

НАЦИОНАЛЬНОЕ САМОВЫРАЖЕНИЕ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВЫХ МЕДИА И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ



Владимир Иванович Красиков,

Всероссийский государственный университет юстиции
(РПА Минюста России),
Москва, Россия,
KrasVladIv@gmail.com

Получена 08.10.2023.

Поступила после рецензирования 24.12.2023.

Принята к публикации 15.01.2024.

Для цитирования: Красиков В. И. Национальное самовыражение в контексте цифровых медиа и социальных сетей // Дискурс-Пи. 2024. Т. 21. № 2. С. 188–202. https://doi.org/10.17506/18179568_2024_21_2_188

Аннотация

Хотя изначально цифровые технологии рассматривались как предвестники глобализации и космополитизма, сейчас все чаще отмечается их особая роль в трансформации традиционных форм сознания и социальности. Актуальность предлагаемой статьи задается востребованностью анализа новых форм национального самовыражения – как в Интернете, так и в социальных сетях. Подобная проблематика становится предметом повышенного интереса и интенсивного изучения в контексте настоящего ренессанса национализма и правого популизма. Выясняется, что цифровые технологии воспроизводят наше укорененное чувство принадлежности к этническому, но, скорее, менее заметными способами. Научная проблема, решаемая здесь, заключается в недостаточной проработанности аналитических обобщений в отношении специфики присутствия национального самовыражения в новых коммуникациях. Целью данной статьи и является анализ, выявление и суммирование возникших в наши дни новых форм и коммуникационных механизмов, в рамках которых

© Красиков В. И., 2024



сегодня и происходит общение людей, включающих в себя явственную этническую компоненту. В настоящее время современная глобальная цифровая экосистема предлагает три ключевых механизма, которые мемориализуют национальные формы и, следовательно, способствуют воспроизведению повседневных форм национального самовыражения в их цифровых вариантах: архитектура системы доменных имен в Интернете, предвзятость алгоритмов, укоренившихся в цифровых платформах и формирование национальных цифровых экосистем. Основные особенности повседневного «цифрового национального самовыражения» – это его массовизация и диверсификация, фрагментация и поляризация межличностного национального общения, его коммодификация и коммерциализация.

Ключевые слова:

национальное самовыражение, цифровые медиа, социальные сети, массовизация, диверсификация, межличностное национальное общение, коммодификация, коммерциализация

Источники финансирования:

исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 23-28-00080, <https://rscf.ru/project/23-28-00080/>.

UDC 323.1

DOI: 10.17506/18179568_2024_21_2_188

NATIONAL SELF-EXPRESSION IN THE CONTEXT OF DIGITAL MEDIA AND SOCIAL NETWORKS

Vladimir I. Krasikov,

All-Russian State University Justice
(RPA of the Ministry of Justice of Russia),
Moscow, Russia,
KrasVladIv@gmail.com

Received 08.10.2023.

Revised 24.12.2023.

Accepted 15.01.2024.

For citation: Krasikov, V.I. (2024). National Self-Expression in the Context of Digital Media and Social Networks. *Discourse-P*, 21(2), 188-202. (In Russ.). https://doi.org/10.17506/18179568_2024_21_2_188

Abstract

Primarily researchers considered digital technologies to designate globalization and cosmopolitanism; in practice they started to play a special role in transforming traditional forms of consciousness and sociality. However, the issue of new forms of national expression appearing both on the Internet and in social networks remains a very promising topic for the research. Many scholars are actively studying these forms, especially in the context of the renaissance of nationalism and right-wing populism we see nowadays. They note that digital technologies reproduce our deep-rooted sense of ethnicity, but rather in less visible ways. The main problem to be considered in this paper is the fact of national self-expression in new communications being not sufficiently enough elaborated in analytical generalizations. Thus the goal is set to analyze, identify and summarize those new forms and communication mechanisms that have emerged recently, including ethnic component, and within the framework of which people communicate. Three such mechanisms are brought into discussion, namely the architecture of Internet domains, algorithmic bias, and the formation of national digital ecosystems. The main characteristics of modern online communication are also considered in terms of national issues that may be related to recent shifts in global communication ecology, namely diversification, fragmentation and commodification. It can be stated that currently the modern global digital ecosystem offers three key mechanisms to memorialize national forms and, therefore, contribute to the reproduction of everyday forms of national expression in their digital versions. These include the architecture of the Internet domain name system, the bias of algorithms ingrained in digital platforms, and the formation of national digital ecosystems. The main features of everyday *digital nationalism* are discovered to be massification and diversification of national self-expression, fragmentation and polarization of interpersonal national communication, its commodification and commercialization.

