

## ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

**Гордиенко Наталья Николаевна**, кандидат филологических наук, Рязанский государственный университет им. С.А. Есенина, Рязань, Россия, [n.gordienko@365.rsu.edu.ru](mailto:n.gordienko@365.rsu.edu.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9800-7002>

**Аннотация.** Просветительская деятельность СМИ направлена на повышение культурного уровня людей, связана с распространением информации, знаний, норм и ценностей из области нематериального производства. Цель статьи заключается в описании основных направлений просветительской деятельности СМИ. В ней говорится о значении просветительской функции журналистики и способах ее реализации. Информирование заключается в ознакомлении общества с какими-либо фактами или результатами интеллектуальной деятельности – политики, философии, религии, науки, культуры, искусства. Эти данные содержат общественно значимые знания, нормы, ценности и соответствуют гуманистическим тенденциям общественного развития. Под популяризацией подразумевается изложение информации в доступной для массовой аудитории форме. Медиакритика рассматривается в статье как умение оценивать, анализировать, интерпретировать медиасодержание. Пропаганда как вид просветительской деятельности направлена на распространение знаний и другой информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, принципов. К исследованию привлекаются материалы, опубликованные в еженедельниках «Российская газета», «Аргументы и факты», «Литературная газета». Основное внимание уделяется современному состоянию просветительства в прессе, его влиянию на социальную роль журналистики.

**Ключевые слова:** просветительская журналистика, просветительская деятельность, информирование, популяризация, пропаганда, медиакритика, СМИ.

**Для цитирования:** Гордиенко Н.Н. Просветительская деятельность современных СМИ // Вестник Костромского государственного университета. 2022. Т. 28, № 1. С. 123–128. <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2022-28-1-123-128>

Research Article

## ENLIGHTENMENT ACTIVITIES OF MODERN MASS MEDIA

**Natalia N. Gordienko**, Candidate of Philological Sciences, Associate Professor of the Department of Literature and Journalism of Ryazan State University named after S. Yesenin, Ryazan, Russia, [n.gordienko@365.rsu.edu.ru](mailto:n.gordienko@365.rsu.edu.ru), <https://orcid.org/0000-0002-9800-7002>

**Abstract.** The enlightenment activity of the media is aimed at raising the cultural level of people, is associated with the dissemination of information, knowledge, norms and values from the field of intangible production. The purpose of the article is to describe the main directions of enlightenment activities of the media. It talks about the importance of the enlightenment function of journalism and how to implement it. Informing consists in familiarising society with any facts or results of intellectual activity – politics, philosophy, religion, science, culture, art. These data contain socially significant knowledge, norms, values and correspond to humanistic tendencies of social development. Popularisation means the presentation of information in a form accessible to a mass audience. Media criticism is considered in the article as the ability to evaluate, analyse, interpret media content. Propaganda as a type of enlightenment activity is aimed at spreading knowledge and other information in order to form certain views, ideas, principles. The materials published in the weeklies “Rossiyskaya Gazeta” (Russian Gazette), “Argumenty i Fakty” (Arguments and Facts), “Literaturnaya Gazeta” (Literary Newspaper) are involved in the research. The main attention is paid to the current state of enlightenment in the press, its impact on the social role of journalism.

**Keywords:** enlightenment journalism, enlightenment activities, information, popularisation, propaganda, media criticism, mass media.

**For citation:** Gordienko N.N. Enlightenment activities of modern mass media. Vestnik of Kostroma State University, 2022, vol. 28, № 1, pp. 123–128 (In Russ.). <https://doi.org/10.34216/1998-0817-2022-28-1-123-128>

Просветительская тематика затрагивает нематериальную сторону жизни общества и представлена в нескольких сферах. Понятие «просветительская деятельность» на законодательном уровне было закреплено лишь недавно: 5 апреля 2021 года Президент России подписал ФЗ № 85 «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации», который вступил в силу 1 июля 2021 года. В нем просветительской называется «деятельность, направленная на распространение знаний, опыта, формирование умений, навыков, ценностных установок, компетенции в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов и затрагивающая отношения, регулируемые российским законодательством»<sup>1</sup>. По мнению К.Е. Морозова, сферу деятельности, попадающую под регулирование новых поправок, авторы закона очертили настолько широко, что под ее определение попадает любая научно-просветительская журналистика [Морозов: 1449].

