

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Пермский государственный национальный  
исследовательский университет»

**ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ КАК ВЕКТОРЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ  
МЕДИАИНФОРМАЦИИ**

*Крижановская Е.М. Крижановская*  
09.06.2020

Выпускная квалификационная работа бакалавра  
по направлению 42.03.05 — Медиакоммуникации  
очной формы обучения  
Маткина Никиты Андреевича

Научный руководитель:  
канд. филол. наук, доцент,  
доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций  
Крижановская Елена Мечиславовна

Организатор:  
старший преподаватель  
кафедры журналистики и массовых коммуникаций  
Яруллин Денис Владимирович

*Допускаю  
к защите  
Яруллин Д.В.*  
*[Подпись]* 09.06.2020

Допускаю к защите:  
доктор филол. наук, профессор,  
заведующий кафедрой  
журналистики и массовых коммуникаций  
В. В. Абашев

|   |    |
|---|----|
| <b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....   | 3  |
| <b>ГЛАВА 1. ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ В ПОСТМОДЕРНИСТСКОМ ДИСКУРСЕ</b> .....                | 8  |
| 1.1 Проблема определения термина «Лидер Мнений» .....                           | 8  |
| 1.2 Интернет-дискурс как карнавал.....  | 14 |
| 1.2.1 Характеристика постмодернистского дискурса .....                          | 19 |
| 1.3 Место блогерского стиля в функциональной стилистике .....                   | 22 |
| 1.3.1 Идеологемы в речи лидеров мнений.....                                     | 24 |
| 1.4 Модель передачи медиаинформации .....                                       | 27 |
| 1.5 Теория графов в анализе социальных сетей.....                               | 31 |
| <b>ГЛАВА 2. РОЛЬ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА</b> ..... | 36 |
| 2.1 Специфика сбора данных и ручной анализ .....                                | 36 |
| 2.1.1 Интертекстуальное ядро в малой выборке .....                              | 42 |
| 2.2 Анализ гомогенного дискурса .....   | 44 |
| 2.2.1 Графовый анализ данных .....  | 45 |
| 2.2.2 Интертекстуальное ядро в большой выборке .....                            | 48 |
| 2.2.3 Кластеризация дискурса и проверка результатов.....                        | 50 |
| 2.2.4 Поликодовый текст как элемент интертекстуального ядра.....                | 59 |
| 2.3 Анализ гетерогенного дискурса .....   | 61 |
| 2.4 Перспективы развития приложения .....                                       | 68 |
| <b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....   | 72 |
| <b>СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ</b> .....  | 75 |
| <b>ПРИЛОЖЕНИЕ</b> .....   | 80 |

## Введение

Социальные сети активно входят в жизнь российского общества. Они становятся неотъемлемой частью повседневности россиян. На январь 2020 года 70 млн. россиян являются активными пользователями социальных сетей [Statista 2020 (55)]. Если пользователь зарегистрирован в социальной сети, то его удержанию на площадке способствует развитие мобильного и широкополосного интернета, техническое удобство и привлекательный дизайн сайта. Желание постоянно оставаться на связи, своевременно узнавать новости и не отставать от развивающегося общества заставляет людей регистрироваться сразу в нескольких социальных сетях.

Средства массовой информации в желании угнаться за пользователями переходят в интернет. Они создают новостные сайты, где рассказывают о произошедших событиях. Другие пользователи, прочитавшие публикации на этом сайте, субъективно искажив полученную медиаинформацию, высказывают свои оценки, мнения и суждения в социальных сетях. Под медиаинформацией мы понимаем информацию, полученную из СМИ. Если множество пользователей прочитали это высказывание и отреагировали на него одобрительно, к примеру, поставили «лайк», т.е. выражение одобрения, или сделали «репост», т.е. поделились высказыванием с другими, то первый пользователь в цепочке оказывает влияние на другого пользователя. Если мнение пользователя имеет вес в обществе, то такой пользователь становится лидером мнений. Другие пользователи, получившие новость от лидера мнений, также транслируют данное мнение в высказываниях или сообщают его искаженный вариант массовой аудитории в социальной сети. В связи с этим можно говорить о формировании лидерами мнений определённых дискурсов по общественно-значимой теме.

Так как современные коммуникации состоят из набора цитаций, передающихся СМИ и лидерами мнений [Кристева 2000], то мы можем

говорить об ограниченном наборе вербальных маркеров различных концептов. Яркий пример таких маркеров – это идеологемы, отображающие мифологизированные представления общества о власти [Малышева 2009]. Если количество маркеров ограничено, то мы можем составить ядро дискурса, сложившегося по общественно-значимой теме.

