Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 262–270.
ISSN 1999-5407 (print).
Chelyabinskij Gumanitarij. 2026; 3 (76), 262–270.
ISSN 1999-5407 (print).

Научная статья
УДК 070
DOI 10.47475/1999-5407-2026-76-3-262-270

ИНСТРУМЕНТ И СИМВОЛ: МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ ДИСКУРС-АНАЛИЗ ВОСПРИЯТИЯ МЕССЕНДЖЕРА MAX

Светлана Ивановна Симакова
Челябинский государственный университет, Челябинск, Россия
simakovi@mail.ru, ORCID: 0000-0001-5248-9459

Аннотация. Статья посвящена восприятию мессенджера MAX студентами. Исследование выполнено в рамках мультимодального дискурс-анализа. Этот подход позволяет фиксировать смыслы не только на вербальном уровне, но и в образах, эмоциях, интерфейсных практиках, визуальных репрезентациях. Эмпирическую базу составил опрос 37 студентов. Респонденты разделены на две группы: пользователи платформы и те, кто ею не пользуется. Анкета включала блоки, которые выявляли метафоры, эмоциональные реакции, речевые жанры, расположение иконки, настройки уведомлений, цветовые ассоциации и свободные высказывания. В данных зафиксирован устойчивый разрыв. Для пользователей MAX – инструмент координации: короткие сообщения, нейтральный аффект, функциональная логика. Для не-пользователей он становится символом контроля и принуждения. Этот образ формируется вне личного опыта – через репутацию, медийный контекст и институциональное давление. Особое внимание уделяется проективным методикам (метафоры, локация иконки), которые позволили зафиксировать дорефлексивные слои восприятия. Показано, что не-пользователи демонстрируют более яркие и эмоционально насыщенные образы платформы, чем пользователи, что парадоксальным образом указывает на производство смысла за пределами непосредственного взаимодействия с интерфейсом. Сделан вывод, что смысл цифровой платформы в значительной степени конструируется вне её интерфейса – в медийном дискурсе, слухах и институциональном контексте, – что требует пересмотра методологических подходов к анализу цифровых коммуникаций. Результаты могут быть использованы для изучения других платформ с выраженной репутационной нагрузкой, а также для диагностики отношения пользователей к институционально внедряемым сервисам.

Ключевые слова: мультимодальный дискурс-анализ, цифровые платформы, мессенджер MAX, восприятие, студенческая аудитория, проективные методики, интерфейсные практики, символическое восприятие

***Благодарности*:** Исследование выполнено при финансовой поддержке Фонда перспективных научных исследований ФГБОУ ВО «ЧелГУ» (2026)

Для цитирования: Симакова С. И. Инструмент и символ: мультимодальный дискурс-анализ восприятия мессенджера MAX // Челябинский гуманитарий. 2026. № 3 (76). С. 262–270. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-262-270

Original article

TOOL AND SYMBOL: A MULTIMODAL DISCOURSE ANALYSIS OF THE PERCEPTION OF THE MAX MESSENGER

Svetlana I. Simakova
Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, Russia
simakovi@mail.ru, ORCID: 0000-0001-5248-9459

Abstract. The article is devoted to the perception of the MAX messenger by students. The study draws on multimodal discourse analysis. This approach captures meanings not only at the verbal level but also in images, emotions, interface practices, and visual representations. The empirical data come from a survey of 37 students. Respondents were divided into two groups: users of the platform and those who do not use it. The questionnaire included sections designed to identify metaphors, emotional responses, speech genres, icon location, notification settings, color associations, and open-ended comments. The data show a stable gap in perception. For users, MAX functions as a coordination tool: short messages, neutral affect, functional logic. For non-users, it becomes a symbol of control and coercion. This image is shaped outside personal experience – through reputation, media discourse, and institutional pressure. Special attention is paid to projective techniques (metaphors, icon location), which made it possible to capture pre-reflective layers of perception. The findings show that non-users produce more vivid and emotionally charged images

of the platform than users. Paradoxically, this indicates that meaning is generated beyond direct interaction with the interface. It is concluded that the meaning of a digital platform is largely constructed outside its interface – in media discourse, rumors, and institutional context. This calls for a revision of methodological approaches to the analysis of digital communications. The results can be used to study other platforms with a pronounced reputational burden, as well as to diagnose user attitudes toward institutionally introduced services.

Key words: multimodal discourse analysis, digital platforms, MAX messenger, perception, student audience, projective techniques, interface practices, symbolic perception

Acknowledgments*:* The research was carried out with the financial support of the Foundation for Advanced Scientific Research of Chelyabinsk State University (2026).

For citation: Simakova S. I. (2026). Tool and symbol: a multimodal discourse analysis of the perception of the MAX messenger. *Chelyabinskij Gumanitarij*, 3 (76), 262–270. doi: 10.47475/1999-5407-2026-76-3-262-270 (In Russ.)

Введение

Внедрение цифровых платформ в повседневность редко сводится к сугубо технологической адаптации. В процессе своего распространения они обрастают смыслами, которые выходят за рамки их функций. Смыслы, которыми обрастает платформа, могут быть нейтральными («удобно») или глубоко конфликтными. Особенно если она вводится не как добровольный выбор, а через институциональные механизмы. Именно таков мессенджер MAX. Он позиционируется как «национальный». Его внедряют в российских вузах и госучреждениях. Telegram и VK завоёвывали аудиторию органически. MAX распространяется иначе – через рекомендации и прямые предписания. По функциям он мало отличается от других мессенджеров: переписка, файлы, группы, звонки. Но публичный дискурс сложился иной. Платформу связывают со слежкой, контролем, принуждением, отсутствием приватности. Эти ассоциации устойчивы даже у тех, кто не пользовался приложением.

