

Политическая лингвистика. 2024. № 2 (104).
Political Linguistics. 2024. No 2 (104).

УДК 81'42+81'38+81'27+327.7
ББК Ш105.51+Ш105.551.5+Ш100.621

ГРНТИ 16.21.21

Код ВАК 5.9.8

Екатерина Владимировна Валюлина^{1✉}, Наталья Васильевна Халина^{2✉}, Алина Валентиновна Ильиных^{3✉}

^{1,2,3} Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия

¹ serev@ya.ru ✉, SPIN-код: 9130-3450

² nkhalina@yandex.ru ✉, SPIN-код: 1393-3762

³ rouze18@mail.ru ✉, SPIN-код: 4036-1429

Лингвомедиатизационный дизайн Шанхайской организации сотрудничества в контексте идеационного институализма

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются медиатизации политики в контексте идеационного институализма с учетом фундаментально новых идеологических оснований политики, отводящих идею центральное место в динамике политических изменений. Анализируются европейский и латиноамериканский подходы как к медиатизации политики, так и к процессу медиатизации в целом. Особое внимание уделяется концепции медиатизации Элисио Верона, связывающего различие в режимах медиатизации с различиями производства и признания, свойственных медиатизируемым секторам социальной практики. По мере того, как политика делается все более медиатизированной, важной проблемой становится не вопрос независимости СМИ от политики и общества, а вопрос независимости политики и общества от СМИ. Ученые занимаются сопоставлением медиалогии с логикой политики, или политической логикой, хотя последнее понятие недостаточно разработано: в основе концептуализации политической логики лежит понимание того, что политика сводится к коллективному и авторитетному принятию решений и реализации политических решений. После изложения теоретических предпосылок в статье исследуется институциональный дизайн Шанхайской организации сотрудничества, детерминированный логикой медиатизации и идеей «организации (производства) сотрудничества» через анализ интertextуальных пересылок, составляющих когнитивную сеть институциональной системы ШОС.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: политический дискурс, лингвомедиатизационный дизайн, ШОС, идеационный институализм, социальное конструирование, медиаполитическая логика, международные организации, журналистика, медиалингвистика, СМИ, средства массовой информации, медиадискурс, медиатексты, язык СМИ, языковые средства, Элисио Верон.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ: Валюлина Екатерина Владимировна, кандидат филологических наук, доцент кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, Институт гуманитарных наук, Алтайский государственный университет; 656049, Россия, г. Барнаул, пр-т Ленина, д. 61; email: serev@ya.ru.

Халина Наталья Васильевна, доктор филологических наук, профессор кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, Институт гуманитарных наук, Алтайский государственный университет; 656049, Россия, г. Барнаул, пр-т Ленина, д. 61; email: nkhalina@yandex.ru.

Ильиных Алина Валентиновна, преподаватель кафедры медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью, Институт гуманитарных наук, Алтайский государственный университет; 656049, Россия, г. Барнаул, пр-т Ленина, д. 61; email: rouze18@mail.ru.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Валюлина, Е. В. Лингвомедиатизационный дизайн Шанхайской организации сотрудничества в контексте идеационного институализма / Е. В. Валюлина, Н. В. Халина, А. В. Ильиных. — Текст : непосредственный // Политическая лингвистика. — 2024. — № 2 (104). — С. 35-44.

Ekaterina V. Valyulina^{1✉}, Natal'ya V. Khalina^{2✉}, Alina V. Il'inykh^{3✉}

^{1,2,3} Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия

¹ serev@ya.ru ✉, SPIN: 9130-3450

² nkhalina@yandex.ru ✉, SPIN: 1393-3762

³ rouze18@mail.ru ✉, SPIN: 4036-1429

A Linguomediatization Design of the Shanghai Cooperation Organization in the Context of Ideational Institutionalism

ABSTRACT. The article examines the mediatization of politics in the context of ideational institutionalism, taking into account the fundamentally new ideological foundations of politics, which assign the idea a central place in the dynamics of political change. The authors analyze the European and Latin American approaches to both the mediatization of politics and the process of mediatization in general. Special attention is paid to the concept of mediatization by Elisio Verona, who connects the difference in the modes of mediatization with the differences in production and recognition inherent in the mediatized sectors of social practice. As politics becomes more and more mediatized, the important issue is not the independence of the media from politics and society, but the independence of politics and society from the media. Scholars are engaged in comparing media logic with the logic of politics, or political logic, although the latter concept is insufficiently developed: the conceptualization of political logic is based on the understanding that politics boils down to collective and authoritative de-

© Валюлина Е. В., Халина Н. В., Ильиных А. В., 2024

cision-making and the implementation of political decisions. After presenting the theoretical prerequisites, the article explores the institutional design of the Shanghai Cooperation Organization, determined by the logic of mediatization and the idea of “organizing (producing) cooperation” through the analysis of intertextual links that make up the cognitive network of the SCO institutional system.

KEYWORDS: *political discourse, linguomediatization design, SCO, ideational institutionalism, social construction, media political logic, international organizations, journalism, media linguistics, mass media, media discourse, media texts, mass media language, language means, Eliseo Verón.*

AUTHOR'S INFORMATION: *Valyulina Ekaterina Vladimirovna, Candidate of Philology, Associate Professor of Department of Media Communications, Advertizing Technologies and Public Relations, Institute of the Humanities, Altai State University, Barnaul, Russia.*

Khalina Natal'ya Vasil'evna, Doctor of Philology, Professor of Department of Media Communications, Advertizing Technologies and Public Relations, Institute of the Humanities, Altai State University, Barnaul, Russia.

Il'nykh Alina Valentinovna, Senior Lecturer of Department of Media Communications, Advertizing Technologies and Public Relations, Institute of the Humanities, Altai State University, Barnaul, Russia.

