

PRECEDENT PHENOMENA IN THE MEDIA: A TOOL FOR SHAPING PUBLIC OPINION IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN AND THE RUSSIAN FEDERATION

Tursunoy Muhiddinovna Parmonova
Chirchik State Pedagogical University
1st-Year Master's Student

Sandugash Erkinbekovna Kaldigozova
Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
South Kazakhstan State University named after Mukhtar Aueзов

Abstract

This article examines the role of precedent phenomena in shaping public opinion through the media in Russia and Uzbekistan.

Keywords: Precedent, phenomena, public opinion, mass media, identity, manipulation, patriotism, communication.

Introduction

ПРЕЦЕДЕНТНЫЕ ФЕНОМЕНЫ В СМИ: ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН И РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Турсуной Мухиддиновна Пармонова
Чирчикский государственный педагогический университет
Магистрант 1-го курса

Сандугаш Эркинбековна Калдигозова
Кандидат педагогических наук, доцент.
Южно-Казахстанский государственный университет имени Мухтара Ауэзова

Аннотация:

В данной статье рассматривается роль прецедентных феноменов в формировании общественного мнения через СМИ и социальные сети в Российской Федерации и в Республике Узбекистан.

Ключевые слова: Прецедентные, феномены, общественное мнение, СМИ, идентичность, манипуляция, патриотизм, коммуникация.



История использования языка в средствах массовой информации тесно связана с эволюцией общества и его информационных потребностей. Средства массовой информации (далее СМИ) всегда играли важнейшую роль в формировании общественного мнения, интерпретации социальных, политических и культурных событий. С развитием массовых коммуникаций и цифровых технологий влияние СМИ на общественное сознание значительно усилилось, создавая новые форматы взаимодействия с аудиторией и механизмы информационного воздействия.

Согласно данным, полученным из исследований Горбуновой Е.Н. и Пискун Я.В.: «Одним из ключевых элементов медиaprостранства являются прецедентные феномены – устойчивые культурные, исторические и общественные явления, обладающие высокой узнаваемостью и значимостью для широкой аудитории» [3].

В журналистике такие феномены служат важным инструментом нарративного конструирования и семантического кодирования информации. Они включают в себя исторические события (Вторая мировая война, Перестройка), общеизвестные цитаты («Железный занавес» У. Черчилля), культурные символы (серп и молот, доллар), а также знаковые фигуры (Ленин, Че Гевара). Такие элементы помогают журналистам формировать контекст, упрощать интерпретацию информации и воздействовать на эмоции аудитории.

В российских и узбекских СМИ прецедентные феномены играют схожие роли, хотя их использование обусловлено историческими и политическими реалиями каждой страны. В советское время СМИ служили мощным идеологическим инструментом, формируя коллективную идентичность через образы «великого вождя» (Ленина, Сталина) и слоганы типа «*Партия – ум, честь и совесть нашей эпохи*». После распада СССР медиаландшафт Российской Федерации изменился: прецедентные феномены стали использоваться более вариативно, отражая плюрализм мнений и политическую трансформацию общества. В Республике Узбекистан после обретения независимости СМИ сосредоточились на формировании национальной идентичности, активно используя образы исторических героев (Амир Темура), архитектурные символы (Регистан) и национальные традиции (Навроз) для укрепления суверенного имиджа страны.

Так, например, согласно мнению исследователя Абдуазимов О.У: «Амир Темура является одним из центральных прецедентных феноменов в узбекских СМИ. Его образ используется как символ национального величия, справедливости и стратегического гения. Цитаты правителя, такие как «*Сила в справедливости*», встречаются в официальных заявлениях, новостных материалах и образовательных программах, формируя патриотический дискурс» [1]. Мы же считаем, что Регистан также играет важную роль в медиaprостранстве: его изображения сопровождают репортажи о культурных событиях и туристическом потенциале Республики Узбекистан, подчеркивая преемственность традиций и величие исторического наследия.

Как отмечает Нахимова Е.А.: «В Российской Федерации среди наиболее значимых прецедентных феноменов остаётся память о Великой Отечественной войне. Подобный образ регулярно используется в СМИ для поддержания патриотических настроений,

особенно в преддверии государственных праздников и в контексте политических дискуссий. Символика победы и образы героев войны (Георгий Жуков, маршал Конев) создают эмоциональные маркеры, способствующие консолидации общества» [5]. Аналогичную роль в узбекском медиапространстве играет Ислам Каримов, первый президент страны, образ которого ассоциируется с независимостью, стабильностью и экономическим развитием.

Современные СМИ выполняют не только информативную, но и интерпретативную функцию. В рамках медиавоздействия используются различные риторические и семиотические стратегии, включая мифологизацию исторических личностей, конструирование героических нарративов и символическое кодирование событий. Например, в российских СМИ образ перестройки трактуется амбивалентно: с одной стороны, это символ демократических реформ, с другой – период экономической нестабильности. В Республике Узбекистан национальные СМИ активно работают над созданием позитивного имиджа страны через трансляцию культурных достижений и исторического наследия.