Это расхождение – между техническими характеристиками и символическим восприятием – стало отправной точкой. Вопрос в том, как одна и та же платформа воспринимается по-разному: как инструмент координации (у пользователей) или как символ контроля (у не-пользователей). И за счёт каких семиотических ресурсов это различие строится.

Ответ потребовал выхода за рамки лингвоцентричного подхода. В исследовании применяется мультимодальный дискурс-анализ. Он рассматривает смысл как результат взаимодействия нескольких каналов: вербального, визуального, пространственного, аффективного.

Теоретическая база мультимодального дискурс-анализа включает три основных подхода: социально-семиотический (Г. Кресс, Т. ван Ливен), системно-функциональный (М. О'Тул, К. Л. О'Хэллоран) и интеракционный (С. Норрис) (см.: Детинко 2020: 113). Все три направления объединяет одно: мультимодальный текст рассматривается «как единое целое с учётом всех входящих в этот феномен семиотических ресурсов, поскольку информация, воспринимаемая посредством разных модусов, интегрируется и перерабатывается реципиентом целостно» (Детинко 2020: 113). В нашей работе мы опираемся на социально-семиотический подход. Его суть – в «выявлении смыслов через визуальные образы» (Детинко 2020: 113). Т. ван Ливен выделяет три измерения анализа изображений: социальную дистанцию, социальные отношения и социальное взаимодействие (Детинко 2020: 114–115).

Системный обзор российских исследований мультимодального анализа показывает: «чёткий протокол применения метода либо отсутствует, либо применяется фрагментарно» (Загидуллина 2023: 84). Для преодоления этой неопределённости предлагается медиаэстетическая операционализация. Она основана на «признании ключевой роли эстетического опыта самого исследователя как инструмента целостного восприятия» (Загидуллина 2026: 36). В эмпирических работах выделяются функции невербальных визуально-образных компонентов. «Синхронное восприятие вербальной и невербальной семантически близкой информации способствует их параллельной когнитивной обработке» (Кислицына, Чернявская 2020: 73). Мультимодальный подход «подразумевает, что язык в устной или письменной форме – один из многих способов выражения и создания смыслов». Дискурс-анализ, ограниченный только вербальным уровнем, оказывается неполным (Трушина 2022: 295). Этот методологический аппарат позволяет изучать цифровые платформы как комплексные семиотические объекты.

В работах о мессенджере MAX выделяются три группы исследований. Первая рассматривает платформу в контексте цифрового суверенитета и импортозамещения. MAX описывается как пример технологически независимого решения (Накул, Виниченко 2026). Анализируется его интеграция с государственными сервисами (Данилов, Бальцежак 2026). Вторая группа сосредоточена на медийном и репутационном измерении. К В. Дементьева (2026: 192) характеризует MAX как «вертикально-иерархическую систему». Она отмечает, что «уникальные черты MAX направлены на создание унифицированного цифрового интерфейса для взаимодействия гражданина с государством и бизнесом». Исследователь также фиксирует «риск низкой вовлеченности и инструментального использования», когда платформа «воспринимается исключительно как обязательный допуск для получения госуслуг» (Дементьева 2026: 215). С. А. Гусев (2026) описывает «информационную войну» вокруг MAX. С. А. Маликов (2026) анализирует риски безопасности и доверие пользователей. Третья группа –

эмпирические исследования. Они посвящены использованию MAX в образовательной среде (Юркина 2025; Шерстнева 2026). Непосредственно к нашей теме примыкают работы о факторах неприятия платформы. С. Б. Косматов провёл опрос студентов (n=110). Результаты: «отрицательное отношение к MAX выражено у 79,1 % опрошенных». Ключевые факторы – «недоверие к безопасности и приватности, реактивность на навязываемое продвижение и ощущение, что сервис не относится к “своему” кругу общения» (Косматов, 2026: 97). Автор подчеркивает, что «неприятие MAX в исследуемой группе не сводится к объяснению “сервис неудобный, потому что сырой”. Его задают недоверие, тревога о приватности, раздражение на продвижение и ощущение символической чуждости» (Косматов 2026: 99). А. П. Бочарова на материале сентимент-анализа Telegram-дискурса показывает, что принятие и неприятие MAX определяются «политико-психологическими детерминантами: доверием к государству, восприятием рисков нарушения приватности, угроз цифрового контроля и принудительности использования» (Бочарова 2026: 187). Исследователь также фиксирует, что «в дискурсе заметную роль играли жалобы на технические сбои и ироничные комментарии, указывающие на напряженное и противоречивое принятие технологии на раннем этапе ее внедрения» (Бочарова 2026: 190).

Таким образом, сложившийся теоретический и методологический аппарат мультимодального анализа позволяет изучать восприятие цифровых платформ как комплексный семиотический феномен. Однако существующие исследования MAX преимущественно сосредоточены на институциональном, техническом и образовательном аспектах; работы, фокусирующиеся на восприятии платформы пользователями и не-пользователями, единичны и носят пилотный характер. Настоящее исследование восполняет этот пробел, предлагая мультимодальный анализ восприятия мессенджера студенческой аудиторией.