FOR CITATION: *Valyulina E. V., Khalina N. V., Il'nykh A. V. (2024). A Linguomediatization Design of the Shanghai Cooperation Organization in the Context of Ideational Institutionalism. In Political Linguistics. No 2 (104), pp. 35-44. (In Russ.).*

ВВЕДЕНИЕ

В теоретическом пантеоне политической науки господствующее положение на момент начала нового тысячелетия заняло разнообразие институциональных точек зрения, отражающих имеющийся интерес к тому, каким образом некоторый набор норм политического поведения обеспечивает наилучшее выражение политических предпочтений при распределении власти, влияя тем самым на результат политических коммуникаций [Lieberman 2002]. В фундаментально новых идеологических основаниях политики особое место отводится категории «идеи», располагаемой в центре причинно-следственных связей динамичных политических изменений, а следовательно, аналитически значимой в обзорах политических действий, разработке политики и оценке институциональных изменений [Campbell 1998]. Объяснение институциональных изменений, обусловленное во все времена закономерной сменой институтов, стало основанием для рассуждения об институциональной эволюции [Orion 2012], структурным элементом которой признаются ментальные и лингвистические действия, представляющие действительность на когнитивном уровне и организующие передачу и получение информации через посредство лингвистических знаков и невербальных сообщений [Vasile 2022]. Аналитическое сосредоточение на идеях агентов способствует пониманию дизайна институциональной системы и причин ее трансформации, а также формирования представления о последующей эволюции институтов [Онищенко 2021]. На рубеже тысячелетий дизайн институциональных систем, в том числе и политических, определяется процессами медиатизации. Медиатизация политики рассматривается как долгосрочный

процесс, в ходе которого значимость медиа и их опосредованного влияния на политические процессы, институты, организации и акторов возрастает [Strömbäck 2014]. В данном исследовании обращается внимание на институциональный дизайн Шанхайской организации сотрудничества, детерминированный логикой медиатизации и «контролируемый» ментальными и лингвистическими действиями, представляющими действительность на когнитивном уровне и организующими обмен политически ангажированными интенциями.

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ В ЕВРОПЕЙСКОМ НАУЧНОМ ДИСКУРСЕ

Изменения в отношениях медиа и политики в последние пятьдесят лет на период нулевых XXI в. Джаспер Стрёмбэк определяет, используя два понятия: «медиация» и «медиатизация» [Strömbäck 2008]. Исследователь подчеркивает, что по мере того, как политика становится все более медиатизированной, важной проблемой становится не вопрос независимости СМИ от политики и общества, а вопрос независимости политики и общества от СМИ. В определении характера последствий влияния СМИ на политику, соответственно, наблюдатели придерживаются двух позиций, констатируя медиацию политики (*politics has become mediated*) [Bennett 2001; Nimmo, Combs 1983] и медиатизацию политики (*politics has become mediatized*) [Kepplinger 2002; Mazzoleni, Schulz 1999; Schulz 2004]. Медиативная политика (*mediated politics*) характерна для ситуации, когда СМИ становятся наиболее важным источником информации и механизмом, обеспечивающим коммуникацию между правящими и управляемыми [Asp 1986; Nimmo, Combs 1983]. В этом случае политика может

быть определена как медиативная, определяемая массмедиа, выступающими в качестве основных каналов, через которые политики вступает в коммуникацию с обществом, и отражающая «действительность». И именно СМИ в данных обстоятельствах коммуникации оказывают влияние на то, каким образом люди чувствуют «действительность».

Медиатизация, по мнению В. Шульца [Schulz 2004], как понятие при представлении роли СМИ и «превышает», и отражает уровень воздействия СМИ на формируемую социальную реальность. Понятие медиатизации, таким образом, концептуализирует влияние СМИ на социальные институты и процессы институализации, взаимодействие и взаимозависимость систем СМИ, институтов, акторов, политических систем, культуры и производства смыслов [Cook 2005; Hallin, Mancini 2004].

В этом контексте значимым становится сопоставление медиалогии с логикой политики, или политической логикой. Как полагают Altheide and Snow [Altheide, Snow 1979; Altheide, Snow 1988; Altheide, Snow 1991], медиалогика стала доминирующим способом восприятия социального и общественного положения дел. По их определению [Altheide, Snow 1979], логику СМИ формируют прежде всего формы общения и процесс, посредством которого СМИ представляют и передают информацию. Элементы формы общения, в свою очередь, включают различные медиа и формы, используемые этими СМИ. При характеристике медиалогии актуальны параметры «формат», частично представляющий то, как материал организован; «стиль», в котором материал представлен; «фокус», или «акцент», на определенных особенностях поведения и, собственно, «грамматика медиакommunikации». Формат становится перспективой, которая используется для презентации и интерпретации явления.

Понятие политической логики менее разработано: в основе концептуализации политической логики лежит понимание того, что политика в конечном счете сводится к коллективному и авторитетному принятию решений и реализации политических решений. Томас Мейер выделяет в политической логике два измерения: измерение политики и измерение процесса [Meuer 2002]. Измерение политики представляет собой усилия по нахождению решения политически определенных проблем посредством программ действий; измерение процесса — усилия по достижению официального признания выбранной программы действий. Основными акторами «реализации», или воплощения «в

жизнь», логики политики являются партии и политики, размещенные, локализованные в политических институтах; основное внимание сосредотачивается на социальных проблемах и предложениях по их решению [Patterson 1993].

ЛАТИНОАМЕРИКАНСКИЙ ПОДХОД К МЕДИАТИЗАЦИИ И МЕДИАТИЗАЦИИ ПОЛИТИКИ

С 1950-х по 1970-е годы латиноамериканские медиа и коммуникационные исследования, как утверждает К. Сколари, были отличным источником для теорий и концепций, зародившихся в Соединенных Штатах и Европе [Scolari 2015]. Создание интегрированного евролатиноамериканского исследовательского пространства медиатизации Карлос Сколари и Джоан Рамон Родригес-Амат [Scolari, Rodriguez-Amat 2018] связывают с выходом в свет в 2014 г. специального выпуска журнала *MATRIZES*, издаваемого Университетом Сан-Паулу (Бразилия) и положившего начало научно-идеационного обмена между латиноамериканскими и европейскими учеными. В издании были представлены, в частности, статьи А. Хеппа [Hepp 2013], С. Хьярварда [Hjarvard 2014], М. Вассалло де Лопеса [Vassallo de Lopes 2014], Э. Верона [Verón 2014] и других.

В 2016 г. вышел в свет специальный выпуск уругвайского журнала *InMediaciones de la Comunicación*, координируемый Sandra Valdetaro и объединивший работы, представляющие три теоретических подхода: «скандинавская школа» [Hjarvard 2016], школа Торонто [Granata 2016] и социо семиотическая латиноамериканская школа [Fausto Neto 2016; Fernández 2016].