Keywords:

national self-expression, digital media, social media, massification, diversification, interpersonal national communication, commodification, commercialization

Funding:

the study was supported by the Russian Science Foundation grant No. 23-28-00080, <https://rscf.ru/project/23-28-00080/>.

Введение

События последнего десятилетия, такие как Brexit, президентство Д. Трампа в США, Ж. Болсонару в Бразилии, Н. Моди и подъем правого индуистского национализма в Индии, успехи на выборах националистических и антииммигрантских лидеров в Италии, Венгрии, Польше, Австрии, Испании, Швеции и др. побудили многих политиков и ученых провозгласить наступление эры ренессанса чувства национальной идентичности и популизма, а также выразить серьезную озабоченность по поводу будущего либеральной демократии (Гуселетов, 2023). Цифровые СМИ часто рассматриваются как один из решающих факторов в этом очевидном «возвращении» национального самосознания из сформировавшегося было «глобалистского либерального человеичника», который взаимосвязан с рядом других факторов, начиная с экономического кризиса 2008 г., демографических и культурных сдвигов, связанных с миграцией, пандемией ковида и заканчивая трансформацией мирового порядка в связи с новой стратегической установкой ряда независимых государств на формирование многополярного мира и осуществлением Россией на Украине Специальной военной операции (СВО). Причем именно Интернет играет главную роль в коммуникационных стратегиях лидеров и партий во всем мире, которые полагаются на цифровые медиа для распространения своей идеологии (Fuchs, 2020). Однако чтобы уяснить суть нового, «цифрового национального самовыражения», мы должны понять, насколько данный феномен отличается от своих предшествующих исторических форм, и являются ли эти различия следствием новой, цифровой коммуникационной экологии?

Таким образом, актуальность предлагаемой статьи задается востребованностью анализа новых форм национального самовыражения, получающих свою цифровую репрезентацию как в Интернете, так и в социальных сетях. Подобная проблематика становится предметом повышенного интереса и интенсивного изучения в контексте настоящего ренессанса национальных чувств и правого популизма. Цифровые технологии выступают способами воспроизводства и широкого распространения чувственно-эмоциональных дискурсов, обуславливающих принадлежность представителей той или иной национально-культурной общности к определенной этнической группе.

Научная проблема, решаемая здесь, заключается в недостаточной проработанности аналитических обобщений в отношении специфики присутствия дискурса национального самовыражения в структуре новых цифровых коммуникаций. Целью данной статьи – выявление, анализ и обобщение возникающих в наши дни новых коммуникационных механизмов и форм, в рамках которых сегодня происходит общение людей, включающее компоненты этнической чувственности и национального самовыражения.

Результаты исследования

Цифровые СМИ и «новое национальное самовыражение»

Существует ряд объяснений современного ренессанса чувств национального самовыражения, включая демографические сдвиги, экономическую и иную незащищенность уязвимых слоев населения в большинстве стран. Наличие резкого идейно-политического, культурного и экономического разрыва между «победителями» и «проигравшими» в геополитической борьбе, обострение мирового культурно-конфессионального кризиса, а также кризиса национальной идентичности у представителей той или иной социальной общности – все это знаменует собой наступление завершающего этапа эпохи глобализации (Паин, 2023).

Происходящие социальные трансформации создают благодатную почву для роста общественного беспокойства по поводу безопасности «своих» и распространения враждебности по отношению к «чужакам», для принятия населением нарратива «наш народ – лучший среди остальных». Причем, и цифровые медиа, и платформы социальных сетей зачастую поощряют развитие чувства нетерпимости в отношении к социально маргинальным группам посредством создания управляемых алгоритмами «эхо-камер», при помощи которых люди как бы находятся внутри «идеологического купола», состоящего из односторонних, предвзятых взглядов так называемых единомышленников, которым не присущи критически-рациональные подходы и оценки (Cardenal et al., 2019). Это ведет к фрагментации и разобщенности публичной сферы, к ее политической поляризации, что в итоге способствует падению уровня терпимости, утверждению языка вражды и ненависти как общественно приемлемого, формирует почву для роста экстремизма.

Зададимся далее вопросом: в чем состоят особенности современного национального самовыражения (национализма) в отличие от «старого»? Предварительно дадим следующее пояснение. Так, в отечественном словоупотреблении исторически сложилась примечательная особенность семантики слов «национальный» и «национализм». По сути, они дихотомизировались, превратившись в своего рода бинарную оппозицию: слово «национальный» трактуется положительно, а термин «национализм» имеет в основном отрицательные коннотации. Этим отличается употребление данных слов в русском языке, в то время как в других языках, к примеру, в английском, оба понятия трактуются либо в позитивном ключе, либо обладают нейтральным значением. Потому-то, учитывая это обстоятельство, мы будем употреблять слово «национальное самовыражение» (а не национализм) в двух модусах: нормальное и экстраординарное.