Объект исследования – восприятие мессенджера MAX студенческой аудиторией. Предмет – мультимодальные средства (метафоры, эмоции, речевые жанры, интерфейсные практики, визуальные и цветовые ассоциации), через которые в студенческом дискурсе конструируется расхождение между инструментальным и символическим восприятием платформы.

Цель работы – выявить и описать расхождение в восприятии мессенджера MAX между пользователями и не-пользователями, а также апробировать методику мультимодального анализа, позволяющую фиксировать это расхождение через систему проективных вопросов.

Гипотеза исследования. Предполагается, что восприятие MAX у пользователей и не-пользователей качественно различается по всем фиксируемым модальностям. У пользователей платформа осмысляется как инструмент координации (нейтральные метафоры, сдержанные эмоции, ограниченный речевой репертуар, прагматичные нарративы). У не-пользователей, несмотря на отсутствие личного опыта, образы платформы более яркие и эмоционально заряженные и строятся вокруг метафор контроля и принуждения. Смысл платформы, таким образом, в значительной степени производится за пределами её интерфейса – в медийном дискурсе, слухах и институциональном контексте. Проективные методики позволяют зафиксировать эти различия и выявить дорефлексивные слои восприятия, недоступные прямым опросам.

Теоретическая значимость работы – в развитии мультимодального анализа применительно к цифровым средам. Предлагаемая методика позволяет исследовать платформу как комплексный семиотический феномен. В него входят не только сообщения, но и телесные практики, и визуальные образы. Практическая значимость – в возможности использовать апробированный инструментарий для изучения других платформ с выраженной репутационной нагрузкой. А также для диагностики отношения пользователей к институционально внедряемым сервисам.

Исследование пилотное. Выборка (37 человек) не позволяет делать широких обобщений. Главная задача – проверить методику. Работает ли предложенная процедура в принципе? Даёт ли она осмысленные данные? Позволяет ли увидеть то, что остаётся за рамками традиционного контент-анализа переписок? Если да – её можно масштабировать и применять к другим платформам.

Материалы и методы

Исследование проведено в марте 2026 года на факультете журналистики Челябинского государственного университета. Сбор данных занял две недели. Дизайн работы – пилотное сравнительное исследование. Использовались качественные и количественные методы сбора и анализа данных. В опросе участвовали 37 студентов третьего курса очной формы. 15 человек – с направления «Журналистика», 22 – с направления «Медиакоммуникации». Возраст респондентов – от 20 до 22 лет. Критерий отбора: принадлежность к студенческой среде, где использование мессенджера MAX рекомендуется или требуется в учебных целях. Выборка формировалась по принципу доступности (сплошной опрос учебных групп).

Ключевой параметр для анализа – разделение респондентов на две группы. Пользователей MAX оказалось 7 человек, не-пользователей – 30. Само это распределение диагностично: доля отказывающихся – 81 %. Для коммерческих мессенджеров в этой возрастной группе такой процент нехарактерен.

Для сбора данных разработана авторская анкета. Она построена по принципу проективных техник. Анкета включает десять блоков. Каждый блок фиксирует отдельную семиотическую модальность восприятия платформы.

Первый блок (Блок 0) – социально-демографический. Он фиксировал пол, возраст, направление подготовки, курс и факт использования мессенджера. Эти данные позволили разделить респондентов на пользователей и не-пользователей. *Блок М1* – когнитивно-образная модальность. Респонденты

выбирали один или несколько образов из списка (от «канцелярской папки» до «коридора») или предлагали свой вариант. В списке были нейтральные метафоры («офисный кулер», «моя комната») и семантически напряжённые («стеклянная комната», «бездушный робот»). Задача – через проективный механизм выявить глубинные представления о платформе. *Блок М2* – аффективная модальность. Респонденты отмечали эмоции, которые вызывает общение в MAX. Список включал 12 вариантов – от раздражения и тревоги до спокойствия и благодарности. Было и открытое поле для дополнений. Эмоции рассматривались как семиотический ресурс. Они окрашивают всё взаимодействие с платформой. *Блок М3* – рече-жанровая модальность. Респонденты выбирали типы сообщений, которые чаще всего пишут в MAX: короткие информационные, формальные обращения, вопросы по учёбе, длинные обсуждения, стикеры, фото, голосовые сообщения, шутки, срочные сообщения. Блок позволял определить жанровый репертуар платформы. *Блок М4* – открытый. Респондентов просили привести пример типичного сообщения. Задание давало конкретные языковые образцы. Они дополняли формализованные ответы из блока М3. *Блок М5* – интерфейсно-пространственная модальность. Респонденты указывали, где в телефоне находится иконка MAX: на главном экране, в папке на главном экране, на втором или третьем экране, в папке «Учёба» / «Работа», в папке «Разное» / «Мусор», глубоко в телефоне (доступ через поиск). Либо приложение отсутствует, и доступ осуществляется через браузер. Расположение иконки интерпретировалось как маркер категоризации: выносят ли её на первый план или прячут, относят ли к учебной или рабочей сфере. *Блок М6* – интерфейсно-поведенческая модальность, связанная с уведомлениями. Респонденты выбирали один из режимов: все уведомления включены, только личные сообщения, только упоминания, уведомления отключены полностью, периодически отключаю и включаю. Настройка уведомлений – маркер того, насколько платформа вторгается в повседневность и требует немедленной реакции. *Блок М7* – нарративная модальность. Респондентов просили представить, что друг спрашивает, стоит ли заводить MAX. Нужно было сформулировать ответ в двух-трёх предложениях. Задание давало целостный дискурсивный продукт. В нём собирались все предыдущие модальности – от метафор до интерфейсных практик. *Блок М8* – цветовая модальность. Респонденты выбирали цвет, который ассоциируется с интерфейсом MAX, или предлагали свой. Цвет – проективная техника. Она работает на дорефлексивном уровне и выявляет отношение к платформе через визуальные ассоциации. *Блок М9* – открытое поле для дополнительных высказываний. Он позволял зафиксировать то, что не предусмотрено закрытыми вопросами. Респонденты могли завершить рефлексию в свободной форме. Все вопросы, кроме блоков М4 и М9, предполагали закрытые варианты ответов и открытые поля для развёрнутых комментариев. Рисунки и открытые ответы были анонимизированы при оцифровке.