Дебаты о преимуществах изучения означивающих практик в сравнении с политико-экономическими предпосылками медиаструктур в исследовательских институтах Латинской Америки шли параллельно с аналогичными дискуссиями в Европе [Scolari, Rodriguez-Amat 2018]. Весомое семиотическое течение в Латинской Америке было связано с именем аргентинского ученого Элисео Верона и его соратниками.

К. Сколари и Дж.П. Родригес-Амат связывают начало становления концепции медиатизации Э. Верона как основы его аналитической модели с двумя знаковыми исследованиями: анализом в 1967 году конструирования политического насилия в аргентинских газетах [Verón 1984] и основанном на медийном дискурсе анализе расплавления в 1979 году в Три-Майл-Айленде (штат Пенсильвания, США) ядерного реактора — самой значительной аварии в истории коммер-

ческих атомных электростанций США [Verón 1981]. В первом случае ключевым для Э. Верона стало понятие семантизации, истолковываемое как «процесс, посредством которого событие X, произошедшее в социальной реальности, инкорпорируется в форме значений в содержание средств массовой информации» [Verón 1984]. Во втором случае Э. Верон сосредоточил внимание на том, как медийный дискурс «обращается» с высокотехнологичным языком [Verón 1981].

Размышляя о проблеме производства идеологии, что становится для Э. Верона началом концептуализации медиатизации в политике, исследователь приходит к выводу о том, что идеологическое содержание дискурса не присуще текстам, а является результатом системы отношений между текстом, производством, обращением и потреблением, то есть между текстовым и внетекстовым, что в конечном итоге и составляет дискурс [Veron 1974]. Существенный аспект идеологического потока-соучастия с «посвященными» и исключение тех, кто не обладает необходимыми знаниями для установления связи, составляет культурное признание. Накопление знаний в буржуазных еженедельниках создает своего рода «соучастие» между читателем и производителем медиаконтента, а весь механизм в целом формирует идеологическую унификацию, серию текстовых пересылок, составляющих определенную классовую культуру. Механизмы идеологической унификации приводятся в действие, по мнению Э. Верона, интертекстуальными пересылками, составляющими когнитивную сеть определенного культурного пространства и создающими определенную классовую культуру как относительно замкнутый и интегрированный универсум, что является центральным аспектом дискурсивных операций. С методологической точки зрения идеологическое — это отношение между текстовым и внетекстовым в форме гипотез, которые связывают определенные аспекты текстов с условиями их производства.

Классовые культуры, артикуляции, дифференцирующие секторы социальной практики, определяют механизмы медиатизации, которая в каждом секторе производит соответствующие ему и предопределенные его «природой» эффекты. Различный режим

работы медиатизации определяется различиями производства и признания, свойственных сектору социальной практики [Verón 2001].

Что касается собственно процесса медиатизации политики, то Э. Верон подчеркивал: «В медиатизации политики политическая сфера потеряла позиции в отношении СМИ: пытаясь получить контроль над СМИ любой ценой, политики проиграли контроль над собственной сферой» [Veron 1998: 230]. С точки зрения производства медиатизация политики подразумевает использование как коллективной, так и индивидуальной стратегии: коллективная стратегия присуща деятельности политической партии, индивидуальная стратегия — личным чертам и устремлениям политика. Эта же коммуникативная «идеология» распространяется и на СМИ: коллективные стратегии интегрируют СМИ, индивидуальные стратегии свойственны профилям известных журналистов [Veron 1998].

Среда в процессе медиатизации рассматривается как комбинация производства/присвоения социальных практик; общество — как нечто, где «функционирование институтов, практики, конфликты, культура, начинает структурироваться в прямой зависимости от существования СМИ... Медиатизация общества взрывает границу между тем, что „реально“ в обществе, и его репрезентациями. Каждый начинает подозревать, что СМИ — не просто устройство для репродуцирования того, что „действительно“, скопировано более или менее точно, но скорее устройство производства смысла» [Verón 2001: 14–15].

Медиатизационным процессам в концепции Э. Верона свойственна институциональность, сепаратность, акторность, или перформативность. Иначе: процессы медиатизации включают в себя три элемента: 1) институты обозначают многочисленные организационные структуры общества (за исключением СМИ); 2) СМИ, ввиду их центральной роли, следует рассматривать отдельно от остальных структур, несмотря на то, что они имеют институциональный статус; 3) акторы — единичные индивиды, вовлеченные в сложные социальные отношения [Veron 1997]. Процесс медиатизации обретает схематически визуализированную форму (см. рис. 1).

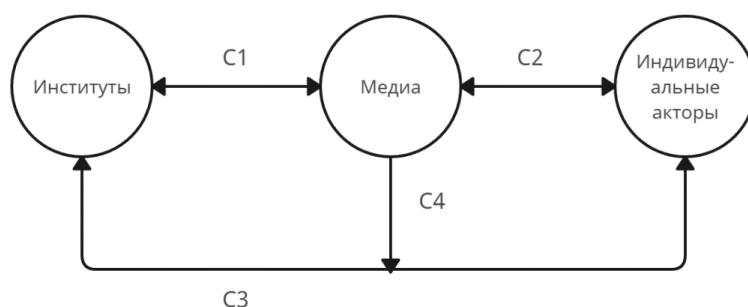


Рис. 1. Процесс медиатизации (Veron, 1997)

Э. Верон дифференцирует четыре зоны коллективного производства, которые служат пересечениями, важными при идентификации объектов исследования: 1) C_1 (институты/СМИ): исследование сосредотачивается на отношениях между политическими системами и СМИ, или на отношениях между системами образования и СМИ; 2) C_2 (СМИ/индивидуальные акторы): исследование фокусируется на стратегиях читателей газет или телезрителей или на трансформации повседневной жизни благодаря средствам массовой информации; 3) C_3 (институты/индивидуальные акторы): исследование фокусируется на трансформации внутренней институциональной коммуникации; 4) C_4 (СМИ/отношения между институтами/индивидуальными акторами): исследование фокусируется на конкретных конфликтах.