Не имея возможности подробно рассмотреть дебаты по национализму в широком смысле этого слова (Осколков, 2020), мы предлагаем собственную интерпретацию понятия «национальное самовыражение», выделяя два способа его трактовки. В первой трактовке (которая особенно распространена в популярном или политическом дискурсе) внимание фокусируется на ярко выраженных,

часто крайне радикальных проявлениях национального самовыражения, таких как сепаратистские движения, институционализованные формы исключения по национальному признаку, ксенофобия и правый экстремизм. С позиции второй точки зрения «национальное самовыражение» трактуется как чувство принадлежности человека и социальной группы к той или иной этнической (народной)¹ общности, определяющей на уровне повседневной жизни и мирских практик особый способ видения мира, который предполагает, что человечество естественным образом и самоочевидно разделено на народы.

Первая форма национального самовыражения – экстраординарна, вторая – нормальна. Первая проявляется не все время, скорее, она становится очевидной и массовой лишь в исключительные моменты социальной жизни – во времена конфликтов и войн или в периоды крупных изменений и потрясений, таких как смена режимов и моделей общественного развития, мировые экономические, политические, культурные и другие кризисы, стихийные бедствия и т.п. Такие экстраординарные моменты временно переворачивают принятые за само собой разумеющиеся формы нашей повседневной жизни и вызывают бурные дискуссии относительно происхождения и особенностей той или иной нации, о характеристиках национальной идентичности, об ее символических границах, о своем прошлом и будущем. Подъем национальных чувств, который российский народ сейчас переживает, как раз является одним из таких экстраординарных моментов, когда в общественном мнении все активнее акцентируются национально-культурные различия между этносами, при этом наблюдается усиление антимигрантских настроений, а также расширяется сфера употребления антиглобалистской риторики (Горшков, Баграмов, 2020).

В Интернете можно обнаружить присутствие обеих форм репрезентации чувств национального самовыражения как экстраординарной формы, так и нормальной. Современная глобальная сеть предлагает следующие информационные механизмы, способствующие воспроизведению повседневных форм переживания национальных чувств: архитектуру системы доменных имен, заданность алгоритмов, укоренившихся на цифровых платформах, что позволяет говорить о формировании посредством Интернета национально-государственных цифровых экосистем.

Эволюция системы доменных имен в Интернете, а именно адресов веб-сайтов, представляет собой наглядный пример сохранения «повседневного» национального чувства в цифровой сфере или «этно-страновой спецификации» цифровой архитектуры. Особый интерес здесь представляет история

¹ Понятия «народ», «нация», «этнос» в данном случае мы понимаем как различные культурно-исторические состояния одного и того же. Большинство представителей социально-гуманитарных наук, по крайней мере, отечественных, считает этнос самой широкой родовой категорией. «Народ» – состояние этноса в традиционных обществах, «нация» – в индустриальных. Возможно, уместнее было бы говорить об «этническом самовыражении», однако, как можно заметить, это вообще режет слух. Потому-то нами используется словосочетание «национальное самовыражение». Вот так «язык передевает мысли».

доменов верхнего уровня, которые указаны в последней части адреса каждого сайта. В то время как первые доменные имена верхнего уровня, разработанные в США, различали разные кластеры доменов по их функциям (к примеру, .gov для государственных доменов, .com для коммерческих доменов и .edu для образовательных доменов), национальные особенности развития глобальной сети привели к созданию отдельных доменов «уровня страны», где для каждой страны были разработаны новые обозначения (к примеру, ru, рф, su – для России, sp – для Китая, ir – для Исламской Республики Иран). Существование таких доменов верхнего уровня или уровня той или иной страны считается само собой разумеющимся и, следовательно, представляет собой прекрасный пример чувства «повседневной» национально-языковой самоидентификации, которая рутинно воспроизводится каждый раз, когда мы перемещаемся в онлайн-среде. В глобалистских социальных сетях, таких, к примеру, как *Facebook (Meta)*² или *YouTube*, переходы в разные национально-языковые сектора прослеживаются совершенно определено (Kohl, 2017).