Прецедентные феномены выполняют несколько ключевых функций в СМИ:

I. Эмоциональное воздействие – использование символов, вызывающих сильные ассоциации и патриотические чувства.

Эмоциональное воздействие является одной из ключевых стратегий влияния на массовое сознание через средства массовой информации.

Использование прецедентных феноменов позволяет журналистам не только передавать информацию, но и формировать у аудитории определенные чувства – гордость, страх, ностальгию или патриотизм.

Одним из наиболее ярких примеров является использование символики Великой Отечественной войны в российских СМИ. Празднование Дня Победы сопровождается показом документальных фильмов, воспроизведением архивных кадров и распространением эмоциональных историй ветеранов. Что, в свою очередь, усиливает патриотические настроения и формирует чувство национального единства.

В Республике Узбекистан аналогичным образом используется образ Амира Темура, ассоциируемый с исторической мощью и справедливостью, а также способствует укреплению национального самосознания.

Современные технологии, включая искусственный интеллект и алгоритмы персонализированной подачи контента, позволяют еще более точно воздействовать на эмоции пользователей. Социальные сети используют аналитику поведенческих данных, чтобы подбирать контент, вызывающий максимальный отклик. Что может приводить к формированию эмоционально насыщенной информационной среды, в которой новости подаются с акцентом на страх, негодование или эйфорию, что влияет на поведение аудитории.

Таким образом, эмоциональное воздействие через СМИ является не просто способом привлечения внимания, но и мощным инструментом формирования общественного мнения. Журналисты, редакторы и политики активно используют эмоции для усиления



своей позиции, манипуляции восприятием событий и управления общественными настроениями.

II. Упрощение коммуникации. Одной из ключевых функций прецедентных феноменов в СМИ является упрощение коммуникации, позволяющее аудитории быстрее ориентироваться в информации.

В условиях огромного потока данных, поступающих ежедневно через традиционные и цифровые медиа, журналистам необходимо использовать проверенные методы, помогающие читателям и зрителям мгновенно распознавать смысл сообщений.

Прецедентные феномены, такие как известные исторические события, личности, символы и устойчивые выражения, выполняют роль когнитивных маркеров, сокращающих путь от получения информации до ее осмысления. Например, выражение «Железный занавес» моментально вызывает у аудитории ассоциации с противостоянием Востока и Запада в годы холодной войны, что делает ненужными дополнительные пояснения. Аналогично, упоминание «Перестройки» в российском медиапространстве сразу же задает контекст политических и экономических реформ конца 1980-х годов.

Использование общеизвестных символов и терминов в журналистике также позволяет создавать лаконичные и убедительные заголовки.

В политической риторике такие понятия, как «цветная революция» или «санкционное давление», не только передают суть событий, но и формируют определенные эмоциональные и идеологические коннотации.

В Республике Узбекистан, например, выражения, связанные с фигурой Амира Темура, сразу же апеллируют к национальному самосознанию, а упоминание «Великого шелкового пути» создает образы богатого исторического наследия страны.

В эпоху цифровых медиа упрощение коммуникации приобретает еще большее значение. Социальные сети и мессенджеры накладывают жесткие ограничения на объем контента, что приводит к необходимости сжатия смысла в короткие фразы, хештеги и мемы. Именно поэтому в современных СМИ широкое распространение получили визуальные и мультимедийные форматы – инфографика, короткие видеоролики, мемы и эмодзи, которые мгновенно передают необходимую информацию.

Таким образом, упрощение коммуникации через прецедентные феномены не только делает информацию более доступной и легко усваиваемой, но и усиливает ее воздействие. По сути, это важный инструмент как в традиционной журналистике, так и в новых цифровых форматах, позволяющий СМИ эффективно взаимодействовать с широкой аудиторией.

III. Политическая инструментализация СМИ – процесс целенаправленного использования информационных ресурсов для формирования общественного мнения, легитимации власти и продвижения идеологических установок. В подобном контексте прецедентные феномены играют ключевую роль, поскольку они позволяют политикам и государственным институтам апеллировать к историческим и культурным символам, вызывающим у аудитории устойчивые эмоциональные и когнитивные реакции.



Одним из наиболее распространенных методов политической инструментализации является использование исторических личностей и событий в государственных медиа. В Российской Федерации центральным элементом такой стратегии остается память о Великой Отечественной войне. Образ победы в войне используется для консолидации общества вокруг идеи сильного государства, а также для оправдания определенных политических решений, связанных с национальной безопасностью и международной политикой.

