

ПРАВИТЕЛЬСТВО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (СПбГУ)  
Институт философии

Зав. кафедрой  
конфликтологии  
\_\_\_\_\_ А.И. Стребков

Председатель ГАК,  
\_\_\_\_\_

Выпускная квалификационная работа на тему:  
***ПОЛИТИКО-КОНФЛИКТНЫЙ ДИСКУРС В СОВРЕМЕННОМ МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ***  
Специализация 040300 – Конфликтология

Рецензент:  
профессор, доктор философских наук  
Орлов Сергей Владимирович

\_\_\_\_\_ (подпись)

Выполнил:  
Студент  
Чертыков Владислав Владимирович

\_\_\_\_\_ (подпись)

Научный руководитель:  
профессор, доктор социологических наук  
Исаев Борис Акимович

\_\_\_\_\_ (подпись)

Санкт-Петербург  
2016

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	2
Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ДИСКУРСА И МЕДИАПРОСТРАНСТВА.....	7
1.1. Современное медиапространство.....	7
1.2. Социальное пространство .....	19
1.3. Дискурс-теория и критический дискурс-анализ Нормана Фэркло.....	27
Глава 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РЕАЛЬНОГО КОНФЛИКТА В ДИСКУРС-ГРУППАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ Twitter .....	50
2.1. Описание эмпирического объекта и обоснование кейса (триггер-события) исследования.....	50
2.2. Дискурс группы пользователей Twitter .....	63
2.3. Образ реального конфликта в отдельных дискурсах и пересечение дискурсов. ....	70
Заключение .....	76
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	85

## Введение

Наше исследование посвящено политико-конфликтному дискурсу и процессу формирования в нем образа реального конфликта в среде современного медиапространства. В целом, дискурс представляет собой контекстно связанные между собой символические значения, которые существуют в языке. Как и язык, дискурсы постоянно в движении. Это движение придают носители дискурсов - люди. Благодаря коммуникации, субъекты вступают во взаимодействия и их дискурсы пересекаются между собой. Пересечение дискурсов может быть объяснено в стандартных коммуникативных теориях. Дискурсы могут бороться между собой за доминирование одного символического или конкретного значения над другим, либо же могут гармонично существовать в гомогенной среде, образуя группы дискурсов. Исследование использует в качестве площадки для анализа социальную сеть Twitter. Социальные сети очень удачно подходят для исследований социальных взаимодействий, а Twitter наиболее успешная и развитая социальная сеть на сегодняшний день. Также из-за своей специфики (краткости) она очень удобна для анализа и поиска нужной информации (поиск осуществляется, по ключевым словам, а также имеются многочисленные инструменты аналитики внутри самой социальной сети).

В качестве примера триггер-события, которое реактивирует механизмы дискурса, мы выбрали теракты в Брюсселе, которые произошли во вторник 22 марта 2016 года, в результате которых погибли более 30 человек. Ответственность за теракты взяло на себя Исламское Государство (ИГ, ИГИЛ, ДАИШ) (организация запрещена на территории России). Это событие является одним из целой череды страшных терактов в Европе и за ее пределами, которые осуществляются в рамках конфликта на Ближнем Востоке. С нашей точки зрения, это событие, в данном социальном контексте (на 2016 год) достаточно резонансно и затрагивает многие группы населения, с совершенно полярными взглядами, что делает его хорошо подходящим поводом для исследования.

Актуальность нашей работы состоит в том, чтобы на реальном примере дать представление о том, что истина зависит от интерпретации. Следовательно, чтобы быть независимым и менее манипулируемым, необходимо уметь находить полезную, актуальную информацию и защищаться от доминирующей точки зрения. И не с целью простого подросткового максимализма, а с целью того, чтобы остаться собой и сохранить независимое сознание. А сетевые коммуникации очень быстро стали частью нашей повседневной жизни. В потоке информации очень сложно запутаться, потерять ориентиры, и в этом ключе очень важна способность критического мышления.

Степень разработанности темы, и дискурса в частности достаточно высока. Например, дискурс-теория французских исследователей Лакло и Муфф, критический дискурс-анализ Нормана Фэркло и Мишель Фуко, который в своих работах одним из первых ввел в широкий оборот понятие дискурса. В процессе подбора теоретического материала, мы изучили множество примеров того, как теория дискурса применена на практике. Но порой, это был анализ СМИ периода активной предвыборной борьбы, которые призваны были сравнить риторику противоборствующих сторон.<sup>1</sup> Еще дискурс-исследования применяются с целью аргументировать действия людей, которые борются за свои права. В этом, кстати, и была одна из идей создания критического дискурс-анализа, как либерального инструмента аргументации своих прав и борьбы за них.<sup>2 3 4</sup>

В рамках нашей темы были рассмотрены работы социологов, которые посвящены объяснению сути коммуникаций и строению общества. В частности, нами применяется теория социальных полей и символического капитала

---

<sup>1</sup> Методика проведения дискурс-анализа (Методическое пособие социологического факультета СПбГУ).

<sup>2</sup> [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2012/2/35.html> (дата обращения 10.04.2016).

<sup>3</sup> [Электронный ресурс] // URL: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/102021192> (дата обращения 10.04.2016).

<sup>4</sup> Андреева М. В. Современные СМИ: конспект лекций. М.: МГУП, 2011.

Пьера Бурдьё. Для описания медиапространства мы применили теории симулякров Жана Бодрийяра и драматургическую теорию Ирвинга Гоффмана. С их помощью мы провели связующую линию между классическими социологическими теориями и современными медиа.<sup>5 6 7 8</sup> На кафедре конфликтологии СПбГУ вопросы конфликтов в сети в своих работах затрагивает Сунами Артем Николаевич.<sup>9 10</sup>

Цель исследования заключается в том, каким образом формируется образ реального конфликта в дискурс-группах в среде медиапространства, которое по одной из своей функций, является посредником в распространении информации между реальным (или виртуальным) событием, и потребителем. Можно рассматривать дискурсы как интерпретативные среды, которые в силу своей специфики могут до неузнаваемости изменить изначальный смысл, и наделять событие своими символами и значениями, работая по аналогии с детской игрой в сломанный телефон.

Для достижения цели исследования, нам нужно решить следующие задачи:

- обозначить место и роль современного медиапространства в системе социального пространства.
- рассмотреть теорию дискурса.
- описать эмпирический объект и кейс (триггер-событие) исследования.

---

<sup>5</sup> Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: 2000. – 304 с.

<sup>6</sup> Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»).

<sup>7</sup> Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [Текст] / – Перевод О. А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с.

<sup>8</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards a sociological understanding of social media- theorizing twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media-theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>9</sup> Сунами А. Н. Толерантность и интолерантность в современном обществе. Материалы международной научно-практической конференции "Толерантность и интолерантность в современном обществе: осмысление новой реальности" — г. СПб, — 2012. — С. 359-367

<sup>10</sup> Сунами А. Н. Конфликтология. 2013. Вып. 1.

- провести исследование и выявить как образ конфликта формируется в дискурсивном измерении социальной сети Twitter.

Объектом в нашем исследовании выступает современное медиaprостранство, которое является универсальной средой для общения, интерпретаций и обмена информацией между людьми (дискурсами). Медиaprостранство является частью более общего понятия - информационного общества. Это общество характеризуется усилением роли сферы услуг и деятельности, связанной с информацией в социальном пространстве и широких социальных практиках.

Предмет исследования состоит в формировании образа реального конфликта в современном медиaprостранстве.

Методология исследования – системный анализ, структурно-функциональный анализ и метод критического дискурс-анализа Нормана Фэркло (далее КДА). Изначально КДА был разработан для борьбы с неравенством в обществе. Как инструмент обличения власть имущих и борьбой с идеологией. КДА показывает, как власть неравно или несправедливо распределена в обществе, относительно позиций социальных акторов. Метод, благодаря своему разработанному теоретическому и эмпирическому аппарату может быть использован для качественного изучения информационного пространства. Именно благодаря этому свойству, КДА был избран нами для проведения эмпирического исследования. Наряду с КДА используется структурно-функциональный анализ для описания широких понятий общества и медиа.

Научная новизна заключается в том, что во время исследования проблемы, нами не было найдено ни одной работы, которая бы совмещала в себе и критический дискурс-анализ, и современные цифровые социальные коммуникации. Считаем, что наша работа показывает на примере, как критический дискурс-анализ, да и другие аспекты теории дискурса могут быть применены к динамично меняющемуся миру социальных сетей.

Структура работы состоит из введения, двух глав с тремя параграфами в каждом, заключения и списка литературы.

# Глава 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ДИСКУРСА И МЕДИАПРОСТРАНСТВА

## 1.1. современное медиапространство

Сегодня за один день производится больше информации, чем за всю античную эпоху. Данных вокруг очень много, и они стали необходимой частью нашей жизни. Информация о мире, об обществе, сейчас также важна, как и знание о том, как вкрутить лампочку или поменять батарейки. Все это нужно чтобы принимать правильные решения в условиях постоянно меняющейся внешней среды. Это важно для крупных компаний, для которых информация - это важный капитал, с помощью которого они могут обладать преимуществом над конкурентами. Это важно личностям - нам с вами, чтобы быть в тренде, поддерживать и развивать свой культурный уровень. Парадигма информационного общества, которым модно сейчас именовать наш современный мир, зародилась примерно 40 лет назад в индустриально развитых странах Запада. С интенсификацией экономических процессов, экономика, основанная на информации и сервисах, постепенно заполняет мир, готовя мир к «индустриализации 4.0». Интеллектуальный капитал, связанная с ним информация, данные - гораздо важнее средств производства. Не потому что средства производства не совершенны или ничтожны, а потому что необходимая база уже построена, и на рынке достаточно предложения и конкуренции между компаниями, которые готовы выполнить любой заказ на любое количество продукции. В информационном обществе важна идея, проект, который можно реализовать. А за производством нет особых сложностей. Например, американская компания Nvidia, офис и лаборатории которой расположены в Калифорнии, занимается производством графических чипов для широкого спектра устройств, программного обеспечения к ним и другой смежной продукции.

Это очень крупная компания, занимающая на своем рынке чуть ли не половину, но она не имеет своей сборочной линии. Вообще всем производством занимаются партнеры в Юго-Восточной Азии. Аналогично с другими компаниями: Apple, Intel, AMD и другие. Конечно, не все работают по модели Nvidia. Например, у Apple есть небольшой завод в США, который занимается исключительно производством высокопроизводительных настольных графических станций для профессионалов. Но доля этих станций в проценте выручки компании так мала, что можно сказать, львиную долю дохода компания получает как раз от продукции, которую производят для нее партнеры по готовым сертифицированным схемам и проектам.

Компании, такие как Facebook или vk.com, Google, Yandex вообще не производят материальных благ, они занимаются исключительно нематериальными товарами - сервисами. Но эти компании по своей стоимости равны, а то и превосходят любые крупные компании золотой эры индустриальной эпохи. Та же Apple по своей рыночной капитализации превосходит ВВП России. И в будущем, индустриализация 4.0 только усилит этот тренд. В этом и заключается основная черта постиндустриального общества и его экономики. Но все это очень широко. Для целей и задач нашей работы необходимо рассмотреть отдельный аспект современного общества, а именно - новые средства общения.

С развитием средств связи, любое значимое событие в мире рождает всплеск интереса и резонанса в информационном поле. Между событием и потребителем информации все большую роль играют медиаторы: СМИ и сервисы социальных коммуникации, которые порой конкурируют с самими СМИ в оперативности. Усиливается значение интерпретации, в которой иногда и рождается смысл. В этом ключе важную роль играет умение вычленивать суть из бесконечного потока мнений, интерпретаций, коннотаций и откровенной лжи. Конечно, с точки зрения философских позиций истины вообще не существует. Даже будь мы непосредственными участниками событий, истины нам никогда не узнать, в силу субъективности нашего восприятия. Однако, можно



сложить более-менее общую картину используя специальные методы работы с информацией, которые призваны если не разрушить барьеры восприятия, то дать нам хотя бы общее и близкое к нейтральному представление о том, что же произошло. Понимание же формируется на основе потоков информации. А средой для этих потоков в 21 веке является медиaprостранство. В этом ключе разумнее начать с определения «информационного общества», потому что оно шире, чем медиaprостранство.

Слово «информация» в переводе с латинского означает «разъяснение», «сведение», «объяснение». В Россию это слово пришло в 18 веке, а до этого использовались его синонимы, такие как «вести», «сведения». Западные научные школы оформили множество подходов к пониманию общества нового типа. Но осознание того, что рубеж 20-21 веков ознаменовался новым видом отношений в большинстве своем не вызывает сомнений. Российские исследователи суммировали накопленные западными коллегами идеи. Например, интересно мнение исследователя И. С. Мелюхина, который обобщил характеристики информационного общества:

- во-первых, информация используется как экономический ресурс;
- во-вторых, информация становится предметом массового потребления;
- в-третьих, происходит интенсивное формирование информационного сектора экономики, который растет более быстрыми темпами, чем остальные отрасли»;<sup>11 12</sup>
- возрастание доли информационных коммуникаций, продуктов на их базе и услуг в проценте ВВП;

---

<sup>11</sup> Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М.: Изд-во МГУ, 1999. С. 20.

<sup>12</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиaprостранства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

- создание глобального информационного пространства (медиапространства), обеспечивающего эффективное информационное взаимодействие людей, их доступ к мировым информационным ресурсам и удовлетворение их потребностей в информационных продуктах и услугах.<sup>13</sup>

Итак, информация становится не просто данными или знаниями, но и сервисами, универсальным товаром обмена. Например, в сфере социальных сетей: мы доверяем крупным компаниям свои личные данные, пользуемся всеми удобствами быстрого обмена информацией и общением с близкими нам людьми. А в это время компании используют нашу же информацию для того чтобы продавать нам товары и услуги. Благодаря этому работает сектор экономики, называемый e-commerce (электронная коммерция). Но информация, как и любой ресурс не бесконечна, хоть и возобновляема. Она неравномерно распределена в обществе. Это распределение зависит от множества факторов, но об этом будет больше сказано во втором параграфе. В информационном обществе значительную прибыль приносит создание и оказание различных услуг. Информационное общество, как многомерное пространство, характеризуется:

- протяженностью;
- структурностью;
- взаимодействием элементов, что объясняет его потенциальную и реальную возможность влиять на субъекты, скорость, ход и условия коммуникации.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

<sup>14</sup> Кордобовский О. С., Политыко С. Д. Человек в информационном пространстве // Человек. 1998. №6. С. 104–112.

Все это значит, что связь информационного общества с информационным пространством (медиапространством) можно обозначить как - медиасоциальный «континуум»<sup>15</sup>, где существует диалектическая связь компонентов. В данном типе общества благодаря экспоненциальному росту связей усложняются и механизмы, управляющие обществом. Впрочем, как и в любом другом типе общества, который приходит на смену более раннему.

Информационное общество и медиапространство представляют собой очень тесно связанные сущности, и одно без другого не может существовать, потому что информационное общество - среда функционирования медиапространства. Медиапространство это:

- во-первых, объект междисциплинарного интереса, потому что затрагивает очень много жизненно важных сфер общества. Потому что с одной стороны, современное медиапространство подвергается комплексной «аналитике» в кругу журналистов, социологов, культурологов, политиков, педагогов, психологов, медиков, экономистов и других;
- во-вторых, само медиапространство традиционно исследует и пропускает через себя все институциональные формы общества - экономику, политику, право, мировоззренческую сферу: философию, науку, религию, искусство.<sup>16</sup>

Термин «медиапространство» (от англ. Media space) является производным от термина «медиа», вводимый в русский язык с начала 1990-х годов. Английский термин «media», копией которого является «медиа», в данном случае является сокращенным вариантом понятий «media of communication», то есть

---

<sup>15</sup> Гирич В. Л., Чуприна В. Н. Глобальное информационное пространство и проблема доступа к мировым информационным ресурсам [Электронный ресурс] // Госбук. URL: <http://www.gosbook.ru/document/29728/29761/pre> (дата обращения 16.03.2016).

<sup>16</sup> Монастырева О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию. [Электронный ресурс] // URL: [http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50\\_10.pdf](http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50_10.pdf) (дата обращения 16.03.2016).

«средства коммуникации», или «media of mass communication», то есть «средства массовой коммуникации».<sup>17</sup>

Первоначально термин «медиа» стал использоваться в 16 столетии в Англии. В 18 в. он определил собой газеты, а в 19 в. - дополнительно почту и телеграф. В 20 в. с появлением радио, телевидения, интернета предметные границы понятия резко расширяются. Например, немецкий ученый Н. Болц к предметному полю медиа отнес устную речь, письменность, книгу и средства массовой информации. В своих работах он пришел к выводу, что история медиа насчитывает шесть эпох разной длительности:

- устная речь;
- письменность;
- книга;
- масс-медиа - дигитализация (или диджитализация, от англ. слова - digital - цифровое) - осетевление.

Для нашего исследования очень важно именно последнее звено в цепочке Болца, потому что сейчас оно наиболее актуально. Значение создания компьютера и процесс дигитализации (диджитализации), по словам Н. Болца, «по своему культурно-историческому значению можно сравнить только с изобретением печатного станка».<sup>18</sup> Он говорит, что мы видим своими глазами как развиваются две последние описанные им эпохи. Происходит смещение фокуса с переработки информации, к коммуникации. Идет процесс перехода от дигитализации (диджитализации) к осетевлению.<sup>19</sup> Продолжая мысли Болца, российская исследовательница Н. Б. Кириллова, считает, что «медиа» - широкое и сложное понятие. Медиа нельзя сводить к тривиальному «посредничеству». Медиа - это некий коммуникационный канал, построенный на

---

<sup>17</sup> Медиапространство [Электронный ресурс] // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Медиапространство> (дата обращения: 16.03.2016).

<sup>18</sup> Болц Н. Обращение к русскому читателю // Азбука медиа. М., 2011. С. 3–4.

