



УДК 32.019.51

<https://doi.org/10.26516/2073-3380.2025.52.103>

За пределами нейтральности: раскрытие идеологической ангажированности поисковых систем

Е. В. Храмова*

Казанский (Приволжский) федеральный университет, г. Казань, Российская Федерация

А. А. Мингазов

Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева – КАИ, г. Казань, Российская Федерация

Аннотация. Анализируется идеологическая ангажированность поисковых систем, влияющая на отбор, ранжирование и интерпретацию информации. В качестве эмпирической базы использованы результаты поисковых запросов в поисковых системах Google и «Яндекс» на русском, английском и турецком языках, что позволило выявить различия в структуре выдачи, доминирующих источниках и смысловых акцентах. Определены механизмы алгоритмической фильтрации контента и их связи с геополитическими и медиаполитическими процессами. Проведен сравнительный анализ информационной селекции, выявлены приоритетные категории источников и зафиксированы интерпретационные особенности ключевых понятий, связанных с концептами «мягкой силы», «умной силы», «гуманитарного сотрудничества» и «медийного влияния». Сделан вывод, что поисковые системы не являются нейтральными посредниками в распространении знаний, а функционируют в рамках институционально обусловленных дискурсов, формируя специфическую картину мира в зависимости от языка запроса и политической конъюнктуры.

Ключевые слова: поисковые системы, алгоритмическая фильтрация, медиаповестка, идеологическая ангажированность, информационное регулирование, «мягкая сила», медийное влияние.

Для цитирования: Храмова Е. В., Мингазов А. А. За пределами нейтральности: раскрытие идеологической ангажированности поисковых систем // Известия Иркутского государственного университета. Серия Политология. Религиоведение. 2025. Т. 52. С. 103–114. <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2025.52.103>

Original article

Beyond Neutrality: Unveiling the Ideological Bias of Search Engines

E. V. Khramova*

Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russian Federation

A. A. Mingazov

Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev – KAI, Kazan, Russian Federation

Abstract. This study examines the ideological bias of search engines and its impact on information selection, ranking, and interpretation. The empirical basis of the research consists of search results from Google and Yandex in Russian, English, and Turkish, allowing for the identification of differences in output structure, dominant sources, and semantic emphasis. The study aims to uncover the mechanisms of algorithmic content filtering and its connection to geopolitical and media policy processes. A comparative analysis of information selection was conducted, revealing the prioritization of certain categories of sources and the interpretative nuances of key concepts related to «soft power», «smart power», «humanitarian cooperation» and «media influence». The findings demonstrate that search engines are not neutral intermediaries in the dissemination of knowledge but operate within institutionally conditioned discourses, shaping a specific worldview depending on the language of the query and the prevailing political context.

Keywords: search engines, algorithmic filtering, media agenda, ideological bias, information regulation, soft power, media influence.

For citation: Khramova E.V., Mingazov A.A. Beyond Neutrality: Unveiling the Ideological Bias of Search Engines. *The Bulletin of Irkutsk State University. Series Political Science and Religion Studies*, 2025, vol. 52, pp. 103-114. <https://doi.org/10.26516/2073-3380.2025.52.103> (in Russian)

Введение

Структурируя доступ к знаниям, поисковые системы не просто предоставляют сведения, но и формируют картину мира, в которой одни явления получают акцентированное внимание, другие оказываются преднамеренно маргинализированы, а третьи – подвергнуты трансформации, соответствующей доминирующим нарративам. Будучи квинтэссенцией алгоритмического отбора, цифровые платформы взаимодействуют с массивами информации не в пассивном, но в конструктивном смысле: посредством ранжирования, модерации и фильтрации они задают тональность восприятия, определяя границы допустимого в дискурсивном пространстве [12].