Просветительская деятельность СМИ имеет специфический, целевой характер. М.Р. Соколов и Е.Ю. Погорельская считают, что «просветительская журналистика обращается к вечным ценностям, которые с необходимостью призваны возвращать в человеке его подлинно человеческие черты» [Соколов, Погорельская: 544]. Она реализуется в совокупности разных видов деятельности. С.П. Суворова выделяет четыре основных вида деятельности, способствующих осуществлению просветительской функции: информирование, популяризацию, пропаганду и критику. Она считает, что «степень и характер реализации просветительской функции журналистики в различных исторических условиях варьируются» [Суворова: 11]. В комплексе средств просветительской журналистики под влиянием разных факторов становятся доминирующими критика или популяризация, информирование или пропаганда. Так, по ее мнению, в отечественной прессе преобладающим средством создания текстов просветительской тематики в газетах разного типа стало информирование. Журналисты фактически лишь *ведут наблюдение* за происходящим в области политики, культуры, искусства, науки. Они *оповещают* массовую аудиторию о появлении нового артефакта, тем самым сужают свои задачи. Как следствие – снижается *социальная роль журналистики* в просвещении общества.

Просветительская деятельность редакций предполагает сотрудничество с представителями разных сфер духовного творчества. В результате взаимодействия формируется медиаконтент, который адресуют массовой аудитории через непрерывно движущиеся информационные потоки. СМИ выступают как субъ-

ект производства. Они включены в создание журналистских произведений, предназначенных для удовлетворения целого ряда информационных запросов общества. Потребность общества в формировании и поддержании оптимального состояния массового сознания служит причиной, которая формирует *просветительскую функцию журналистики*. Информирование с целью просвещения задействует механизмы саморегуляции гражданского общества, способствует уравниванию интересов отдельных граждан и норм закона, отражающих интересы общества. СМИ, занимаясь информированием общественности, могут способствовать созданию политических, экономических, морально-этических, правовых, социально-психологических условий для налаживания диалога в гражданском обществе. Синонимами понятию «информирование» являются слова «оповещение», «уведомление», «сигнализирование», «сообщение», «осведомление», «извещение», «передача сведений». Сообщения о фактах, событиях, явлениях, процессах составляют львиную долю всех информационных потоков, генерируемых современными СМИ. Лишь небольшую часть этих сообщений можно считать просветительскими. К ним относятся журналистские произведения, в которых получают отражение новые, еще не освоенные аудиторией продукты специализированных видов интеллектуальной деятельности – политики, философии, религии, науки, культуры, искусства, содержащие в себе общественно значимые знания, нормы и ценности и соответствующие гуманистическим тенденциям общественного развития. Исследователи отмечают тенденцию гуманизации информационного пространства, необходимость обретения журналистикой культурных ценностей.

Информируя общественность о появлении нового артефакта, представитель СМИ руководствуется основными принципами, применимыми к любым сферам информирования, не только области духовного производства. В деятельности СМИ необходимо придерживаться принципа достоверности при опубликовании сведений и данных просветительского характера. В качестве примера приведем небольшую событийную заметку «Матвиенко уважила традиции Саудовской Аравии» [Матвиенко: 2], опубликованную в еженедельнике «Аргументы и факты». В ней сообщается о визите спикера Совета Федерации РФ в мусульманскую страну. Журналист акцентирует внимание на том, что на встречу с руководством страны Валентина Матвиенко надела длинное зеленое платье и головной платок, согласно мусульманским традициям. В тексте излагается факт дипломатической культуры, требующий пояснения. Автор сообщает читателю установление общества, которое в мусульманской культуре существует в виде некоторых правил

и норм. С одной стороны, человек светский как представитель государства с другими культурными традициями не обязан их соблюдать, с другой стороны, руководствуясь нормами внутренней культуры, выражает уважительное отношение к местным традициям.