<sup>19</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

идеологических, эмоциональных и даже подсознательных ожиданиях для тех, на кого направлен фокус воздействия. Кириллова уточняет, «медиа - это не просто средство для передачи информации, это целая среда, в которой производятся, эстетизируются и транслируются культурные коды».<sup>20</sup> Кириллова подтверждает свои мысли высказыванием В. Савчука: «Медийность - это экзистенциальный проект жаждущих пробиться и достучаться поверх и через газетную полосу, теле и радиоэфир».<sup>21</sup> По сути автор подошла к определению понятия медиaprостранства, говоря, что «медиа - это не просто система СМИ и массовых коммуникаций, а вполне конкретная и властная «матрица» - система культурно-информационных монополий, которая ныне становится главной опорой любого государства».<sup>22</sup>

Таким образом, мы пришли к тому, что под «медиа» нужно понимать всю совокупность средств социальной коммуникации, используемых для передачи потребителю любых данных и информации (контента) с помощью многообразных технологических приемов и средств (каналов передачи) для различных целей во времени и пространстве.<sup>23</sup> Далее уже можно совместить рассмотренное выше понятие «медиа» с «пространством», что даст нам представление об объекте нашего исследования.

Отношение к «медиапространству» в широкой научной среде до сих пор неоднозначное. Это связано с тем, что есть очень много подходов к пониманию этого слова не просто как термина, но еще и как социального феномена. Все это затрудняет нахождение его конструктивной сути. Кроме того, медиaprостранство имеет значение не только в сфере СМИ, а и в сфере культуры, где оно выступает, как своего рода база значений символов и различных норм.

---

<sup>20</sup> Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2005. С. 21.

<sup>21</sup> Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. М., 2002. С. 25.

<sup>22</sup> Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2005. С. 30.

<sup>23</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиaprостранства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

Благодаря этому качеству, медиaprостранство представляется в роли регулирующего механизма культуры, не допускающего разночтений.<sup>24</sup>

Но если начинать рассуждать в терминах гуманитарных наук, то более-менее взгляды исследователей совпадают. Применяя термин «медиaprостранства» к социальному пространству, можно заметить, что в ряде случаев, медиа выступают в роли инструмента, который помогает людям адаптироваться к обществу. Медиaprостранство играет большую роль в социализации человека, помогает расширить его когнитивные способности, развить интерес и способствовать большей включенности индивида в социальные процессы посредством символического участия.<sup>25</sup>

Определения термина «медиaprостранство» появились еще в середине 1980-х гг. Однако они были ограничены технологическими характеристиками масс медиа своего времени. Американские ученые группы Smalltalk, входившей в центр исследований компании Xerox в калифорнийском Пало-Альто, под руководством Б. Стултса и С. Харрисона одними из первых занялись изучением медиaprостранства. По их мнению, медиaprостранством можно считать некие «электронные условия, в которых группы людей могут работать вместе, даже если они не находятся в одном и том же месте в одно и то же время. В медиaprостранстве люди могут создавать в реальном времени визуальные и звуковые среды, которые охватывают физически разделенные площади. Они также могут контролировать запись, доступ и воспроизведение изображений и звуков в этих средах».<sup>26 27</sup>

---

<sup>24</sup> Медиaprостранство [Электронный ресурс] // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Медиaprостранство> (дата обращения: 16.03.2016).

<sup>25</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиaprостранства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

<sup>26</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиaprостранства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

<sup>27</sup> Там же.

Что касается отечественных исследователей, то российские ученые обратились к изучению проблематики медиапространства только в последнее десятилетие. Так, исследователи Ф. И. Шарков и Е. Н. Юдина трактуют медиапространство как социальный феномен, особую социальную структуру, образованную системой взаимоотношений производителей и потребителей массовой информации.<sup>28 29</sup> Медиапространство в целом тщательно изучалось Е. Н. Юдиной, и, по ее мнению, медиапространство являясь частью социального пространства, имеет три формы репрезентации:

- физическое пространство;
- пространство социальных отношений;
- символическое пространство.

более подробно отношения социального пространства и медиапространства будут нами рассмотрены во втором параграфе, а пока в структуре медиапространства важно выделить следующие элементы:

- масс-медиа как базовую основу производства и передачи массовой информации;
- отношения медиа-агентов по поводу производства и потребления массовой информации;
- информационный символический продукт, в форме которого распространяется массовая информация.<sup>30 31</sup>

Целостность этих отношений порождает сложную конфигурацию открытой социальной системы, в которую включены многочисленные разнородные объекты. Социальные институты, социальные организации, группы и от-

---

<sup>28</sup> Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. М., 2002.

<sup>29</sup> Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М., 2005.

<sup>30</sup> Филиппов А. Ф. Социология пространства. – СПб.: Владимир Даль, 2008. – 285 с.

<sup>31</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

дельные личности, имеющие отношение к производству и потреблению информации, органично входят в это пространство.<sup>32</sup> Важным признаком медиапространства в концепции Юдиной является появление нового качества, которое изначально не принадлежит элементам системы. Его возникновение обусловлено взаимоотношениями акторов и объяснено следующим образом: события окружающего мира, отбираемые и тиражируемые масс медиа, превращаются в товар, предназначенный для обмена или продажи. В свою очередь производство массовой информации (как и всякое производство) предполагает потребление произведенного товара. Сутью же информационного потребления является воспроизводство человека социального, углубление и развитие отношений индивида с обществом, интеграция его в социальное пространство. Автор приходит к неожиданному и любопытному выводу, что новое качество, воспроизводимое медиапространством, - это социализированная личность, интегрированная в социальное пространство. Эта идея культурцентристской модели медиапространства, ставящей во главу угла необходимость самореализации и саморазвития человека посредством СМИ и цифровой культуры в целом.<sup>33</sup> Данное определение медиапространства очень важно, с точки зрения цели и задач нашей работы, потому что наиболее полно раскрывает многогранную суть процессов, происходящих в медиапространстве.

Как уже было сказано, медиапространство имеет очень много подходов к пониманию, и не все они одинаковы, что подтверждается простым экспериментом: любая поисковая интернет-система на запрос «медиапространство»

---

<sup>32</sup> Монастырева О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию. [Электронный ресурс] // URL: [http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50\\_10.pdf](http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50_10.pdf) (дата обращения 16.03.2016).

<sup>33</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).



выдает тысячи ссылок, при этом в качестве отдельной дефиниции «медиапространство» не содержится ни в одном специализированном словарном издании,<sup>34</sup> ни в новейших словарях по социологии, культурологии, философии.

Итак, подводя небольшой итог мы считаем, что с точки зрения нашего исследования стоит определить, что по умолчанию, в широком, неоформленном значении под медиапространством понимается все возможности использования потоков информации (значимые для большинства людей газеты, интернет, радиостанции, телевизионные каналы).<sup>35 36</sup> В свою очередь информационным потокам различных уровней (как бы сосудам медиапространства), формирующим медийное пространство присущи некие характерные особенности:

- универсальность (медиаконтент как основной продукт медиапространства может потреблять широкая аудитория: читать, видеть, слышать и т.п.);
- широкая доступность (с наращиванием технических возможностей будет преодолевать информационное неравенство различных профессиональных и социальных групп, регионов и стран);
- уникальность (несхожесть медиаформатов, медианосителей и медиаконтента); адресность (медиаконтент ориентирован на обслуживание интересов и потребностей определенных социальных групп и отдельных индивидов);
- безграничность (новые технические возможности снимают всякие количественные ограничения);

---

<sup>34</sup> Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 301 с.

<sup>35</sup> Зубанова Л. Б. Современное медиапространство: подходы к пониманию и принципы интерпретации // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2008. – № 2 (14). – С.6-17.

<sup>36</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

- динамика (изменчивость, гибкость, пластичность, подвижность, приспособление к запросам аудитории).<sup>37</sup>

Теперь можно выделить особенности сущности понятия медиапространства:

- во-первых, основой медиапространства являются средства массовой коммуникации (его наиболее значимыми, конструктивными элементами являются газеты, журналы, книги, радио, телевидение, интернет и т. п.);<sup>38 39</sup>

- во-вторых, различные медиа являются активными акторами формирования других видов пространств: информационного, образовательного, культурного и других. Согласно тому, что медиапространство - есть среда для функционирования различных видов деятельности людей;

- в-третьих, с помощью определенных медианосителей в медиапространстве осуществляется взаимодействие между производителями и потребителями медиаконтента, коммуникация или интеракция между членами социума;

- в-четвертых, различаясь по степени влияния и массовости, все элементы медиапространства оказываются взаимосвязаны и взаимозависимы;

- в-пятых, трансформация одного элемента системы оказывает воздействие на видоизменения всех остальных, потому что, как уже было отмечено, плотность связей усложняет механизмы функционирования общества, как на макро, так и на микро уровне;

---

<sup>37</sup> Андреева М. В. Современные СМИ: конспект лекций. М.: МГУП, 2011. С. 129.

<sup>38</sup> Юдина Е. Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения). – М.: Моск. пед. гос. ун-т, 2008.

<sup>39</sup> Лизунова И. В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

- в-шестых, в свою очередь каждый из элементов медиaproстранства представляет собой «довольно сложную композицию, отвечающую запросам современных потребителей информации»;
- в-седьмых, развитое медиaproстранство, обеспечивающее доступ социума к медийным потокам различных уровней, к информационным ресурсам и удовлетворение его медийных потребностей, является отличительной чертой информационного общества.

Структурные элементы медиaproстранства включают в себя:

- индивидуальных агентов, которые могут выступать в ролях потребителей информации или производителей;
- различные структуры СМИ, которые профессионально занимаются распространением актуальной информации;
- инфраструктура и сервисы электронных коммуникаций, обеспечивающих быстрое и своевременное распространение и потребление информации на всех уровнях.

Все эти элементы динамические и масштабируемые переменные. То есть информационная цепочка может быть сколь угодно длинной, интерпретация может быть полярной, а сервисы коммуникаций и СМИ могут затрагивать как отдельных индивидов, так и целые нации. Структурные элементы медиaproстранства органично встроены в различные сферы общества, такие как культуру, образование, здравоохранение, наука, финансы, бизнес, политика и другие.

Таким образом - медиaproстранство является универсальным медиатором различных сфер деятельности человека. Соответственно, медиaproстранство и социум очень зависимы друг от друга, потому что две эти сущности диалектически связаны, и не могут существовать одна без другой, существуя в медиасоциальном континууме.

## 1.2. социальное пространство

По нашему мнению, для осмысления взаимоотношений и взаимозависимостей между социальным пространством и медиапространством в целом, большое значение имеет концепция Пьера Бурдьё<sup>40</sup> На наш взгляд его теория дает наиболее полное представление о связи различных измерений социального и смежных с ним пространств. Мы считаем, что для полного понимания связей, необходимо рассмотреть основные положения теории социальных полей и действующих в них социальных капиталов.

В рассуждениях в рамках своей теории, Бурдьё изображает социальный мир в форме многомерного пространства, построенного по принципам дифференциации и распределения, сформированным совокупностью действующих свойств в рассматриваемом социальном универсуме, то есть свойств, способных придавать его владельцу силу и власть в этом универсуме.

Агенты и группы агентов определяются, по их относительным позициям в этом пространстве. Каждый из них размещен в позиции и в определенные классы близких друг другу позиций (т. е. в определенной области данного пространства), и нельзя реально занимать две противоположные области в пространстве, даже если мысленно это возможно. В той мере, в какой свойства, выбранные для построения пространства, являются активными его свойствами, можно описать это пространство как поле сил, точнее, как совокупность объективных отношений сил, которые навязываются всем входящим в это поле и несводимы к намерениям индивидуальных агентов или же к их непосредственным взаимодействиям.<sup>41</sup>

Бурдьё определяет власть в различных видах капитала, который используется, как ресурс в так называемых полях, которые составляют уровни и

---

<sup>40</sup> Бурдьё П. Социология политики: Пер. с фр. Г.А. Чередниченко/Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. / — М.: Socio-Logos, 1993. — С. 159-177.

<sup>41</sup> Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»). С. 15.

границы социальных отношений. Мы считаем, что это очень важный момент во всей теории, потому что капитал - это универсальный товар обмена в среде медиа. Капитал, который может существовать в объективированном состоянии - в форме материального свойства или, как это бывает в случае культурного капитала, в его инкорпорированном (инкорпорированный - обретший носителя, тело; интегрированный в субстрат) состоянии, что может быть гарантировано юридически, - представляет собой власть над полем (в данный момент времени), например, информационным.<sup>42</sup>

Социальное поле можно описать как такое многомерное пространство позиций, в котором любая существующая позиция может быть определена, исходя из многомерной системы координат, значения которых коррелируют с соответствующими различными переменными. Таким образом, агенты в них распределяются в первом измерении - по общему объему капитала, которым они располагают, а во втором - по сочетаниям своих капиталов, то есть по относительному весу различных видов капитала в общей совокупности собственности.<sup>43</sup>

Таким образом, позиция агента в социальном пространстве может определяться по его позициям в различных полях, т. е. в распределении власти, активированной в каждом отдельном поле. Это, главным образом, экономический капитал в его разных видах, культурный капитал и социальный капитал, а также символический капитал, обычно называемый престижем, репутацией, именем и тому подобное. Именно в этой форме все другие виды капиталов воспринимаются и признаются как легитимные.<sup>44</sup> И конечно, все это присутствует в среде медиaprостранства.

---

<sup>42</sup> Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»). С. 15.

<sup>43</sup> Там же. С. 16.

<sup>44</sup> Там же. С. 16.

Восприятие социального мира есть продукт двойного социального структурирования. С «объективной» стороны, оно структурировано социально, поскольку свойства, сопряженные с агентами или с институтами, предстают восприятию не каким-то независимым образом, но, напротив, в очень неравновероятных комбинациях (и так же, как у животного, имеющего перья, больше шансов обладать крыльями, чем у животного, имеющего мех, так и у владельцев большого культурного капитала больше шансов стать посетителями музеев, чем у тех, кто этого капитала лишен, приводит пример Бурдые). С «субъективной» стороны, восприятие социального мира структурировано в силу того, что схемы восприятия и оценивания приспособляются к рассматриваемому моменту, и все то, что представлено, в частности, в языке, есть продукт предшествующей символической борьбы и выражает в более или менее видоизмененной форме состояние распределения символических сил.<sup>45</sup>

Тем не менее объекты могут восприниматься и выражаться различным образом. Ибо как объекты природного мира, они всегда предполагают частичную неопределенность и расплывчатость, поскольку, например, наиболее устойчивые сочетания свойств никогда не базируются лишь на статистических связях между сущностными чертами; а как объекты истории, они подвержены изменениям во времени. Их значение, в меру его «подвешенности» в будущем, само не решено, оно в ожидании, отсрочено и через это относительно недетерминировано. Эта сторона дела - неопределенность - есть то, что подводит базу под плюрализм видения мира. Она сама связана с множественностью точек зрения и со всеми символическими битвами за производство и навязывание легитимного видения социального мира.<sup>46</sup> В связи с высокой плотностью социальных связей в медиапространстве, легитимное видение социального и материального мира постоянно подвержено опасности, потому что очень широк

---

<sup>45</sup> Бурдые П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»). С. 21.

<sup>46</sup> Там же. С. 21.

спектр альтернатив. Так как общество имеет свой порядок, то легитимное видение достаточно устойчиво, но в тоже время способно к изменениям в условиях окружающей его плюральности.

Главное, по мнению Бурдые, когда он говорит о глубинных вещах на уровне единичных акторов это опыт социального мира и работа по его конструированию предполагает обращение к практике ниже уровня эксплицитного представления и вербализованных выражений. Чувство положения, занимаемого в социальном пространстве (то, что Гоффман называет - «sense of one's place»), будучи ближе к классовому бессознательному, чем к «сознанию класса» в марксистском смысле, есть практическая материя социальной структуры в целом, которая раскрывается через ощущение позиции, занятой в этой структуре.<sup>47</sup> Чувство положения, как чувство того, что можно и чего нельзя «себе позволить», включает в себе негласное принятие своего положения, чувство границ («это не для нас») или, что сводится к тому же, чувство дистанции, которую обозначают и держат, уважают или заставляют других уважать - причем, конечно, тем сильнее чем более суровы условия существования и чем более неукоснителен принцип реальности. (Поэтому глубокий реализм, которым чаще всего характеризуется видение социального мира у занимающих подчиненное положение, функционируя как некоего рода социально установленный инстинкт самосохранения, может казаться консервативным лишь относительно внешнего, а значит, нормативного представления об «объективном интересе» тех, кому этот реализм помогает жить или выживать).<sup>48</sup>

Делая выводы, Бурдые пишет, что именно в символической борьбе за производство здравого смысла или, точнее, за монополию легитимной номинации как официального – эксплицитного (внешнего проявления) и публич-

---

<sup>47</sup> Бурдые П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»). С. 21.

<sup>48</sup> Там же. С. 23.

ного благословения легитимного видения социального мира агенты используют символический капитал, приобретенный ими в предшествующей борьбе, и, собственно, любую власть, которой они располагают.<sup>49</sup>

Бурдьё отмечает: «правда в том, что научный анализ не выбирает между перспективизмом и тем, что следует называть скорее абсолютизмом: в действительности правда социального мира - это суть борьбы между очень неравно вооруженными агентами за то, чтобы добраться до совершенного, т. е. самоконтролируемого, видения и предвидения».<sup>50</sup> Социальные агенты, а также предметы, присвоенные агентами и, следовательно, конституированные как собственность, помещены в некое место социального пространства, которое может быть охарактеризовано через его относительное положение по сравнению с другими местами (выше, ниже, между и т. п.) и через дистанцию, отделяющую это место от других.<sup>51</sup>

Итак, в свете вышесказанного, в целом, социальное пространство - это абстрактное пространство, конституированное ансамблем подпространств или полей (экономическое поле, интеллектуальное поле и др.), которые обязаны своей структурой неравному распределению отдельных видов капитала; оно может восприниматься в форме структуры распределения различных видов капитала, функционирующей одновременно как средства и цели борьбы в различных полях. Реализованное физически социальное пространство представляет собой распределение в физическом пространстве различных видов благ и услуг, а также индивидуальных агентов и групп, локализованных физически (как тела, привязанные к постоянному месту: закрепленное место жительства или главное место обитания) и обладающих возможностями присвоения этих более или менее значительных благ и услуг (в зависимости от имеющегося у

---

<sup>49</sup> Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»). С. 27.

<sup>50</sup> Там же. С. 29.

<sup>51</sup> Там же. С. 50.