ИНСТИТУАЛИЗАЦИЯ ИДЕИ И ИДЕАЦИОННЫЙ ИНСТИТУАЛИЗМ

Положение о том, что человеческий институциональный дизайн предустановлен, не подразумевает, что институциональная эволюция «целеустремленно» направлена в телеологическом плане [Lewis, Steinmo 2012]. Сложность политических институтов и необходимость институциональных порядков, как полагают О. А. Lewis, S. Steinmo, влияет на то, что люди не могут проектировать совершенные политические институты. Институты — комплексные системы с многочисленными взаимозависимыми подсистемами, большинство из которых развивалось в определенных временных обстоятельствах для обслуживания различных функций. Политические системы редко развиваются как нечто целое. Социальные, экономические и политические системы, как фенотипы, описывающие организменные характеристики, отражают историческое наследие и прошлые политические компромиссы, которые получены и достигнуты для развития этих систем. Текущие, т. е. существующие институты, представляют собой несовершенные копии более ранних решений и компромис-

сов. Люди демонстрируют преимущественное право производить новые правила (вариации); основываясь на стратегии, осуществлять выбор между институциональными схемами (селекция); часто недостаточно хорошо осуществляя, копируя или повторяя успешную модель поведения (репликация).

Эволюционный подход к институциональным изменениям меняет местами человеческую когницию, интенциональность, помещая деятельность «в центре» анализа. Для эффективной деятельности политических агентов требуется изменение логики, которая поддерживала их активность в ранее функционирующей системе, через реорганизацию существующих институтов [Онищенко 2021]. Разрешение проблемы институциональной селекции, или выбора, в момент кризиса функциональной системы, а также объяснение логики развития институтов после формирования нового институционального дизайна, как полагает А. Д. Онищенко, представлено в концепции идеационного институционализма [Hay 2008; Schmidt 2008]. Идеационный институционализм сосредоточен на анализе идей, дистрибуторами которых становятся лица, принимающие решения (агенты, акторы). Идеи, как и институты, влияют друг на друга, находясь в непрерывной взаимосвязи и постоянно трансформируясь. Идеи агентов влияют на формирующийся институциональный дизайн, что дает ему возможность кодифицировать свои представления, идеи в институты, сначала руководствуясь принципами политической логики, а затем и принципами медиалогии, тем самым осуществив идеологическую унификацию серии текстовых пересылок, в соответствии с медиатизационной моделью Э. Верона, и включившись в идеологический поток-соучастие.

Кодификация институтов, понимаемых как (а) «правила игры», (б) набор идей агентов и практик, поддерживающих эти идеи, позволяет, по мнению А. Д. Онищенко, сфокусироваться на ключевых моментах трансформаций, т. е. рациональной деятельности

в пределах заданной системы координат, системы семантической, нацеленной на минимальное искажение исходного значения, или совокупности данных [Халина, Каннингхэм, Авдеева и др. 2022]. Некоторые опасения, сопровождающие актора в процессе трансформационной деятельности, могут быть обусловлены, на наш взгляд, тем, что трансформационная деятельность сопоставима с деривационной (реально порождающей актуальные социальные значения), но не равна ей. Единственным источником пополнения семантических резервуаров языкового сознания в процессе трансформаций является язык коммуникации [Там же], смысловая насыщенность которого находится в прямой зависимости от лингвистической компетенции и языковой чувствительности акторов. «...Идеи и институты взаимно влияют друг на друга, а нормализация идей одних политических агентов (закрепление их в практиках и принятие их другими политическими агентами системы) ведет к институционализации этой системы, процесс взаимодействия на эволюцию идей и институтов становится перманентным, что позволяет анализировать, в том числе, развитие системы» [Онищенко 2021].

Роберт Либерман задается вопросом, когда настает время идеи, и дает свой вариант ответа: «Время идеи приходит не просто потому, что идея привлекательна сама по себе, но и потому, что ей благоприятствуют политические обстоятельства. В те моменты, когда политическая идея находит убедительное выражение среди субъектов, чье институциональное положение дает им как мотив, так и возможность воплотить ее в политику, — тогда, и только тогда, мы можем сказать, что идея нашла свое время» [Lieberman 2002].

Институты создают стратегические возможности для целеустремленных политических акторов, чтобы защитить их интерес, формируя политические возможности для мобилизации социальных интересов [Taggou 1994]. Подобным образом политические идеи и культурные традиции институализируются, гарантируя понимание политических и социальных мер, ограничивая и контролируя процесс «создания» политики, одновременно ограничивая диапазон политики в соответствии с тем, что признается рациональным, и предоставляя в распоряжение «творцов» политики репертуар легитимных тактик для их привилегированной политики, или модели действий/деятельности [Campbell 1998; Dobbin 1994; Hall, Taylor 1996; Powell, DiMaggio 1991].

ШАНХАЙСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА С ПОЗИЦИЙ ЛИНГВОМЕДИАТИЗАЦИОННОГО ДИЗАЙНА

ШОС следует рассматривать как особый институт, руководствующийся в своем функционировании медиа- и политической логикой и осуществляющий производство смыслов в зоне S_2 в соответствии с классификацией зон производства смыслов Э. Верона в процессе медиатизации, когда исследование фокусируется на трансформации повседневной жизни благодаря средствам массовой информации. Медиалогика ШОС формируется, как и медиалогика в целом, через параметры формата, стиля, фокуса, грамматики медиакommunikации, сочетание которых влияет на принятие политических решений или является следствием принятия таковых, что позволяет рассматривать подобные параметры и в качестве элементов политической логики. Диалоговой формат принятия политических решений составляет внутреннюю форму ШОС, акцентируя идею и идеологию организации сотрудничества, основывающиеся на духовном единстве, закреплённом в грамматике медиакommunikаций и в дизайне институциональной системы философемой «Шанхайский дух». Философема «Шанхайский дух» представляет собой множество ассоциируемых знаков, входящих в категорию «онтологическая безопасность». «Пань Гуан, доктор исторических наук, директор Центра изучения ШОС при Шанхайской академии общественных наук, советник правительства Шанхая по вопросам борьбы с терроризмом, обращает внимание на то, что ядро понятия 上海精神 «шанхайский дух» составляют 20 иероглифов, которые означают „взаимное доверие, взаимная выгода, равенство, взаимные консультации, уважение многообразия культур, стремление к совместному развитию“» [Халина, Валюлина 2020: 124].

Исследование медийных аспектов институализации ШОС позволяет отметить более активное использование в последние годы в качестве стратегии методики семантизации, которая истолковывается Э. Вероном в качестве процесса, способствующего инкорпорации произошедшего события в форме значения в содержание СМИ [Verón 1984], и, как следствие, инкорпорации в систему знаний «читателя», вступающего в коммуникацию с интенциональными установками ШОС. Медийный дискурс ШОС формирует новую систему коннективностей и ментальную топологию, определяющую новую атмосферу взаимодействий и взаимоотношений, основанную на вежливости и

взаимной поддержке, или механизмах идеологической унификации, приводимых, согласно медиатизационной концепции Э. Верона, в действие интертекстуальными пересылками [Veron 1974].