Программные коды, управляя процессом поиска, выступают механизмом скрытого воздействия, встраиваясь в идеологические конструкции, транслируемые как корпоративными структурами, так и государственными институтами. Даже поверхностное рассмотрение принципов работы алгоритмов выдает очевидную тенденцию к приоритетному отображению ресурсов, коррелирующих с глобальной медиаповесткой, управляемой либо транснациональными корпорациями, либо национальными регуляторами, имеющими возможность встраивать ценностные критерии в параметры индексирования [13].

Алгоритмы поисковых систем функционируют на основе многослойной обработки данных, включающей семантический анализ текстов, поведенческие метрики пользователей и системы рейтинговых коэффициентов. Определяющими факторами в ранжировании становятся релевантность содержания, авторитетность источника и взаимодействие пользователей с конкретными ресурсами. Однако помимо стандартных метрик, включающих ссылочные показатели и плотность ключевых слов, поисковые системы применяют механизмы ценностной фильтрации, влияющие на интерпретацию выдачи. Данные механизмы основаны на редакционной политике платформы, законодательных ограничениях юрисдикции поисковика, а также алгоритмическом подавлении контента, не соответствующего определенным идеологическим установкам [11].

Селекция информации, производимая поисковыми платформами, основывается на стратегических установках, обеспечивающих соответствие результатов поисковых запросов определенной системе координат [2]. Автоматизированные алгоритмы, работая по принципу многослойного анализа, включающего семантическое сопоставление, анализ пользовательского поведения и систему рейтинговых коэффициентов, формируют специфическую экосистему, в которой механизмы видимости контента становятся инструментом, предопределяющим общественные дискуссии [7].

Сложно переоценить роль информационного пространства как среды, в которой осуществляется воспроизводство смыслов, необходимых для поддержания международного влияния [10]. В рамках концепции «мягкой силы», подразумевающей использование культурных, образовательных и информационных ресурсов в целях ненасильственного воздействия на массовое сознание, поисковые платформы оказываются ключевым элементом инфраструктуры глобального контроля над нарративами.

Специфика их функционирования позволяет формировать предпочтения аудитории, а также аккумулировать, фильтровать и модифицировать сведения в соответствии с установленными критериями релевантности. Подобная структура информационного управления превращает поисковые системы в своеобразные векторы смыслопорождения, в рамках которых происходит перераспределение семантических доминант [5]. Особенно показательно это проявляется в вопросах, касающихся международных отношений: понятия, связанные с культурной экспансией, гуманитарным сотрудничеством и медиаприсутствием, в зависимости от языковой среды и политической конъюнктуры приобретают различные оттенки [4].

Отказавшись от иллюзии абсолютной объективности алгоритмов, становится очевидным, что поисковые системы функционируют в рамках той или иной идеологической парадигмы, сознательно или неявно ориентируясь на ценностные установки, заложенные в их структуры [1]. Ангажированность поиска проявляется в нескольких плоскостях: от приоритетного отображения официальных источников, в зависимости от геолокации пользователя, до скрытых механизмов исключения нежелательных ресурсов из индексации [3]. Наиболее очевидный аспект идеологической фильтрации – алгоритмическое подавление контента, который не соответствует редакционной политике платформы или требованиям национального законодательства [6]. Следует отметить, что данный процесс носит стратегический характер, поскольку в его основе лежат механизмы мягкого регулирования, включающие искусственное снижение видимости отдельных ресурсов, изменение алгоритмов рекомендательных систем и приоритетизацию определенных категорий источников.

Другой уровень ангажированности связан с механизмом персонализации поиска, создающим так называемые информационные пузыри, в которых пользователь получает не объективную картину мира, а интерпретированную через призму его предшествующих запросов [9]. Алгоритмы машинного обучения, анализируя поведенческие паттерны, предлагают пользовате-

лю информацию, наиболее соответствующую его предыдущим интересам, тем самым формируя замкнутую информационную среду, в которой альтернативные точки зрения оказываются вытесненными на периферию [6].