них капитала, а также от физической дистанции, отделяющей от этих благ, которая сама в свою очередь зависит от их капитала).<sup>52</sup> Социальное пространство, такое, каким Бурдьё описал его выше, представляет собой совокупность агентов, наделенных различными и систематически взаимосвязанными свойствами.<sup>53</sup>

Подводя итог рассуждениям Пьера Бурдьё, можно заключить, что в рамках его теории социальное пространство - это невидимые связи, которые формируют пространство внешних позиций, по их близости, соседству или сверху, снизу, между, посередине. Это непрерывное образование, свойства которого остаются неизменными при деформации. По мнению П. Бурдьё, пространство социальных отношений, столь же реально, как географическое пространство.<sup>54</sup> Он применяет к нему близкие топологические характеристики. С нашей точки зрения, возможно это наиболее подходящее определение медиапространства как подпространства социального.

Опираясь на рассуждения Бурдьё, можно сказать, что медиапространство является продуктом социального пространства, а соответственно его частью. Однажды общество само породило эту среду, сделав ее полезной для себя, и в дальнейшем вошло с медиапространством в тесную интеграцию. Было бы не корректно говорить, что медиапространство это отдельная категория, потому что общество может существовать без медиа, а медиа без общества нет.

Являясь продуктом социального пространства, медиапространство, как уже было сказано, образует с обществом континуум, повторяя особенности самого общества. Например, как и в социуме, распределение социального капитала, позиций и отношений очень неравное. То есть доступ к информации у

---

<sup>52</sup> Бурдьё П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»). С. 54.

<sup>53</sup> Там же. С. 76.

<sup>54</sup> Бурдьё П. Социология политики: Пер. с фр. Г.А. Чередниченко/Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. / — М.: Socio-Logos, 1993. — С. 159-177.

различных людей не один и тот же. Кто-то лишен возможностей в силу своего положения, кто-то в силу невежества. Медиапространство, как и социальное пространство очень символично, как и капитал в нем, но этот капитал вполне реален по своей силе. Медиапространство мимикрирует общество, но делает это на качественно ином уровне - информационном. Многие категории социального пространства имеют свои аналоги в медиа, которые взаимодействуют по очень похожим принципам. Таким образом, у нас есть возможность теоретически связать медиапространство и само социальное пространство.

Используя материал первого и второго параграфа, объединив идеи, теперь мы можем артикулировать заключение, которое призвано решить первую задачу для достижения цели работы. А именно - обозначить место и роль современного медиапространства в системе социального пространства. Итак, современное медиапространство - это пространство отношений всех медиасубъектов (агентов). К тому же, это не устойчивое состояние, а огромный комплекс ни на секунду не останавливающихся процессов - поток событий. Иначе говоря, оно имеет «процессуальный образ». Опираясь на концепцию Пьера Бурдьё можно утверждать, что медиапространство как часть социального пространства проецирует его образы в информационную среду, через процесс взаимодействия медиаструктур по поводу производства и потребления медиаконтента (который является воплощением различного символического капитала). Социальные конструкции переносятся на информационное пространство. В мире взаимодействия медиа-агентов - социальные конструкции на иные подпространства или поля социального пространства. Исходя из теории Бурдьё, медиапространство можно представить, как особую часть социального пространства, которая «обладает способностью проецировать социальные кон-

струкции с опорой на специфические, присущие только ему средства (печатные и электронные СМИ)».<sup>55</sup> В этом многими исследователями «видится особая роль и исключительная значимость медиапространства в социальном мире».<sup>56</sup> Таким образом мы подвели итог согласно первой поставленной задаче - выявили и описали особенности современного медиапространства и его связь с социальным пространством, используя означенные нами материалы и методы.

### **1.3. дискурс-теория и критический дискурс-анализ Нормана Фэркло**

В предыдущем параграфе важным термином стало медиапространство и его связь с социальным пространством посредством различных видов символического капитала социальных акторов. Медиапространство включает в себя понятие массовая коммуникация, именно как периодический комплексный (включающий различные компоненты: радио, кино, телевидение, интернет, газету, рекламу) текст (дискурс), «назначение которой состоит в распространении новой текущей общественно значимой информации (любой)». Но массовая коммуникация, как одна из базисных платформ современного общества имеет в своей основе все тот же стандартный набор артикуляций информации, что и сотни лет назад. И один из них - уже отмеченный нами текст.<sup>57</sup> Согласно такому представлению, массовая коммуникация относится к наиболее позднему по происхождению роду словесности. Она объединяет в себе все характерные черты более ранних родов словесности и сочетает в себе устную и

---

<sup>55</sup> Лизунова И.В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).

<sup>56</sup> Там же.

<sup>57</sup> Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. - 479 с. С. 19.

письменную формы речи, все виды искусства и обращена к массовой аудитории.<sup>58</sup> Массовая коммуникация - это очень широкое понятие, равно как и дискурс, если его применять к массовой коммуникации. В связи с этим стоит сосредоточить наше внимание на уже упомянутый термин «текст». Именно он, в дальнейшем будет фокусом наших рассуждений и исследования в практической части работы.

Понятием «текст» обычно обозначают способ вербального или графического отображения информации при помощи системы знаков (речевых или графических), связанных семантическим и структурным единством. Иногда встречается более широкая трактовка «текста», которая предполагает, что не только письменно зафиксированная речь, но и любое действие, любой набор связанных между собой ситуаций может рассматриваться и исследоваться как «текст». Так, по М. Бахтину, текст может быть представлен в разных формах:

- как живая речь человека; как речь, запечатленная на бумаге или любом другом носителе (плоскости);
- как любая знаковая система (иконографическая, непосредственно вещественная, деятельностная и т.д.).<sup>59</sup>

В контексте рассуждений о тексте, наиболее популярным в настоящее время является понятие «дискурс» (фр. discours, от лат. discursus - рассуждение, довод). Для дальнейшей работы нам необходимо операционализировать как можно четче понятие дискурса и дискурс-анализа, который выступит нашим инструментом на пути к достижению цели всей нашей работы. Именно этому посвящен данный параграф. Для решения второй задачи, считаем важным отметить ключевые моменты критического дискурс-анализа. Это позволит нам наиболее полно и корректно использовать это понятие в дальнейшем.

---

<sup>58</sup> Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И.М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. - 479 с. С. 19.

<sup>59</sup> Там же. С. 62.

Само определение дискурса затруднительно. Исток дискурс-анализа - работы Мишеля Фуко. Термин «дискурс» в его работах не имел прямого отношения к понятиям текста, языка или разговора и обозначал систему утверждений, которая конструирует объект определенным образом.<sup>60</sup> Критическая направленность такого подхода заключалась в том, чтобы сделать видимыми те скрытые способы, которыми язык используется для получения политических и идеологических эффектов. Сегодня в социальных науках дискурс рассматривается в родственном, но не аналогичном ключе. В самом общем смысле «дискурс есть коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и прочем контексте».<sup>61</sup> Коммуникативное действие может пониматься как речевое, письменное, вербальное или невербальное. Дискурс может пониматься как институализированное использование языка и подобных языку систем символов.<sup>62</sup> Однако, в более узком смысле, внимание исследователей направлено на дискурс как «продукт» коммуникации - письменный или речевой, который становится объектом интерпретации участвующих в коммуникации. Дискурс разворачивается в конкретном контексте и имеет отношение к конкретному объекту или ситуации. Дискурс, таким образом, становится произведенным в определенном смысле текстом, к которому применяются различные аналитические процедуры.<sup>63</sup>

---

<sup>60</sup> Have P. T. (2005). Conversation analysis versus other approaches to discourse. Review essay: Robin

<sup>61</sup> Van Dijk T. A. (1998). Ideology: A multidisciplinary approach. Sage.

<sup>62</sup> Davies B., & Harré R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. Journal for the theory of social behavior, 20(1), 43-63.

<sup>63</sup> Там же

Далее стоит отметить, что дискурсы, переплетаясь и складываясь в своеобразную сеть, формируют так называемый дискурсивный порядок, являющийся одной из сторон социального порядка.<sup>64</sup> Дискурсы проявляются в трех различных видах<sup>65</sup>:

- во-первых, как часть социальной активности, реализуемой в рамках практической деятельности. Например, выполнение определенной работы, нахождение в определенной должности связано с использованием специфического языка, который можно обозначить как дискурс конкретной профессии или института;
- во-вторых, дискурсивные практики порождают репрезентации себя;
- в-третьих, они становятся способами существования, производя идентичности, формируя индивидуальную субъектность.<sup>66</sup>

Также дискурсы включают в себя не только репрезентации «реального положения вещей», того, что происходит сейчас, но и образы возможного, потенциального или должного порядка вещей.<sup>67</sup>

Спустя некоторое время, помимо классического «фукодианского» дискурс-анализа возникли традиции критического дискурс анализа, психологического дискурс-анализа и других. Методы, применяемые в рамках общей стратегии, разнятся: они могут выявлять как риторические аспекты дискурса, так и психологические, а также исследовать дискурсивные практики.<sup>68</sup> Популярный в социологии критический дискурс-анализ (КДА) нацелен на исследование идеологии властных групп, которые поддерживаются с помощью официальных документов, сообщений в СМИ и т.п. источниках.<sup>69</sup> КДА позволяет выделять и анализировать дискурсы, которые соревнуются с друг другом,

---

<sup>64</sup> Fairclough N. (2001). The dialectics of discourse. *Textus*, 14(2), 231-242.

<sup>65</sup> Там же.

<sup>66</sup> Davies B., & Harré R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. *Journal for the theory of social behavior*, 20(1), 43-63.

<sup>67</sup> Там же.

<sup>68</sup> Have P. T. (2005). Conversation analysis versus other approaches to discourse. Review essay: Robin

<sup>69</sup> Там же.

предлагая альтернативные видения реальности.<sup>70</sup> Большинство дискурсно-аналитических подходов разделяют концепцию Мишеля Фуко в том, что дискурсы - относительно ограниченные наборы утверждений, которые устанавливают пределы того, что имеет значение, а что значение не имеет. Современные подходы к дискурс-анализу происходят из структуралистской и пост-структуралистской теории языка. Эти подходы описываются в трех теориях понимания дискурс-анализа:

- теория дискурса Лакло и Муфф. Дискурс формирует социальный мир с помощью значений. Дискурсы борются между собой, чтобы зафиксировать свое значение в языке;
- критический дискурс-анализ (КДА). Дискурс является одним из аспектов социальной практики, некоторые явления недискурсивны. В это плане КДА отличается от теории Лакло и Муфф, которые утверждали, что все явления социальной практики дискурсивны. Основная область интереса КДА - исследование изменений. Дискурс способствует формированию и воспроизводству неравенства между социальными группами. Критичность подхода в том, что он стремится показать роль дискурсивной практики в поддержании социального устройства, включая социальные отношения с неравным распределением власти;
- дискурсивная психология. Подход к социальной психологии, разработанный специальный тип дискурс-анализа для исследования способов формирования и изменения личности человека, его мыслей и эмоций в процессе социального взаимодействия. Изучение индивидуумов и продуктов их дискурса, в зависимости от контекста взаимодействия.

Необходимо подчеркнуть, что отправной точкой дискурс-аналитических подходов является утверждение структуралистской и постструктуралистской лингвистической философии о том, что мы получаем доступ к реальности

---

<sup>70</sup> Davies B., & Harré R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. *Journal for the theory of social behavior*, 20(1), 43-63.

посредством языка. С помощью языка мы создаем репрезентации реальности, которые не просто отражают то, что в ней есть, но и конструируют ее. Это не значит, что самой реальности не существует. Скорее смысл в том, что реальны лишь значения и представления о реальности. Конечно же, физические объекты существуют, но они приобретают значение только в дискурсе. Язык - конструирует социальный мир с помощью дискурсов.<sup>71</sup>

Наиболее разработанной постструктуралистской теорией в практическом плане является теория критического дискурс-анализа Нормана Фэркло. С точки зрения Фэркло цель критического дискурс-анализа - пролить свет на лингвистико-дискурсивное измерение социальных, культурных феноменов и современных процессов изменений. Критический дискурс-анализ распространяется на такие сферы, как организационный анализ, педагогика, массовая коммуникация и проблемы расизма, национализма, формирование идентичностей, массовая коммуникация и экономика, рыночные отношения и массовая коммуникация, демократия и политика.<sup>72</sup>

Дискурсивные методы, с помощью которых тексты производятся (создаются) и потребляются (воспринимаются и интерпретируются) представляют собой важную форму социальной практики, которая вносит свой вклад в конструирования социального мира, включая социальные идентичности и социальные отношения. Отчасти именно в процессе дискурсивных практик повседневной жизни (процессов производства и потребления текста) происходит социальное и культурное воспроизводство и изменение. Из этого следует, что некоторые социальные феномены не имеют лингвистико-дискурсивного характера.<sup>73</sup>

---

<sup>71</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 29.

<sup>72</sup> Там же. С. 110.

<sup>73</sup> Там же. С. 109.



Для критического дискурс-аналитика, дискурс - это форма социальной практики, которая и конституирует социальный мир, и конституируется в других социальных практиках. Социальная практика и дискурс находятся в диалектических отношениях с другими социальными измерениями. Эти отношения не только вносят вклад в формирование и изменение социальных структур, но также и отражает их.<sup>74</sup>

В критическом дискурс-анализе язык, как дискурс одновременно и форма действия, с помощью которой люди могут изменить мир, и та форма действия, которая сама находится в историческом и социальном контексте, которая связана диалектическими отношениями с другими аспектами социального.<sup>75</sup> КДА занимается конкретным, лингвистическим текстовым анализом использования языка в социальном взаимодействии. Это отличает его как от теории дискурса Лакло и Муфф, в которой отсутствуют систематические эмпирические исследования использования языка, так и от дискурсивной психологии, в которой проводится только риторический (не лингвистический) анализ использования языка.<sup>76</sup> КДА утверждает, что дискурсивные практики вносят вклад в создание и воспроизводство неравного распределения власти между социальными группами. Эти результаты рассматриваются как идеологические эффекты.<sup>77</sup> Так, в отличие от теоретиков дискурса, включая Фуко, Лакло и Муфф, КДА Фэркло в этом вопросе существенно не отклоняется от марксистской традиции. Некоторые подходы в критическом дискурс-анализе действительно принимают точку зрения Фуко о том, что власть - это скорее продуктивная сила, а не собственность отдельных людей, с помощью которой они влияют на других.<sup>78</sup> Фэркло определяет КДА как подход, который систематически исследует:

---

<sup>74</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 110.

<sup>75</sup> Там же. С. 111.

<sup>76</sup> Там же. С. 112.

<sup>77</sup> Там же. С. 112.

<sup>78</sup> Там же. С. 113.

- неясные отношения причинности и детерминированности между дискурсивными практиками, событиями и текстами и более широкими социальными и культурными структурами, отношениями и процессами;
- как такие практики, события и тексты возникают и идеологически формируются в результате распределения и борьбы за власть;
- каким образом неясность отношений между дискурсом и обществом становится фактором, защищающим власть и гегемонию»<sup>79</sup>;
- цель критического дискурс-анализа - способствовать социальным изменениям и одновременно более равномерному распределению власти в коммуникативных процессах и обществе в целом.<sup>80</sup>

Наряду со всеми своими характеристиками, критический дискурс-анализ Фэркло обладает свойствами, которые отличают его от любых других дискурс-теорий, которые на наш взгляд, и делают КДА наиболее полезным в нашем эмпирическом исследовании. А именно важное отличие концепции Фэркло (и критического дискурс-анализа в целом) от постструктуралистской теории состоит в том, что он считает дискурс не только конституирующим, но и конституируемым. Центральное место в его подходе занимает представление о том, что дискурс - важная форма социальной практики, которая одновременно и воспроизводит, и изменяет знания, идентичности и социальные взаимоотношения, включая отношение власти, и в то же время сам дискурс формируется другими социальными практиками и структурами. Таким образом, дискурс находится в диалектических отношениях с другими социальными измерениями.

Фэркло рассматривает социальную структуру как социальные отношения и в обществе в целом, и в специальных институтах. Он считает, что социальная структура состоит как из дискурсивных, так и из недискурсивных эле-

---

<sup>79</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 113.

<sup>80</sup> Там же. С. 114.

ментов. Прежде всего, недискурсивная практика - физическая практика, которая существует, например, при строительстве моста. В отличие от нее журналистика и связи с общественностью - это, главным образом, дискурсивная практика. В то же время, Фэркло отдаляется от структуралистской и приближается к постструктуралистской позиции, утверждая, что дискурсивная практика не только воспроизводит уже существующую дискурсивную структуру, но также и оспаривает ее за счет употребления слов, обозначающих то, что лежит вне этой структуры.<sup>81</sup>

Однако подход Фэркло существенно отличается от постструктуралистской теории дискурса в том, что сконцентрирован на создании теоретической модели и методологических инструментов для эмпирического исследования дискурса в повседневном социальном взаимодействии. В отличие от постструктуралистов, Фэркло подчеркивает важность систематического анализа разговорной и письменной речи, например, СМИ или исследовательских интервью.<sup>82</sup> Подход Фэркло - это тексто-ориентированная форма дискурс-анализа, которая объединяет три традиции:

- детальный лингвистический анализ текста (включая функциональную грамматику Майкла Холлидея);
- макросоциологический анализ социальной практики (включая теорию Фуко, в которой отсутствует методология анализа отдельных текстов);
- микросоциологическую, интерпретативную традицию в социологии (включая этнометодологию и конверсационный анализ), где повседневная жизнь рассматривается как продукт действий людей, следующих набору разделяемых правил и процедур на уровне «здорового смысла».

Фэркло использует детальный анализ текста, чтобы разобраться в том, как дискурсивные процессы лингвистически функционируют в конкретных текстах. Однако он критикует лингвистические подходы за их концентрацию

---

<sup>81</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 116.

<sup>82</sup> Там же. С. 117.