В качестве подобных интертекстуальных пересылок возможно рассматривать лингвистические медиамаркеры 'Сад ШОС' и 'Окно в ШОС', семантически закрепившиеся в интегрированном диалоговом пространстве ШОС в публикации от 18 сентября 2021 года («Жэньминь жибао» онлайн) «人民网 Renmin Wang: Сад ШОС+Окно в ШОС распустили цветки в одном стебле»¹, повествующей о церемонии закладки фундамента Душанбинского сада ШОС. Сад ШОС и «Окно в ШОС» — когнитивные метафоры, формирующие текстовый (семиотический) ШОС-код, являющиеся проявлением интермедальности, будучи аллюзиями [Чудинов, Будаев 2018]. «Интертекстуальная ссылка выступает в роли первичного средства коммуникации, обращения одного персонажа к другому. Обмен интертекстами при общении, выяснение способности коммуникантов их адекватно распознавать и угадывать стоящую за ними интенцию позволяет установить общность культурной памяти и эстетических пристрастий» [Папкина 2003: 80]. «Сад ШОС» — синтагма с двуаспектной аллюзивной актантной позицией, первый актантный аспект в которой связан с восточной культурой сада, и китайской (доминирующей стратегической культурой ШОС), и персидской (культурой потенциальной страны — участницы ШОС, Ирана); второй — с метафорой «город-сад», созданной в 1929 г. Владимиром Владимировичем Маяковским в стихотворении «Рассказ Хренова о Кузнецкстрое и о людях Кузнецка». «Сады на востоке — это, прежде всего, способ передачи информации и способ познания мира, философская и совершенная его модель. С научной точки зрения, восточный сад можно рассматривать как экологическую модель биоценоза, поскольку одна из древнейших на Земле цивилизаций — китайская — в развитии национального садоводства всегда шла по пути имитации природных пейзажей» [Голосова 2008: 61]. С точки зрения семиотической, сад рассматривается как знак семантической вселенной и рая: иранские сады построены на основе геометрических фигур, демонстрирующих семиологию земли и земного рая во Вселенной, где текущая вода представляет собой бессмертие и жизнь.

В жизненном мире коммуникаций, где bipolarная семиотическая модель «Запад — Восток» замещается полилоговой (полифоничной) моделью взаимодействия, именно «Окно ШОС» обеспечивает диалог культур на совершенно новом уровне. Renmin Wang в своей работе вербализует символический аспект следующего этапа взаимодействия государств — членов ШОС, где также вводится символ «Лотос», который в своей первоначальной сущности объясняет существование обновления коммуникативных отношений². Как отмечает сам автор: «В последние годы гуманитарные обмены ШОС активно развиваются, взаимное познание и взаимное обогащение культур укрепляют дружбу и взаимопонимание между государствами ШОС. Сады ШОС в государствах-членах, а также „Окна в ШОС“ в разных городах Китая станут новой вехой в культурно-гуманитарном развитии в юбилейный год Организации, и как два цветка лотоса в одном стебле, раскроются на обширной земле ШОС»³. Символическая синтагма «два цветка лотоса в одном стебле» раскрывает событие, произошедшее в Сианьском ботаническом саду (Китай) за год до проведения в Душанбе юбилейного торжественного заседания ШОС, посвященного 20-летию организации, а именно обнаружение редкого лотоса — с двумя цветками на одном стебле, создать который по силе только самой природе.

Для полноценного понимания выраженной синтагмы Renmin Wang и отношения к ШОС стоит обратиться также к имплицитному (мифологическому) значению знака Лотоса, которое состоит в трех этапах развития человека: невежество; преодоление невежества; обретенное понимание, просветление. «Цветы лотоса — корабль, на котором утопающий среди океана жизни может найти свое спасение»⁴. Так, цветам Лотоса приписывается способность изменять человеческое сознание, благотворно влияя на него и направляя его мысли в сторону духовного развития, что, в свою очередь, подтверждает первоначальные устремления при создании и развитии ШОС, заложенные в идейное понимание цели организации.

«Окно ШОС» — метафорическое выражение, имеющее в качестве производной основы образное «окно в Европу», впервые употребленное итальянским знатоком искусств и путешественником Франческо Альгаротти в 1759 г. в сочинении «Письма о России» (итал. Lettere sulla Russia) для опи-

¹ Renmin Wang. URL: http://rus.sectsko.org/media_SCO/20211105/794586.html.

² Renmin Wang. URL: http://rus.sectsko.org/media_SCO/20211105/794586.html.

³ Там же.

⁴ Лотос — символ и тайные значения знака. URL.: <http://mozaic-life.ru/lotos-simvol/>.

сания Санкт-Петербурга. В письме Альтеротти контекстуально «окно в Европу» — это не прямой путь к господству на Балтике, скорее возможность посмотреть на западные страны, позавидовать им и продолжить жить в российской обыденности: «...ибо мало открыть дорогу в Европу, необходимо, чтобы она еще и приняла»¹. Постепенно данная синтагма стала приобретать все новые коннотации, а экономическая мощь России неизменно росла, чему поспособствовало обретение Балтики и «прорубание окна» военными победами Петра I².

Интертекстуальные пересылки «Сад ШОС» и «Окно в ШОС», являясь элементами когнитивной сети ШОС, определяют механизмы семантического производства в медийном ШОС-дискурсе, основанного на бинарной логике коннективности.