Процедура сбора данных. Анкетирование проходило в аудиториях, в присутствии исследователя. Респонденты заполняли бумажные анкеты. Время работы: 30–40 минут. Участие было добровольным и анонимным. Перед опросом респондентов информировали о целях исследования. Они давали устное согласие на обработку данных. Рисунки выполнялись на отдельном листе, прилагавшемся к анкете. После заполнения анкеты и рисунки кодировались и вводились в электронную базу.

Принципы анализа. Анализ данных проходил в два этапа. В основе – методологические установки мультимодального дискурс-анализа в трёх версиях: социальная семиотика, системно-функциональный мультимодальный анализ, интеракционный подход.

Первый этап – внутримодальный анализ. Каждый блок анкеты анализировался отдельно. Закрытые вопросы обрабатывались статистически (подсчёт частот, процентных долей). Данные разделялись по группам: пользователи и не-пользователи. Открытые ответы и метафоры (Блок М1) кодировались тематически. Выделялись семантические группы: «нейтральные пространства», «тюремные метафоры», «бытовые образы», «формальные институции». Затем сравнивалось распределение этих групп между пользователями и не-пользователями. Эмоциональные ответы (Блок М2) кодировались по валентности (положительные, нейтральные, отрицательные) и интенсивности (слабые, умеренные, сильные). Результаты сравнивались между группами. Речевые жанры (Блок М3) классифицировались по функциональному признаку: информативные, координативные, формальные, неформальные. Примеры сообщений (Блок М4) анализировались качественно: выделялись типичные синтаксические и лексические паттерны. Интерфейсные практики (Блоки М5–М6) анализировались как индикаторы категоризации и доступности. Расположение иконки – маркер воспринимаемой значимости платформы. Настройки уведомлений – маркер требований ко времени и вниманию пользователя. Цветовые выборы (Блок М8) группировались по семантике: спокойные, тревожные, нейтральные, отрицающие цвета. Нарративы (Блок М7) анализировались как целостные дискурсивные продукты. Выделялись аргументационные стратегии: прагматическая, политическая, эмоциональная. Сравнивалось их распределение между группами. Свободные высказывания (Блок М9) кодировались тематически: дополнительные метафоры, уточнения эмоций, оценки платформы, не вошедшие в закрытые блоки.

Второй этап – межмодальный и сравнительный анализ. Данные из разных блоков сопоставлялись друг с другом. Сравнивались группы пользователей и не-пользователей. Задача – выявить, образуют ли ответы одного респондента непротиворечивую конфигурацию (например, нейтральная метафора + слабые эмоции + информативные жанры + иконка на главном экране). Или демонстрируют внутреннюю напряжённость (например, метафора «стеклянная комната» + спокойные эмоции – такое сочетание фиксировалось как показатель адаптации к контролируемой среде). Одновременно фиксировались устойчивые паттерны, характерные для каждой группы по каждой из модальностей. Оценивалась

степень их расхождения. Статистическая обработка не проводилась. Причина – пилотный характер выборки и преобладание качественных данных. Результаты носят описательный и интерпретативный характер. Этические ограничения. Исследование не затрагивало чувствительных тем. Оно не требовало раскрытия личной информации о респондентах. Сбор данных проводился с соблюдением принципов добровольности, конфиденциальности и возможности отказаться от участия на любом этапе. Рисунки и цитаты из анкет представлены в обезличенном виде. Пол респондентов не фиксировался – он не был переменной анализа.

Ограничения метода. Основное ограничение – размер выборки (n=37). Это не позволяет экстраполировать результаты на всех студентов. Второе – дисбаланс групп (7 пользователей против 30 не-пользователей). Это ограничивает возможности сравнительного анализа и требует осторожности в интерпретации количественных различий. Третье – использование самоотчётных методик. Ответы респондентов могли быть подвержены эффекту социальной желательности. Анонимность анкетирования минимизирует этот риск. Пилотный характер исследования предполагает проверку методики, а не окончательные выводы. Указанные ограничения допустимы.

Результаты исследования

Ниже представлены результаты проведенного анкетирования. Анализ строится на сравнении двух групп: пользователей мессенджера MAX (7 человек) и тех, кто им не пользуется (30 человек). Это разделение выявляет устойчивые различия по всем фиксируемым модальностям – от метафор до интерфейсных практик.

Из 37 опрошенных регулярно или эпизодически пользуются MAX 7 человек. Остальные 30 либо установили приложение, но практически не заходят, либо сознательно отказываются от него. Доля не-пользователей – 81 %. Этот показатель сам по себе диагностичен. Университет рекомендует мессенджер, но сопротивление остаётся массовым. Очевидно, что дело не в технических неудобствах интерфейса. Отказ носит смысловой, а не функциональный характер.