В этой связи изучение поисковых систем как инструментов не просто предоставления информации, но и ее стратегической селекции приобретает особую значимость. В отличие от социальных сетей, где потребление информации носит преимущественно персонализированный характер и зависит от индивидуальных предпочтений пользователя, поисковые системы выполняют функцию первичной селекции знаний, определяя, какие источники будут доступны в ответ на заданный запрос. Данный аспект особенно важен в контексте политической ангажированности, поскольку алгоритмы поиска формируют границы медиаповестки, ограничивая видимость определенных интерпретаций [14]. В отличие от социальных сетей, где информационный поток строится на механизмах подписки и алгоритмического продвижения контента, поисковые системы выступают институциональными медиаторами, задающими структуру доступной информации. Поиск, организованный алгоритмами, становится не зеркалом реальности, а ее интерпретатором, предлагающим пользователю не хаотичный массив данных, а целенаправленно сформированный нарратив, выстроенный в соответствии с принципами цифрового управления знаниями [8].

Таким образом, теоретическое осмысление проблемы ангажированности поисковых систем выявляет их глубинную роль в формировании общественных дискурсов, задавая контуры для последующего эмпирического исследования, которое позволит количественно измерить степень влияния алгоритмической селекции на восприятие политических и культурных процессов.

Материалы и методы

Анализ поисковой выдачи, будучи эмпирически обоснованным методом выявления механизмов информационной селекции, требует выработки четких критериев оценки, позволяющих зафиксировать ключевые закономерности алгоритмической фильтрации данных. В настоящей работе поисковые запросы были сформированы с учетом их релевантности для исследования концептов «мягкой силы», «умной силы», «гуманитарного сотрудничества» и «медийного влияния» России в Турции, поскольку именно эти категории представляют собой наиболее значимые показатели реализации информационно-коммуникационной стратегии государств в международном пространстве.

Для обеспечения сопоставимости данных был использован сравнительный метод, предполагающий введение идентичных запросов в двух поисковых системах – Google и Яндекс, представляющих собой, соответственно, глобальный и регионально ориентированный механизмы обработки информации. Запросы вводились на трех языках (русском, английском и турецком), что позволило выявить различия в приоритетности источников и зафиксировать интерпретационные особенности представления информации в зависимости от языкового и геополитического контекста.

Выбор Турции в качестве объекта анализа обусловлен несколькими факторами. В отличие от Китая, где действует жесткая система государ-

ственной цензуры и альтернативные поисковые системы фактически отсутствуют, турецкое медиапространство представляет собой гибридную модель, в которой пересекаются как западные, так и национальные дискурсы. Упомянутый фактор делает Турцию особенно интересным кейсом, поскольку она одновременно находится в сфере влияния западных цифровых платформ и ведет активную политику внутреннего медиарегулирования. Сравнение российского и турецкого медиапространства позволяет выявить закономерности адаптации международных нарративов, их трансформации в зависимости от юрисдикции поисковика и языка запроса.

Исследование опиралось на контент-аналитический метод, предполагающий фиксирование первых 10 результатов поисковой выдачи по каждому запросу. В процессе анализа оценивались следующие параметры:

1. Тип источника: государственные СМИ (официальные новостные агентства, федеральные телеканалы); независимые СМИ (частные медиаресурсы, аналитические платформы); западные аналитические центры и исследовательские организации; турецкие национальные источники (государственные и независимые).

2. Тональность подачи информации: нейтральное описание (аналитический или новостной формат); позитивная оценка (акцент на эффективности стратегии); критическая интерпретация (подчеркивание рисков и угроз).

3. Алгоритмические особенности: различия в выдаче по языкам (русский, английский, турецкий); преобладание определенных типов источников в зависимости от системы поиска; исключение или минимизация присутствия конкретных ресурсов.

4. Сбор данных осуществлялся в условиях «чистого поиска» – без авторизации в аккаунтах Google и «Яндекс», с использованием режима инкогнито и VPN-подключения для моделирования доступа из различных стран, что позволило минимизировать влияние персонализированных алгоритмов, обеспечивая относительную объективность выборки.