ВЫВОДЫ

Присутствие идеологического в дискурсе состоит в системе отношений между текстом, его производством, обращением и потреблением. Медиатекст представляет собой локус, где система взаимодействия (организации сотрудничества) производства, обращения и потребления текста приводит к формированию идеологического содержания. Значимыми с точки зрения институтов политической коммуникации становятся процессы производства значений и соответствующих им лингвистических форм, детерминированные бинарной логикой, интегрирующей форматы медийной и политической логики. Факты, имеющие большое социальное значение, стимулируют функционирование идеологических механизмов в текстовом производстве, подтверждением чего может служить семантизация факта закладки Сада ШОС, повлекшая за собой семантическую трансформацию внутренней формы философы «Шанхайский дух». Медийный формат институтов расширяет стратегические возможности политических акторов, включая их в институциональные когнитивные сети, через посредство которых политические идеи и культурные традиции интегрируются в исторические и эпистемические структуры. Лингвомедиатизационный дизайн институциональной системы позволяет контролировать процесс «создания» политики, одновременно рационально ограничивая диапазон политики и предоставляя в распоряжение акторов политического перформанса репертуар легитимных тактик.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Голосова, Е. В. Главный ботанический сад РАН. Восточный сад как объект мировой культуры / Е. В. Голосова — Текст: непосредственный // Научковий вісник ЛНУТ України. — 2008. — Вип. 18.12. — С. 60–65.
2. Онищенко, А. Д. Идеационный институционализм: объяснение институциональных трансформаций в период кризиса / А. Д. Онищенко. — Текст: непосредственный // Вестник Пермского университета. Политология. — 2021. — Т. 15. — № 2.
3. Папкина, Д. С. Типы литературных аллюзий / Д. С. Папкина — Текст: непосредственный // Вестник Новгородского государственного университета. — 2003. — № 25. — С. 78–82.
4. Халина, Н. В. Семантический комментарий к идеологеме «сотрудничество» и философе «Шанхайский дух» в понятийном контексте Шанхайской организации сотрудничества / Н. В. Халина, Е. В. Валюлина. — Текст: непосредственный // Вестник Северо-Восточного федерального университета. — 2020. — № 2 (76). — С. 121–128.
5. Халина, Н. В. Трансформационная прагматика. Приложение к современной философии лингвистики: коллективная монография / Н. В. Халина, Д. Каннингхэм, Т. Ю. Авдеева, М. А. Деминова, А. В. Жеребненко, Н. В. Лапина; под ред. Н. В. Халиной, Т. Ю. Авдеевой. — Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2022. — Текст: непосредственный.
6. Чудинов, А. П. Метафора в политической коммуникации: моногр. / А. П. Чудинов, Э. В. Будаев. — 3-е изд., стер. — Москва: Флинта, 2018. — 248 с. — Текст: непосредственный.
7. Altheide, D. L., Robert P. Snow. Media Logic / L. D. Altheide, R. P. Snow. — Beverly Hills, CA: Sage, 1979. — P. 223–236.
8. Asp, Kent. Måktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning / K. Asp. — Text: unmediated. — Stockholm: Akademilitteratur, 1986. — 105 p.
9. Bennett, W. Lance, Robert M. Entman. Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy / R.M. Entman, W. Lance. — Text: unmediated. — New York: Cambridge University Press, eds., 2001. — 489 p.
10. Campbell, John L. Institutional Analysis and the Role of Ideas in Political Economy / J.L. Campbell. — Text: unmediated // Theory and Society, 1998. — Vol. 27. — P. 377–409.
11. Carlos Scolari, Joan Ramon Rodriguez-Amat. A Latin American Approach to Mediatization: Specificities and Contributions to a Global Discussion About How the Media Shape Contemporary Societies / C. Scolari, J.R. Rodriguez-Amat. — Text: unmediated // Communication Theory, 2018. — Vol. 28. — P. 131–154.
12. Cook, Timothy E. Governing with the News: The News Media as a Political Institution / T.E. Cook. — Text: unmediated. — Chicago: University of Chicago Press, 2005. — 2nd Edition. — 289 p.
13. Dahlgren, Peter. Theory, Boundaries and Political Communication: The Uses of Disparity / P. Dahlgren. — Text: unmediated // European Journal of Communication, 2004. — Vol. 19(1). — P. 7–18.
14. Dobbin, Frank. Forging Industrial Policy: The United States, Britain, and France in the Railway Age / F. Dobbin. — Text: unmediated. — Cambridge: Cambridge University Press, 1994. — 262 p.
15. Fausto Neto, A. De los circuitos a la sentencia: el juicio político a Dilma Rousse en el espacio de la circulación mediática / N. Fausto. — Text: unmediated // Mediaciones de la Comunicación, 2016. — Vol. 11. — P. 97–112.
16. Fernández, J. L. Plataformas mediáticas y niveles de análisis / J. L. Fernandez. — Text: unmediated // Mediaciones de la Comunicación, 2016. — Vol. 11. — P. 71–96.
17. Granata, P. La cultura como mediatización: El enfoque ecológico de Edward T. Hall / P. Granata. — Text: unmediated // Mediaciones de la Comunicación, 2016. — Vol. 11. — P. 57–70.

¹ «Петр I прорубил окно в Европу» — откуда появилось это высказывание. Почему именно „прорубил“. URL: <https://pulse.mail.ru/article/petr-i-prorubil-okno-v-evropu-otkuda-poyavilos-eto-vyskazyvanie-poche-mu-imenno-prorubil-278786151952454015-2054838884753974982/?ysclid=l1f4t2p27r>.

² Там же.