исключительно на текстовом анализе и за упрощенное поверхностное понимание отношений между текстом и обществом. Для дискурс-анализа Фэркло одного лишь текстового анализа недостаточно, поскольку текстовый анализ сам по себе не проясняет связи между текстами, социальными и культурными процессами и структурами. Необходим междисциплинарный подход, в котором сочетается текстовый и социальный анализ. Применение макросоциологической традиции в дискурс-анализе дает преимущество, поскольку позволяет учитывать, что социальные практики формируются социальными структурами и распределением власти, и что люди часто не осознают эти процессы. Интерпретативная традиция обеспечивает понимание того, как в повседневной жизни люди активно создают мир, ограниченный правилами.<sup>83</sup>

Центральный момент в теории Фэркло - это трактовка дискурса одновременно и как конституирующего, и как конституируемого. Фэркло рассматривает отношения между дискурсивной практикой и социальными структурами как комплексные и изменяемые с течением времени. Поэтому его теория отличается от подходов дискурс-анализа, в которых эти отношения рассматриваются как очень стабильные.<sup>84</sup>

Норман Фэркло использует в своей теории трехмерную модель дискурса. В ней он применяет концепт дискурса тремя различными способами. В наиболее абстрактном смысле дискурс относится к использованию языка как к социальной практике. Во-вторых, дискурс понимается как разновидность языка, используемого внутри специфической области, например, политический или научный дискурс. И, в-третьих, в наиболее конкретном значении, дискурс используется как исчисляемое существительное (любой дискурс, этот дискурс, эти дискурсы, какие-то дискурсы), которое относится к способу говорения, который придает значение жизненному опыту с определенной позиции. В последнем случае, концепт относится к любому дискурсу, который

---

<sup>83</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 117.

<sup>84</sup> Там же. С. 117.

можно отличить от других, таких, как, например, феминистский дискурс, неолиберальный дискурс, марксистский дискурс, консьюмеристский дискурс и другие.<sup>85</sup>

Фэркло ограничивает концепт «дискурс» семиотическими системами, такими как язык и образы, в отличие от Лакло и Муфф, которые все социальные практики трактуют как дискурс. Дискурс имеет три функции:

- функцию идентичности;
- функцию отношения;
- функцию означивания.

В них Фэркло основывается на многофункциональном подходе М. Холлидея к языку. В любом анализе важными и центральными моментами являются два измерения дискурса:

- коммуникативное событие - отдельный случай использования языка, например, газетная статья, фильм, видео, интервью или политическое выступление;
- дискурс-строй - конфигурация всех типов дискурсов, которые используются в каком-либо социальном институте или социальной области. Типы дискурсов состоят из дискурсов и жанров.<sup>86</sup>

Фэркло вводит в КДА термин жанра. Жанр - это особое использование языка, которое составляет часть отдельной социальной практики, например, жанр интервью, жанр новостей или рекламный жанр. Примерами дискурс-строя и жанров могут служить порядки дискурса СМИ, службы здравоохранения или частной больницы. Внутри строя дискурса существуют определенные дискурсивные практики, посредством которых производятся, потребляются или интерпретируются тексты и разговоры. В каждой дискурсивной практике

---

<sup>85</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 118.

<sup>86</sup> Там же. С. 119.

- а именно, при производстве и потреблении текста и разговора - типы дискурсов (дискурсы и жанры) используются особыми способами. Каждый речевой случай является коммуникативным событием, содержащим три измерения:

- текст (речь, письмо, визуальный образ или их сочетание);
- дискурсивную практику, которая включает производство и потребление текстов;
- социальную практику.

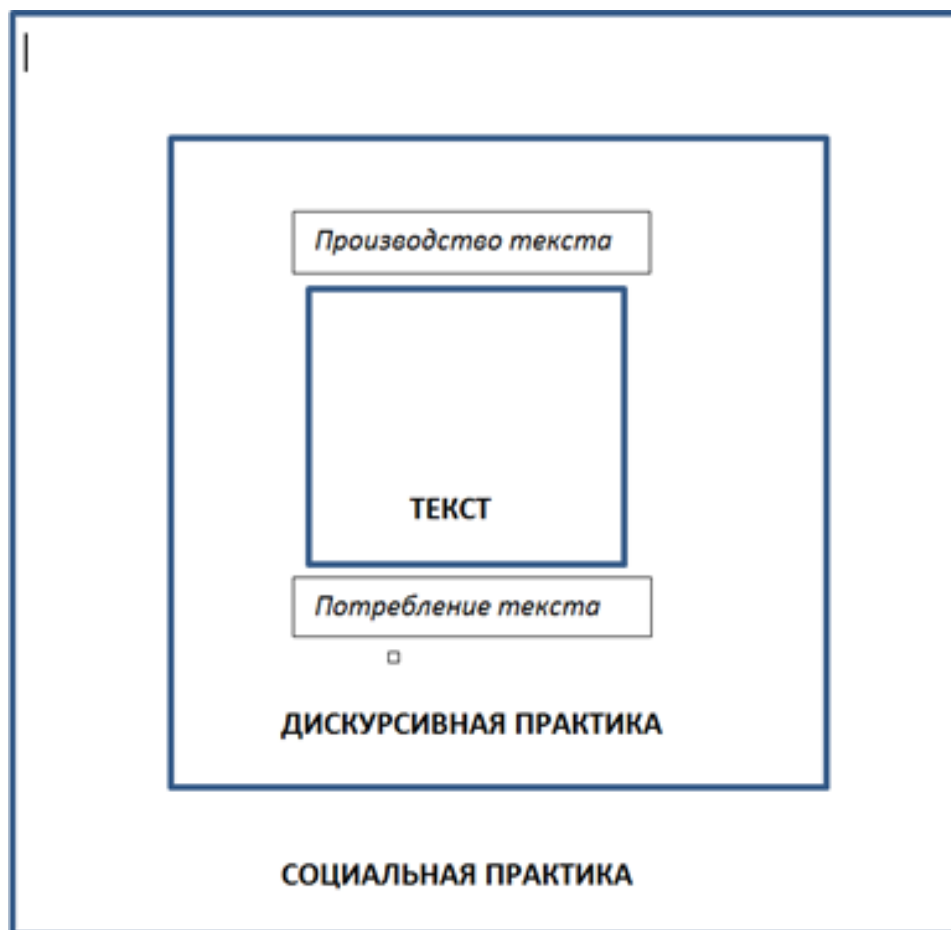
На рисунке ниже представлена трехмерная модель Фэркло. Эта модель представляет собой аналитическую структуру для эмпирического исследования способов коммуникации, а также общества в целом. Все три измерения должны быть включены в специальный дискурс-анализ коммуникативного события. Следовательно, анализ необходимо сосредоточить на:

- лингвистических особенностях текста (текст);
- процессах воспроизводства и потребления текста (дискурсивная практика);
- более широкой социальной практике, которой принадлежит коммуникативное событие (социальная практика).<sup>87</sup>

Данная трехмерная модель очень важна для нашего исследования, так как визуализирует весь процесс КДА. Очерчивает границы деятельности в каждом аспекте анализа.

---

<sup>87</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 120.



Трехмерная модель Фэркло для критического дискурс-анализа. Источник: Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 120.

Общая цель трехмерной модели - обеспечить аналитическую структуру для дискурс-анализа. В этой модели Фэркло берет за основу и продвигает принцип: изолированное понимание или анализ текстов невозможны - их необходимо рассматривать только во взаимосвязи с «сетью» других текстов и социальным контекстом.<sup>88</sup>

Фэркло рассматривает отношения между коммуникативным событием и порядком дискурса как диалектические. Порядок дискурса - это система, но не система в структуралистском смысле. То есть коммуникативные события не только воспроизводят порядки дискурса, но и могут их изменять посредством

<sup>88</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 123.

творческого использования языка.<sup>89</sup> Порядок дискурса - это совокупность всех жанров и дискурсов, которые используются в определенной социальной области. Прежде всего, порядок дискурса - это система в смысле того, что она формирует и формируется благодаря конкретным случаям применения языка. Он ограничивает то, что можно сказать. Но, в то же самое время, пользователи языка могут изменять строй дискурса, по-новому используя дискурсы и жанры или, включая дискурсы и жанры из других строев дискурса. Порядки дискурса особенно открыты для изменений, когда привносятся дискурсы и жанры из других дискурс-строев. В то же самое время, Норман Фэркло подчеркивал, что дискурсы и дискурс-строи могут выходить за пределы существующих институциональных границ.<sup>90</sup>

Важно понимать, что анализ лингвистических особенностей текста неизбежно повлечет за собой анализ дискурсивных практик, и наоборот. Тем не менее, в модели Фэркло текст и дискурсивная практика представляют два различных измерения и, следовательно, аналитически должны быть разделены. Анализ дискурсивной практики сконцентрирован на том, как при создании текстов их авторы используют уже существующие дискурсы и жанры, а также на том, как получатели текстов применяют доступные дискурсы и жанры при потреблении, восприятии и интерпретации текстов.<sup>91</sup> Анализ текста сконцентрирован на формальных особенностях (таких как лексика, грамматика, синтаксис и связность предложения), с помощью которых дискурсы и жанры реализуются лингвистически.<sup>92</sup>

Дискурсивная практика выступает посредником между текстами и социальной практикой. Следовательно, все происходит только в дискурсивной практике, где люди используют язык для производства и потребления текста.

---

<sup>89</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 126.

<sup>90</sup> Там же. С. 126.

<sup>91</sup> Там же. С. 121.

<sup>92</sup> Там же. С. 122.



Эту дискурсивную практику формируют тексты, а сама она формируется в социальной практике. В то же время сам текст (формальные лингвистические особенности) влияют на процесс производства и потребления. Те дискурсы, которые артикулируются вместе для производства текста и используются получателями при интерпретации, имеют особую лингвистическую структуру, которая формирует и производство, и потребление текста. Таким образом, анализ коммуникативного события включает:

- анализ дискурсов и жанров, которые артикулируются при производстве и потреблении текста (уровень дискурсивной практики);
- анализ лингвистической структуры (уровень текста);
- анализ следующих вопросов: воспроизводит ли дискурсивная практика существующий порядок дискурса или, наоборот, реструктурирует его; каковы последствия этого для более широкой социальной практики.<sup>93</sup>

Как уже было отмечено, главная цель КДА - изучение связи между использованием языка и социальной практикой. Основной акцент сделан на роли дискурсивной практики в поддержании социального порядка и социальных изменений. Исследование продолжается анализом отдельных случаев использования языка или, в терминах Фэркло, анализом коммуникативного события относительно порядка дискурса. Каждое коммуникативное событие функционирует как форма социальной практики при воспроизводстве или оспаривании порядка дискурса. Это означает, что коммуникативные события одновременно формируют и формируются более широкой социальной практикой, посредством их отношений к порядку дискурса.<sup>94</sup>

Фэркло вводит понятия интертекстуальности и интердискурсивности, чтобы показать, как дискурсы могут изменяться. Различные дискурсы и жанры артикулируются вместе в одном коммуникативном событии, и таким образом

---

<sup>93</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 122.

<sup>94</sup> Там же. С. 123.

возникает интердискурсивность.<sup>95</sup> Интердискурсивность - это форма интертекстуальности. Интертекстуальность означает состояние, когда все коммуникативные события основаны на более ранних событиях. Невозможно избежать применения слов и фраз, которые уже использовались ранее.<sup>96</sup>

Еще одно важное понятие - дискурсивные отношения. Дискурсивные отношения - это часть социальной борьбы и конфликтов. Порядки дискурса можно рассматривать как область потенциальной культурной гегемонии с доминирующими группами, которые борются за утверждение и поддержание определенной структуры внутри или между ними. То, что один доминирующий дискурс никогда не управляет всем обществом, вовсе не означает, что все дискурсы имеют равную силу. Например, очевидно, что некоторые дискурсы имеют более сильное воздействие на СМИ, чем другие.<sup>97</sup> Однако, в коммуникативных и культурных учениях в настоящее время существует консенсус в том, что значение текстов частично создается в процессе интерпретации.<sup>98</sup>

Согласно Фэркло, концепт гегемонии предоставляет средства для анализа того, каким образом дискурсивная практика участвует в более обширной социальной практике, включающей распределение власти. Дискурсивную практику можно рассматривать как аспект гегемонной борьбы, который содействует воспроизводству и трансформации порядка дискурса, частью которого является сам (и, следовательно, частью существующего распределения власти). Дискурсивные изменения происходят, когда дискурсивные элементы артикулируются по-новому.<sup>99</sup> Гегемония - это не только доминирование, но также и процесс в результате которого возникает консенсус относительно значения.<sup>100</sup>

---

<sup>95</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 128.

<sup>96</sup> Там же. С. 128.

<sup>97</sup> Там же. С. 130.

<sup>98</sup> Там же. С. 128.

<sup>99</sup> Там же. С. 133.

<sup>100</sup> Там же. С. 133.

По мнению Фэркло, цель критического дискурс-анализа как объяснительной критики состоит в продвижении эгалитарных и либеральных дискурсов и, тем самым, дальнейшей демократизации. Один из шагов в этом направлении - заставить людей осознать, что дискурс функционирует как форма социальной практики, которая отражает и усиливает неравное распределение власти.<sup>101</sup>

Тренируя критическое осознание языка, люди могут лучше понимать ограничения своей жизни, а также находить возможности для сопротивления и изменения.<sup>102</sup> КДА «способен» привлекать социальные теории, чтобы создать карту других частей области изучения, чем те, что включает специфический дискурс-анализ, без обозначения эссенциальной границы между дискурсивным и недискурсивным.<sup>103</sup> Но ограничение теории Фэркло, как и других типов критического дискурс-анализа - это теоретическая «слабость» объяснения процессов формирования группы, субъекта и агентивности, включая вопрос субъективации и субъективности и вопрос, как часто люди используют контроль в процессе применения языка.<sup>104</sup>

Фэркло подчеркивает, что дискурсы принимают участие в конституировании социальной идентичности и социальных отношений (дополняя знания и системы значений). Поэтому нельзя сказать, что Фэркло полностью отрицает эти социально-психологические аспекты, но они - слабое место его теории. Этот недостаток критического дискурс-анализа Фэркло (как и других типов дискурс-анализа) усиливается дефицитом эмпирических исследований процесса потребления текстов (не опровергая его мнения о том, что люди активны в процессах интерпретации, а тексты полисемичны).<sup>105</sup>

---

<sup>101</sup> Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с. С. 155.

<sup>102</sup> Там же. С. 155.

<sup>103</sup> Там же. С. 155.

<sup>104</sup> Там же. С. 155.

<sup>105</sup> Там же. С. 155.

В свете всего вышесказанного, согласно цели и задачам исследования нами был избран именно подход критического дискурс-анализа, так как в нем наиболее тщательно разработаны не только базовые категории и понятия (концептуальная схема), но и дизайн эмпирического исследования. В целом, структура КДА представлена у Фэркло как трехмерная модель, которая уже была нами подробно рассмотрена ранее. Для описания коммуникативного события в этих трех измерениях КДА, Фэркло использует ряд специфических понятий. Далее охарактеризованы наиболее важные из них:

- жанр - использование языка, связанное с определенной социальной деятельностью;
- порядок дискурса - совокупность жанров и дискурсов, которые используются в определенной социальной области, и взаимоотношения между ними;
- интердискурсивность - образование новых «комбинаций» дискурсов и жанров в одном коммуникативном событии (формирование интердискурсивных комбинаций);
- интертекстуальность - обусловленность коммуникативных событий более ранними событиями (использование слов и фраз, которые уже использовались ранее). Текст рассматривается как звено в интертекстуальной цепи, в которой каждый текст включает элементы других текстов.

Фэркло рассматривает интердискурсивность и интертекстуальность одновременно и как признак стабильности (постоянства), и как признак нестабильности (изменения). Изменения возникают за счет нового использования существующих дискурсов, но эти изменения ограничены распределением власти, которое, в частности, определяет доступность дискурсов для различных акторов. Поэтому дискурсивные практики можно рассматривать как форму социальной борьбы, а порядки дискурса - как область потенциальной культурной гегемонии доминирующих групп. К этому относится также:

- идеология - в рамках КДА это определенные конструкции значений, которые способствуют производству, воспроизведению и трансформации отношений доминирования.

- гегемония - процесс поиска консенсуса в подвижном и изменяемом «противоборстве» дискурсов доминирования. Посредством концепта гегемонии можно понять, как дискурсивная практика участвует в социальной практике перераспределения власти.

Также, помимо этапов исследования, стоит отметить вопросы, на которые необходимо ответить при использовании КДА в эмпирическом исследовании. Вопросы задаются группам выборки, согласно целям:

Социальные события:

- Частью каких социальных событий или цепи социальных событий является текст?

- К какой социальной практике или к сети социальных практик могут быть отнесены события?

- Является ли текст частью цепи или сети текстов?

Жанр:

- Этот текст расположен в пределах жанровой цепочки?

- Этот текст характеризуется сочетанием жанров?

- На какие жанры опирается текст и каковы их характеристики (с точки зрения деятельности, социальных отношений, коммуникационных технологий)?

Различия:

Какие (сочетания) из следующих сценариев характеризуют ориентацию на различия в тексте?

- Открытость, принятие, признание различий, исследование различий, как в «диалоге» в самом полном смысле этого слова.

- Акцентирование различий, конфликт, полемика, борьба за смысл, нормы, власть.

- Попытка разрешить или преодолеть различия.

- Вынесение различий за скобки, акцент на общности, солидарности.
- Консенсус, нормализация и принятие властных различий, которое позволяет или нивелирует смысловые и нормативные различия.

Интертекстуальность:

- Какие экзистенциальные, пропозициональные, или ценностные допущения делаются?
- Есть ли основания считать допущения идеологическими?

Типы обменов, речевые функции и наклонение:

- Каковы преобладающие типы обмена (обмен действиями или обмен знанием) и речевые функции (утверждение, вопрос, требование, предложение)? Каковы типы утверждений (утверждение о фактах, предсказания, гипотезы, оценки)?
- Существуют ли «метафорические» отношения между обменами, речевыми функциями, или типами утверждений (например, требования, которые выглядят как утверждения, оценки, которые выглядят как фактические утверждения)?
- Какое грамматическое наклонение преобладает (изъявительное, вопросительное, повелительное)?

Дискурсы:

- На какие дискурсы опирается текст и как они соотносятся? Существует ли значимое смешение дискурсов?
- Каковы особенности, которые характеризуют дискурсы (семантические отношения между словами, устойчивые сочетания слов, метафоры, допущения, грамматические особенности)?

Репрезентации социальных событий:

- Какие элементы представленных социальных событий включены или исключены, и какие властные элементы наиболее важные?
- Как представлены социальные события: абстрактно или конкретно?

- Как представлены процессы? Каковы преобладающие типы процессов (материальные, ментальные, вербальные, реляционные, экзистенциальные)?
- Есть ли случаи, грамматические метафоры в представлении процессов?
- Как представлены социальные акторы (активно/пассивно/лично/безлично, с именем/категория, специфично/обобщенно)?
- Как представлено время, пространство, и отношение между «пространство-временем»?

