребностей, которые не исчерпываются линеарной моделью «научно – ненаучно» (возникает феномен гносеологической неопределенности, см. подробнее в контексте «эпистемологии незнания»: Дорожкин, Голубинская 2023). Следует в связи с этим указать на усложнение функций специалиста по связям с общественностью, представляющего эпистемически неоднозначные социальные институты (Jackson et als 2022).

Список источников

Дорожкин А. М., Голубинская А. В. Незнание как эпистемологическая проблема // Эпистемология и философия науки. 2023. Т. 60, № 3. С. 77–90.

Begby E. Prejudice: A Study in Non-Ideal Epistemology. Oxford, 2021. https://doi.org/10.1093/oso/9780198852834.00.

Efstratiou A., Blackburn J., Caulfield T., Stringhini G., Zannettou S., De Cristofaro E. Non-polar Opposites: Analyzing the Relationship between Echo Chambers and Hostile Intergroup Interactions on Reddit // Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social

Media. 2023. Vol. 17 (1). P. 197–208. https://doi.org/10.1609/icwsm.v17i1.22138.

Jackson M., Chorazy E., Sison M.D., Wise D. Public relations ethics in the 21st century: a state-of-the-field review // Journal of Communication Management. 2022. Vol. 26 (3). P. 294–314. DOI: 10.1108/JCOM-12-2020-0164.

Lees J., Cikara M. Inaccurate group meta-perceptions drive negative out-group attributions in competitive contexts // Nature Human Behaviour. 2020. Vol. 4 (3). P. 1–8. DOI: 10.1038/s41562-019-0766-4.

Santa Soriano A., Torres Valdés R. M. Engaging universe 4.0: The case for forming a public relations-strategic intelligence hybrid // Public Relations Review. 2021. Vol. 47 (2). Artcle 102035. DOI: 10.1016/j.pubrev.2021.102035.

References

Dorozhkin, A. M., & Golubinskaya, A. V. (2023). Neznaniye kak epistemologicheskaya problema [Ignorance as an epistemological problem]. *Epistemologiya i filosofiya nauki*, 60 (3), 77–90. (In Russ).

Begby, E. (2021). *Prejudice: A Study in Non-Ideal Epistemology*. Oxford, https://doi.org/10.1093/oso/9780198852834.00.

Efstratiou, A., Blackburn, J., Caulfield, T., Stringhini, G., Zannettou, S., & De Cristofaro, E. (2023). Non-polar Opposites: Analyzing the Relationship between Echo Chambers and Hostile Intergroup Interactions on Reddit. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 17 (1), 197–208. https://doi.org/10.1609/icwsm.v17i1.22138.

Jackson, M., Chorazy, E., Sison, M. D. & Wise, D. (2022). Public relations ethics in the 21st century: a state-of-the-field review. *Journal of Communication Management*, 26 (3), 294–314. DOI: 10.1108/JCOM-12-2020-0164.

Lees, J., & Cikara, M. (2020). Inaccurate group meta-perceptionsdrive negative out-group attributions in competitive contexts. *Nature Human Behaviour*, 4 (3), 1–8. DOI: 10.1038/s41562-019-0766-4.

Santa Soriano, A., & Torres Valdés, R. M. (2021). Engaging universe 4.0: The case for forming a public relations-strategic intelligence

hybrid. *Public Relations Review*, 47 (2), 102035. DOI: 10.1016/j.pubrev.2021.102035.

Информация об авторе

М. В. Загидуллина – доктор филологических наук, профессор, профессор кафедры теории медиа.

Information about the author

Marina V. Zagidullina – Doctor of Philology, Professor, Professor of the Department of Media Theory.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.
The author declares no conflict of interest.

УДК 316.772

«НОВАЯ ИСКРЕННОСТЬ»: ПЕРЕХОДИМ В МЕТАМОДЕРН!

Евгения Борисовна Футерман
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия,
bluztv@gmail.com, https://orcid.org/0000-0002-3738-6301

Аннотация. В статье проводится вводный анализ переходных состояний восприятия социально-эстетических феноменов современности, связанных с идеологией постмодерна и метамодерна, способы и методы кодировки и раскодировки нарративных авторских посланий, растворенных в палитре аудиовизуальных произведений.

Ключевые слова: «новая искренность», «новая этика», метамодерн, постмодерн, аудиовизуальная коммуникация.