УДК 316.77:774

КОНСТРУИРОВАНИЕ ОБРАЗА НАЦИОНАЛЬНОГО УСПЕХА В МЕДИАДИСКУРСЕ: НАРРАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ОСВЕЩЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНЫХ МЕГАПРОЕКТОВ

Степанова С.Б., студентка 2 курса факультета строительства и эксплуатации зданий и сооружений
Научный руководитель - Кириллов В.А., преподаватель
Уральский колледж строительства, архитектуры и предпринимательства

Ключевые слова: *медиатизация, мегапроекты, национальный успех, нарративные стратегии, инфраструктура, семиотика.*

Статья исследует медиатизацию строительных мегапроектов как стратегию формирования образа национального успеха. На основе семиотического анализа и кейсов (Крымский мост, ЧМ-2018) выявляются ключевые нарративные модели, инструменты и риски данного процесса.

Введение. В современном публичном пространстве масштабные инфраструктурные объекты трансформировались из сугубо инженерных предприятий в мощные медийные события. Вокруг них целенаправленно конструируются нарративы национального развития, технологического суверенитета и общественного единства. Этот процесс «медиатизация строительных мегапроектов» представляет собой стратегическую форму коммуникации, в которой материальный объект и его символический медиаобраз неразрывно связаны.

Актуальность исследования обусловлена возрастающей ролью инфраструктурного имиджа страны в глобальной конкуренции, а также необходимостью понимания механизмов формирования коллективной идентичности в эпоху цифровых медиа [1, с. 124]. На примерах таких объектов, как Крымский мост и стадионы ЧМ-2018, видно, как медиалегитимация превращает сложные инженерные задачи в осязаемые символы национального успеха и прогресса [2, с. 60].

Теоретический фундамент анализа образует междисциплинарный синтез медиаисследований, семиотики и

политической коммуникации. Ключевой является концепция медиатизации С. Хьярварда, описывающая процесс адаптации социальных институтов и практик к логике медиа, что в случае мегапроектов означает их изначальную ориентацию на производство масштабного медиасобытия [7].

Семиотический подход, восходящий к традиции Ю. Лотмана, позволяет рассматривать инфраструктурный объект как «текст культуры», который наделяется в публичном дискурсе символическими значениями (связь, преодоление, целостность) [5, с. 42]. Дополнительной рамкой служит теория «мягкой силы» (Дж. Най), в которой успешный мегапроект трактуется как ресурс формирования привлекательного национального имиджа и доказательство государственных компетенций [1, с. 128].

Методология исследования включает семиотический анализ медиатекстов для деконструкции смыслов и метод case-study, позволяющий детально изучить механизмы медиакоммуникации на конкретных примерах (Крымский мост, объекты ЧМ-2018).

Конструирование образа мегапроекта осуществляется через многоканальную коммуникационную стратегию, интегрирующую инструменты от традиционных до цифровых.

1. Официальные каналы и коммуникация. Ключевую роль играют церемонии с участием первых лиц государства (закладка камня, торжественный пуск) [2, с. 65]. Пресс-туры и интервью с инженерами персонализируют проект.

• Цифровые и иммерсивные технологии. Для визуализации прогресса и масштаба активно используются трансляции с дронов, 3D-анимации и цифровые двойники (BIM-модели), а также таймлапс-видео.

• Документальное кино и сериалы. Производство полнометражных фильмов (напр., «Крымский мост. Сделано с любовью!») выстраивает эпическое повествование, сочетающее хроники преодоления трудностей с историями личного героизма, закрепляя проект в культурной повестке [5, с. 48].

• Социальные сети и вовлечение аудитории. Интерактивные практики создают эффект соучастия, трансформируя пассивного зрителя в символического «соавтора» национального успеха.

Результаты исследования. Анализ конкретных кейсов демонстрирует, как медиастратегии гибко адаптируются к политическому и символическому контексту проекта для конструирования различных образов национального успеха.

Медиатизация опирается на устойчивые смысловые стратегии, синергетически превращающие технический отчёт в полотно национального успеха:

• Историческое преодоление и возрождение. Проект связывается с историческим контекстом.

• Технологический суверенитет и рывок. Акцент на использовании уникальных отечественных разработок.

• Консолидация и общее дело. Эта стратегия работает на социальную сплочённость [2, с. 72].

• Геополитическое позиционирование и мягкая сила [6].

Интенсивная медиатизация, помимо очевидных преимуществ, порождает значимые проблемы, способные подорвать публичное доверие: расхождение между медиаобразом и реальностью («эффект фасада»); инфляция смысла и перегрузка патриотическим контентом; этические дилеммы и подавление альтернативных дискурсов; риск «демонстрации неудачи».

Выводы. Таким образом, медиатизация строительных мегапроектов представляет собой не побочный продукт, а стратегическое ядро их реализации в современном обществе, превращая инженерные задачи в мощные символические ресурсы национального успеха. Перспективы развития данного феномена будут определяться двумя взаимосвязанными тенденциями:

Во-первых, продолжится углубление цифровизации медиаинструментария с использованием иммерсивных технологий (VR/AR) и интерактивных data-платформ на основе цифровых двойников (BIM), усиливающих эффект присутствия и соучастия.

Во-вторых, ожидается переход от универсальных нарративов к более сегментированным и адресным медиастратегиям, учитывающим запросы разных аудиторных групп. Будущее медиатизации мегапроектов лежит на пересечении передовых строительных технологий и сложных медиакоммуникаций, открывая новые возможности и вызовы как для отрасли, так и для исследователей.

Библиографический список:

1. Глазунова О.Н., Иванов А.В. Мегапроекты как инструмент формирования национальной идентичности в цифровую эпоху // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2023. – № 2. – С. 124–143.

2. Колесниченко А.В., Пронина Е.Е. Инфраструктурные объекты в медиадискурсе: стратегии репрезентации и символическое значение // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. – 2022. – № 5. – С. 58–89.

3. Петрова М.А. Архитектура и медиа: конструирование образов будущего в публичном пространстве. – СПб.: Изд-во «Алетейя», 2024. – 216 с.

4. Смирнов С.В. Политическая экономия мегапроектов: от стройки к медиа-событию // Полис. Политические исследования. – 2023. – № 4. – С. 108–125.

5. Флиер А.Я. Культурные коды строительных мегапроектов: семиотический анализ // Обсерватория культуры. – 2024. – Т. 21, № 1. – С. 40–55.

6. Flyvbjerg B. The Oxford Handbook of Megaproject Management. – Oxford: Oxford University Press, 2023. – 512 p.

7. Hjarvard S., Christensen M.Y. The Mediatization of Culture and Society: Theory and Dimensions. – London: Routledge, 2024. – 210 p.

CONSTRUCTING THE IMAGE OF NATIONAL SUCCESS IN MEDIA DISCOURSE: NARRATIVE STRATEGIES FOR COVERING CONSTRUCTION MEGAPROJECTS

Stepanova S.B.
Scientific supervisor - Kirillov V.A.
Ural College of Construction, Architecture, and Entrepreneurship

Keywords*: mediatization, megaprojects, national success, narrative strategies, infrastructure, semiotics.*

This article examines the mediatization of construction megaprojects as a strategy for shaping the image of national success. Using semiotic analysis and case studies (the Crimean Bridge, the 2018 FIFA World Cup), key narrative models, tools, and risks of this process are identified.