#### Стили:

- На какие стили опирается текст и как они соотносятся? Имеет ли значимое смешение стилей?
- Какие особенности характеризуют стили текста: язык тела, произношение и другие фонологические особенности, словарный запас, метафоры, модальность или оценки?

#### Модальность:

- Какие обязательства берут на себя авторы с точки зрения истины (эпистемические модальности)? Или с точки зрения обязательств и необходимости (деонические модальности)?
- В какой степени модальности категоричны (утверждение, отрицание и т.д.), в какой степени они модализированные (с явными маркерами модальности)?
- Какие уровни уверенности существуют (высокий, средний, низкий), когда модальности модализированны?
- Каковы маркеры модальности (модальные глаголы, модальные наречия и т.д.)?

#### Оценки:

- Каких оценок (в плане того, что желательно или нежелательно) придерживаются авторы?

- Как реализуются ценности? Как оценочные суждения с деоническими модальностями, утверждения с аффективными ментальными процессами или предполагаемыми ценностями.

Стратегии референции (номинации):

- Как называются и обозначаются акторы?

Стратегии предикации:

- Какие черты, характеристики, качества приписываются социальным акторам?

Стратегии аргументации:

- С помощью каких аргументов одни индивиды и социальные группы легитимируют исключение, дискриминацию, подавление и эксплуатацию других индивидов и социальных групп?

Критический дискурс-анализ Нормана Фэркло имеет четкую, последовательную структуру, придерживаясь которой можно проводить полноценное исследование. Это свойство отличает КДА Фэркло от дискурсивной психологии и теории дискурса Лакло и Муфф, где эмпирический аппарат разработан достаточно слабо. Эти теории скорее полезны в описательном ключе, чем в исследовательском, а значит, что их можно использовать как дополнение к описанию результатов исследования, а также для описания более близкой перспективы дискурсивной практики.

Таким образом мы отметили основные положения дискурс-теории и метод критического дискурс-анализа Нормана Фэркло. Теперь мы можем генерализировать рассмотренные вопросы первой главы: мы выделяем, что медиaprостранство выступает в роли проекции реального пространства в среду коммуникации между людьми. Оно является и частью социального пространства, образуя с ним медиасоциальный континуум. Медиaprостранство это множество пересекающихся полей взаимодействий, в которых важную роль играет символический капитал агентов, с помощью которого они соревнуются друг с другом за гегемонию, которая выражается во власти. И собственно не особо важно, какая это власть - над публикой или государственная. Символический



капитал воспроизводится и отстаивается посредством дискурса в различных социальных полях взаимодействия. Социальная практика (коммуникация между индивидами) является конституирующей и конструируемой дискурсом средой. Социальная практика и дискурс взаимозависимы, они влияют друг на друга диалектически. Как и само общество, дискурс постоянно меняется и преобразовывается. Можно сказать, что дискурс подобен межклеточному веществу в коммуникации. Он связывает значения в языке посредством контекста, и закрепляет их.

Важным итогом наших рассуждений служит то, что медиaprостранство и дискурсы в нем пребывают в постоянном движении, по-своему реагируют на раздражители, в зависимости от специфики. В этом смысле можно сказать, что дискурс - это форма борьбы символического капитала своих носителей за гегемонные значения. Медиaprостранство 21 века, с его разветвленной сетью коммуникаций и сервисов открывает огромные возможности для того чтобы борьба дискурсов интенсифицировалась. Медиaprостранство как открытое динамично развивающееся образование, функционирующее в сложных условиях социального пространства, имеет множество векторов в пространственно-временном континууме. Важным вектором, на наш взгляд, является конвертация медиaprостранства в дискурс, при котором происходит слияние самой разной информации и возникновение специфических явлений, соотносимых с медиареальностью. Таким образом, мы рассмотрели теорию дискурса, что отвечает второй задаче нашей работы.

Заключая, можно сказать, что современное медиaprостранство, в своей огромной полноте значений, его тесной связью с социальным пространством, в том числе является, также, средой формирования и функционирования дискурсов.

## **Глава 2. ИССЛЕДОВАНИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА РЕАЛЬНОГО КОНФЛИКТА В ДИСКУРС-ГРУППАХ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ Twitter**

### **2.1. описание эмпирического объекта и обоснование кейса (триггер-события) исследования**

Согласно задачам нашего исследования, мы уже описали объект исследования в первом параграфе первой главы. Но сейчас необходимо спуститься на уровень ниже, и рассмотреть площадку, которую мы избрали для проведения исследования. Для этого мы более детально опишем понятие социальных сетей, в контексте широких социальных коммуникаций.

Как нами уже было отмечено, медиапространство сегодня это огромная среда для функционирования качественно новых типов отношений, как в экономике, так и между людьми. Интернет, как самая важная часть современного медиапространства прошел длинный путь от проекта DARPA, простого обмена сообщениями между несколькими американскими университетами, до огромной, безумно сложной трансконтинентальной сети, где информация - основной ресурс. По большей части символический капитал, как отмечал Пьер Бурдьё. Это новая реальность - виртуальная реальность, которая оказывает на реальную жизнь огромное влияние. Многие задаются вопросом, что теперь главное - виртуальное или реальное. Важно все, но об этом мы поговорим ниже.

Сегодня интернет - это развивающаяся самыми мощными темпами площадка создания и трансляции информации. Интернет демократичен: тот факт, что для публикации текста не нужно посредничество печатного станка, не нужны деньги и власть, делает сеть полигоном для огромного количества авторов. Век авторов, Web 2.0, как сейчас называют современный интернет. 2.0 потому что интернет создает себя сам. Каждый пользователь может создавать

свой продукт и контент, делая общую сеть. Каждый пользователь - автор. Даже простое обновление статуса - это акт авторства. Для Web 2.0 характерны:

- неограниченный охват;
- оперативность;
- неограниченный объем информации;
- низкая себестоимость распространяемой информации;
- хранение информации в базах данных;
- быстрый поиск;
- анализируемость с помощью широкого спектра аналитических инструментов;
- повторное использование информации.

Все это означает, что получить большое количество коммерческой, официальной (и не совсем) информации пользователь может найти в сети самостоятельно. Пользователи могут самостоятельно давать анализ, сообщать о чем-либо, высказываться.<sup>106</sup> Это обуславливает то, что многие полезные и важные сервисы сейчас уходят в «сеть». Как пример - портал государственных услуг России. Но сервисы носят не только коммерческий характер. Фокус у них может быть самый разный. Иногда коммерческие цели органично вписаны в вполне естественные на вид формы. Например, в общение. Как уже было сказано нами в первой главе, крупные корпорации - владельцы сервисов дают людям возможность удобно общаться, а в обмен на свои сервисы пользуются личной информацией пользователей для продажи им товаров и услуг.

В 21 веке, люди, которые хотят получать информацию мгновенно и по запросу, а также общаться «лицом к лицу» онлайн, на уровне привычки используют социальные сети. Социальные сети трудно подвести под какое-то четкое определение, потому что они включают в себя огромное количество функций, которые сложно привести в строгую систему. По сути это настоящая

---

<sup>106</sup> Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И. М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. - 479 с.

проекция общества на виртуальную реальность. С тем же набором противоречий, парадоксов и особенностей, как мы отмечали в первой главе. Социальные сети стали диалектическим развитием более ранних средств коммуникации, и сейчас, для многих людей являются единственными способами общения с теми, кто далеко (и не очень). Дело не в том, что у них нет телефонов или почты, а просто потому что это удобно. Ведь человек существо очень рациональное. Когда дело касается удобства, он выбирает то, что легче всего, и что обладает наименьшими издержками. Социальные сети полностью удовлетворяют этому требованию.

В целом, медиапространство, подобно обществу, получает характеристики текучего, нестабильного пространства, являющегося «строительными блоками» тех «воображаемых миров», в которых взаимодействуют люди. В этом контексте, для цели и задач исследования, нам будет очень полезна теория Жана Бодрийера, которая представляет наш мир как набор симуляций, которые автор называет симулякрами. Симуляция и симулякр - это примерно одно и то же, с той лишь разницей, что симулякр более комплексное понятие. Симулякр - это симуляция того, чего не существует в реальности.

К теории Бодрийера в научном мире относятся очень неоднозначно, потому что она очень абстрактна и не конкретна, но применяя его теорию в объяснительных целях, и в разумных пределах, можно понять, что же такое есть медиапространство. А это - поток симулякров информации. Это вполне здравая мысль, если учесть, что современные средства связи симулируют наше общение. Это не должно вызывать каких-то негативных коннотаций, потому что это естественный технический прогресс, и люди используют то, что удобно, как уже было сказано. Бодрийер, говоря про симулякры, обращает наше внимание, что симуляции были не всегда. Когда-то были референтные (оригинальные) образы, которые потом люди начали симулировать. Это не только образы, это и действия тоже. Например, телевидение заменило нам очень многое. По мнению Бодрийера, то что там показывают не имеет реального образа, а соответственно это - симуляция. То есть сериал - симуляция жизни, а концерт

- симуляция музыки. Наполняя свою жизнь всем этим потоком информационных симулякров мы постепенно сами живем симуляциями. Но как бы не были мрачны выводы Бодрийера, так или иначе смысл его идеи очень прост.

Да, симуляции копируют друг друга, и если посмотреть на социальные сети, то многие их аспекты - это чистая симуляция. Таким образом, если провести линию, и связать современные социальные сети, как вид коммуникации, с широкой темой медиа, обществом и дискурсом, описанным в первой главе, то станет ясно, что символический капитал, составляющий власть, и который рождается в борьбе дискурсов - есть симуляция силы и значений фиксированных понятий. Но это не просто симуляции. Эта ситуация уникальна тем, что дает нам осознание того, что сейчас, с помощью новых средств коммуникаций, симуляция и реальность становятся диалектически связными категориями. Симулякры, как бы их не критиковал Бодрийер в своей культовой постмодернистской теории, имеют прямое воздействие на людей. Воздействие осуществляется через различный символический капитал, дискурсы и другое.

Тем интереснее в этом контексте говорить об эмпирическом объекте нашего исследования - социальной сети Twitter, которая начала свою работу в 2006 году. За долгое время Twitter существенно преобразил современные медиа как в плане общения, так и в плане информации в целом, став самым быстрым средством получения актуальной информации здесь и сейчас. Twitter это не только социальная сеть. Как и любой резонансный феномен, Twitter оставил свой след в массовой культуре, добавив в привычный набор привычек людей еще и желание обновлять ленту новостей. Даже порой делать это чаще, чем с другими социальными сетями, потому что в Twitter все самое свежее и актуальное.

Twitter стал одним из основных инструментов получения информации и ее распространении в журналистской среде. Из-за чрезвычайно плотной активности, новости распространяются в Twitter очень быстро. Это означает, что если у вас есть аккаунт в Twitter, то практически наверняка вы узнаете о событии максимально сразу. Подобно тому, как скорость звука в плотной среде

выше, чем в разряженной. Сила Twitter, как и любой другой социальной сети, заключается в том, что он создан побуждать пользователей к постоянным обновлениям. Твиты (короткие сообщения в 140 символов) - это публичная версия хорошо известной функции Facebook «обновить статус». Twitter схож с чат-румами (виртуальными комнатами для общения) в том, что в нем можно вести диалоги с помощью знака @ - по-русски «собака» (например, пользователь может отправить твит другому пользователю, поставив «@» перед именем пользователя). Тем не менее, в отличие от чат-румов, Twitter публичен. Любой может отправить твит пользователю @barackobama (президент США Барак Обама) или @KatyPerry (певица Кэти Перри), многие так и делают.<sup>107</sup>

Как любая социальная сеть, Twitter предоставляет большие возможности для презентации самого себя. Акт размещения твита берет начало в желании человека внести свой индивидуальный вклад и, говоря языком социологии, относится к процессу создания самого себя. Тем не менее, сервисы-микроблоги зависят от регулярных публикаций пользователей. Пользователи социальных сетей продолжают постоянно делать публикации, так как это становится важной частью их индивидуальности.<sup>108</sup> Однако, в случае с Twitter, «банальные» посты в соц. сети служат движущей силой самоутверждения. Кажущиеся банальными твиты становятся важным средством сказать «посмотрите на меня» или «я существую». Это часть того, что Гэкенбэк называет «изобретение себя».<sup>109</sup>

Как выяснил исследователь Ликопп, общение посредством мобильных соц. сетей помогает людям рассказать друг другу о том, как проходит их день, и это «сближает» пользователей. Это чувство «близости» не умаляется из-за своей виртуальной сути. Мы можем понять это с помощью термина процесса

---

<sup>107</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media-theorizing\\_twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media-theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>108</sup> Там же.

<sup>109</sup> Там же.

формирования - «Bildung» - которое относят к «взрачиванию человека». Ханс-Георг Гадамер объясняет Bildung как «концепцию самоформирования». С точки зрения идентификации, Гадамер видит Bildung как описание «результатов процесса становления». Хотя это и легко - рассматривать твиты как сырую форму общения, но таким образом мы упускаем из виду тот вклад, который твиты вносят в чей-то процесс формирования - чей-то «Bildung». Для активных пользователей Twitter, написание твитов - это поддержка своей индивидуальности, и постоянство активных пользователей подтверждает это утверждение, или, перефразируя Декарта: я пишу твиты, значит, я существую. Кажется, что Twitter предоставляет различные способы показать и сформировать ту свою сущность, которая зависит от обширного общественного диалога.<sup>110</sup>

Естественным является вопрос о том, имеет ли Twitter отличительные черты. Можно утверждать, что внутри самого западного общества, Twitter и другие сайты-микроблоги, представляют собой важную «народную форму» (т.е. обычные люди могут публиковать «новости», создавать медиа контент или публично выражать свои мнения). Микроблоги в большей мере, чем другие сайты, являются движущей силой. Организация общественной жизни с помощью различных событий предоставляет возможности для обычных людей и традиционной медиа индустрии размещать твиты «рядом» друг с другом. Хотя традиционная медиа индустрия обычно и определяет, что является важным, а что нет, многие трендовые темы зарождаются от одного твита, или небольшой группы пользователей. Многие твиты, ссылающиеся на срочные новости, содержат гиперссылки на полные статьи.<sup>111</sup> Как это иногда называют - «общество переживаний». Это значит, что «наша эра - эра рекламы и публичности. Ничего не происходит, но повсюду всегда присутствует реклама». И

---

<sup>110</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media\\_theorizing\\_twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media_theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>111</sup> Там же.

как говорят Адорно и Бернштейн, наше ежедневное общение с медиа является частью социально-экономической жизни в том числе.<sup>112</sup>

Социальные сети, микроблоги, форумы, чаты, не стоит рассматривать, как что-то безусловно новое. Это скорее качественно новые формы того, что было раньше. Отчасти именно поэтому все это и является революцией. Например, исследователь Фичер не считает телефон «радикально изменившим американскую жизнь». Скорее, американцы использовали телефон «чтобы энергичнее следовать их характерному образу жизни». Другими словами, телефон облегчил развитие ранее существовавших особенностей общественной жизни. В случае с Twitter, он возможно усиливает уже ранее существовавшие тенденции размывания личного, где мы публично делимся более банальными аспектами нашей жизни. Следуя утверждению Юргена Хабермаса, что «вся речь ориентирована на идею получения правды», мы, возможно, получаем более правдивое описание некоторых интимных сторон человека, которые до этого находились в сфере личного, или, как выражается Гоффман, в «закулисье», что означает «место, на котором в данный момент не фокусируется камера или взгляд зрителя». Или, мы скорее получаем определенный вид этого «закулисья»: видим лишь то, что нам позволяют видеть.<sup>113</sup>

С этой позиции, понять Twitter - значит понять то, как мы «разговариваем». Гоффман концептуализирует «разговор» посредством трех тем: «ритуализация», «рамки участия» и «внедрение». Первое относится к выражению, что «движения, взгляды и звуки, которые мы производим как непреднамеренный побочный продукт говорения и слушания, никогда не остаются бессмысленными». Ключевой аспект ритуализации заключается в том, что в течение всей жизни мы производим некие жестикуляционные ритуалы, которые не

---

<sup>112</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media\\_theorizing\\_twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media_theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>113</sup> Там же.



входят в понятие «выражение». Второе - «рамки участия», относится к теории Гоффмана о том, что «те, кто оказываются в перцепционных (ощущательных) кругах какого-либо события, так или иначе обретают статус участника в этом событии», и эти позиции могут быть проанализированы. Последнее, «внедрение», относится к «недостаточно оцененному факту, что слова, которые мы произносим, чаще всего не принадлежат нам самим, в крайнем случае принадлежат «нам» в настоящее время», и «тот, кто может говорить, частично ограничен настоящим». Он добавляет, что «хотя тот, кто говорит, в данной ситуации ограничен, тот, от чего имени произносятся слова, определенно не ограничен ничем». Гоффман подчеркивает, что «у произнесенных слов есть тот, кто их произносит», но у высказываний «есть субъект». Он приходит к заключению, что в конце концов субъект может указывать на автора, но «в синтаксисе высказывания нет ничего, чтобы указывало на него».<sup>114</sup>

Любое общение, опосредованное компьютером, приобретает жестикуляционные ритуалы, которые «не остаются бессмысленными». С точки зрения рамок участия, общение с помощью публичного медиа имеет «уровень восприятия», который не может быть воспринят говорящим. Утверждается, что существует «уровень восприятия», который по крайней мере частично воспринимается автором твита и те, кто видят этот твит в ленте новостей, имеют «взаимный уровень восприятия» к этим твитам. Что мы имеем в виду: человек, отправляющий твит, знает, что для него существует своя аудитория, и что читатели этого твита имеют разные уровни восприятия. Твит пользователя или группы пользователей может спровоцировать новый твит. Или это могут быть более тонкие взаимоотношения. Несмотря ни на что, этот статус участия важен для понимания общественной коммуникации в Twitter.<sup>115</sup>

---

<sup>114</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media-theorizing\\_twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media-theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>115</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: <http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui->

Последней и самой важной является идея Гоффмана о «внедрении». Для него «внедрение» означает разделение между ситуативными рамками говорящего и гибкостью того, кто «владеет» этими высказываниями. Он утверждает, что у высказываний есть субъект, но его автор сам по себе не должен быть указан. В добавок, Гоффман наблюдает, что эта «способность внедрения», является частью нашей языковой способности к «встроенным высказываниям» в «любой промежуток времени», а не в настоящий момент. Теоретическая перспектива Гоффмана частично подходит к пониманию Twitter из-за его развития «внедрения». Будучи транслируемыми на всю вселенную Twitter, твиты переносятся за ситуативные пределы, которые предоставляют общение как бы лицом к лицу. Как высказывания, на которые ссылается Гоффман, высказывания в Twitter также имеют субъект. Тем не менее, оборот твитов больше зависит от того, на чье имя ссылается высказывание, а не оригинального автора. Это можно заметить, если малоизвестный пользователь отправляет крайне интересный твит, то его скорее всего никогда не прочтут.<sup>116</sup>

Хотя Twitter, как медиа, может быть синхронизирован в коммуникативном взаимодействии (если оба, автор твита и тот, кто его получает, находятся онлайн в одно время), чаще всего имеет элемент асинхронизации. Тем не менее, когда твиты ретвитятся (то есть их цитируют и добавляют себе ссылки на них), они становятся частью ленты обновлений того пользователя, который их получает. Из-за того, что в виртуальном пространстве «общающиеся части встречаются скорее во времени, чем в месте», полезно подумать о том, что мы определяем, как «синтетическое внедрение», где первенство отдается «присутствию ответа». Таким образом, «синтетическое внедрение», как и физическое внедрение, переиначивает пространство, куда его внедрили, которое является

---

[theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media-theorizing\\_twitter.pdf](http://theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media-theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>116</sup> Там же.