Блок М1: метафоры и образы

Различия между группами в этом блоке наиболее отчётливы. Пользователи MAX выбирали нейтральные, функциональные образы. Они связаны с рабочим или учебным пространством. Чаще всего встречались: коридор («все проходят, никто не задерживается»), офисный кулер («все трутся, но ничего личного»), приёмная (официальное учреждение). Один пользователь написал в открытом поле: «моя комната». Этот образ выделяется своей интимностью. Но даже он не выглядит как проявление привязанности. Скорее – как адаптация к необходимости использовать платформу.

Не-пользователи дали иной спектр метафор. В открытых полях и при выборе из списка доминировали образы, связанные с ограничением свободы, контролем, отсутствием приватности: ошейник, цирк, подвал, где темно и сыро, будто приковали к батарее и поставили камеру, комната для допрашивания, где в тебя всматриваются и знают всю информацию, стеклянная комната, где нет приватности. Один респондент не стал подбирать метафору, а написал прямо: «Я будто живу в Северной Корее под контролем».

Важно: подавляющее большинство не-пользователей никогда не открывали приложение. Их образы сформированы не личным опытом, а медийным контекстом, слухами и репутационными нарративами, циркулирующими вокруг платформы. Таким образом, уже на уровне метафор фиксируется расхождение: пользователи описывают MAX как функциональное пространство, не-пользователи – как тюремную камеру. И те и другие говорят об одном и том же приложении, но живут в разных дискурсивных реальностях.

Блок М2: эмоции

Эмоциональный профиль пользователей MAX характеризуется сдержанностью. Наиболее частотные ответы – *спокойствие*, *благодарность*, *радость*. Однако в открытых комментариях респонденты уточняли: *«нейтрально, никаких эмоций»*, *«меня всё устраивает»*. Это не теплота по отношению к платформе, а скорее отсутствие раздражения. Эмоциональный фон пользователей можно охарактеризовать как функциональное принятие без аффективной вовлечённости.

У не-пользователей картина противоположная. Они отмечали *раздражение*, *тревогу*, *чувство долга*, *отвращение*, *недовольство*, *контроль*. Особенно показателен ответ одного из респондентов, который вписал в графу «эмоция» слово *«контроль»* – не чувство, а режим, состояние, навязанное извне. Для не-пользователей MAX существует не как инструмент, который можно использовать или не использовать, а как агент, который действует на человека, ограничивает его, требует чего-то.

Обращает на себя внимание, что интенсивность эмоций выше именно у не-пользователей. У них нет нейтральности. Это не безразличие, это отторжение, причём отторжение, не основанное на личном опыте. Оно производится за пределами приложения – в том же медийном и репутационном поле, которое сформировало и метафоры.

Блоки М3 и М4: речевые жанры и примеры сообщений

Анализ речевых жанров подтверждает, что коммуникация внутри MAX жёстко ограничена функциональными рамками. Пользователи почти единогласно выбирали следующие типы сообщений: короткие информационные («ок», «принято», «понял», «скинь лекцию»), формальные обращения к преподавателям, вопросы по учёбе, срочные сообщения («Где вы?», «Опоздаю»). Длинные обсуждения, шутки, неформальное общение, голосовые сообщения либо не встречаются вовсе, либо встречаются

единично.

Примеры типичных сообщений, приведённые в блоке М4, однородны: *«Доброе утро, я проспала»*, *«Привет, ты где?»*, *«Когда будешь на работе?»*, *«Привет! Спасибо за открытку»*, *«Здравствуйте, можно вопрос по лекции?»*. Все эти фразы – короткие, информативные, лишённые экспрессии. Жанровый репертуар MAX исчерпывается координацией, подтверждением и срочностью. Люди не общаются в MAX в привычном смысле этого слова – они решают задачи. Платформа не становится местом для дружеской переписки, развёрнутых обсуждений или эмоционального обмена. Это канал для передачи информации, которая не терпит отлагательств.

Такая жанровая однородность ставит вопрос: платформа формирует эти жанры или эти жанры формируются платформой? Для пользователей MAX – это пространство, где не принято писать длинно и неформально. Однако сам факт, что другие мессенджеры (Telegram, VK) в той же студенческой среде допускают и даже поощряют иные жанры, позволяет предположить, что ограничение связано не с привычками пользователей, а с восприятием самой платформы как официального, контролируемого канала.

Блоки М5 и М6: интерфейсные практики

Расположение иконки MAX в телефоне и настройки уведомлений – те параметры, которые в традиционном дискурс-анализе не рассматриваются, но в мультимодальной оптике оказываются диагностическими.

У пользователей иконка MAX находится либо на главном экране, либо в папке «Учёба». Приложение не вытесняется в папку «Разное» или «Мусор». Его выносят на первый план, потому что оно нужно, но при этом не любят – или, по крайней мере, не воспринимают как личное пространство. Иконка оказывается на виду как напоминание об обязательстве, а не как приглашение к общению.

Не-пользователи в этом блоке давали иные ответы: *«нет приложения, захожу через браузер»*, *«приложение на другом телефоне»*, *«удалено»*. Это сознательное дистанцирование: человек не хочет, чтобы приложение было у него в телефоне, не хочет видеть его иконку ежедневно.

Настройки уведомлений у большинства пользователей включены полностью или настроены только на личные сообщения. Это означает, что MAX требует немедленной реакции. Человек не может его игнорировать – оно врывается в день через уведомления. Одновременно с этим, как показывают ответы в других блоках, его стараются не замечать, не воспринимать всерьёз как пространство для общения. Это противоречие – необходимость быть на связи и одновременно желание дистанцироваться – хорошо описывает отношение к платформе в целом.