18. Hall, Peter A., Rosemary C. R. Taylor. *Political Science and the Three New Institutionalisms* / P.A. Hall, C.R. Rosemary. — Text: unmediated // *Political Studies*, 1996. — Vol. 44. — P. 936–957.
19. Hay, C. *Constructivist Institutionalism* / C. Hay. — Text: unmediated // *The Oxford Handbook of Political Institutions* / Bender, S., Rhodes R.A.W. and Rockman B. (eds.). — Oxford: Oxford University Press, 2008. — P. 56–74.
20. Hallin, Daniel C., Paolo Mancini. *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics* / D.C. Hallin. — Text: unmediated // New York: Cambridge University Press, 2004. — 342 p.
21. Hepp, A. The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the “mediation of everything” / A. Hepp. — Text: unmediated // *European Journal of Communication*, 2013. — Vol. 28 (6). — P. 615–629.
22. Hjarvard, S. *Midiatização e mudança social e cultural* / S. Hjarvard. — Text: unmediated // *MATRIZES*, 2014b. — Vol. 8 (1). — P. 21–44.
23. Hjarvard, S. *Mediatización: Reencuadrando el análisis de los efectos de los medios* / S. Hjarvard. — Text: unmediated // *Mediaciones de la Comunicación*, 2016. — Vol. 11. — P. 33–56.
24. Kepplinger, Hans Mathias. *Mediatization of Politics: Theory and Data* / H.M. Kepplinger. — Text: unmediated // *Journal of Communication*, 2002. — Vol. 52 (4). — P. 972–986.
25. Lewis, O. A., Steinmo S. *How Institutions Evolve: Evolutionary Theory and Institutional Change* / O.A. Lewis, S. Steinmo. — Text: unmediated // *Polity*, 2012. — Vol. 44 (3). — P. 314–339.
26. Lieberman, R. C. *Ideas, Institutions, and Political Order: Explaining Political Change* / R.C. Lieberman. — Text: unmediated // *The American Political Science Review*, 2002. — Vol. 96 (4). — P. 697–712.
27. Mazzoleni, Gianpietro, and Winfried Schulz. *Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy?* / G. Mazzoleni. — Text: unmediated // *Political Communication*, 1999. — Vol. 16 (3). — P. 247–261.
28. Meyer, Thomas. *Media Democracy: How the Media Colonize Politics* / T. Meyer. — Text: unmediated // Cambridge: Polity, 2002. — 184 p.
29. Nimmo, Dan, and James E. Combs. *Mediated Political Realities* / D. Nimmo, J. E. Combs. — Text: unmediated. — New York: Longman, 1983. — 242 p.
30. Orion, A. Lewis, Sven Steinmo. *How Institutions Evolve: Evolutionary Theory and Institutional Change* / A. L. Orion, S. Steinmo. — Text: unmediated // *Polity*, 2012. — Vol. 44 (3). — P. 314–339.
31. Powell, Walter W., Paul J. DiMaggio. *The New Institutionalism in Organizational Analysis* / W. W. Powell, P. J. DiMaggio. — Text: unmediated // Chicago: University of Chicago Press (eds.), 1991. — 486 p.
32. Patterson, Thomas E. *Out of Order* / T. E. Patterson. — Text: unmediated. — New York: Vintage, 1993. — 301 p.
33. Schmidt, V. *Discursive Institutionalism: The Explanatory Power of Ideas and Discourse* / V. Schmidt. — Text: unmediated // *Annual Review of Political Science*, 2008. — Vol. 11. — P. 303–326.
34. Schulz, Winfried. *Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept* / W. Schulz. — Text: unmediated // *European Journal of Communication*, 2004. — Vol. 19 (1). — P. 87–101.
35. Scolari, C. A. *From (new) media to (hyper) mediations. Recovering Jesús Martín-Barbero’s mediation theory in the age of digital communication and cultural convergence* / C. A. Scolari. — Text: unmediated // *Information, Communication & Society*, 2015. — Vol. 18 (9). — P. 1092–1107.
36. Strömbäck, J. *Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics* / J. Strömbäck. — Text: unmediated // *Politics: The International Journal of Press*, 2008. — Vol. 13 (3). — P. 228–246.
37. Strömbäck, Jesper, Frank Esser. *Mediatization of Politics: Towards a Theoretical Framework* / J. Strömbäck. — Text: unmediated // *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*. — Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2014. — P. 3–28.
38. Tarrow, Sidney. *Power in Movement: Social Movements, Collective Action, and Politics* / S. Tarrow. — Text: unmediated. — Cambridge: Cambridge University Press, 1994. — 265 p.
39. Vasile, C. *Language Change in Institutional Discourses. Genre-based Approaches* / C. Vasile. — Text: unmediated // *Professional Communication and Translation Studies*, 2022. — Vol. 15. — P. 44–55.
40. Vassallo de Lopes, M. I. *Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas emetodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação* // *MATRIZES*, 2014. — Vol. 8 (1). — P. 65–80.
41. Veron, E. *Comunicación de masas y producción de ideología: acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa seminal* / E. Veron. — Text: unmediated // *Revista Latinoamericana de Sociología*, 1974. — Vol. 1. — P. 9–42.
42. Verón, E. *Construire l'événement* / E. Veron. — Text: unmediated. — Paris, France: Les Editions de Minuit, 1981. — 177 p.
43. Verón, E. *Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política* / E. Verón et al. (eds.). — Text: unmediated // *Lenguaje y comunicación social*. — Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión, 1984. — P. 133–191.
44. Veron, E. *Esquema para el análisis de la mediatización. Diálogos de la* / E. Veron. — Text: unmediated // *Comunicación*, 1997. — Vol. 48. — P. 9–17.
45. Veron, E. *Mediatización de lo político* / G. Gauthier, A. Gosselin, J. Mouchon (eds.). — Text: unmediated // *Comunicación y política*. — Buenos Aires, Argentina: Gedisa, 1998. — P. 220–236.
46. Verón, E. *El cuerpo de las imágenes* / E. Veron. — Text: unmediated. — Bogotá, Colombia: Norma, 2001. — P. 14–15.
47. Verón, E. *Mediatization theory: A semio-anthropological perspective* / K. Lundby (eds.). — Text: unmediated // *Mediatization of communication*. — Berlin, Germany: De GruyterMouton, 2014. — P. 163–172.

REFERENCES

1. Golosova, E.V. (2008). *Glavnyj botanicheskiy sad RAN. Vostochnyj sad kak ob"ekt mirovoj kul'tury* [The Main Botanical Garden of the Russian Academy of Sciences. The Oriental Garden as an object of world culture]. In *Naukovij visnik NLTU Ukraini*, 18(12), 60–65. (In Russ.)
2. Onishchenko, A.D. (2021). *Ideacionnyj institucionalizm: ob"yasnenie institucional'nyh transformacij v period krizisa* [Ideational Institutionalism: an explanation of institutional transformations during the crisis]. In *Vestnik Permskogo universiteta, POLITOLOGIYA*, 2 (Iss. 15)
3. Papkina, D.S. (2003) *Tipy literaturnyh allyuzij* [Types of literary allusions]. In *Vestnik Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta*, 25, 78–82. (In Russ)
4. Halina, N.V., Valyulina, E.V. (2020). *Semanticheskij komentarij k ideologeme «sotrudnichestvo» i filosofeme «Shanhajskij duh» v ponyatijnom kontekste shanhajskoj organizacii sotrudnichestva* [Semantic commentary on the ideology of “cooperation” and the philosophy of “Shanghai Spirit” in the conceptual context of the Shanghai Cooperation Organization]. In *Vestnik SVFU*, 2(76), 121–128. (In Russ.)
5. Halina, N.V., Kanningham, D., Avdeeva, T.YU., Deminova, M.A., Zherebnenko, A.V., Lapina, N.V. (2022). *Transformacionnaya pragmatika. Prilozenie k sovremennoj filosofii lingvistiki. Kollektivnaya monografiya* [Transformational pragmatics. An application to the modern philosophy of linguistics. Collective monograph]. Barnaul: Altai State University Publishing House. (In Russ.)
6. Chudinov, A.P., Budaev, E.V. (2018). *Metafora v politicheskoj komunikacii: monografiya* [Metaphor in political communication: a monograph]. Moscow: FLINTA (Iss. 3), 248 p. (In Russ.)
7. Altheide, David L., Snow, Robert P. (1979). *Media Logic*. Beverly Hills, CA: Sage, 223–236.
8. Asp, Kent. (1986). *Maktiga massmedier: Studier i politisk opinionsbildning*. In: *Akademilitteratur* (p. 105). Stockholm.
9. Bennett, W. Lance, Entman, Robert M. (2001). *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. New York: Cambridge University Press, 489 p.
10. Campbell, John L. (1998). *Institutional Analysis and the Role of Ideas in Political Economy*. In: *Theory and Society*, 27, 377–409.
11. Scolari, C., Rodriguez-Amat, J. R. (2018). *A Latin American Approach to Mediatization: Specificities and Contributions to*