В Республике Узбекистан схожую роль играет фигура Амира Темура, который в государственном дискурсе представлен как символ мудрого правителя, военной мощи и национальной идентичности. В официальных СМИ его образ используется для укрепления патриотических чувств, а также для формирования представления о преемственности современной власти с великим историческим прошлым страны.

Политическая инструментализация также включает избирательное обращение к историческим событиям в зависимости от текущего политического курса. В Российской Федерации фигура Сталина в разные периоды трактовалась по-разному: в 1990-е годы его воспринимали как символ тоталитарного режима и массовых репрессий, тогда как в 2010-е годы в официальной риторике акцент стал смещаться на его роль в индустриализации и победе в войне. В Республике Узбекистан после обретения независимости государственные СМИ значительно сократили упоминания о советском прошлом, делая упор на национальные исторические фигуры и культурные достижения, чтобы подчеркнуть суверенитет страны.

Еще одним аспектом инструментализации является конструирование политических мифов – упрощенных и эмоционально насыщенных историй, которые используются для укрепления власти. Например, в российском медиапространстве активно используется концепция «суверенной демократии», подразумевающая особый путь развития страны, в отличие от западных демократий.

Во время выборов прецедентные феномены активно используются для создания благоприятного образа кандидатов. В Российской Федерации в предвыборных кампаниях часто апеллируют к историческим параллелям, сравнивая действующих лидеров с сильными государственными деятелями прошлого. В Республике Узбекистан риторика СМИ в такие периоды сосредоточена на достижениях власти и необходимости стабильности, что способствует формированию лояльного электората.

С развитием интернета политическая инструментализация расширилась, охватывая цифровые платформы, инфлюенсеров и целенаправленную рекламу.

IV. Культурная идентификация – это процесс формирования и укрепления национального самосознания через средства массовой информации.

Как отмечают исследователи Назарова Р.З. и Золотарев М.В.: «В подобном контексте прецедентные феномены играют ключевую роль, поскольку они создают основу для коллективной памяти, национальной гордости и ощущения принадлежности к определённой культурной общности. СМИ, используя культурные и исторические



символы, закрепляют традиции, укрепляют национальную идентичность и формируют представления общества о самом себе» [4].

Одним из важнейших механизмов культурной идентификации является обращение к историческим личностям и событиям, символизирующим национальное величие. В российских СМИ такими прецедентными феноменами являются Великая Отечественная война, Пётр I, Екатерина II, Александр Невский, Юрий Гагарин и другие. Их образы активно используются в образовательных передачах, документальных фильмах и новостных репортажах, формируя представление о Российской Федерации как о стране с богатым прошлым и великими свершениями.

В Республике Узбекистан центральное место в культурной идентификации занимает фигура Амира Темура. Государственные СМИ преподносят его как мудрого правителя и гениального полководца, подчёркивая его вклад в развитие государства. Кроме того, такие объекты всемирного наследия, как Самарканд, Бухара и Хива, часто фигурируют в информационной повестке как символы национального величия.

Язык является важнейшим элементом национальной идентичности, и его роль в СМИ трудно переоценить. В Российской Федерации русский язык выступает не только средством коммуникации, но и фактором единства многонациональной страны. Так, в Республике Узбекистан после обретения независимости произошёл переход от кириллического алфавита к латинскому, что было направлено на укрепление национальной идентичности и дистанцирование от советского прошлого. Узбекские СМИ активно поддерживают развитие и популяризацию узбекского языка, подчёркивая его значимость в образовательной и культурной среде.

Средства массовой информации активно используют национальные праздники и традиции для формирования коллективного самосознания. В Российской Федерации «День Победы 9 мая», «День народного единства» и «День России» подаются в СМИ как ключевые события, символизирующие историческое единство и преемственность поколений. В Республике Узбекистан аналогичную роль играет «Навруз» – праздник весеннего обновления, который преподносится в государственных СМИ как важнейший элемент национального культурного кода.

Кроме праздников, значимую роль играет традиционная культура: ремёсла, музыка, народные обряды. Узбекские СМИ широко освещают национальные танцы, кухню и прикладное искусство, подчёркивая их уникальность. В российских СМИ внимание уделяется казачьим традициям, народным промыслам и культурным фестивалям, что также способствует укреплению национальной идентичности.

В эпоху глобализации национальная идентичность сталкивается с рядом вызовов, среди которых влияние западной культуры, цифровизация и миграционные процессы. СМИ вынуждены балансировать между сохранением национальных традиций и адаптацией к новым культурным реалиям. В Российской Федерации и в Республике Узбекистан подобный процесс проявляется через поддержку национального кинематографа, литературы и музыки. Например, российские фильмы, посвящённые историческим событиям («Сталинград», «Т-34»), способствуют укреплению патриотизма, а узбекские



фильмы и сериалы, рассказывающие о великом прошлом страны, выполняют схожую функцию.