Другой способ, с помощью которого цифровые медиа способствуют воспроизведению не только повседневного, но также и «экстраординарного» национального самовыражения, заключается в эффектах так называемой «алгоритмической дискриминации» (Falletti, 2023). Последняя укореняется в работе поисковых систем, настройках рекомендаций отдельных цифровых платформ, вызванных как коммерческими императивами, так и неявными мировоззренческими установками. Словом, поисковые системы – далеко не нейтральные «окна» в мир: как и любая другая среда, они действуют в качестве определенных фильтров. В одной из работ было отмечено, что алгоритмы, управляющие некоторыми из наиболее широко используемых цифровых платформ, воспроизводят устоявшиеся гендерные, расовые и этнические предубеждения (Харитоновна, Савина, Паньини, 2021).

Возможно, архитектура доменных имен верхнего уровня и особенности алгоритмического национального самовыражения объединяются, чтобы сформировать то, что лучше всего рассматривать как сеть национально-языковых (страновых) цифровых экосистем. Они, конечно, взаимозависимы и часто опираются на одни и те же цифровые модели, но, тем не менее, предлагают довольно разные описания мира.

И хотя интернациональные платформы, такие как *Google*, подчеркивают свой глобализм, потенциально предлагая доступ к информации по всему миру, на практике они адаптировались к национально-страновой архитектуре Интернета и разработали соответствующие – и часто довольно по-разному акцентированные – версии своих продуктов, которые автоматически направляют пользователей к версии их веб-сайтов, подчиненных домену верхнего уровня на уровне страны (например, www.google.ru в РФ или www.google.com.br в Бразилии). Эти версии дают разные результаты поиска в зависимости от того, какая языковая платформа используется, тем самым способствуя формированию

² Запрещен в РФ.

национально-страновой цифровой экосистемы. Кроме того, по коммерческим и/или юридическим причинам, особенно в случае аудиовизуального контента, пользователи не могут легко переключаться с одной версии на другую, поэтому между ними устанавливаются четкие цифровые национально-языковые границы (Воронов, Сидоров, 2021).

Цифровые экосистемы разных стран значительно различаются между собой по степени развитости собственной инфраструктуры. Самыми мощными выступают базирующиеся в США корпорации «большой пятерки» – *Google, Amazon, Facebook (Meta), Apple и Microsoft*. Примеры более независимых, самодостаточных цифровых экосистем можно найти в странах, которые разработали платформы, конкурирующие с доминированием «большой пятерки». Наиболее успешной среди них можно признать китайскую, которая включает в себя успешные аналоги всех основных западных платформ, начиная от поисковой системы *Baidu* и социальных сетей *Weibo, WeChat* и *Tencent QQ* и заканчивая сайтами электронной коммерции, такими как *Alibaba, Taobao* и *JD* (Джан, Чен, 2019). Создание этих платформ было мотивировано опасениями по поводу возможного ограничения государственно-национального суверенитета страны. Хотя Китай представляет собой наиболее полную, автономную и успешную государственно-национальную цифровую экосистему, стоит отметить, что другие страны пробовали разрабатывать свои аналогичные цифровые платформы и социальные сети. Однако большинство из них не выдержало давления конкурентов. Это, к примеру, немецкая *studivZ*, латвийская *Draugiem*, польская *Nasza Klasa*, французская *Skyrock*, японская *Mixi* или вьетнамская *Zing*³, пытавшиеся, и некоторое время даже успешно, бороться за аудитории своих стран, но в итоге все же были вытеснены детищем Марка Цукерберга. Однако все же есть знаменательное исключение, и оно – наше: социальные сети «Одноклассники» и «ВКонтакте».

Рассмотрев некоторые из способов, которыми современные медиа способствуют воспроизведению национального чувства в повседневной жизни, перейдем к обсуждению его основных особенностей в ипостаси «цифры». Мы имеем в виду три характеристики современного национального чувства, отчасти связанные с цифровыми технологиями: массовизация и диверсификация национального самовыражения, фрагментация и поляризация межличностного национального общения, его коммодификация и коммерциализация.

Массовизация и диверсификация национального самовыражения

Ключевое изменение, вызванное цифровыми технологиями, может быть выражено как более широкое участие, диверсификация, своего рода «демократизация» самовыражения национального чувства в киберпространстве. Классические работы о СМИ и национализме (Андерсон, 2016) часто подчеркивали важнейшую роль «старых» СМИ (газет, фильмов, радио и телевидения)

³ «Несостоявшиеся ВК»: национальные соцсети, проигравшие Facebook (2022, 16 апреля). Взято 12 февраля 2024, с <https://habr.com/ru/companies/ruvds/articles/661199/>

как центростремительных сил, создающих форум, на котором развиваются, поддерживаются, обновляются или оспариваются господствующие представления, нарративы и мифы о нации. Хотя часть аудитории прежних СМИ и могла формировать рефлексивно-критическую позицию, для большинства их шансы на создание и распространение альтернативных сведений о нации были довольно ограничены.