виртуальным пространством.<sup>117</sup> Оригинальный автор твита хочет, чтобы твит обращался к непосредственным читателям.

Как и любые высказывания с целевой аудиторией, твиты не только синтетически встроены не только в определенные временные рамки, но и в контекст аудитории. Если твиты ретвитят, они становятся встроенными, как и в другие временные рамки, так и в потенциально другой социальный контекст.<sup>118</sup>

Сказанное выше не принимает во внимание ответы на твиты и ответы к этим ответам. Скорее, оно ограничено к высказыванию отдельного твита и к способам, с помощью которых мы можем объяснить его появление, восприятие и репродукцию. Тем не менее, важная функция Twitter и причина ее популярности заключается в возможности пользователей отвечать друг другу. Когда вы пишете ответ на твит или отправляете твит определенному пользователю, сайт ставит в начале знак «@» и адресат увидит его на своей странице, когда зайдет в сеть, или получит уведомление на смартфоне. Как и общение лицом к лицу, высказывания в Twitter генерируют ответы. Так же эти ответы, согласно Гоффману, «реализуются во временном порядке».<sup>119</sup>

Конечно, отличительным аспектом общения в Twitter является краткость. Попытки общения в ограниченном формате в 140 символов некоторым кажутся невозможными. А критики Twitter воспринимают это как угрозу уже существующим способам общения. Гоффман относит к этому «усеченные вер-

---

<sup>117</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media-theorizing\\_twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media-theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>118</sup> Там же.

<sup>119</sup> Там же.

бальные формы». То есть, не все виды коммуникации должны быть подробными. Когда мы спрашиваем у кого-либо как пройти к станции метро или сколько стоит газета, пары слов может быть вполне достаточно.<sup>120</sup>

Twitter (и соц. сети в более широком понимании) дали возможность пользователям лучше ознакомиться с определенными аспектами жизни других пользователей. К примеру, когда люди читают твиты того, кого они повстречали на конференции, скорее всего они узнают об их любимой музыке, интересах в спорте, местонахождении, списке покупок помимо всего остального. В добавок, они видят те аспекты жизни, которые обычно находятся в «закулисье». С другой стороны, можно утверждать, что Twitter представляет собой «убегающий мир» Баумана, или с точки зрения Хайдеггера «судьбу нашей эпохи», «необратимость необратимого курса».<sup>121</sup> Пользователи Twitter - индивидуальные потребители, которые принимают рефлексивные решения на основе того, что они хотят видеть в ленте новостей Twitter. Возможно, миллионы пользователей Twitter просто пытаются сказать то же самое, что и 100 лет назад: «я хочу с тобой поговорить».<sup>122</sup> Как это случилось, например, с терактами в Брюсселе 22 марта 2016 года. Люди желают поговорить об этом, и делают это. Именно на примере данных событий, мы будем рассматривать то, как формируется образ реального конфликта в различных дискурсах групп twittera. Об этом пойдет речь во втором параграфе этой главы. Но пока стоит рассказать про само трагичное событие того страшного утра. Далее мы приводим новость с информационного сайта meduza.io, которая вкратце описывает события в максимально нейтральных красках.

В аэропорту Брюсселя Завентем в зале вылета около восьми утра произошли два взрыва. По официальным данным, в результате взрывов погибли

---

<sup>120</sup> Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media-theorizing\\_twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media-theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).

<sup>121</sup> Там же.

<sup>122</sup> Там же.

как минимум 13 человек; еще 35 человек получили ранения. На фотографиях видно, что в зале частично обвалился потолок, вылетели стекла витрин. Французские СМИ сообщали, что один взрыв произошел в зале вылета, а другой у взлетно-посадочной полосы, но эта информация не подтвердилась.

Спустя час после этого взрыв произошел на станции метро «Мальбек» в центре Брюсселя (или около нее). По сведениям СМИ, погибли от 10 до 20 человек; в полиции пока говорят, что погибшие есть, не уточняя их количества. Число пострадавших, по неофициальным данным, - 55 человек. Движение поездов в метро в столице Бельгии остановлено. В социальных сетях есть видеозаписи, как люди выбираются по тоннелям из оставленных между станциями поездов.

Власти официально признали факт терактов. В аэропорту один взрыв совершил террорист-смертник; кроме того, там было заложено взрывное устройство (кто совершил взрыв в метро, неизвестно). Согласно неофициальной информации, перед взрывами в аэропорту слышали стрельбу и выкрики на арабском языке. Также неофициально сообщалось, что в аэропорту обнаружили третью бомбу, которая не взорвалась.

В Бельгии введен максимальный уровень террористической угрозы. Движение скоростных поездов Thalys из Парижа и Eurostar из Лондона приостановлено. Правительство Бельгии решило на время закрыть границу с Францией. В Париже и Лондоне главы государств созвали экстренные совещания по безопасности. Аэропорт Брюсселя закрыт как минимум до шести утра 23 марта.

За несколько дней до взрывов в Брюсселе был задержан Салах Абдесалам, который, предположительно, причастен к терактам в Париже. Он бежал в ноябре 2015 года в Бельгию, после чего его следы потерялись; его удалось задержать только 18 марта. Министр иностранных дел Бельгии Дидье Рейндер заявил, что Абдесалам готовил теракты в Брюсселе, но какие именно, он не уточнил. Источник NBC в европейской спецслужбе рассказал, что в атаке на бельгийскую столицу подозревают «Исламское государство» (организация в

России признана террористической и запрещена). Чуть позже, ТАСС подтвердило, что ИГ взяли на себя ответственность за теракты в центре Брюсселя.<sup>123</sup> Вот такие события произошли тем страшным днем. Вокруг этого и построено наше исследование.

Таким образом, мы увидели, что Twitter имеет очень глубокую интеграцию в человеческое общение. Примером этому служит драматургическая теория Ирвинга Гоффмана, которая очень хорошо изобразила нам взаимоотношения субъектов в Twitter. Будучи частью медиaprостранства, Twitter перенимает и перерабатывает в себе многие его функции, являясь идеальной средой для формирования групп дискурсов. Это обеспечивается скоростью и публичностью общения внутри Twitter. Также, в отличие от других средств современных коммуникаций, Twitter в силу своей публичности гораздо легче может затронуть случайных людей, что очень сложно представить с относительно огороженными социальными сетями вроде Facebook или vk.com, где уровень публичности высокий, но он не положен в основу функционирования сети. Платформы вроде Facebook похожи на множество кругов Эйлера, где люди общаются в своих тесных (и не очень) кругах близких и знакомых, и которые не так часто выходят за пределы своей «зоны комфорта». В Twitter же написать и ответить может совершенно любой человек, что рождает невероятную интенсификацию дискурсов, порой преобразуя причину обсуждения в совершенно другие формы.

Итак, мы рассмотрели социальную сеть с точки зрения теории симулякров Жана Бодрийяра и драматургической теории Ирвинга Гоффмана. Именно со стороны того, как люди презентуют себя в сети, и как они взаимодействуют на основе своих представлений. Таким образом мы закончили с третьей задачей, согласно цели нашей работы - описали эмпирический объект и кейс (триг-

---

<sup>123</sup> [Электронный ресурс] // meduza.io. URL: <https://meduza.io/feature/2016/03/22/vzryvy-v-bryussele> (дата обращения 25.03.2016).

гер-событие) исследования. Далее, в практической части работы мы рассмотрим на примере терактов в Брюсселе, как формировался образ реального конфликта в дискурсе группах Twitter.

## **2.2. дискурс группы пользователей Twitter**

Согласно трехмерной модели Фэркло, нужно определить границы социальной практики, в рамках которой циркулируют дискурсы. Данная социальная практика представляет собой обсуждение события - террористических актов, произошедших во вторник 22 марта 2016 года в Брюсселе. Выше уже были отмечены основные моменты этого события. Данный теракт вписан в более широкую область, отражение которой мы можем проследить в дискурсивных практиках внутри очерченной нами социальной практики.

Для того, чтобы вычлениить основные дискурсы, мы произвели выборку пользователей и аккаунтов Twitter. Из них мы собрали две большие генерализованные группы. В первую группу вошли аккаунты людей и персоналий. Блогеры, политики и другие люди, которые обладают огромной базой подписчиков - не менее 100 тыс. читателей. Соответственно, они способны влиять на свою аудиторию. Стоит отметить, выборка имеет основание по следующим принципам. Во-первых, нужно отметить, что российский сегмент интернета, хоть и кажется огромным пространством, и это действительно так, но в сравнении с другими языковыми сегментами он достаточно мал. Прогрессивный российский интернет похож на тесный круг, где все друг друга знают, как на студенческой вечеринке. Все наиболее публичные люди, которые занимаются культурой, политикой, образованием, наукой - представлены в Twitter, и в других медиа. Они на виду. Это часть их работы и жизни, как публичных людей. Как и в жизни, их отношения в Twitter тоже носят соответствующий характер. На этой основе наша выборка и базируется. Мы отобрали людей с самыми разными публичными амплуа и взглядами. В выборке есть и депутаты Госдумы,

и несистемные оппозиционеры, и «военные аналитики», телеведущие и так далее. Мы постарались представить самые разные спектры общественного мнения, которое циркулирует в сети. Итак, в первой группе мы собрали следующих людей:

- Владимир Соловьев. Телерадиоведущий. Позиционирует себя, как эксперта в широком политическом спектре. Неоднозначно воспринимается аудиторией. Кто-то считает его продажным конъюнктурщиком, а кто-то авторитетным аналитиком. 1.38 млн. читателей.

- Дмитрий Гудков - оппозиционный депутат Государственной Думы от партии «Справедливая Россия». Выступает в роли «нашего человека в думе», как у него написано в Twitter и артикулятором внесистемной оппозиции в парламенте. 223 тыс. читателей.

- Илья Варламов. Журналист, архитектор, фотограф, основатель фонда «Городские проекты». Ведет популярный блог в ЖЖ, где занимается своеобразным муниципальным аудитом, а именно ездит по разным городам России и мира, и описывает городскую среду. Как правило в его блоге есть два поста про один город. Один описывает все хорошее, а другой - все плохое. 227 тыс. читателей.

- Дмитрий Медведев - председатель правительства РФ. В прошлом президент России (2008-2012).

- Максим Кац - московский муниципальный депутат округа Щукино. Наряду с Ильей Варламовым занимается фондом «Городские Проекты». Выступает в качестве либерала и борца за качество городской среды в Москве. 136 тыс. читателей.

- Рустем Адагамов. Блогер. Ведет популярные колонки на общественно-политические темы в Facebook. Часто высказывается на резонансные темы. В недавнем прошлом вынужден был покинуть Россию по политическим мотивам. 310 тыс. читателей.



- StalinGulag. Пожалуй, самый неоднозначный аккаунт в нашей выборке. Ведется анонимно, и много лет никто не знает владельца аккаунта. Вокруг Сталин Гулага строятся различные теории заговора, порой переходящие в паранойю. В своих твитах высказывается по поводу резонансных событий с либерально-гуманистических позиций. Не так давно завел аккаунты в Instagram и Telegram, где в больших длинных постах высказывается по предмету более подробно, тем самым преодолевая ограничения Twitter в 140 символов. 333 тыс. читателей.

- Алексей Навальный. Оппозиционный политик, председатель «Партии Прогресса». Основатель одного из самых эффективных НКО России - фонда борьбы с коррупцией (ФБК), который занимается коррупционными расследованиями, связанными с крупными Российскими чиновниками, министрами, бизнесменами и другими. 1.45 млн. читателей.

- Алексей Венедиктов. Главный редактор радиостанции «Эхо Москвы». 636 тыс. читателей.

- Алексей Пушков. Председатель Комитета по международным делам Государственной Думы, ведущий аналитической программы «Постскриптум». 182 тыс. читателей.

- Владимир Жириновский. Член Госсовета РФ. Председатель ЛДПР. Депутат Государственной Думы шести созывов. Руководитель фракции ЛДПР в Государственной Думе. 1.56 млн. читателей.

Во вторую группу вошли аккаунты новостных агентств, журналов, газет и интернет СМИ. В том числе центральные СМИ и независимые СМИ. Под «центральными» СМИ мы подразумеваем СМИ, контрольный пакет акций которых принадлежит государству. Такие, например, как «первый канал».

- meduza.io. Медуза. Популярное российское СМИ основанное бывшими сотрудниками реформированной ленты.ру. 532 тыс. читателей.

- Slon.ru. Аналитический интернет-журнал. 135 тыс. читателей.

- TJ - оперативные новости интернета. Особенность TJ в том, что пользователи сами дают ссылки на новости, таким образом используя сайт,

как информационную площадку, которую делают сами. 330 тыс. читателей.

- ТАСС. Информационное агентство. 336 тыс. читателей.
- РБК. В своем аккаунте РБК пишут, что «РБК самый популярный сайт новостей на русском языке». 158 тыс. читателей.
- Новая Газета. 358 тысяч читателей.
- Интерфакс. Крупнейшее в России частное информационное агентство. 524 тыс. читателей.
- Телеканал Дождь. 1.92 млн. читателей.
- Эхо Москвы. 1.11 млн. читателей.
- Радио Свобода. 184 тыс. читателей.
- Первый канал. 2.95 млн. читателей.
- Вести.Ru. Микроблог сайта Вести.Ru и телеканалов "Россия 1" и "Россия 24". 3.08 млн. читателей.
- RT на русском. Новости телеканала RT на русском языке. 627 тыс. читателей.
- МДК. Аккаунт одиозного, скандального и популярного в vk.com сообщества МДК. 145 тыс. читателей.
- Лентач. Аккаунт некогда принадлежащего редакции Ленты.ру сообщества в vk.com, который после реформирования редакции стал модерироваться самими пользователями. 150 тыс. читателей.
- РИА новости. Информационное агентство. 2.54 млн. читателей.
- Лента.ру. 1.14 млн. читателей.
- НТВ. Официальный Twitter телеканала НТВ и сайта НТВ.Ru. 1.48 млн. читателей.

В рамках исследования нами были проанализированы все твиты выборки в рамках поискового запроса: Европа OR Европе OR Брюссель OR теракты OR взрывы OR Брюсселе lang:ru from:%source\_name% since:2016-03-22 until:2016-03-31. Где через «OR» обозначаются интересующие нас ключевые слова. %source\_name% - сюда мы подставляли название аккаунта, который

подвергаем поиску. Далее идут временные рамки. Мы выбрали время с 22 марта по 31 марта 2016. Например, Европа OR Европе OR Брюссель OR теракты OR взрывы OR Брюсселе lang:ru from:@VRSoloviev since:2016-03-22 until:2016-03-31. По такому запросу мы получили 358 сообщений, которые содержат ключевые слова в нужном нам хронологическом промежутке. В целом, сообщения включили в себя около тысячи комментариев, которые являются «реплайми», то есть ответами на твит, где пользователи выражали свое мнение, или входили в дискуссии. В рамках выборки мы обнаружили ряд отдельных и пересекающихся дискурсов:

- Критика европейского мультикультурализма. Данный дискурс характеризуется тем, что критикует политику «открытых дверей», толерантности и относительно гуманного отношения европейских правительств к беженцам, мигрантам и другим. Отмечается, что Европа очень наивная в том плане, что как бы «пригревает змею на своей груди». Такую метафору иногда используют носители этого дискурса. Соответственно в различных бедах и трагедиях, связанных с гуманитарными явлениями, дискурс обвиняет самих европейцев. Для решения многих проблем, дискурс предлагает довольно радикальные меры, такие как нулевая толерантность и закрытость границ;
- Дискурс «Россия - великая страна». Страна - созданная быть примером другим. Этот дискурс рассматривает Россию, как носительница «вечных традиционных ценностей», в противовес потерявшему себя западу. Соответственно, Россия, рассматривается как культурный ориентир и альтернатива европоцентризму;
- Антиисламский и антагонистичный дискурс, направленный против беженцев в целом. Этот дискурс реактивирует идею того, что Ближний Восток и ислам, это чуждая культура, которая в корне не может сосуществовать с Западом. По логике данного дискурса, беженцы из исламских стран представляют угрозу, потому что не могут быть благодарными и интегрироваться в европейское общество. В этом дискурсе мигранты и

беженцы рассматриваются как неминуемая угроза, от которой нужно отгораживаться;

- Теории заговора про ЦРУ и ФСБ (рука Вашингтона и Москвы). Дискурсы, построенные на теории заговора очень примитивны, и работают с стандартными шпионскими клише;

- Анти и проукраинский дискурс. В этом дискурсе явно прослеживается релятивизм событий последних двух лет, которые начались на киевском майдане в феврале 2014, продолжились крымскими событиями, и войной на юго-востоке Украины. Этот дискурс полон антагонизма, ненависти и вражды. Он словно увеличительное стекло множит и укрупняет мелкие детали в любой точке мира, обвиняя во всем то Россию, то Украину. Этот дискурс очень тесно связан с антипутинским дискурсом;