Цифровые медиа также вносят изменения в процесс культурной идентификации. Социальные сети позволяют людям активнее участвовать в обсуждении вопросов национальной культуры, однако одновременно способствуют проникновению западных ценностей. В ответ на это в Республике Узбекистан и в Российской Федерации растёт внимание к национальному контенту в интернете: появляются патриотические блогеры, развиваются онлайн-платформы, популяризирующие национальную культуру и язык.

Согласно утверждению исследователя Абдуазимова У.О.: «Использование прецедентных феноменов в СМИ также демонстрирует, как массовая коммуникация адаптируется к изменениям общественных настроений. В условиях цифровой эпохи медиаплатформы используют алгоритмы и большие данные, чтобы персонализировать подачу информации, усиливая эмоциональный отклик аудитории» [2].

Развитие социальных сетей привело к тому, что аудитория сама стала активным участником создания медиапотока. Мемы, вирусные цитаты и культурные символы обретают новую жизнь, становясь своеобразными прецедентными феноменами цифровой эпохи. Журналисты всё чаще используют подобные элементы для привлечения внимания и вовлечения аудитории.

Социальные сети не только расширили возможности для распространения информации, но и изменили саму природу журналистики.

Такие платформы, как Twitter, Facebook, Telegram и TikTok, стали альтернативными источниками новостей, где каждый пользователь может выступать в роли репортера, создавая контент в реальном времени. Что и привело к формированию феномена «гражданской журналистики» и увеличению влияния пользовательского контента на медиаповестку.

Алгоритмические ленты новостей и рекомендательные системы социальных сетей формируют индивидуализированные информационные пузыри, влияя на восприятие событий и формируя мнение аудитории. Что, в свою очередь, усиливает эффект «когнитивного туннеля», при котором люди получают информацию, подтверждающую их существующие убеждения, и реже сталкиваются с альтернативными точками зрения. С развитием цифровых технологий блогеры и инфлюенсеры начали конкурировать с традиционными СМИ, формируя общественные дискуссии и влияя на политическую повестку. В Российской Федерации и в Республике Узбекистан их активно используют для продвижения государственных нарративов и культурных ценностей, что усиливает влияние новых медиа на информационное пространство.

Прецедентные феномены остаются ключевым инструментом влияния в СМИ обеих стран. Они формируют общественное мнение, укрепляют национальную идентичность и способствуют социальной консолидации, демонстрируя сложные механизмы взаимодействия истории, культуры и медиаполитики.

Как отмечает исследователь Опарина Е.О.: «Прецедентные феномены в СМИ являются мощным инструментом влияния на массовое сознание, формируя восприятие истории, культуры и политической реальности» [6].



Мы считаем, что они помогают упрощать коммуникацию, усиливать эмоциональное воздействие и создавать прочные ассоциативные связи, способствуя формированию национальной идентичности и консолидации общества. В разных странах их использование варьируется в зависимости от политических и социальных контекстов, но везде они служат средством управления общественным мнением.

В Российской Федерации и в Республике Узбекистан СМИ активно используют исторические образы, национальные традиции и культурные символы для легитимации власти, поддержания патриотических настроений и продвижения государственных нарративов. Что, в свою очередь, проявляется как в традиционных медиа, так и в цифровом пространстве, где алгоритмы, социальные сети и инфлюенсеры усиливают влияние прецедентных феноменов. В условиях глобализации и информационных войн такая стратегия позволяет государствам сохранять контроль над общественными дискуссиями и укреплять национальную идентичность.

Использованная литература:

1. Абдуазимов О. У. Роль средств массовой информации в формировании общественного мнения (на примере Республики Узбекистан) // Вестник ПАГС. – 2015. – №4. (49). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-sredstv-massovoy-informatsii-v-formirovanii-obschestvennogo-mneniya-na-primere-respubliki-uzbekistan>
2. Абдуазимов О.У. Систематический подход к «Модели 4Т теории прессы» // Актуальные вопросы науки: материалы международного. научно-практической конференции. М., – 2013. – С. 89–95.
3. Е Н. Горбунова, Я В. Пискун Использование прецедентных феноменов в текстах СМИ // Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации. – 2020. – № XII. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-pretседentnyh-fenomenov-v-tekstah-smi>.
4. Назарова, Р. З., Золотарев, М. В. Прецедентные феномены: проблемы дефиниции и классификации прецедентных феноменов // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Филология. Журналистика. – 2015. – Т. 15, – №2. – С. 22.
5. Нахимова, Е.А. Прецедентные имена в массовой коммуникации. Екатеринбург., – 2007. – 207 с.
6. Опарина Е. О. Прецедентные феномены в современных дискурсах // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература: Реферативный журнал. – 2018. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/pretседentnye-fenomeny-v-sovremennyh-diskursah>.