Простота использования и относительная дешевизна новых цифровых технологий привели к важному сдвигу в общении, когда оно обретает гораздо большее число участников, делая свои взгляды потенциально видимыми (публичными) многим. Такой сдвиг стирает границы между производителями медиа и их потребителями: многие из нас непосредственно участвуют в «производстве контента». Это порождает заметное разнообразие голосов, видимых в публичной сфере, возникает своего рода демократизация социальной коммуникации, которая ослабляет версии национальной идентичности, навязываемые социуму доминирующими группами.

Вместе с тем, не следует и преувеличивать лишь кажущуюся «власть» средних пользователей цифровых медиа, она весьма ограничена. Возможность высказать свое мнение в Интернете не означает, что ко всем мнениям внимательно прислушиваются, не говоря уже о том, что они на что-то влияют. Разумеется, отдельные пользователи действительно могут создать ряд различных представлений о своем народе, однако их способность эффективно распространять эти нарративы, превращать их в «общие якоря идентичности», ограничена. Все же корпоративные и государственные игроки на цифровой арене контролируют многое, имея большую власть, чем отдельные пользователи, и, следовательно, они заведомо лучше подготовлены для продвижения своих идей и установок. Твиты и посты авторитетных политических и экономических деятелей или тех, у кого больше средств для инвестирования в онлайн-продвижение, получают большую известность и больше репостов и ретвитов, чем сообщения обычных граждан. Таким образом, чувство расширения возможностей народных масс через цифровые медиа в определенной степени иллюзорно – расширение возможностей вполне может означать просто возможность репостить твит националистически настроенного политического лидера.

Фрагментация и поляризация межличностного общения.

Коммерциализация цифровых коммуникаций

Вместе с тем цифровые коммуникационные инфраструктуры не только массовизируют и диверсифицируют общение. Они, как и многое в этом мире, диалектически сопряжены и со своей противоположностью – могут способствовать фрагментации и поляризации того же общения. Это ведет к расхождению, с одной стороны, между более либеральными, инклюзивными формами национальной принадлежности, открытыми для разнообразия и иммиграции, и с другой стороны, между более эксклюзивными, местными формами привязанности, которые подчеркивают важность этнонациональных корней как ключевого критерия национальной принадлежности.

Связь изменяющейся коммуникационной средой с политической или идеологической поляризацией широко обсуждается среди ученых в области коммуникации и медиа. Хотя избирательное воздействие, а именно склонность аудитории следовать источникам, соответствующим их политическим взглядам, известно давно, некоторые авторы утверждают, что это явление стало более острым и широко распространенным в онлайн-среде, что привело к беспрецедентной фрагментации публичной сферы и возникновению «эхо-камер», в которых люди получают доступ только к материалам, которые им нравятся или с которыми они согласны, а не извлекают выгоду из доступа к множеству различных точек зрения (Бадмацыренов и др., 2021). Эти своего рода идеологически самозамкнутые «пузыри», вероятно, были усилены политико-экономическими решениями, такими как изменения в алгоритме *Meta*, которые делают упор на публикации «друзей», а не издателей или информационных агентств.

Пессимисты утверждают, что подобные онлайн-практики приводят к опустошению общего публичного пространства, где в норме для выработки консенсуса необходимо, чтобы сталкивались и оспаривались разные мнения. Это приводит к росту поляризации общественных дебатов, где более крайние мнения получают большую видимость и поддержку, чем в офлайн-среде.

Следует напомнить, что необходимо с осторожностью рассматривать предположения о способностях цифровых медиа формировать новую коммуникативную экологию с равными условиями для всех акторов коммуникации или поверить утверждению, что эра общенационального нарратива закончилась. Дело в том, что устойчивость иерархической системы власти может проявляться и в цифровой коммуникативной среде, в ней же развиваются ключевые экономические отношения, складываются заинтересованные группы, занимающиеся решением коммерческих вопросов, специализирующиеся на продаже и потреблении информационного контента разного профиля и формата, уровня правдивости, степени актуальности и перформативного качества.

В самих цифровых коммуникационных технологиях нет ничего, что делало бы их «склонными» к коммерциализации и коммодификации. Скорее, эти черты являются результатом политической экономии цифровых платформ и, в частности, того факта, что они действуют как коммерческие организации, предназначенные для получения прибыли. Коммодификация представляет собой ключевой механизм, который доминирующие в настоящее время цифровые платформы, такие как *Google* и *Amazon*, внедряют в социальное взаимодействие. Она включает в себя платформы, преобразующие онлайн-овые и офлайн-овые объекты, действия, эмоции и идеи в торгуемые товары, которые оцениваются как минимум четырьмя различными типами «валюты»: вниманием, данными, пользователями и деньгами (Новицкая, 2023). Это наблюдение не в последнюю очередь является важным, потому что многие учреждения, наиболее сильно затронутые цифровыми платформами – от радиовещания и библиотек до образовательных и медицинских учреждений, – часто либо финансируются государством, либо предназначены для служения общественному

благу. Таким образом, в зависимости от социально-политического контекста распространение цифровых платформ может способствовать усилению влияния экономических (коммерческих и потребительских) проявлений национального самовыражения.