Блок М7: нарратив (совет другу)

Вопрос «Что бы вы ответили другу, если бы он спросил, стоит ли заводить MAX?» собрал все предыдущие модальности в целостное высказывание.

Пользователи отвечали прагматично: *«В максе нет проблем со связью»*, *«Хороший мессенджер! Зачем чего-то бояться?»*, *«Просто приложение. Вокруг него много слухов, но мне пофиг»*. Это инструментальная логика: удобно – значит, можно. Пользователи не защищают платформу эмоционально, они указывают на её функциональные преимущества и закрывают тему.

Не-пользователи формулировали советы иначе: *«Точно не стоит заводить, так как за тобой будут следить»*, *«Диктаторское приложение без личного пространства»*, *«Не стоит. Это шпионское ПО»*, *«Мертворождённый бюрократический мессенджер»*, *«Пока к стенке не прижимают, нет причин скачивать»*. Ни один из этих респондентов не пользовался MAX. Они не знают, как оно работает технически. Но они знают, что оно означает политически и морально. Их совет другу – это не оценка удобства, а оценка репутации.

Блок М8: цвет интерфейса

Выбор цвета интерфейса также обнаружил разницу между группами. Пользователи чаще выбирали синий (спокойствие, надёжность, нейтральность) и зелёный (учёба, спокойствие), иногда оставляли как есть. Не-пользователи чаще выбирали чёрный или тёмную тему («не хочу видеть, строгость»), серый или белый («никакой, официальный, пустой»), а также красный (тревога, внимание). Один из респондентов в открытом поле написал: *«не хочу, чтобы он был вообще, поэтому чёрный»*.

Цвет в этом контексте работает как проекция: пользователи выбирают нейтральные, успокаивающие цвета, которые помогают не замечать платформу, не относиться к ней эмоционально. Не-пользователи выбирают либо отрицающие цвета (чёрный как отсутствие), либо тревожные (красный), либо пустые (серый). Это ещё одно подтверждение того, что отношение к платформе у не-пользователей более эмоционально заряжено, чем у пользователей.

Блок М9: свободные высказывания

Открытое поле для дополнительных комментариев дало немногочисленные, но показательные ответы. Не-пользователи в свободной форме повторяли и усиливали метафоры и эмоции, выраженные в предыдущих блоках. Один респондент написал: *«Я не хочу, чтобы моя личная переписка была в приложении, которое контролируется государством. Мне нечего скрывать, но это вопрос принципа»*. Другой: *«Всё равно когда-нибудь заставят, но пока есть возможность – не буду»*. Пользователи в свободных полях чаще ограничивались короткими репликами: *«нормально»*, *«мне удобно»*.

Сопоставление ответов по девяти содержательным блокам анкеты позволяет выделить устойчивые паттерны, характеризующие восприятие MAX в каждой из групп.

Таблица 1 – Восприятие MAX: инструментальное (пользователи) и символическое (не-пользователи)

Модальность	Пользователи (n=7)	Не-пользователи (n=30)
Метафоры	Нейтральные, функциональные (коридор, приёмная, кулер)	Тревожные, контролирующие (подвал, комната для допрашивания, ошейник)
Эмоции	Спокойствие, нейтральность, отсутствие раздражения	Раздражение, тревога, отвращение, контроль
Речевые жанры	Короткие информационные сообщения, формальные обращения, срочные сообщения	Ответы не давали (не пользуются)
Интерфейсные практики	Иконка на главном экране или в папке «Учёба»; уведомления включены	Приложение отсутствует или удалено; доступ через браузер
Нарратив (совет другу)	Прагматичный: удобно, можно пользоваться	Категоричный: не стоит, это слежка, шпионское ПО
Цвет интерфейса	Синий, зелёный, оставить как есть	Чёрный, серый, красный
Свободные высказывания	Короткие, нейтральные («нормально», «мне удобно»)	Развёрнутые, эмоционально заряженные, с повторением метафор контроля

Данные, сведённые в таблицу, подтверждают гипотезу о качественном характере различий. Пользователи и не-пользователи описывают платформу в разных семиотических регистрах. В одном случае MAX – функциональное пространство. В другом – репрезентация контроля.

Особого внимания заслуживают интерфейсные практики. Расположение иконки и настройки уведомлений в традиционных исследованиях обычно не рассматриваются. В мультимодальной оптике они проявили себя как чувствительные индикаторы. Пользователи выносят иконку на видное место. Они включают уведомления. Приложение нужно, оно требует немедленной реакции. Но при этом MAX не воспринимается как пространство для общения. Возникает противоречие: функциональная необходимость и эмоциональное дистанцирование сосуществуют. Это противоречие оказывается ключевым для понимания восприятия платформы.

Заключение

С методологической точки зрения исследование подтвердило состоятельность предложенного инструментария. Анкета, построенная как набор проективных вопросов, дала данные, которые не получить прямыми опросами или контент-анализом переписок. Метафоры, выбор цвета, локация иконки, настройки уведомлений – эти параметры редко включают в исследовательский инструментарий. Но они оказались диагностическими. Они зафиксировали различия там, где прямые вопросы дали бы сглаженные или социально желательные ответы. И позволили выйти на дорефлексивные слои восприятия. Эти слои формируются не через рациональную оценку, а через образы и телесные практики.