Результаты

Проведенный анализ поисковых запросов в системах Google и «Яндекс» на русском, английском и турецком языках позволил выявить ряд устойчивых закономерностей, касающихся механизмов селекции информации, структуры источников и смысловой интерпретации ключевых понятий. Результаты исследования показывают, что алгоритмическое ранжирование отражает более сложные процессы, связанные с информационной политикой, медиаприоритетами и геополитическим контекстом.

Сопоставление данных поисковой выдачи продемонстрировало значительные различия в том, какие ресурсы занимают верхние позиции, какие акценты расставляются в интерпретации понятий «мягкой силы», «умной силы», «гуманитарного сотрудничества», «медийного влияния», а также какие риторические стратегии преобладают в различных языковых сегментах. В ряде случаев наблюдается явное смещение фокуса в сторону официальных источников, тогда как в других контекстах поисковики отдают приоритет аналитическим материалам, публикуемым независимыми экспертными центрами.

Результаты исследования представлены в двух таблицах: первый массив данных иллюстрирует количественные различия в поисковой выдаче, фиксируя соотношение различных типов источников и их тональность (табл. 1), тогда как второй аналитический блок раскрывает ключевые концепты, наиболее часто встречающиеся в результатах поиска (табл. 2).

Таблица 1

Сравнительный анализ поисковой выдачи

Запрос	Язык	Google – источники и тональность	«Яндекс» – источники и тональность
«Мягкая сила» России в Турции	Русский	ГосСМИ, нейтральная	ГосСМИ, нейтральная
	Английский	Западные аналитические центры, критическая	Российские и западные источники, нейтральная
	Турецкий	Турецкие СМИ, позитивная	Турецкие и российские источники, нейтральная
Стратегия «умной силы» России	Русский	ГосСМИ и независимые СМИ, нейтральная	ГосСМИ, нейтральная
	Английский	Западные аналитические центры, критическая	Российские и западные источники, смешанная
	Турецкий	Турецкие СМИ, нейтральная	Турецкие и российские источники, нейтральная
Гуманитарное сотрудничество России и Турции	Русский	ГосСМИ, позитивная	ГосСМИ, позитивная
	Английский	Западные аналитические центры, нейтральная	Российские и западные источники, нейтральная
	Турецкий	Турецкие СМИ, позитивная	Турецкие и российские источники, позитивная
Медийное влияние России в Турции	Русский	ГосСМИ и независимые СМИ, нейтральная	ГосСМИ, нейтральная
	Английский	Западные аналитические центры, критическая	Российские и западные источники, смешанная
	Турецкий	Турецкие СМИ, нейтральная	Турецкие и российские источники, нейтральная

Таблица 2

Частотность ключевых понятий в поисковой выдаче Google и «Яндекс»

Запрос	Язык	Google – частые термины	«Яндекс» – частые термины
«Мягкая сила» России в Турции	Русский	Культурное влияние, дипломатия	Стратегическое партнерство, туризм
	Английский	Russian propaganda, cultural diplomacy	Soft power, партнерские программы
	Турецкий	Kültürel işbirliği, diplomasi	Stratejik ortaklık, eğitim
Стратегия «умной силы» России	Русский	Внешнеполитическая стратегия, влияние	Национальные интересы, безопасность
	Английский	Smart power, hybrid influence	Информационное влияние, международные институты
	Турецкий	Stratejik etki, güvenlik politikaları	Ortak savunma stratejileri, dış politika

Окончание табл. 2

Запрос	Язык	Google – частые термины	«Яндекс» – частые термины
Гуманитарное сотрудничество России и Турции	Русский	Гуманитарная помощь, социальные проекты	Образование, культурный обмен
	Английский	Humanitarian aid, Russia-Turkey cooperation	Социальные инициативы, партнерство
	Турецкий	İnsani yardım, eğitim projeleri	Sosyal destek programları, kültürel etkileşim
Медийное влияние России в Турции	Русский	Информационная политика, медиаприсутствие	Государственные СМИ, цифровая дипломатия
	Английский	Russian disinformation, propaganda	Russia Today, стратегические коммуникации
	Турецкий	Rus medya etkisi, dijital medya	Haberleşme stratejileri, medya manipülasyonu