Коммерциализация и товаризация национального самовыражения в онлайн-среде видны на нескольких уровнях. Наиболее очевидные примеры можно найти в коммерческих сделках в Интернете. Благодаря своей анонимности и глобальному охвату Интернет предлагает идеальную среду для продажи товаров с правой символикой: *Thor Steinar*, *White Trash Rebel*, *Dirty Tees* и *Doberman's Aggressive* (Miller-Idriss, 2018). Современные молодые люди отошли от жесткого стиля скинхедов в пользу изысканных и модных коммерческих брендов, использующих закодированные экстремистские символы. Да, они продаются на международном уровне, в разных странах, однако они актуализируют именно экстраординарные формы национального самовыражения на местных уровнях. Практически неотличимые по стилю от другой популярной одежды, эти новые бренды используют глобальные символы и лозунги на английском языке, пропитанные закодированными ультраправыми смыслами, снижая тем самым пороги эмпатии потребителей, дегуманизируя их потенциальных жертв.

Заключение

Итак, в момент своего появления цифровые технологии рассматривались как предвестники глобализации и космополитизма, которые окончательно отправят национальное на свалку истории. Однако, как в свое время отмечал Н. Бердяев по другому поводу, ветхозаветный Адам оказался, как обычно, сильнее, исконные антропологические формы естественной социальности все также являются одними из основ нашей видовой интенциональности. Однако это не означает, что они не претерпевают известных изменений. В этом-то мы и пытались разобраться, разумеется, при первом приближении.

Оказалось, что цифровые технологии воспроизводят наше укорененное чувство принадлежности к этническому, но, скорее, сейчас менее заметными способами. Устойчивая тысячелетиями, воспроизводимая этническая среда языка и обычаев – как первичная и пожизненная идентификация – так же, как и ранее, сохраняется в неприкосновенности, просто она *переходит* в другую форму, подобно неизменности иерархических отношений власти, сохраняющейся и в цифровой коммуникативной среде.

Нами было выявлено, что эволюция системы доменных имен в Интернете, а именно адресов веб-сайтов, представляет собой наглядный пример сохранения «повседневного» национального чувства в цифровой сфере или «этно-страновой спецификации» цифровой архитектуры. Существование доменов верхнего уровня или доменов той или иной страны считается само собой разумеющимся, демонстрируя прекрасный пример чувства «повседневной» национально-языковой самоидентификации, которое рутинно воспроизво-

дится каждый раз, когда мы перемещаемся в онлайн-среде. Именно язык или языковая платформа с «вшитыми» в них смыслами и ценностями формируют специфику национально-страновой цифровой экосистемы. Соответственно, хотя пользователи и могут переключаться с одной языковой платформы на другую с помощью переводчика или своего знания некоторых языков, однако они прекрасно сознают свою большую ограниченность в переключении и понимании истинных этно-культурных смыслов. Поэтому, как и в офлайне, между ними устанавливаются четкие цифровые национально-языковые границы. Были также рассмотрены некоторые, часто противоречивые, особенности выражения современного национального чувства, отчасти связанные с цифровыми технологиями. Их простота использования и относительная дешевизна приводят к важному сдвигу в общении этнически-культурно близких сред, когда общение становится более насыщенно-массовым, а взгляды большего количества участников становятся известны многим. Такой сдвиг стирает границы между производителями медиа и их потребителями, многие непосредственно участвуют в «производстве контента». Тем самым возникает заметное разнообразие голосов, видимых в публичной сфере, происходит своего рода демократизация социальной коммуникации, которая ослабляет версии национальной идентичности, навязываемые социуму доминирующими группами. Такое происходит на уровне больших интернет-форумов, крупных информационных ресурсов с обратной связью. Это открывает выход на модернизацию и расширение форм выражений национальных чувств.

Напротив, в случае «мелкоячеистых» социальных сетей часто происходят их фрагментации на множество относительно небольших онлайн-сообществ, аудитория которых самоформируется (не в последнюю очередь благодаря политике платформ), образуя замкнутые, гомогенные (по их мировоззренческим предпочтениям) самоподдерживающиеся «эхо-камеры». Соответственно, этот процесс атомизирует и политизирует национально-культурную среду, превращает ее в «банку скорпионов».