Работа пилотная (n=37). Полученные результаты не позволяют делать широких обобщений. Но это не снижает их ценности. Главная задача состояла в проверке методики.

Перспективы дальнейшей работы: расширение выборки за счёт студентов других факультетов и вузов; включение сравнительного компонента (анализ восприятия Telegram и VK), чтобы отделить специфику MAX от общих закономерностей восприятия цифровых платформ; углублённое изучение взаимосвязей между отдельными модальностями – например, корреляции между метафорами и интерфейсными практиками.

Зафиксированное на материале MAX расхождение между инструментальным и символическим восприятием показывает: внедрение цифрового сервиса – это всегда не только технический, но и смысловой процесс. Игнорирование символического измерения может привести к тому, что платформа будет восприниматься совсем не так, как предполагали её разработчики.

Список источников

Бочарова А. П. Сентимент-анализ отношения пользователей новостных и экспертных телеграм-каналов к технологиям импортозамещения в России (Rutube и MAX) // Россия и мир: научный диалог. 2026. № 1(19). С. 187–205. DOI 10.53658/RW2026-4-1(19)-187-205.

Гусев С. А. Информационная война в российских СМИ: «за» и «против» мессенджера Max // Управление коммуникациями - 2025 (Communications Management - Com-M-2025) : материалы V Международной научно-практической конференции, Москва, 04–05 декабря 2025 года. – Москва: Блок-Принт. 2026. С. 87–89.

Данилов Г. К., Бальцежак М. С. Национальные мессенджеры как инструмент цифрового суверенитета на примере платформ MAX и Wechat // Современные проблемы развития экономики России и Китая : Материалы VII Международной научно-практической конференции, Благовещенск, 26–27 ноября 2025 года. Часть 1. – Благовещенск: Амурский государственный университет. 2026. С. 288–293.

Дементьева К. В. Мессенджер MAX как инфраструктурный медиапроект: трансформация публичной сферы и контент-стратегии в условиях цифрового суверенитета // Вестник Томского государственного университета. Филология. 2026. № 100. С. 192–219. DOI 10.17223/19986645/100/13.

Детинко Ю. И. Мультимодальный текст как предмет анализа // Казанская наука. 2020. № 10. С. 113–116.

Загидуллина М. В. Современное состояние мультимодального анализа: к вопросу о перспективах метода // Научный результат. Социальные и гуманитарные исследования. 2023. Т. 9, № 1. С. 84–99. DOI

10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-7.

Загидуллина М. В. Медиаэстетический поворот в мультимодальном дискурс-анализе: к операционализации эстетического опыта // Динамика медиасистем. 2026. Т. 6, № 1. С. 35–38. DOI 10.47475/2949-3390-2026-6-1-35-38.

Кислицына Н. Н., Чернявская О. Г. Мультимодальный анализ дискурса в англоязычных блогах психологической тематики // Вопросы когнитивной лингвистики. 2020. № 2. С. 64–76. DOI 10.20916/1812-3228-2020-2-64-76.

Косматов С. Б. Факторы неприятия мессенджера MAX среди студентов // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2026. № 4. С. 97–103. DOI 10.24412/2220-2404-2026-4-1.

Маликов С. А. Народный мессенджер: MAX и кибергигиена в современном цифровом обществе // Стратегические вызовы цифровой трансформации в социотехнических системах : Материалы XVI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых учёных, Москва, 25 ноября 2025 года. – Москва: Московский государственный лингвистический университет. 2026. С. 115–117.

Накул Ю. А., Виниченко М. Е. Системный обзор мессенджеров и роль мессенджера MAX в процессе импортозамещения // Бюллетень науки и практики. 2026. Т. 12, № 5. С. 197–202. DOI 10.33619/2414-2948/126/24.

Трушина М. К. Мультимодальный дискурс-анализ как актуальный метод сопоставительных дискурсивных исследований // Глобальный научный потенциал. 2022. № 10(139). С. 293–295.

Шерстнева А. А. Роль мессенджера MAX в образовательном процессе среднего профессионального образования // Информационно-коммуникационные технологии в педагогическом образовании. 2026. № 1(100). С. 234–240.

Юркина Ю. М. Современные методики организации дистанционного обучения в образовательном процессе: использование мессенджера MAX // Стратегии развития математического и естественно-научного образования для достижения технологического и экономического суверенитета России : Материалы международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 27 ноября 2025 года. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна. 2025. С. 237–241.

References

Bocharova, A. P. (2026). Sentiment-analiz otnosheniya pol’zovateley novostnykh i ekspertnykh telegram-kanalov k tekhnologiyam importozameshcheniya v Rossii (Rutube i MAX) [Sentiment analysis of users’ attitudes in news and expert Telegram channels toward import substitution technologies in Russia (Rutube and MAX)]. Rossiya i mir: nauchnyy dialog, 1 (19), 187–205. https://doi.org/10.53658/RW2026-4-1(19)-187-205. (In Russ.).

Gusev, S. A. (2026). Informatsionnaya voyna v rossiyskikh SMI: «za» i «protiv» messendzhera MAX [Information war in the Russian media: “for” and “against” the MAX messenger]. In Upravlenie kommunikatsiyami – 2025 (Communications Management – Com-M-2025): Materialy V Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Moskva, 04–05 dekabrya 2025 goda (pp. 87–89). Moscow: Blok-Print. (In Russ.).