Под *популяризацией* подразумевается изложение информации в доступной для широких слоев населения форме, а также распространение каких-либо идей и специализированных знаний. Часто просветительскую журналистику считают тождественной научной популяризации. Однако это не так, поскольку популяризация является *одним из средств* распространения знаний, инструментом одной из сфер человеческой деятельности. Результатом популяризации научных знаний является активизация познавательных ресурсов аудитории, расширение ее кругозора, повышение интеллектуального уровня. Л.М. Гончарова в статье «СМИ как средство популяризации знаний: роль научно-популярных и культурно-просветительских передач в развитии общества» высказывает мнение о важности привлечения экспертов для осуществления культурно-просветительской миссии. Можно согласиться с тем, что «специалисты из различных областей науки и культуры демонстрируют образцы речевой культуры, что само по себе дает возможность формировать с помощью СМИ такие значимые для общества понятия, как «массовая культура», «национальная культура», «духовная культура» [Гончарова]. Материалы, в которых популяризируются научные знания, требуют определенных интеллектуальных затрат. Задачей подобных журналистских произведений становится стремление пробудить потребность в получении качественной информации, повысить познавательную активность аудитории. Познавательный потенциал обеспечивается не только формой подачи материала. Важной составляющей является личность того, через кого этот материал подается. К примеру, для повышения языковой культуры аудитории редакторами изданий могут приглашаться ученые-филологи. Эти приглашенные эксперты сотрудничают с изданием на правах внештатных журналистов и ведут постоянные рубрики, в которых рассказывают о богатстве и своеобразии языка. Примером служит опыт подобного сотрудничества редакции издания «Российская газета – Неделя» с кандидатом филологических наук Мариной Королевой. Автор этой еженедельной рубрики работала консультантом по русскому языку и ведущей новостей на нескольких радиостанциях, вела передачи и рубрики о русском языке на телеканалах НТВ, «Бибигон», «Карусель», «Культура». Она способна адаптировать информацию для разных целевых аудиторий. Колонка о русском языке строится следующим образом: сначала автор сообщает о жизненной ситуации, в которой содержится факт упо-

требления нового слова или устойчивого выражения, задает филологическую задачу. Далее Марина Королева решает ее путем рассуждения, с привлечением данных словарей, поиском примеров в художественной литературе, толкованием смыслов, после чего резюмирует, сообщает правильный ответ. Так ведущая рубрики вовлекает в познавательную деятельность читателя, демонстрирует образец вдумчивого отношения к явлениям действительности, бережного обращения с культурой прошлого и взвешенного подхода к языковым явлениям современности. Этим принципом автор руководствуется в изученных нами публикациях «Дешево и сердито» [Королева 2017а: 30], «Много шума из шоу-рума» [Королева 2017б: 30], «Что такое сороботничество» [Королева 2017в: 30], «Шишка и сошка» [Королева 2017г: 38] и других. Без ценностного аспекта, на наш взгляд, невозможно говорить о просветительской наполненности журналистского текста.

Предметом популяризации могут становиться различные достижения науки и техники, предназначенные «для многократного использования обществом в целях удовлетворения его определенных потребностей» [Лазутина, Распопова: 247]. СМИ, распространяя научные знания, стимулируют интерес к ним. С.Л. Страшнов считает, что «научная популяризация всегда помогала и социальному самоутверждению как отдельного индивида, так и целых поколений, позволяя чувствовать себя приобретаемыми к прогрессу» [Страшнов].

Наука представляет собой профессиональную сферу по отраслям знаний естественного, технического, общественно-гуманитарного характера. Некоторые знания имеют узкую сферу практического применения и могут быть абсолютно неактуальными для широких масс. Публикация информации о них важна, к примеру, для профессионального сообщества. Подобную информацию можно встретить в статьях ученых, публикуемых в научных журналах и предназначенных для определенной профессиональной группы. Эти тексты написаны с применением специфической терминологии, не требующей толкования для профессионалов. Для распространения подобного знания журналисту необходимо *перевести специализированные термины*, сделать их общедоступными, подобрать аналогии, сохранив суть описываемого явления, пояснить возможности применения описываемого научного достижения, обозначить перспективные направления его использования. Массовые издания чаще всего освещают *факты научных открытий*, которые имеют особое общественное значение. В процессе популяризации научного знания в СМИ благодаря работе журналиста сложное становится понятным для людей, не связанных с научным знанием. М. Загидуллина описывает