Исходя из результатов, русскоязычный сегмент характеризуется доминированием государственных СМИ, что указывает на высокий уровень институционального контроля над информационным пространством. Независимо от тематики запросов тональность преимущественно нейтральная или позитивная, а акценты смещены в сторону дипломатического и гуманитарного взаимодействия. В англоязычной выдаче Google преобладают западные аналитические центры, интерпретирующие «умную силу» и «медийное влияние» через призму геополитического соперничества и стратегического влияния. В отличие от этого «Яндекс» предлагает более сбалансированную выдачу, сочетая российские и западные источники. Турецкоязычный сегмент демонстрирует баланс между национальными и международными ресурсами, акцентируя внимание на экономическом сотрудничестве и образовательных инициативах.

Поисковые системы селективно формируют смысловую картину, адаптируя результаты под региональные медиадискурсы. Один и тот же запрос на разных языках дает различные интерпретации явлений. Google в англоязычном сегменте демонстрирует идеологическую фильтрацию, ориентируясь на критический анализ российского влияния, особенно в вопросах «мягкой силы» и «медийного присутствия». Яндекс в русскоязычном пространстве подчеркивает официальную позицию, продвигая государственные медиаресурсы и минимизируя присутствие альтернативных интерпретаций. Турецкий сегмент сохраняет гибкость, что указывает на самостоятельную информационную стратегию государства, не склонного к жесткой модерации поисковых алгоритмов.

Поисковые системы активно участвуют в формировании восприятия информации. Русская выдача так или иначе контролируется государственными структурами, что создает предсказуемую картину медиаприоритетов. Англоязычный Google ориентирован на геополитический нарратив, смещая акценты в сторону международных вызовов. Турецкоязычный сегмент сохраняет баланс, позволяя сосуществовать различным интерпретациям. Таким

образом, можно заключить, что алгоритмы поиска выступают механизмом смысловой фильтрации, формирующим восприятие международных процессов.

Из табл. 2 видно, что в русскоязычном сегменте Google доминируют категории, ориентированные на культурное влияние, дипломатические стратегии и социальные проекты, что формирует образ России как гуманитарного актора, использующего мягкие формы внешнеполитического присутствия. В «Яндекс», напротив, фокус смещается в сторону национальных интересов, стратегического партнерства и безопасности, что подчеркивает приоритет концепции государственного суверенитета и укрепления позиций России в международной системе.

Анализ англоязычной выдачи показывает резкие смысловые расхождения. В Google акцент сделан на терминах, имеющих критический или настроенный оттенок – *propaganda*, *hybrid influence*, *disinformation*, свидетельствующих о тенденции к восприятию российской политики через призму информационного противостояния и стратегического давления. Яндекс, напротив, балансирует между двумя риторическими моделями, включая в выдачу как категории, связанные с международными институтами и культурным обменом, так и термины, касающиеся стратегических аспектов взаимодействия.

Турецкоязычная медиасреда указывает на более прагматичную структуру смыслов, в которой ключевые концепты связаны с образованием, экономическим сотрудничеством и культурными связями, что указывает на высокий уровень адаптации поисковых систем к локальным информационным запросам. При этом в Google преобладают понятия, относящиеся к стратегической безопасности и дипломатии, тогда как в Яндексе можно наблюдать уклон в сторону медиаприсутствия, стратегических коммуникаций и цифровой дипломатии.

Особенно показательно различие в интерпретации понятий, связанных с медийным влиянием. Англоязычный Google подчеркивает аспекты информационной борьбы, вводя в выдачу концепты пропаганды и дезинформации, создавая тем самым устойчивую ассоциативную связь между медийным присутствием России и инструментализацией информационных потоков. В «Яндекс», напротив, медиаповестка представлена через концепции цифровой дипломатии и стратегического присутствия, что свидетельствует о конструктивном позиционировании роли российских медиа в международном пространстве.