Социальная сеть Instagram, в которой на 3 квартал 2019 году было зарегистрировано 37,1 млн. россиян [Statista 2020 (53)], дает возможность для размещения сформировавшихся форм дискурса. Обычно определенная дискурсивная формация маркируется хэштегами (#). «Хэштег (hashtag), также известный как тег или метка, представляет собой знаковую когнитивную структуру, в которой за первым символом # следует одна или несколько лексем, репрезентирующих смысловое послание текстового или другого материала, размещаемого в Интернет-пространстве и сопровождаемого этим хэштегом» [Кайгородова 2015: 111]. Количество публикаций по хэштегам варьируется в зависимости от популярности общественно-значимого события.

В пределах хэштега или связанной группы хэштегов через лидеров мнений к обычным пользователям передаются определенные концепты. В связи с этим возникает вопрос: насколько мнения коммуникантов являются личными мнениями? Мы предполагаем, что некоторые лидеры мнений оказывают влияние так сильно, что пользователи транслируют не свое мнение, используя «чужие слова» [Бахтин 1996]. **Проблема** заключается в невозможности с достаточной долей достоверности определить, насколько критически человек относится к проблеме: передает ли он свое мнение или транслирует чужое. Вопросы, касающиеся лидеров мнений и способов влияния на других пользователей, являются актуальными в связи с распространением социальных сетей.

Проблема анализа публикаций по хэштегам до сих пор не проработана, так как это требует больших ресурсов для анализа. Исследование лидеров мнений проводится в PR для продвижения продукта и в политологии для

продвижения идей. Однако исследования в данных областях подсчитывают эффективность лидеров мнений как рекламного канала коммуникации. В лингвистике изучением лидеров мнений занимаются в функциональной стилистике. Ученые определяют лексикон и составляют языковую личность в определенных жанрах блогосферы. Работ по изучению полного дискурса с участием лидеров мнений до настоящего момента достаточно мало.

Исходя из вышесказанного, в качестве **объекта** исследования выступает медиадискурс в социальных сетях. **Предметом** исследования является динамика распространения информации в социальных сетях.

**Цель** – создать модель распространение медиаинформации на основе лидеров мнений.

Для достижения цели нами были поставлены следующие **задачи**:

- 1) Установить основные черты интернет-дискурса.
- 2) Создать корпуса текстов, размещенных по определенным хэштегам.
- 3) Проанализировать собранные тексты и экстралингвистические факторы.
- 4) Создать граф подписчиков и лайков по определённом хэштегу.
- 5) Выявить ядро дискурса и интерпретировать вербальные репрезентации идеологем.
- 6) Определить кластеры влияния лидеров мнений на подписчиков.

Основные **методы** работы – это контент-анализ, графовый анализ, системный анализ, математические методы обработки естественного языка.

**Материалом** исследования является корпус из 258 текстов, собранных от 200 аккаунтов по теме «Егор Жуков», и 216 текстов, собранных со 115 аккаунтов по теме «Коронавирус». Тексты из первой выборки были размещены со 2 августа по 12 декабря 2019 года, тексты из второй выборки были размещены с 27 марта по 30 апреля 2020 года.

В первой главе работы мы определяем термин «лидер мнений» и отделяем его от схожих терминов: «блогер» и «инфлюенсер». Предлагается рассматривать интернет-коммуникацию как карнавальный дискурс, предложенный Бахтиным. В продолжение идей Бахтина авторы изучают такие черты постмодернистской интернет-коммуникации, как интертекстуальность [Кристева 2000], ироничность [Пономарев 2020] и отсутствие автора [Барт 2008]. На основе философского осмысления предлагается интерпретация функционального стиля лидеров мнений как публицистического. Авторы рассматривают подходы к понятию «идеологема» и выбирают подходящую парадигму. На основе построенной методологии предлагается схема медиадискурса в социальных сетях на основе лидеров мнений.

Во второй главе проводится исследование гомогенного медиадискурса, образовавшегося вокруг хэштега «#свободуегоружукову» и гетерогенного дискурса по теме «коронавирус». Предлагается граф подписчиков и лайков, а также кластеры влияния и ядро дискурса. Основываясь на данных показателях, мы устанавливаем лидера мнений, повлиявшего на дискурс, и интерпретируем вербальные репрезентации идеологем.

**Новизна** работы заключается в автоматизации дискурсивного анализа в социальных сетях и создании графа подписчиков по определённым хэштегам. В ходе выполнения работы мы выявляем лидеров мнений, которые повлияли на процесс.

**Теоретическая значимость** работы заключается в анализе единого интернет-дискурса по социально-значимой теме как интертекстуального целого, деленного на множество кластеров, объединённых одинаковыми цитациями.