шесть принципов адаптации научного знания к массовой аудитории. *Первый принцип* заключается в том, чтобы редуцировать сложное научное явление до некоторой формулы, общего представления. *Второй принцип* основан на поиске аналогии, когда научное явление связывается с бытовым или чем-то таким, что может встречаться в житейском опыте обычного человека. Поиск журналистом грамотных аналогий носит творческий характер. *Третий принцип* основан на эмоциональном отношении к научной деятельности, открытию, явлению. Она пишет: «Эмоциональная заинтересованность СМИ в освещении проблем науки могла бы привлечь общественное внимание к состоянию науки в стране, способствовать возвращению российской науки на подобающее место в иерархии социальных институтов» [Загудиллина]. *Четвертым принципом* популяризации назван принцип практического прогноза. Его суть заключается в выяснении практической значимости описываемого журналистом научного открытия, исследования, события, факта. *Пятый принцип* автор связывает с постоянным привлечением внимания общественности к научным проблемам в связи с тем, что наука «выступает стратегическим элементом общественного развития, ее включение в рыночные отношения крайне затруднено» [Загудиллина]. *Шестым принципом* автор называет мастерство изложения материала, что в принципе должно быть свойственно профессиональной культуре журналиста, к какой бы тематической сфере он ни принадлежал. Журналист должен дозировать количество терминов, прибегать к жанровому многообразию при освещении научной жизни страны.

Важный вид деятельности просветительской журналистики – *медиакритика*. Критическое познание является частью культурного слоя общественной жизни. Критика, по определению Л.П. Саенковой-Мельницкой, – это «еще и особый род оценочной и познавательно-ориентирующей деятельности, роль которой в определении и оптимизации самых разных общественных процессов очень велика, но, к сожалению, до сих пор остается востребованной не в полной мере и к тому же – малоизученной» [Саенкова-Мельницкая: 67]. Критика способна влиять на совершенствование и обновление культуры. В современных условиях критическое журналистское творчество предполагает оценку, анализ, интерпретацию медиаконтента в широком значении этого термина.

Одной из задач медиакритики является проведение своеобразной *экспертизы медийной продукции*. Медиакритика призвана расставить акценты медиасодержанию, быть навигатором в медиaprостранстве. Ее примерами могут быть обзоры прессы в журнале «Журналист», кинообзоры журнала «Искусство кино», рубрика «Теленедели с Ириной Петровской»

в федеральной ежедневной общественно-политической газете «Известия». Умение критически оценивать медиасообщения способствует повышению медиаграмотности населения, сведению к минимуму угрозы манипуляции сознанием личности через СМИ и другие каналы. Образы, идеи, идеалы, ценности, формирующие культурную среду, включенные в медиaprостранство, также становятся предметом изучения медиакритика.

В газетах, журналах, на радио и телевидении в ряде стран Западной Европы периодически публикуются критические материалы, которые посвящены актуальным проблемам масс-медиа, критическому анализу их деятельности. В большинстве ежедневных газет США имеются разделы, рубрики, колонки телевизионной критики. В нашей отечественной журналистской практике известен опыт медиакритики российского еженедельного литературного и общественно-политического издания «Литературной газеты». Телевизионная критика на ее страницах осуществляется в большом разделе «ТелевЕдение», одним из редакторов которого является его постоянный автор, обозреватель Андрей Кондрашов. Большинство материалов рубрики «ТелевЕдение» посвящены проблемам борьбы за рейтинги, засилью развлекательного контента в СМИ, необъективным способам подачи информации некоторыми субъектами медиаотрасли. Журналисты в роли медиакритиков точно, доступно характеризуют медийные явления. Но в ряде материалов они только ставят проблему, анализируют ее, не предлагая способы решения.

Медиакритика как направление просветительской деятельности должна способствовать тому, чтобы любой читатель, зритель, слушатель, который знакомится с соответствующей публикацией журналиста, мог *перенимать опыт анализа медиасодержания* и продолжать *самостоятельно оценивать* и анализировать медиасреду, используя подобный инструментарий. Изучение федеральной прессы показывает, что журналистская критика медийных явлений в ней представлена недостаточно, в современных условиях она испытывает на себе влияние киноиндустрии, вследствие чего кинокритика нередко публикуется «на правах рекламы».