Обсуждение

Выявленные различия в структуре поисковой выдачи демонстрируют, что алгоритмы ранжирования формируют сложную систему смысловой фильтрации, в рамках которой определенные нарративы получают приоритетное освещение, тогда как другие подвергаются модификации или исчезают с передовых позиций. Учитывая различия в языковых сегментах, очевидно, что поисковые системы адаптируют контент в соответствии с доминирующими информационными стандартами конкретного региона, что подчеркивает селективный характер автоматизированного поиска.

Русскоязычная среда, представленная в обеих системах, демонстрирует преимущественное присутствие государственных медиаресурсов, что свидетельствует о высоком уровне централизованного контроля над информационными потоками. Англоязычная поисковая выдача в Google, напротив, демонстрирует иную структуру информационного отбора. Доминирование аналитических центров, ориентированных на концепты стратегического влияния, гибридных методов и информационного давления, говорит о том, что алгоритмы Google интегрированы в более широкую систему смыслового кодирования, в рамках которой Россия воспринимается через призму геополитического противостояния. Турецкоязычный сегмент, в отличие от англоязычного и русскоязычного, показывает гибкость, обусловленную спецификой национальной медиасистемы, в которой отсутствует жесткая привязка к одному доминирующему информационному полю.

Сопоставление результатов указывает, что различия в поисковой выдаче нельзя свести исключительно к алгоритмическим особенностям работы систем. Процесс отбора и ранжирования информации включает в себя многоуровневые механизмы, взаимодействующие с региональными медиаструктурами, что формирует уникальные модели восприятия внешнеполитических процессов. Важно отметить, что адаптивность поисковых алгоритмов, проявляющаяся в зависимости от языка запроса, делает невозможным восприятие поисковых систем как нейтральных посредников в распространении знаний.

Одним из ключевых аспектов выявленных различий становится факт, что даже идентичные термины, будучи введенными на различных языках, порождают смысловые вариации, отражающие укорененные дискурсивные модели, в которых функционирует медиасреда конкретного языка. В этой связи важно учитывать, что медиаприсутствие в цифровом пространстве формируется за счет количественного доминирования определенных источников, а также за счет смыслового кодирования, которое происходит в процессе автоматизированного отбора контента.

Ограничения данного исследования связаны с динамической изменчивостью поисковых алгоритмов и с возможным влиянием персонализированных факторов, которые, даже будучи минимизированными с использованием режима инкогнито, могут оказывать влияние на формирование выдачи. Будущие исследования могли бы расширить рамки анализа, включив дополнительные поисковые системы.

Заключение

Проведенный анализ подтверждает, что поисковые системы, вопреки представлению о нейтральности алгоритмов, активно влияют на формирование медиаповестки, определяя преобладающие нарративы и ограничивая распространение альтернативных интерпретаций. Различия в поисковой выдаче на русском, английском и турецком языках указывают на то, что алгоритмы ранжирования подстраиваются под институциональные и геополитические условия. В англоязычном сегменте преобладают аналитические центры, представляющие российское влияние через призму стратегического со-

перничества, тогда как в русскоязычной среде государственные медиаресурсы занимают ведущие позиции, укрепляя официальные интерпретации. Турецкоязычный сегмент сохраняет баланс, сочетая национальные и международные источники, что отражает его информационную гибкость.

Выявленные закономерности показывают, что алгоритмическое управление видимостью контента делает поисковые системы инструментом смысловой фильтрации, формирующим восприятие политических и культурных процессов. Персонализированные результаты и стратегическая селекция источников создают уникальные когнитивные модели, в которых пользователю предоставляется не просто информация, а ее интерпретированная версия, адаптированная к существующим медиадискурсам. В этом контексте изучение влияния алгоритмов на информационное поведение приобретает особую значимость, поскольку в цифровую эпоху доступность знания определяется как содержанием запроса, так и программируемыми механизмами смыслового регулирования.