- Дискурс несправедливости и двойных стандартов. Идея очень простая, и во многом пересекается с дискурсом «Россия-осажденная крепость». Суть заключается в том, что люди чувствуют несправедливость в отношении себя, а именно то, что, например, в то время, как взорвался российский Боинг над Синаем, Эйфелева башня не была освещена цветами российского триколора. Также отмечается, что Европе нет дела до взрывов в Сомали, или Афганистане. Отмечается эгоизм европейцев. В этом пользователи Twitter находят аргументацию в своих резких выпадах по отношению к терактам в Брюсселе;

- Антиамериканский дискурс. Данный широкий дискурс, в контексте событий в Брюсселе очень схож с дискурсом теорий заговоров. Утверждается, что США намеренно спровоцировали теракты, чтобы тем самым сподвигнуть нерешительных европейцев к активным действиям на Ближнем Востоке;

- Дискурс в контексте одиозного французского журнала «Charlie Hebdo». Этот дискурс очень близок к дискурсу о несправедливости и двойных стандартах. Люди выражают мнение, что оскорблены реакцией Шарли в связи с событиями в небе над Синаем. Мы считаем, что стоит отметить

важный момент в этом дискурсе: многие считают, что Charlie Hebdo - это популярный выразитель мнения народов Европы. Что любой материал, опубликованный там - это легитимное мнение всего ЕС. Но на деле это не так. По данным источника<sup>124</sup> пользователи из России составляют почти половину трафика официального сайта Charlie Hebdo. На наш взгляд, это тоже самое, что считать газету «АиФ» артикулятором мнения всех 146 млн. россиян;

- Минорный сочувствующий дискурс. Из почти тысячи сообщений, нам были найдены от силы 10 твитов, которые так или иначе выражали бы свое сочувствие терактам в Брюсселе;

- Дискурс, акцентирующий внимание на том, что мировое сообщество борется не с тем, с кем нужно (Россией). В целом дискурс созвучен с «Россия-осажденная крепость». Этот дискурс очень близок к дискурсам о двойных стандартах, Россия-великая страна и антиамериканскому дискурсу. Отмечается, что мировое сообщество видит в России не партнера, а врага из времен холодной войны. Россия же в свою очередь выполняет все международные договоры, но все равно к ней относятся как к врагу. Соответственно, Запад лицемерен и лжив, а значит, к нему нельзя относиться хорошо;

- Антипутинский дискурс. Этот дискурс очень близок к про и антиукраинскому дискурсу, а также к теории заговора. Отмечается, что Владимир Путин и спец. службы России, преследуя свои интересы осуществляют теракты в разных концах света. Приводится пример популярной версии, что Путин имеет отношение к взрывам жилых домов в Москве конца 90-х гг., чтобы поднять свой рейтинг и популярность в виду предстоящих президентских выборов;

---

<sup>124</sup> [Электронный ресурс] // URL: [http://dos-news.com/lenta\\_novostei/rossiyane-sostavlyayut-pochti-polovinu-auditorii-sajta-zhurnala-sharli-ebdo-statistika.html](http://dos-news.com/lenta_novostei/rossiyane-sostavlyayut-pochti-polovinu-auditorii-sajta-zhurnala-sharli-ebdo-statistika.html) (дата обращения 10.04.2016).

- Антитурецкий дискурс. Берет начало из событий 24 ноября 2015, когда турецкие ВВС сбили бомбардировщик ВКС России Су-24. Предположительно причиной послужил факт пересечения границы турецкого воздушного пространства российским самолетом. На фоне этого, в российских СМИ в кратчайшие сроки активно сконструировался антитурецкий дискурс. Примером чему могут служить выпуски программы «Вести недели» с телеведущим Дмитрием Киселевым. Также Россия отменила турецкое направление для российских туристических фирм. Также пользователи утверждают, что ИГИЛ неофициально поддерживается Турцией, откуда в Сирию переправляются добровольцы и припасы. Так как Турция член НАТО, то антитурецкий дискурс тесно связан с антиамериканским дискурсом и теорией заговора. Говорится, что через Турцию Запад преследует свои интересы на Ближнем Востоке.

Итак, нами была проделана работа по выделению купных дискурсов в контексте информационного потока события. Мы использовали инструменты Twitter для поисков семантически релевантных материалов. Далее будут представлены результаты проведенного нами анализа этих самых материалов.

### **2.3. образ реального конфликта в отдельных дискурсах и пересечение дискурсов.**

В результате анализа, мы пришли к выводу, что абсолютно все выявленные дискурсы несут негативный мобилизационный потенциал, а именно ни один дискурс, не выстроен на основе позитивного конструкта. Каждый дискурс выстроен на базе негатива, вражды и насилия. Это показалось бы вполне естественным, учитывая контекст события исследования, однако, даже в этой связи можно было ожидать широкий сочувствующий дискурс, но он или отсутствует в принципе, либо он крайне минорный. Каждый дискурс имеет в

своей основе примерно одинаковый набор ответов на задаваемые в рамках исследования вопросы. Далее мы опишем дискурсы в общем, и если нужно, то будем обращать внимание на значимые особенности.

Начнем с социальных событий. Большинство дискурсов воспринимают произошедшее примерно одинаково, но избирают для точки опоры разные базы. Например, дискурс критики европейского мультикультурализма артикулирует идею, что Европа сама виновата в своих бедах, потому что принимает к себе людей чуждой культуры. Соответственно, «пожинает плоды». В противоположность этому дискурсу, дискурс «Россия-великая страна», говорит о том, что Европа отгородилась от России, и тем самым лишилась безопасности и поддержки. А дискурс теории заговора во всем винит спец. службы России и США, которые организовали теракты ради неких глобальных планов. Анти-украинский дискурс базируется на тезисе о том, что теракты в Брюсселе были организованы Россией, чтобы отвлечь мировое сообщество от приговора по суду над Надеждой Савченко. Но если обобщить, то семантическое ядро дискурсов составляют тезисы только лишь о теракте. Что касается сторон конфликта и целей, здесь практически каждый дискурс имеют свои версии. Тексты составляют интертекстуальную цепь, которая начинается от новости или поста, которые в свою очередь опираются на более ранние истоки соответствующих дискурсов (интердискурсивность). Можно сказать, что теракты, которые освещаются в новости, выступают своего рода узлом схода различных дискурсов, из которого те, в свою очередь расходятся снова, образуя что-то вроде перекрестий интертекстуальности. Что касается жанров, то жанр дискурсов различный. В одной и той же ветке можно встретить, как официальную новостную риторику, так и реплики из разряда «разговоров на кухне».

Идеологический момент артикулирования дискурсов имеет место быть. Потому дискурсы во многом опираются на клише, которые ранее создали СМИ. Они создали конструкты гегемонных значений, на базе которых выстроены другие смежные дискурсы. Дискурсы отличаются друг от друга, как уже было сказано, акцентами - избранными семантическими площадками, которые

уже выстраивают свою конструкцию. Все дискурсы признают различие, артикулируя это соответствующими маркерами «мы» и «они». Дискурсы не представляют собой диалога. Большинство сообщений являются одиночными, и не встроены в дискуссию. Они своего рода одиночные носители соответствующего дискурса, которые обозначают характерные маркеры. Например, в одной ветке антимультимедийного дискурса можно встретить твиты вроде «сами виноваты» и «не нужно было быть такими наивными». Мы считаем, что дискуссии часто не происходит, потому что участники взаимодействия принимают точку зрения друг друга по умолчанию, и не считают нужным поддерживать друг друга. Наблюдается своего рода консенсус, солидарность в высказываниях. Разумеется, что попыток преодолеть различия, или вынести что-то за скобки нет. Различия не нормализуются, потому что их нет за пределами конкретного дискурса. Идеологические моменты, порой принимают характер рекурсии.

Участники дискурсов входят в отношения обмена путем утверждения, требований, вопросов и предложений. В контексте дискурса условия обмена свои. Например, в контексте дискурса «Россия-великая страна», пользователи высказывают требование перестать Европе искать врагов «под кроватью», а объединить силы с Россией, которая поможет одержать победу над террористами. В антиамериканском дискурсе утверждается, что Вашингтон должен понести суровое наказание за свои действия на Ближнем Востоке. Также присутствуют оценки, звучащие как утверждения. Например, «не нужно было поддерживать ИГИЛ в прошлом».

Изученные нами дискурсы смешиваются, но не вступают в активное взаимодействие. Это похоже на масло, в которое добавили воду - суспензию. Масло и вода не будут растворяться друг в друге, также и здесь. В редких случаях носители враждебного дискурса встречают сопротивление различиям, которые выражаются в оскорблениях и унижениях. Поэтому можно сказать, что смешение дискурсов есть, но оно не является существенным. Дискурсы так и



остаются самими собой, даже попадая в другую среду, оставаясь своего рода анклавами.

Пользователи репрезентируют социальные события очень абстрактно. Они стараются держаться на расстоянии, что выражается в обособленных формах описания. Например, «там», «у них», «у нас», «в Европе» и т. д. Но в то же время чувствуется личное отношение. Пользователи используют глаголы так, будто это они совершают действия далекие от них или от группы, с которой пользователи себя идентифицируют. В связи с этим, социальные акторы пассивны по своей сути, но они имеют личное отношение к происходящему и активны в репрезентации. Зачастую пользователи общаются обобщенными категориями, не используя личных местоимений, маркируя этим свою принадлежность к группе, а значит артикулируемые ими дискурсы, они воспринимают, как гегемонные в своей среде. Использование имен узкое и затрагивает только политических лидеров. Например, фамилии Путин, Меркель и Обама используются в контексте конфликта на Ближнем Востоке. Зачастую как сепарированные силы, а не единые. Очевидно, это показывает, что в вопросе отношений к конфликту на Ближнем Востоке нет единого мнения среди дискурсов.

Стили дискурсов скудны, и представляют смесь из просторечной лексики и официального новостного тона. Последнее замечается, в основном тогда, когда пользователь хочет утвердить свое сообщение. Используя официальный тон, он тем самым задает своему твиту серьезное выражение, в расчете на то, что другие пользователи воспримут его также серьезно, и не будут пытаться оспорить доминирование этого мнения. Мы заметили, что такая закономерность работает, на примере проанализированных данных. Также это затрагивает категории оценок. С точки зрения некоторых дискурсов, таких как антиамериканский, антимультимедийный и других подобных, они считают желаемый сценарий развития событий противоположный их высказыванию. Например, если дискурс артикулирует вопрос о том, что Европа сама виновата в своих бедах с мигрантами, соответственно в этом же дискурсе

можно найти ответ на проблему, который выражается в том, что мигрантам нужно отрезать путь в Европу.

Эпистемические (претендующие на истину) модальности наблюдаются по всему спектру дискурсов. А именно каждый дискурс, пытается оправдать свою гегемонию путем отношения к истине, какой бы безумной и не логичной она не была. Модальности, зачастую маркированы, как утвердительные, носящие бескомпромиссный характер. Это выражается в серьезном официальном тоне, как мы отметили выше. Модальности тесно перекликаются с стратегиями референции. Мы отметили, что акторы обозначаются безлично и обобщенно. Акторам приписываются вполне конкретные, но также и обобщенные качества. Например, дискурс двойных стандартов в отношении России, приписывает абстрактным американцам и европейцам стремление к разрушению великой России. Исходя из этого, некоторые пользователи поощряют теракты, которые, по их мнению, призваны «спустить их (Запад) с небес на землю», и обратить внимание на Россию, которая может спасти Европу от зла.

В заключении, пользователи достаточно банально аргументируют свои позиции, заявляя, что одни более правы по отношению к другим потому что это просто факт. «Априори», как это сейчас модно говорить. Но зачастую аргументации вообще не происходит, либо же она подразумевается по умолчанию в рамках дискурса. Аргументация выстраивается таким образом, что если поменять полюс сообщения на противоположный, это и даст аргументацию, которую читающий хочет получить.

Подводя итог можно сказать, что дискурсы действительно выстраивают свою реальность. Формируют свой образ реальности и события. На примере событий в Брюсселе мы в этом убедились. Нам кажется, что есть важная особенность, которую нельзя упускать. Она заключается в том, что конфликтный дискурс, в силу своей специфики очень сложно поддается изменениям. Вражда, ненависть, насилие, это такие сильные и глубокие чувства, что они не могут быть просто так уничтожены. Преодоление их, это долгий и сложный процесс. В среде социальных сетей, где полноценная дискуссия трудна, а то и

невозможна, очень трудно выстроить конструктивный диалог, потому что очень много неизвестных переменных. Конфликтные дискурсы как бы законсервированы. Это вещь в себе. Они зациклены на повторение одного и того же, только в разных контекстах. Скажем, антипутинский дискурс будет повторять то же самое в контексте Украины, или в обсуждении проблем с коррупцией.

Конфликтные дискурсы выступают своего рода готовыми клише, которые любой может взять, и через них посмотреть на проблему. Наше исследование призвано показать, что этот путь неконструктивен. Дело в том, что как мы уже отмечали, СМИ создают определенные гегемонные конструкты, которые затем практически в готовом виде уходят потребителю, и уже культивируются им. Для того, чтобы пошатнуть гегемонный дискурс нужна пропорциональная ему сила, в лице широких средств массовой информации, которые несут альтернативные конструкты дискурсов. Затем, в результате широкого общественного резонанса дискурсы уже способны разрушаться и пересобираются, обрастая новыми деталями. Иначе говоря, гегемонные дискурсы могут существовать, но они не должны быть вне конкуренции. Они постоянно должны подвергаться атакам плюральности, чтобы изменяться, или уступать место другим. Но, к сожалению, сейчас в России нет подобных конкурентных площадок, где бы были условия для таких действий. Конечно, в России есть относительно независимые СМИ, их очень мало, но они есть. Но было бы несправедливо говорить, что тот же телеканал «Дождь» способен выступить мощным конкурентом первому каналу на широком федеральном уровне. Учитывая, что «Дождь» предоставляет свои услуги по платной подписке. Справиться с доминирующими дискурсами можно путем критического осознания действительности, которое можно воспитывать, анализируя различные дискурсы на уровне здравого смысла. Рассматривая и сопоставляя их. В целом глубже подходя к вопросам. Таким образом мы пришли к итогам в контексте

четвертой и заключительной задачи - провели исследование и выявили как образ конфликта формируется в дискурсивном измерении социальной сети Twitter.

В более широком смысле, рассмотренные нами системы дискурсов, являясь частью актуального информационного поля и играют несколько ролей, а также выполняют функции:

- во-первых медиа, как часть рынка, отвечают на запрос людей, которые стремятся иметь чёткую картину мира. Не редко в максималистских чёрно-белых тонах;

- во-вторых, формируемые дискурсы имеют диалектический характер, вступая в связь с механизмом общественного мнения, который формируется и является формируемым, проходя через личное и массовое восприятия, умножаясь и дополняясь;

- в-третьих, дискурсы проходят через системы ценностей и понятия здравого смысла, которые весьма чётко категоризируют составные их части;

- в-четвёртых, формируемая медиaprостранством информационная картина, в определённом смысле играет и в пользу государственного режима, который через понятные и ясные категории оправдывает свои действия и тем самым находит широкое одобрение своей воли в умах и риторике многих людей.

## **Заключение**

По итогу можно обобщить, собрать и представить в единой форме ряд выводов, которые относятся к целям и задачам проведенного исследования. В процессе работы мы рассмотрели и изучили большое количество различного материала, который позволил нам заключить, что медиaprостранство является

универсальным медиатором различных сфер деятельности человека. Медиапространство и общество очень зависят друг от друга, потому что они диалектически связаны, существуя в так называемом медиасоциальном континууме.

Современное медиапространство - это пространство отношений всех медиасубъектов (агентов). К тому же, это не устойчивое состояние, а огромный комплекс ни на секунду не останавливающихся процессов - поток событий. Иначе говоря, оно имеет «процессуальный образ». Опираясь на концепцию Пьера Бурдьё можно говорить, что медиапространство как часть социального пространства проецирует его образы в информационную среду, через процесс взаимодействия медиаструктур по поводу производства и потребления медиаконтента (который является воплощением различного символического капитала). Исходя из теории Бурдьё, медиапространство можно представить, как особую часть социального пространства, которая «обладает способностью проецировать социальные конструкции с опорой на специфические, присущие только ему средства (печатные и электронные СМИ)». В этом многими исследователями «видится особая роль и исключительная значимость медиапространства в социальном мире».

Являясь продуктом социального пространства, медиапространство, образует с обществом континуум, повторяя особенности самого общества. Например, как и в социуме, распределение разного капитала, позиций и отношений очень неравное. Доступ к информации у различных людей не один и тот же. Кто-то лишен возможностей в силу своего положения, кто-то в силу невежества. Медиапространство, как и социальное пространство очень символично, как и капитал в нем, но этот капитал вполне реален по своей силе. Также оно мимикрирует общество, но делает это на качественно ином уровне - информационном. Многие категории социального пространства имеют свои аналоги в медиа, которые взаимодействуют по очень похожим принципам.

Медиапространство выступает в роли проекции реального пространства в среду коммуникации между людьми. Медиапространство это множество пе-

ресекающихся полей взаимодействий, в которых важную роль играет символический капитал агентов, с помощью которого они соревнуются друг с другом за гегемонию, которая выражается во власти. И собственно не особо важно, какая это власть - над публикой или государственная. Символический капитал воспроизводится и отстаивается посредством дискурса в различных социальных полях взаимодействия. Социальная практика (коммуникация между индивидами) является конституирующей и конструируемой дискурсом средой. Социальная практика и дискурс взаимозависимы, и влияют друг на друга диалектически. Как и само общество, дискурс постоянно меняется и преобразовывается. Дискурс связывает значения в языке посредством контекста, и закрепляет их, но не цементирует, давая им возможность меняться со временем под воздействием внешних факторов.

Современное медиапространство, в своей огромной полноте значений, его тесной связью с социальным пространством, в том числе является, также, средой формирования и функционирования дискурсов. Это пространство и дискурсы в нем пребывают в постоянном движении, по-своему реагируют на раздражители, в зависимости от специфики. В этом смысле можно сказать, что дискурс - это форма борьбы символического капитала своих носителей за гегемонные значения. Медиапространство 21 века, с его разветвленной сетью коммуникаций и сервисов открывает огромные возможности для того чтобы борьба дискурсов интенсифицировалась. Медиапространство как открытое динамично развивающееся образование, функционирующее в сложных условиях социального пространства, имеет множество векторов в пространственно-временном континууме. Важным вектором, на наш взгляд, является конвертация медиапространства в дискурс, при котором происходит слияние самой разной информации и возникновение специфических явлений, соотносимых с медиареальностью. Такой, например, как социальная сеть Twitter.