*Пропаганда* как вид деятельности направлена на распространение знаний и другой информации с целью формирования определенных взглядов, представлений, эмоциональных состояний. Термин происходит от латинского слова «propaganda», в переводе означающего «распространение». Он введен Ватиканом в XVII веке, когда было образовано объединение «Конгрегация пропаганды веры» для распространения католичества с помощью миссионерской деятельности. В начале XX века термин получил политическое значение. В настоящее

время данное понятие носит негативный оттенок. Считается, что пропаганда является средством манипулирования общественным мнением. Нами под пропагандой с целью просвещения понимается *распространение* политических, экономических, научно-технических, религиозных, философских, художественных идей и знаний, а также морально-нравственных, эстетических ценностей для формирования в общественном и личностном сознании системы убеждений, идеалов и принципов, которые определяют отношение к человеку и обществу. Косвенно или прямо пропаганда воздействует на эмоциональную сферу личности человека через сочувствие, жалость, честолюбие, жажду приключений, азарт. Условно ее разделяют на «черную», «серую» и «белую». Так, «белая пропаганда» является открытой, ее субъект не скрывает целей, использует достоверные данные. Субъекты «серой пропаганды» скрывают свои истинные намерения, распространяют непроверенные сведения, сознательно вводят людей в заблуждение. «Черная пропаганда» основывается на обмане. Просветительская деятельность реализуется исключительно в рамках так называемой «белой пропаганды». Под ней можно понимать целеустремленное распространение идей, путей их достижения. Пропаганда в нейтральном значении термина предполагает активный поиск способов донесения информации. Она через каналы СМИ способствует развитию созидательных процессов в общественном сознании. Представитель СМИ, использующий пропаганду в целях просвещения аудитории, сродни лектору, преподавателю: старается сделать свое информационное послание более доходчивым, стремится представить разные стороны проблемы, грамотно обозначить факты, допускающие сомнение, а также факты, подчеркивающие тезис, то есть подбирает аргументы и контраргументы таким образом, чтобы это дало больший эффект. В целях просвещения, если есть необходимость использовать пропаганду как метод убеждения, следует делать это ответственно, в сочетании с другими видами деятельности, такими как информирование и популяризация.

СМИ оказывают влияние на формирование гражданского сознания аудитории. Они специализируются на распространении информации, которая отражает социально значимую проблематику. Анализ показывает, что общественно-политические еженедельники, такие как «Российская газета – Неделя», «Аргументы и Факты», «Литературная газета», отличает наибольшее разнообразие тем и способов подачи информации. В них представлены факты и мнения, аргументы, экспертные оценки. Однако просветительство можно считать результативным, если оно носит систематический характер.

## Примечания

<sup>1</sup> Об образовании в Российской Федерации: Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. (в ред. от 5 апреля 2021 г. №85-ФЗ) // Гарант: справ. система. URL: <http://ivo.garant.ru/#/document/400542027/paragraph/1:0> (дата обращения: 01.11.2021).

## Источники

Королева М. Дешево и сердито // Российская газета – Неделя. 2017а. № 231. С. 30.

Королева М. Много шума из шоу-рума // Российская газета – Неделя. 2017б. № 243. С. 30.

Королева М. Что такое соработничество // Российская газета – Неделя. 2017в. № 272. С. 30.

Королева М. Шишка и сошка // Российская газета – Неделя. 2017г. № 25. С. 38.

Матвиенко уважила традиции Саудовской Аравии // Аргументы и факты. 2017. № 16. С. 2.

## Список литературы

Гончарова Л.М. СМИ как средство популяризации знаний: роль научно-популярных и культурно-просветительских передач в развитии общества // Информационное поле современной России: практики и эффекты. Казань: Казанский (Приволжский) фед. ун-т, 2015. С. 155–158.

Загудиллина М.В. Мастерство популяризации науки как элемент профессиональной культуры современного журналиста // Современная журналистика: дискурс профессиональной культуры. Екатеринбург: Уральский гос. ун-т им. А.М. Горького, 2005. С. 218–226.

Лазутина Г.В., Распопова С.С. Жанры журналистского творчества. М.: Аспект Пресс, 2011. 320 с.