a Global Discussion About How the Media Shape Contemporary Societies. In: *Communication Theory*, 28, 131–154.

12. Cook, Timothy E. (2005). *Governing with the News: The News Media as a Political Institution*. Chicago: University of Chicago Press, 289 p.

13. Dahlgren, Peter. (2004). Theory, Boundaries and Political Communication: The Uses of Disparity. In: *European Journal of Communication*, 19(1), 7–18.

14. Dobbin, Frank. (1994). *Forging Industrial Policy: The United States, Britain, and France in the Railway Age*. Cambridge: Cambridge University Press, 262 p.

15. Fausto Neto. (2016). A. De los circuitos a la sentencia: el juicio político de Dilma Rousseff en el espacio de la circulación mediática. In: *InMediaciones de la Comunicación*, 11, 97–112.

16. Fernández, J. L. (2016). Plataformas mediáticas y niveles de análisis. In: *InMediaciones de la Comunicación*, 11, 71–96.

17. Granata, P. (2016). La cultura como mediatización: El enfoque ecológico de Edward T. Hall. In: *InMediaciones de la Comunicación*, 11, 57–70.

18. Hall, Peter A., Taylor, Rosemary C. R. (1996). Political Science and the Three New Institutionalisms. In: *Political Studies*, 44, 936–957.

19. Hay, C. (2008). Constructivist Institutionalism. In: *The Oxford Handbook of Political Institutions*. Oxford: Oxford University Press, 56–74.

20. Hallin, Daniel C., Mancini, Paolo. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics*. New York: Cambridge University Press, 342 p.

21. Hepp, A. (2013). The communicative figurations of mediatized worlds: Mediatization research in times of the “mediation of everything”. In: *European Journal of Communication*, 28(6), 615–629.

22. Hjarvard, S. (2014b). Midiatização e a mudança social e cultural. In: *MATRIZES*, 8(1), 21–44.

23. Hjarvard, S. (2016). Mediatización: Reencuadrando el análisis de los efectos de los medios. In: *InMediaciones de la Comunicación*, 11, 33–56.

24. Kepplinger, Hans Mathias. (2002). Mediatization of Politics: Theory and Data. In: *Journal of Communication*, 52(4), 972–986.

25. Lewis, O. A., Steinmo, S. (2012). How Institutions Evolve: Evolutionary Theory and Institutional Change. In: *Polity*, 44(3), 314–339.

26. Lieberman, R. C. (2002). Ideas, Institutions, and Political Order: Explaining Political Change. In: *The American Political Science Review*, 96(4), 697–712.

27. Mazzoleni, Gianpietro, Schulz, Winfried. (1999). Mediatization of Politics: A Challenge for Democracy? In: *Political Communication*, 16(3), 247–261.

28. Meyer, Thomas. (2002). *Media Democracy: How the Media Colonize Politics*. Cambridge: Polity, 184 p.

29. Nimmo, Dan, Combs, James E. (1983). *Mediated Political Realities*. New York: Longman, 242 p.

30. Lewis, Orion A., Steinmo, Sven. (2012). How Institutions Evolve: Evolutionary Theory and Institutional Change. In: *Polity*, 44(3), 314–339.

31. Powell, Walter W., DiMaggio, Paul J. (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press (eds.), 486 p.

32. Patterson, Thomas E. (1993). *Out of Order*. New York: Vintage, 301 p.

33. Schmidt, V. (2008). Discursive Institutionalism: The Explanatory Power of Ideas and Discourse. In: *Annual Review of Political Science*, 11, 303–326.

34. Schulz, Winfried. (2004). Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. In: *European Journal of Communication*, 19(1), 87–101.

35. Scolari, C. A. (2015). From (new) media to (hyper) mediations. Recovering Jesús Martín-Barbero’s mediation theory in the age of digital communication and cultural convergence. In: *Information, Communication & Society*, 18(9), 1092–1107.

36. Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. In: *Politics: The International Journal of Press*, 13(3), 228–246.

37. Strömbäck, J., Esser, F. (2014). Mediatization of Politics: Towards a Theoretical Framework. In: *Mediatization of Politics. Understanding the Transformation of Western Democracies*, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 3–28.

38. Tarrow, Sidney. (1994). *Power in Movement: Social Movements, Collective Action, and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 265 p.

39. Vasile, C. (2022). Language Change in Institutional Discourses. Genre-based Approaches. In: *Professional Communication and Translation Studies*, 15, 44–55.

40. Vassallo, de Lopes, M. I. (2014). Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. In: *MATRIZES*, 8(1), 65–80.

41. Veron, E. (1974). Comunicación de masas y producción de ideología: acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa seminal. In: *Revista Latinoamericana de Sociología*, 1, 9–42.

42. Verón, E. (1971). *Construire l'événement*. Paris, France: Les Editions de Minuit, 177 p.

43. Verón, E. (1984). Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política. In: *Lenguaje y comunicación social*, Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión, 133–191.

44. Veron, E. (1997). Esquema para el análisis de la mediatización. Diálogos de la. In: *Comunicación*, 48, 9–17.

45. Veron, E. (1998). Mediatización de lo político. In: *Comunicación y política*, Buenos Aires, Argentina: Gedisa, 220–236.

46. Verón, E. (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Bogotá, Colombia: Norma, 14–15.

47. Verón, E. (2014). Mediatization theory: A semio-anthropological perspective. In: *Mediatization of communication*, Berlin, Germany: De GruyterMouton, 163–172.