Как всегда, нет простых и однозначных решений, все противоречиво: на крупных, массовых интернет-уровнях могут возникать инклюзивные формы национальной принадлежности, открытые для разнообразия и иммиграции; на более лично-интимных уровнях социальных сетей могут формироваться более эксклюзивные, местные формы привязанности, которые подчеркивают важность этнонациональных корней как ключевого критерия национальной принадлежности. Однако, и это тоже из области «как всегда». Подобная противоречивость цифровых коммуникаций – необходимый стимул их дальнейшей эволюции.

Список литературы

1. Андерсон, Б. (2016). *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. Москва: Кучково поле.
2. Бадмацыренов, Т.Б., Цыденов, А.Б., Хандаров, Ф.В. (2021). «Третье пространство», «эхо-камеры» и онлайн-сообщества: воспроизводство политических идеологий в социальных сетях. *Политическая наука*, (1), 183–204. <https://doi.org/10.31249/poln/2021.01.08>
3. Воронов, С. А., Сидоров, И. А. (2021). Механизмы поисковой системы Google, используемые в информационном противоборстве. *Вестник НГУ. Серия: Информационные технологии*, 19(1), 26–38. <https://doi.org/10.25205/1818-7900-2021-19-1-26-38>
4. Горшков, М.К., Баграмов, Э.А. (2020). «Новый национализм» и проблема наций в трактовке американских социальных теоретиков. *Вестник РУДН. Серия: Социология*, 20(4), 733–751. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2020-20-4-733-751>
5. Гуселетов, Б. П. (2023). Успехи ультраправых партий на парламентских выборах в Швеции и Италии: причины и последствия. *Россия и современный мир*, (2), 122–135. <https://doi.org/10.31249/rsm/2023.02.08>
6. Джан, Л., Чен, С. (2019). Цифровая экономика Китая: возможности и риски. *Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика*, 14(2), 275–303. <https://doi.org/10.17323/1996-78452019-02-11>
7. Новицкая, Т. Е. (2023). Агентность и отчуждение в условиях цифрового капитализма. *Труды БГТУ. Сер. 6. История, философия*, (1), 181–186. <https://doi.org/10.52065/2520-6885-2023-269-1-33>
8. Осколков, П. (2020). Феномен национализма: концептуализации и типологии. *Современная Европа*, (3), 108–116. <https://doi.org/10.15211/soveurope32020108116>
9. Паин, Э. А. (2023). Национализм под покровом стабильности: изучение латентных факторов дезинтеграции СССР (уроки брежневской эпохи). *Мир России*, 32(1), 87–108. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2023-32-1-87-108>
10. Харитонов, Ю. С., Савина, В. С., Паньини, Ф. (2021). Предвзятость алгоритмов искусственного интеллекта: вопросы этики и права. *Вестник Пермского университета. Юридические науки*, (53), 488–515. <https://doi.org/10.17072/1995-4190-2021-53-488-515>
11. Cardenal, A. S., Galais, C., Pérez-Montorol, M., & Aguilar, C. (2019). Digital Technologies and Selective Exposure: How Choice and Filter Bubbles Shape News Media Exposure. *The International Journal of Press/Politics*, 24(4), 465–486. <https://doi.org/10.1177/1940161219862988>
12. Falletti, E. (2023). Algorithmic Discrimination and Privacy Protection. *Journal of Digital Technologies and Law*, 1(2), 387–420. <https://doi.org/10.21202/jdtl.2023.16>
13. Fuchs, C. (2020). *Nationalism on the Internet: Critical theory and ideology in the age of social media and fake news*. New York; London: Routledge.

14. Kohl, U. (Ed.) (2017). *The net and the nation state: Multidisciplinary perspectives on internet governance*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
15. Miller-Idriss, C. (2018). *The extreme gone mainstream: Commercialization and far right youth culture in Germany*. Princeton: Princeton Univ. Press.