Список литературы

1. Болотнов А. В. О некоторых закономерностях формирования информационных волн в современном медиадискурсе // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2017. № 11 (188). С. 46–52.
2. Болотнова Н. С. Методики смыслового и лингвопрагматического анализа медиатекста. М. : Флинта, 2019. 156 с.
3. Гайдаренко В. А. Концептуально-идеологическое пространство современного медийного дискурса // Инновации и инвестиции. 2023. № 1. С. 142–146.
4. Дейк Т. А. ван. Дискурс и власть: Репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М. : ЛИБРОКОМ, 2013. 344 с.
5. Добросклонская Т. Г. Медиалингвистика: теория, методы, направления. М. : КДУ, 2020. 180 с.
6. Каминченко Д. И. Политическая медиаповестка дня: эмпирический анализ новостных заголовков // Via in Tempore. История. Политология. 2022. № 49 (3). С. 677–689.
7. Колозариди П. В. Интернет будущего: чем они могут быть для гражданского общества // Сканирование горизонтов: роль информационных технологий в будущем гражданского общества. 2020. № 1. С. 173–195.
8. Кушнерук С. Л. Развитие теории когнитивно-дискурсивного миромоделирования за рубежом и в России // Вопросы когнитивной лингвистики. 2018. № 4. С. 115–125.
9. Москвитина Т. Н. Свойства и функции ключевых слов в различных типах дискурса // Когнитивные исследования языка. 2022. № 2 (49). С. 70–75.
10. Паризер Э. За стеной фильтров. Что Интернет скрывает от вас. М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. 304 с.
11. Савенко А. Г., Шерстнев А. С. Модели и алгоритмы для адаптивного поиска в информационно-поисковых системах // Веснік сувязі. 2022. № 1. С. 47–53.
12. Тимофеева Л. Н. Новая социальность в информационной повестке дня: роль старых и новых медиа // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: История. Политология. Социология. 2020. № 2. С. 64–69.
13. Чернавский М. Ю. Технологии социального насилия : монография. М. : Перо, 2024. 270 с.
14. Armbrorst A. Thematic Proximity in Content Analysis // SAGE Open. 2017. Vol. 7, Iss. 2. P. 1–11.

References

1. Bolotnov A.V. O nekotorykh zakonomernostyakh formirovaniya informatsionnykh voln v sovremennom mediadiskurse [On Certain Regularities of the Formation of Information Waves in