Danilov, G. K., & Baltsezhak, M. S. (2026). Natsional’nye messendzhery kak instrument tsifrovogo suvereniteta na primere platform MAX i Wechat [National messengers as a tool of digital sovereignty on the example of MAX and WeChat platforms]. In Sovremennye problemy razvitiya ekonomiki Rossii i Kitaya: Materialy VII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Blagoveshchensk, 26–27 noyabrya 2025 goda. Chast’ 1 (pp. 288–293). Blagoveshchensk: Amurskiy gosudarstvennyy universitet. (In Russ.).

Dementieva, K. V. (2026). Messendzher MAX kak infrastrukturnyy mediaproekt: transformatsiya publichnoy sfery i kontent-strategii v usloviyakh tsifrovogo suvereniteta [MAX messenger as an infrastructure media project: Transformation of the public sphere and content strategies in the context of digital sovereignty]. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya, 100, 192–219. https://doi.org/10.17223/19986645/100/13. (In Russ.).

Detinko, Yu. I. (2020). Mul’timodal’nyy tekst kak predmet analiza [Multimodal text as a subject of analysis]. Kazanskaya nauka, 10, 113–116. (In Russ.).

Zagidullina, M. V. (2023). Sovremennoe sostoyanie mul’timodal’nogo analiza: k voprosu o perspektivakh metoda [The current state of multimodal analysis: on the question of the prospects of the method]. Nauchnyy rezul’tat. Sotsial’nye i gumanitarnye issledovaniya, 9 (1), 84–99. https://doi.org/10.18413/2408-932X-2023-9-1-0-7. (In Russ.).

Zagidullina, M. V. (2026). Mediaesteticheskiy povorot v mul’timodal’nom diskurs-analize: k operatsionalizatsii esteticheskogo opyta [Media-aesthetic turn in multimodal discourse analysis: towards the operationalization of aesthetic experience]. Dinamika mediasistem, 6 (1), 35–38. https://doi.org/10.47475/2949-3390-2026-6-1-35-38. (In Russ.).

Kislitsyna, N. N., & Chernyavskaya, O. G. (2020). Mul’timodal’nyy analiz diskursa v angloyazychnykh blogakh psikhologicheskoy tematiki [Multimodal analysis of discourse in English-language psychological blogs]. Voprosy kognitivnoy lingvistiki, 2, 64–76. https://doi.org/10.20916/1812-3228-2020-2-64-76. (In Russ.).

Kosmatov, S. B. (2026). Faktory nepriyatiya messendzhera MAX sredi studentov [Factors of rejection of the MAX messenger among students]. Gumanitarnye, sotsial’no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki, 4, 97–103. https://doi.org/10.24412/2220-2404-2026-4-1. (In Russ.).

Malikov, S. A. (2026). Narodnyy messendzher: MAX i kibergigiena v sovremennom tsifrovom obshchestve [People’s messenger: MAX and cyber hygiene in modern digital society]. In Strategicheskie vyzovy tsifrovoy transformatsii v sotsiotekhnicheskikh sistemakh: Materialy XVI Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh, Moskva, 25 noyabrya 2025 goda (pp. 115–117). Moscow: Moskovskiy gosudarstvennyy lingvisticheskiy universitet. (In Russ.).

Nakul, Yu. A., & Vinichenko, M. E. (2026). Sistemnyy obzor messendzherov i rol’ messendzhera MAX v protsesse importozameshcheniya [Systematic review of messengers and the role of the MAX messenger in the import substitution process]. Byulleten’ nauki i praktiki, 12 (5), 197–202. https://doi.org/10.33619/2414-2948/126/24. (In Russ.).

Trushina, M. K. (2022). Mul’timodal’nyy diskurs-analiz kak aktual’nyy metod sopostavitel’nykh diskursivnykh issledovaniy [Multimodal discourse analysis as an actual method of comparative discursive research]. Global’nyy nauchnyy potentsial, 10 (139),

293–295. (In Russ.).

Sherstneva, A. A. (2026). Rol’ messendzhera MAX v obrazovatel’nom protsesse srednego professional’nogo obrazovaniya [The role of the MAX messenger in the educational process of secondary vocational education]. Informatsionno-kommunikatsionnye tekhnologii v pedagogicheskom obrazovanii, 1 (100), 234–240. (In Russ.).

Yurkina, Yu. M. (2025). Sovremennye metodiki organizatsii distantsionnogo obucheniya v obrazovatel’nom protsesse: ispol’zovanie messendzhera MAX [Modern methods of organizing distance learning in the educational process: the use of the MAX messenger]. In Strategii razvitiya matematicheskogo i estestvenno-nauchnogo obrazovaniya dlya dostizheniya tekhnologicheskogo i ekonomicheskogo suvereniteta Rossii: Materialy mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Sankt-Peterburg, 27 noyabrya 2025 goda (pp. 237–241). Saint Petersburg: Sankt-Peterburgskiy gosudarstvennyy universitet promyshlennykh tekhnologiy i dizayna. (In Russ.).

Информация об авторе

Светлана Ивановна Симакова – профессор, доктор филологических наук, профессор кафедры медиапроизводства Челябинского государственного университета

Author Information

Svetlana I. Simakova – Professor, Doctor of Philological Sciences, Professor at the Department of Media Production, Chelyabinsk State University.

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

The author declares no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 17.05.2026, одобрена после рецензирования 13.08.2026, принята к публикации 20.08.2026.

The article was received by the editors on 17.05.2026, approved after review on 13.08.2026; accepted for publication on 20.08.2026.