Морозов К.Е. Закон «О регулировании просветительской деятельности»: возможные последствия для научно-популярной журналистики // Студент и наука – 2021. Магнитогорск: Магнитогорский гос. тех. ун-т им. Г.И. Носова, 2021. С. 1147–1453.

Саенкова-Мельницкая Л.П. Медиакритика как оценочно-познавательная область медиасферы // Вестник Белорусского государственного университета. Сер. 4: Филология. Журналистика. 2008. № 2. С. 67–70.

Соколов М.Р., Погорельская Е.Ю. Просветительская журналистика и формирование современного человека. Екатеринбург: «Гуманитарный университет», 2021. С. 544–549.

Страшнов С.Л. Популяризация науки в средствах массовой информации // Вестник Ивановского государственного университета. 2003. № 1. С. 3–16.

Суворова С.П. Реализация просветительской функции журналистики в современных общероссийских газетах: дис. ... канд. филол. наук. М., 2006. 185 с.

## References

- Goncharova L.M. *SMI kak sredstvo populiariatsii znaniy: rol' nauchno-populiarnykh i kul'turno-prosvetitel'skikh peredach v razvitiy obshchestva* [Mass media as a means of popularization of knowledge: the role of popular-scientific and cultural-enlightenment transmission in the development of society]. *Informatsionnoe pole sovremennoi Rossii: praktiki i efekty* [Information field of modern Russia: practices and effects]. Kazan, Kazan Federal University Publ., 2015, pp. 155–158. (In Russ.)
- Zagudillina M.V. *Masterstvo populiariatsii nauki kak element professional'noi kul'tury sovremennogo zhurnalista* [The skill of popularizing science as an element of the professional culture of a modern journalist]. *Sovremennaya zhurnalistika: diskurs professional'noi kul'tury* [Modern journalism: discourse of professional culture]. Ekaterinburg, Ural State University named after A.M. Gorky Publ., 2005, pp. 218–226. (In Russ.)
- Lazutina G.V., Raspopova S.S. *Zhanry zhurnalisticheskogo tvorchestva* [Genres of journalism]. Moscow, Aspekt Press Publ., 2011, 320 p. (In Russ.)
- Morozov K.E. *Zakon «O regulirovaniy prosvetitel'skoi deyatelnosti»: vozmozhnye posledstviya dlia nauchno-populiarnoi zhurnalistiki* [The Law «On the regulation of enlightenment activities»: possible consequences for popular-science journalism]. *Student i nauka – 2021* [Student and science – 2021]. Magnitogorsk, Magnitogorsk State Technical University named after G.I. Nosov Publ., 2021, pp. 1147–1453. (In Russ.)
- Saenkova-Mel'nitskaia L.P. *Mediakritika kak otsechno-poznavatel'naia oblast' mediasfery* [Media critic as an evaluative and cognitive area of the media sphere]. *Vestnik Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser. 4: Filologiya. Zhurnalistika* [Vestnik of Belarusian State University. Ser. 4: Philology. Journalism], 2008, № 2, pp. 67–70. (In Russ.)
- Sokolov M.R., Pogorel'skaia E.Iu. *Prosvetitel'skaia zhurnalistika i formirovanie sovremennogo cheloveka* [enlightenment journalism and the formation of a modern person]. Ekaterinburg, Humanities university Publ., 2021, pp. 544–549. (In Russ.)
- Strashnov S.L. *Populiariatsiia nauki v sredstvakh massovoi informatsii* [Popularization of science in the mass media]. *Vestnik Ivanovskogo gosudarstvennogo universiteta* [Vestnik of Ivanovo State University], 2003, № 1, pp. 3–16. (In Russ.)
- Suvorova S.P. *Realizatsiia prosvetitel'skoi funktsii zhurnalistiki v sovremennykh obshcherossiiskikh gazetakh: dis. ... kand. filol. nauk* [Implementation of the enlightenment function of journalism in modern all-Russian newspapers: DSc thesis]. Moscow, 2006, 185 p. (In Russ.)
- Статья поступила в редакцию 02.12.2021; одобрена после рецензирования 19.01.2022; принята к публикации 09.02.2022.*
- The article was submitted 02.12.2021; approved after reviewing 19.01.2022; accepted for publication 09.02.2022.*