References

1. Anderson, B. (2016). *Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostranении natsionalizma* [Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism]. Moscow: Kuchkovo pole.
2. Badmatsyrenov, T. B., Tsydenov, A. B., & Khandarov, F. V. (2021). “Tret'e prostranstvo”, “ekho-kamery” i onlayn-soobshchestva: vosproizvodstvo politicheskikh ideologiy v sotsial'nykh setyakh [“Third space”, “echo-cameras” and online-communities: reproduction of political ideologies in social media]. *Politicheskaya nauka*, (1), 183–204. <https://doi.org/10.31249/poln/2021.01.08>
3. Cardenal, A. S., Galais, C., Pérez-Montorol, M., & Aguilar, C. (2019). Digital Technologies and Selective Exposure: How Choice and Filter Bubbles Shape News Media Exposure. *The International Journal of Press/Politics*, 24(4), 465–486. <https://doi.org/10.1177/1940161219862988>
4. Falletti, E. (2023). Algorithmic Discrimination and Privacy Protection. *Journal of Digital Technologies and Law*, 1(2), 387–420. <https://doi.org/10.21202/jdtl.2023.16>
5. Fuchs, C. (2020). *Nationalism on the Internet: Critical theory and ideology in the age of social media and fake news*. New York; London: Routledge.
6. Gorshkov, M. K., & Bagramov, E. A. (2020). “Novyy natsionalizm” i problema natsiy v traktovke amerikanskikh sotsial'nykh teoretikov [“New nationalism” and the issue of nations in the interpretation of American social theorists]. *Vestnik RUDN. Seriya: Sotsiologiya*, 20(4), 733–751. <https://doi.org/10.22363/2313-2272-2020-20-4-733-751>
7. Guseletov, B. P. (2023). Uspekhi ul'trapravnykh partiy na parlamentskikh vyborah v Shvetsii i Italii: prichiny i posledstviya [The success of far-right parties in parliamentary elections in Sweden and Italy: causes and consequences]. *Rossiya i sovremennyy mir*, (2), 122–135. <https://doi.org/10.31249/rsm/2023.02.08>
8. Kharitonova, Yu. S., Savina, V. S., & Pagnini, F. (2021). Predvzyatost' algoritmov iskusstvennogo intellekta: voprosy etiki i prava [Artificial intelligence's algorithmic bias: ethical and legal issues]. *Vestnik Permskogo universiteta. Yuridicheskie nauki*, (53), 488–515. <https://doi.org/10.17072/1995-4190-2021-53-488-515>
9. Kohl, U. (Ed.) (2017). *The net and the nation state: Multidisciplinary perspectives on internet governance*. Cambridge: Cambridge Univ. Press.
10. Miller-Idriss, C. (2018). *The extreme gone mainstream: Commercialization and far right youth culture in Germany*. Princeton: Princeton Univ. Press.
11. Novitskaya, T. E. (2023). Agentnost' i otchuzhdenie v usloviyakh tsifrovogo kapitalizma [Agency and alienation in the conditions of digital capitalism]. *Trudy*

BGTU. Ser. 6. *Istoriya, filosofiya*, (1), 181–186. <https://doi.org/10.52065/2520-6885-2023-269-1-33>

12. Oskolkov, P. (2020). Fenomen natsionalizma: kontseptualizatsii i tipologii [The nationalism phenomenon: conceptualization and typologies]. *Sovremennaya Evropa*, (3), 108–116. <https://doi.org/10.15211/soveurope32020108116>

13. Pain, E. A. (2023). Natsionalizm pod pokrovom stabil'nosti: izuchenie latentnykh faktorov dezintegratsii SSSR (uroki brezhnevskoy epokhi) [Nationalism Under the Cover of Stability: Exploring the Latent Factors of Soviet Disintegration (The Lessons of the Brezhnev Era)]. *Mir Rossii*, 32(1), 87–108. <https://doi.org/10.17323/1811-038X-2023-32-1-87-108>

14. Voronov, S. A., & Sidorov, I. A. (2021). Mekhanizmy poiskovoy sistemy Google, ispol'zuemye v informatsionnom protivoborstve [Google search engine mechanisms used in information warfare]. *Vestnik NGU. Seriya: Informatsionnye tekhnologii*, 19(1), 26–38. <https://doi.org/10.25205/1818-7900-2021-19-1-26-38>

15. Zhang, L., & Chen, S. (2019). Tsifrovaya ekonomika Kitaya: vozmozhnosti i riski [China's digital economy: opportunities and risks]. *Vestnik mezhdunarodnykh organizatsiy: obrazovanie, nauka, novaya ekonomika*, 14(2), 275–303. <https://doi.org/10.17323/1996-78452019-02-11>

Информация об авторе

Владимир Иванович Красиков, доктор философских наук, профессор, главный научный сотрудник центра научных исследований Всероссийского государственного университета юстиции (РПА Минюста России), Москва, Россия, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8850-5550>, e-mail: KrasVladIv@gmail.com

Information about the author

Vladimir Ivanovich Krasikov, Doctor of Philosophy, Professor, Chief Researcher at the Center for Scientific Research of the All-Russian State University of Justice (RPA of the Ministry of Justice of Russia), Moscow, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8850-5550>, e-mail: KrasVladIv@gmail.com