Мы увидели, что Twitter имеет очень глубокую интеграцию в человеческое общение. Примером этому служит драматургическая теория Ирвинга Гоффмана, которая очень хорошо изобразила нам взаимоотношения субъектов

в Twitter. Будучи частью медиапространства, Twitter перенимает и перерабатывает в себе многие его функции, являясь идеальной средой для формирования групп дискурсов. Это обеспечивается скоростью и публичностью общения внутри Twitter. Платформы вроде Facebook похожи на множество кругов Эйлера, где люди общаются в своих тесных (и не очень) кругах близких и знакомых, и которые не так часто выходят за пределы своей «зоны комфорта». В Twitter же написать и ответить может совершенно любой человек, что рождает невероятную интенсификацию дискурсов, порой преобразуя причину обсуждения в совершенно другие формы.

Мы рассмотрели Twitter с точки зрения теории симулякров Жана Бодрийяра и драматургической теории Ирвинга Гоффмана. Именно со стороны того, как люди презентуют себя в сети, и как они взаимодействуют на основе своих представлений. Также нами была проделана работа по выделению крупных дискурсов в контексте информационного потока события в Twitter. Мы использовали инструменты самой социальной сети для поисков семантически релевантных материалов. А произведя анализ этих самых материалов, мы пришли к выводу что дискурсы действительно выстраивают свою реальность. Формируют свой образ реальности и события. Нам кажется, что есть важная особенность, которую нельзя упускать. Она заключается в том, что конфликтный дискурс, в силу своей специфики очень сложно поддается изменениям. Вражда, ненависть, насилие, это такие сильные и глубокие чувства, что они не могут быть просто так уничтожены. Преодоление их, это долгий и сложный процесс. В среде социальных сетей, где полноценная дискуссия трудна, а то и невозможна, очень трудно выстроить конструктивный диалог, потому что очень много неизвестных переменных. Конфликтные дискурсы как бы законсервированы. Это вещь в себе. Они зациклены на повторение одного и того же, только в разных контекстах. Это можно назвать рекурсией ненависти.

Конфликтные дискурсы выступают своего рода готовыми клише, которые любой может взять, и через них посмотреть на проблему. Наше исследование призвано показать, что этот путь неконструктивен. Дело в том, что как

мы уже отмечали, СМИ создают определенные гегемонные конструкты, которые затем практически в готовом виде уходят потребителю, и уже культивируются им. Для того, чтобы пошатнуть гегемонный дискурс нужна пропорциональная ему сила, в лице широких средств массовой информации, которые несут альтернативные конструкты дискурсов. Затем, в результате широкого общественного резонанса дискурсы уже способны разрушаться и пересобираются, обрастая новыми деталями. Иначе говоря, гегемонные дискурсы могут существовать, но они не должны быть вне конкуренции. Они постоянно должны подвергаться атакам плюральности, чтобы изменяться, или уступать место другим. Справиться с доминирующими дискурсами можно путем критического осознания действительности, которое можно воспитывать, анализируя различные дискурсы на уровне здравого смысла, рассматривая и сопоставляя их, в целом глубже подходя к вопросам.

Наше исследование показало, что в современном медиапространстве происходит сильная интенсификация дискурсов, особенно негативных, построенных на ненависти, насилии и нетерпимости. Благодаря КДА, мы смогли проанализировать дискурсы, которые реактивировались на почве брюссельских терактов. Но все-таки, почему мы не увидели позитива? Думаем, что этому есть ряд причин.

Во-первых, построить конфликт очень просто. Склонить человека к злобе, гораздо легче, чем к состраданию или радости. Об этом писал еще Георг Зиммель, в своем эссе «человек, как враг».<sup>125</sup> Вообще любой конструкт, основанный на примитивных чувствах очень быстро растет в любой среде, потому что обращается к нашим низам, нашим инстинктам. Оперирует простыми категориями номинации и аргументациями. Создать и поддержать, например, либеральный научный дискурс гораздо сложнее, чем реактивировать в человеке ненависть и злобу. Можно предположить, что усложнение предмета ши-

---

<sup>125</sup> Зиммель Г. Избранное, том второй. Человек как враг. С. 501.



рокого общественного дискурса, это результат развития общества. И наоборот, когда происходит деградация предмета, то это может означать некую потерянность.

Во-вторых, современное медиапространство, входя в структуру очень плотного медиасоциального континуума позволяет людям более лично переносить происходящее вокруг. То есть аудитория принимает символическое участие в событиях через третьи проявления: через телекамеры, через ленту новостей в Twitter. Люди так плотно окружены информацией, что невольно интегрируются в дискурс, и порой принимают его лично по умолчанию. Порой они используют стратегии аргументации, основанные не на приверженности идеям, а потому что статус транслируемых суждений носит официальный характер. Происходит активный процесс идентификации себя с абстрактным «мы», которое борется за некие идеалы, которые могут даже вообще не влиять на жизнь того, кто идентифицирует себя с «мы». Отношения государств, лидеров, люди воспринимают на уровне простых реалистичных конструкций, которые они получают из разных источников. Как уже было сказано, потребитель информации получает готовые клише, и сам ассоциируется со стороной конфликта.

В-третьих, информационные поводы, такие как теракты в Брюсселе, рождают всплеск в информационном поле, который из-за повышенного внимания выступает увеличительным стеклом, гипертрофируя смежные темы. Этот фокус искажает действительность, создавая интерпретации и симуляции. В связи с этим, строятся совершенно безумные причинно-следственные связи, которые мы можем увидеть, если обратим внимание на суть выделенных нами дискурсов. На первый взгляд, некоторые из них кажутся бредом, но в своей сути имеют очень четкую систему знаков и символов. Семантику которых, люди действительно используют для аргументации своих или цитируемых мыслей.

Беря во внимание всё вышесказанное, то этично ли со стороны российских чиновников, таких как, например, Владимир Жириновский, заявлять в

прямом эфире в программе Владимира Соловьева о том, что России выгодны теракты в Брюсселе? О том, что: «пусть они там подышают, а потом просят у нас помощи»? Этично ли Алексею Пушкинову в своем Twitter цинично критиковать генсека НАТО, ставя ему в укор, что европейцы ищут врагов не там, когда у него буквально под окнами взрываются люди в метро? Этично ли на основе мелкого карикатурного журнала делать вывод обо всей французской нации? Этично ли транслировать по центральному телевидению конфликтные, деструктивные дискурсы? Можно предположить, что заступ за грань морали и этики в данных случаях это банальное невежество, или защитная реакция, которая рождается из страха. Точно также, как это было в Беслане. Когда чтобы преодолеть страх нужно было увидеть его самые ужасные стороны. Когнитивный способ преодоления конфликта. Когда наличие большей информации, дает понимание конфликта, и в дальнейшем его принятие.

Хотелось бы еще отметить, что выделенные нами дискурсы по форме очень абстрактны, и характеризуют только определенные течения, настроения и мнения в обществе. Наша работа носит постструктуралистский характер, и она не закрепляет суждения, а стремится показать, что вся система дискурсов динамична. Дискурсы, особенно конфликтные (как в нашем случае), очень импульсивны. Они яркие, как и эмоции к которым обращаются. Этим эмоциям нужна постоянная мобилизационная подпитка, и если этой подпитки не будет, то конфликтный дискурс постепенно рассеется, или перейдет в латентную фазу, согласно классической теории конфликта. Как это случилось, например, с дискурсом холодной войны, который спустя 25 стал носить уже качественно другой - исторический характер. Можно сделать вывод, что если конфликтный дискурс лишится широкой поддержки СМИ (хотя бы самых основных), то он постепенно исчезнет или затихнет в общем информационном поле. А соответственно и изменится в общественном мнении. Это, как уже было нами отмечено, можно сделать путем атак плюральности на гегемонный(е) дискурс(ы).

Нами было замечено, что конфликтные дискурсы проводят очень четкую номинацию субъектов. Используются маркеры, такие как «мы», «они», и

другие подобные, которые призваны сепарировать отношения. Конфликтный дискурс организует людей согласно очень простым принципам, что достаточно эффективно в форс-мажорных обстоятельствах, когда идет вопрос о сохранении жизни или других важных ценностях. Но это отнюдь не сочетается с пассивным потреблением информации о событии, которое находится от человека на расстоянии многих тысяч километров, не представляя никакой угрозы, и никак не влияя на жизнь удаленных людей. Идет навешивание ярлыков через агрессивную номинацию. Тем самым абстрактный образ «их», «врага» и других начинает принимать очень четкие и однозначные характеристики, опираясь на которые, носители дискурса приводят его в движение, а иногда и в рекурсию, которая создает отмеченную нами характеристику конфликтного дискурса, как вещь в себе. По нашему мнению, именно четкая номинация субъектов, категоризация характеристик, радикализация и гиперболизация превращает дискурс в одновременно и подвижную систему (внутри себя), и в то же время придает ей закрытость, которая не позволяет дискурсу активно вступать в взаимодействия с другими смежными дискурсами. Наше исследование показало, что достаточно однородные дискурсы сосуществуют гармонично, лишь поддерживая друг друга. В такой среде очень сложно возникнуть дискурсу, работающему в противоход основному течению. Сложно, но он может возникнуть.

Медиасоциальный континуум дает нам великие возможности по обмену информацией, развитию себя, но он легко может поменять свою полярность на противоположную, и работать на разрушение: конструируя дискурсы, работающие с образами конфликта в свою пользу. Но было бы некорректно говорить, что это неправильно, или что это что-то противоестественное. Логично сказать, что это естественный порядок вещей, но не весь естественный порядок конструктивен. Мы уже отметили, что плюральность должна угрожать доминантному дискурсу, заставляя его меняться. Невежество - благодатная почва для низших инстинктов и эмоций, и чтобы остаться собой, думаем, необ-

ходимо учиться критически осмысливать происходящее вокруг. И не поддаваться на деструктивные конфликтные дискурсы, которые в своей сути призваны поставить нас на одну из сторон. На наш взгляд, сейчас, когда нас окружает очень много разнообразных мнений, фактов, лжи, нужно быть гибким, и не ставить принципы, идеи, выше человеческих жизней, как это делают представители рассмотренных нами дискурсов. Нами были сделаны выводы что силу таких мощных негативных дискурсов можно подавить только с использованием плюрализма, десакрализации и критического осмысления реальности в широком общественно-политическом контексте.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

## Литература на русском языке

1. Андреева М. В. Современные СМИ: конспект лекций. М.: МГУП, 2011.
2. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция [Текст] / – Перевод О. А. Печенкина. – Тула, 2013. – 204 с.
3. Берестова Т. Ф. Библиотека как элемент информационного пространства (к разработке концепции) // Библиотекосведение. 2004. №6. С. 43–51.
4. Больц Н. Обращение к русскому читателю // Азбука медиа. М., 2011. С. 3–4.
5. Бриггз А., Кобли П. Что нужно знать, прежде чем работать с этой книгой // Медиа. Введение: Учебник. М., 2005.
6. Бурдые П. Социология политики: Пер. с фр. Г.А. Чередниченко/Сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. / — М.: Socio-Logos, 1993. — С. 159-177.
7. Бурдые П. Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. — М.: Институт экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007. — 288 с. — (Серия «Gallicinium»).
8. Вахштайн В. Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории. // Социология вещей. Сборник статей / Под ред. В. Вахштайна. – М.: Изд. «Территория будущего», 2006. – С. 7–42 с.
9. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуриации. – М.: Академический проект, 2003. – 528 с.
10. Гоффман И. Представление себя другим в повседневной жизни. – М.: КАНОН-пресс-Ц, 2000. – 304 с.
11. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. - 479 с.

12. Дзялошинский И. М. Медиапространство России: коммуникационные стратегии социальных институтов. Монография / И. М. Дзялошинский. – М.: Издательство АПК и ППРО, 2013. - 479 с.
13. Землянова Л. М. Зарубежная коммуникативистика в преддверии информационного общества: Толковый словарь терминов и концепций. – М.: Изд-во МГУ, 1999. – 301 с.
14. Зиммель Г. Избранное, том второй. Человек как враг. С. 501.
15. Зубанова Л. Б. Современное медиапространство: подходы к пониманию и принципы интерпретации // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – 2008. – № 2 (14). – С.6-17.
16. Кириллова Н. Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М.: Академический Проект, 2005.
17. Кордобовский О. С., Политыко С. Д. Человек в информационном пространстве // Человек. 1998. №6. С. 104–112.
18. Латур Б. Когда вещи дают сдачи: возможный вклад «исследований науки» в общественные науки // Вестник МГУ. Серия 7. – Философия. – 2003. – № 3. – С. 20–39.
19. Лефевр А. Социальное пространство // Неприкосновенный запас. – 2010. – № 2. – С. 3–14.
20. Марианне В. Йоргенсен, Луиза Дж. Филлипс. Дискурс-анализ. Теория и метод 1 Пер. с англ. - 2-е изд., испр. - Х.: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. -352 с.
21. Мелюхин И. С. Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. М.: Изд-во МГУ, 1999.
22. Методика проведения дискурс-анализа (Методическое пособие социологического факультета СПбГУ).
23. Монастырева О. В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию // Вестник АмГУ. 2010. Вып. №50. С. 56–62.

24. Орлова, Э. А. Рекомендации по работе со средствами массовой информации в рамках Национальной программы поддержки и развития чтения. – М.: Межрегиональный центр библиотечного сотрудничества, 2008. – 72 с.
25. Потемкин В. К., Симанов А. Л. Пространство в структуре мира. Новосибирск, 1990. С. 4–11.
26. Прохоров Е. П. Региональные СМИ в информационном пространстве // Факс. 1999. №1–2. С. 5–12.
27. Савчук В. Конверсия искусства. СПб.: Петрополис, 2001.
28. Сунами А. Н. Конфликтология. 2013. Вып. 1. С. 178185.
29. Сунами А. Н. Толерантность и интолерантность в современном обществе. Материалы международной научно-практической конференции "Толерантность и интолерантность в современном обществе: осмысление новой реальности" — г. СПб, — 2012. — С. 359-367
30. Филиппов А. Ф. Социология пространства. – СПб.: Владимир Даль, 2008. – 285 с.
31. Шарков Ф. И. Основы теории коммуникации. М., 2002.
32. Юдина Е. Н. Медиапространство как культурная и социальная система. М., 2005.
33. Юдина Е. Н. Развитие медиапространства современной России (на примере телевидения). – М.: Моск. пед. гос. ун-т, 2008.

#### **Литература на английском языке**

34. Appadurai A. Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy // Public Culture. 2.2, Spring, 1990; – P. 1-24.
35. Davies B., & Harré R. (1990). Positioning: The discursive production of selves. Journal for the theory of social behavior, 20(1), 43-63.
36. Fairclough, N. (2001). The dialectics of discourse. Textus, 14(2), 231-242.

37. Have P. T. (2005). Conversation analysis versus other approaches to discourse. Review essay: Robin
38. Van Dijk T. A. (1998). Ideology: A multidisciplinary approach. Sage.
39. Waters M. Globalizacão. – L.: Routledge, 1995. –160 p.

### Электронные источники на русском языке

40. [Электронный ресурс] // meduza.io. URL: <https://meduza.io/feature/2016/03/22/vzryvy-v-bryussele> (дата обращения 25.03.2016).
41. [Электронный ресурс] // URL: [http://dos-news.com/lenta\\_novostei/rossiyane-sostavlyayut-pochti-polovinu-auditorii-sajta-zhurnala-sharli-ebdo-statistika.html](http://dos-news.com/lenta_novostei/rossiyane-sostavlyayut-pochti-polovinu-auditorii-sajta-zhurnala-sharli-ebdo-statistika.html) (дата обращения 10.04.2016).
42. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.gramota.net/materials/2/2012/2/35.html> (дата обращения 10.04.2016).
43. [Электронный ресурс] // URL: <https://openuni.io/course/1/lesson/3/material/84/> (дата обращения 10.04.2016).
44. [Электронный ресурс] // URL: <https://www.hse.ru/pubs/share/direct/document/102021192> (дата обращения 10.04.2016).
45. Бурдые П. Общественное мнение не существует. [Электронный ресурс] // URL: [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Article/Bur\\_ObMn.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Article/Bur_ObMn.php) (дата обращения 10.04.2016).
46. Гирич В. Л., Чуприна В. Н. Глобальное информационное пространство и проблема доступа к мировым информационным ресурсам [Электронный ресурс] // Госбук. URL: <http://www.gosbook.ru/document/29728/29761/pre> (дата обращения 16.03.2016).



47. Лизунова И. В. Безграничность медиапространства: будущее или реальность. [Электронный ресурс] // Информационное пространство «Технологии информационного общества». URL: <http://ojs.ifmo.ru/index.php/IMS/article/view/251> (дата обращения: 16.03.2016).
48. Медиапространство [Электронный ресурс] // Википедия. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Медиапространство> (дата обращения: 16.03.2016).
49. Монастырева О.В. Медиапространство: обзор представлений и подходов к пониманию. [Электронный ресурс] // URL: [http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50\\_10.pdf](http://www.amursu.ru/attachments/article/9533/N50_10.pdf) (дата обращения 16.03.2016).
50. Шелонаев С. И. Медиапространство: структура и распределение социального капитала медиа-агентов. [Электронный ресурс] // URL: [http://scjournal.ru/articles/issn\\_1997-2911\\_2012\\_2\\_35.pdf](http://scjournal.ru/articles/issn_1997-2911_2012_2_35.pdf) (дата обращения 16.03.2016).

#### **Электронные источники на английском языке**

51. Dhiraj Murthy. Towards a Sociological Understanding of Social Media Theorizing Twitter [Электронный ресурс] // URL: [http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards\\_a\\_sociological\\_understanding\\_of\\_social\\_media-theorizing\\_twitter.pdf](http://www.darkmatter101.org/wiki/lib/plugins/fckg/fckeditor/userfiles/file/lib/scripts/jquery/jquery-ui-theme/images/towards_a_sociological_understanding_of_social_media-theorizing_twitter.pdf) (дата обращения 12.03.2016).