- Modern Media Discourse]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2017, no. 11 (188), pp. 46-52. (in Russian)
2. Bolotnova N.S. *Metodiki smyslovogo i lingvopragmaticeskogo analiza mediateksta* [Methods of Semantic and Linguopragmatic Analysis of Media Text]. Moscow, Flinta Publ., 2019. 156 p. (in Russian)
 3. Gaidarenko V.A. Kontseptual'no-ideologicheskoe prostranstvo sovremennogo mediynogo diskursa [Conceptual and Ideological Space of Modern Media Discourse]. *Innovatsii i investitsii*, 2023, no. 1, pp. 142-146. (in Russian)
 4. Dijk T.A. van. *Diskurs i vlast: reprezentatsiya dominorovaniya v yazyke i kommunikatsii* [Discourse and Power: Representation of Domination in Language and Communication]. Moscow, Librokom Publ., 2013, 344 p. (in Russian)
 5. Dobrosklonskaya T.G. *Medialingvistika: teoriya, metody, napravleniya* [Medialinguistics: Theory, Methods, and Directions]. Moscow, KDU, 2020. 180 p. (in Russian)
 6. Kaminchenko D.I. Politicheskaya mediapovestka dnya: empiricheskiy analiz novostnykh zagolovkov [Political Media Agenda: Empirical Analysis of News Headlines]. *Via in Tempore. Istoriya. Politologiya*, 2022, no. 49 (3), pp. 677-689. (in Russian)
 7. Kolozaridi P.V. Internety budushchego: chem oni mogut byt dlya grazhdanskogo obshchestva [The Internets of the Future: What They Can Be for Civil Society]. *Skanirovanie gorizontov: rol informatsionnykh tekhnologiy v budushchem grazhdanskogo obshchestva*, 2020, no. 1, pp. 173-195. (in Russian)
 8. Kushneruk S.L. Razvitie teorii kognitivno-diskursivnogo miromodelirovaniya za rubezhom i v Rossii [The Development of Cognitive-Discursive World Modeling Theory Abroad and in Russia]. *Voprosy kognitivnoy lingvistiki*, 2018, no. 4, pp. 115-125. (in Russian)
 9. Moskvitina T.N. Svoystva i funktsii klyuchevykh slov v razlichnykh tipakh diskursa [Properties and Functions of Keywords in Different Types of Discourse]. *Kognitivnye issledovaniya yazyka*, 2022, no. 2 (49), pp. 70-75. (in Russian)
 10. Parizer E. *Za stenoy filtrov. Chto Internet skryvaet ot vas* [The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You]. Moscow, Alpina Business Books, 2012, 304 p. (in Russian)
 11. Savenko A.G., Sherstnev A.S. Modeli i algoritmy dlya adaptivnogo poiska v informatsionno-poiskovykh sistemakh [Models and Algorithms for Adaptive Search in Information Retrieval Systems]. *Vestnik svyazi*, 2022, no. 1, pp. 47-53. (in Russian)
 12. Timofeeva L.N. Novaya sotsialnost v informatsionnoy povestke dnya: rol starykh i novykh media [New Sociality in the Information Agenda: The Role of Old and New Media]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Istoriya. Politologiya. Sotsiologiya*, 2020, no. 2, pp. 64-69. (in Russian)
 13. Chernavskiy M.Yu. *Tekhnologii sotsialnogo nasiliya: monografiya* [Technologies of Social Violence: Monograph]. Moscow, Pero Publ., 2024. 270 p. (in Russian)
 14. Armbrorst A. Thematic Proximity in Content Analysis. *SAGE Open*, 2017, vol. 7, iss. 2, pp. 1-11.

Сведения об авторах

Храмова Евгения Валерьевна

кандидат политических наук, доцент,
кафедра международных отношений,
мировой политики и дипломатии, Институт
международных отношений, истории и
востоковедения
Казанский (Приволжский) федеральный
университет Российская Федерация, 420008,
г. Казань, ул. Кремлевская, 18
e-mail: eugenlic@mail.ru
ORCID 0000-0001-7281-8731

Information about the authors

Khramova Evgenia Valerievna

Candidate of Sciences (Political Science),
Associate Professor, Department of
International Relations, World Politics and
Diplomacy, Institute of International Relations,
History and Oriental Studies
Kazan (Volga Region) Federal University
18, Kremlevskaya st., Kazan, 420008, Russian
Federation
e-mail: eugenlic@mail.ru
ORCID 0000-0001-7281-8731

Мингазов Альмир Алмазович*помощник ректора**Казанский национальный исследовательский
технический университет**им. А. Н. Туполева–КАИ**Российская Федерация, 420111, г. Казань,**ул. К. Маркса, 10**e-mail: need2go4night@gmail.com**ORCID 0009-0003-8721-4449***Mingazov Almir Almazovich***Rector's Assistant**Kazan National Research Technical University**named after A.N. Tupolev–KAI**10, K. Markx st. Kazan, 420111,**Russian Federation**e-mail: need2go4night@gmail.com**ORCID 0009-0003-8721-4449*

Статья поступила в редакцию **07.02.2025**; одобрена после рецензирования **09.03.2025**; принята к публикации **02.05.2025**
The article was submitted **February, 07, 2025**; approved after reviewing **March, 09, 2025**; accepted for publication **May, 02, 2025**