Используя методологию исследования, мы в дальнейшем займемся разработкой приложения для анализа текстов и автоматического составления

графа влияния лидеров мнений на подписчиков. **Практическая значимость** созданного приложения заключается в выявлении наиболее влиятельных элементов дискурса и эффективного маркетингового продвижения продукта через них.

Полученный опыт анализа дискурса эффективен в практике контент-менеджмента. Данная методология позволяет понять, какие мнения распространены в определённом дискурсе, о чем можно говорить, о чем нельзя говорить и какие слова эффективнее использовать для влияния на аудиторию.

В основе нашего исследования лежат следующие **гипотезы**:

- 1) Пользователи выражают мнения в социальных сетях посредством ограниченного набора вербальных маркеров, который можно подвергнуть анализу.
- 2) В Instagram существует два вида дискурса: гомогенный и гетерогенный.
- 3) В гомогенном дискурсе есть один или два наиболее влиятельных лидера мнений, которые влияют на коммуникацию во всем дискурсе.
- 4) В гетерогенном дискурсе есть множество лидеров мнений, вокруг которых выстраивается коммуникация.
- 5) Дискурс делится на отдельные кластеры, в которых представлен определенный набор вербальных маркеров.

Работа прошла апробацию на ежегодной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых филологического факультета «Проблемы филологии глазами молодых исследователей» за 2019 и 2020 года. По аналогичной работе размещена публикация «Создание инструментального средства для анализа исчезающего контента (на примере stories в Instagram)» в сборнике «Проблемы филологии глазами молодых исследователей».

# ГЛАВА 1. ЛИДЕРЫ МНЕНИЙ В ПОСТМОДЕРНИСТСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

## 1.1 Проблема определения термина «лидер мнений»

В науке нет точного определения термина «лидер мнений». В бытовой практике этот термин синонимичен с «инфлюенсером» и «блогером», однако термины имеют под собой разные основания для деления.

В Кембриджском словаре даны следующие определения этим трём понятиям. Блогер – это человек, который пишет блог (регулярные записи чьих-либо идей, мнений или опыта, выложенные интернет для чтения другими людьми) [Cambridge Dictionary (57)]. Таким образом, наличие платформы для регулярной записи мыслей делает человека блогером. Термин «инфлюенсер» имеет два значения: 1. Кто-либо, кто влияет или меняет поведение других людей. 2. Человек, которому заплатила компания, чтобы он показывал и рассказывал об их продуктах и сервисах в социальных сетях, стимулируя других людей покупать их [Cambridge Dictionary (58)]. Инфлюенсер оказывает влияние именно на поведение людей, заставляя их покупать продукты или голосовать за подходящего кандидата. Часто такое влияние имеет под собой коммерческую основу и детально проработанную модель поведения инфлюенсера. Термины «блогер» и «инфлюенсер» формируются с появлением интернета. Лидер мнений – это человек, чье мнение о чем-либо, к примеру, о продукте или вопросе, имеет большое значение для других людей [Cambridge Dictionary (59)]. Поведение и речь лидеров мнений в межличностном общении в реальной среде или на интернет-площадках, не всегда носит коммерческий характер, иногда они обусловлены жизненным опытом. Мнения таких лидеров лишь в некоторых случаях оказывают прямое влияние на других людей, так как окружающие могут прислушиваться к нему, но не соглашаться с ним. Лидеры мнений, которые размещают свои собственные мнения на интернет-платформе, становятся блогерами. Компании могут купить рекламу у блогеров



для продвижения продукта или услуги, в таком случае лидер мнений становится инфлюенсером.

Термин «лидер мнений» появился задолго до эпохи интернета. В 1940-м году американский социолог Пол Лазерсфельд во время президентских выборов в США провел эмпирическое исследование общественного мнения. Его целью было установить воздействие медиа на электоральные предпочтения граждан. Для получения результатов использовали панельный опрос, в котором приняли участие 600 семей. В итоге 53% респондентов изначально были уверены в выборе кандидатов, выбор 23% был предсказуем, 15% выбирали то одного, то другого, а 8% изменили свое мнение в последний момент. По полученным данным Лазерсфельд создал теорию ограниченных эффектов, согласно которой «воздействие СМИ на мнения аудитории ограничены различными факторами, такие как демографические характеристики человека, социальная среда и психологические факторы» [Завгородняя 2012: 14]. Во многих случаях межличностное общение внутри социальной группы оказывает большее влияние, чем средства массовой информации. «Когда людей спросили, что повлияло на их мнение, они ответили: другие люди» [Lazersfield 1955: 22]. Основная функция СМИ заключается в подтверждение избирателем правильности сделанного мнения.

В 1955 году в работе «Личное влияние» Лазерсфельд развил эти идеи в теории двухступенчатого потока информации. В ней ученый высказал предположение о существовании внутри каждой группы лидеров мнений, на которых как раз и воздействуют СМИ. До открытия Лазерсфельда ученые были уверены в прямом влиянии СМИ на общество. «Кто или что влияет на лидеров мнений? Здесь снова появляются средства массовой информации. Лидеры мнений, в отличие от не-лидеров, в большинстве своем отметили, что для них средства массовой информации были влиятельными. <...> Мы предполагаем, что идеи, которые перетекают от радио и прессы к лидерам мнений, а через них к менее активным частям населения»

[Lazersfield 1955: 22]. Лидеры мнений существуют в каждой социальной группе, они отличаются активной жизненной позицией, стремлением к распространению информации, множеством социальных контактов и вовлеченностью в процесс решения социальных проблем» [там же].

Коллега по Колумбийскому университету Роберт Мертон предложил классификацию лидеров мнений по уровню миграции: локальные и космополитические. Локальные лидеры проживают долгое время в одной местности и рассуждают о процессах с точки зрения местных новостей. Космополитические лидеры, недавно прибывшие в город, долгое время путешествовали по миру, поэтому они лучше разбираются в международных проблемах. «Именно это характерное моделирование ответа – либо с точки зрения местных ориентиров, либо в более широкой системе координат, но которое не было предвосхищено, привело нас к концепции двух основных типов влиятельных лиц: “локального” и “космополитического”» [Мертон 2006: 568].

Позднее такое четкое деление общества на «лидеров мнений» и «нелидеров» было подвергнуто критике. Эти две группы не гомогенны, они общаются между собой и влияют друг на друга. Лидеры мнений обращаются за советом друг к другу, как и остальная часть населения общается между собой. Каждый раз коммуникация окрашена субъективными паттернами предыдущего спикера. Критика теории «двухступенчатой коммуникации» помогла развитию идеи в теорию «многоступенчатой коммуникации». Основоположник теории американский ученый У. Шрамм утверждал: «...межличностные каналы функционируют параллельно каналам массовой коммуникации и оказывают значительное влияние на общество» [Шрамм 2003: 7].

Теория многоступенчатой коммуникации лежит в основе нашей гипотезы о влиянии лидеров мнений на обычных людей, а классификация лидеров мнений дает нам полную картину об их психологических паттернах и способах

мышления. Процесс коммуникации между лидерами мнений в социальных сетях происходит следующим способом: один лидер мнений, находящийся под влиянием СМИ или непосредственно являющийся участником события, размещает пост с интерпретацией этого события. Другие лидеры мнений, прочитав пост и сформировав собственное мнение на его основе, размещают его в другом посте. Эти посты прочитывают другие лидеры мнений и тоже размещают N-ное множество постов, которые в свою очередь прочитают другие лидеры мнений. Коммуникация в данном случае строится по схеме сети или графа.

С широким распространением телевидения теория многоступенчатой коммуникации отдалилась на второй план в области исследования массовой коммуникации. На ее смену пришла теория М. Маклюэна о приоритете электронных коммуникаций. Канадский исследователь вводит термин «глобальная деревня», согласно которому электронная коммуникация, соединяющая отдалённые концы Земли, сузила мир до уровня деревни и наделила человека «деревенским» мышлением. В последних работах М. Маклюэн развивает термин до «глобального театра», в котором человек не только потребляет информацию, но и производит ее [Маклюэн 2004]. Именно такой производитель информации является, по нашему мнению, лидером мнений.

Для представления полной картины мышления лидеров мнений мы изучили медиаэффект «спирали умолчания», открытый Э. Ноэль-Нойман. Согласно ее теории, индивиды, которые имеют мнения, расходящиеся с доминирующим медиаобразом, не будут высказывать своего мнения по этой теме [Ноэль-Нойман 1996]. Применив данный медиаэффект к нашему исследованию, мы сможем сделать вывод, что блогеры, имеющие картину, противоположную сформированному медиаобразу события, не будут размещать посты со своим мнением. Такая тенденция прослеживается в нашем

исследовании с Егором Жуковым, в котором все тексты находятся в одной медиаповестке и формируют одинаковый медиаобраз молодого человека.

Медиаэффект «спирали умолчания» помогает нам преодолеть бесконечное множество разнообразных интерпретаций от разных мнений. В одной медиаповестке чаще всего будут мнения «за» или «против», и индивиды, находящиеся в определенном дискурсе, будут либо высказывать мнение этого дискурса, либо молчать. Таким образом, в «многоступенчатой» коммуникации лидеры мнений будут делиться на две условные группы и передавать эти мнения по двум векторам. Под дискурсом здесь и в дальнейшем исследовании мы понимаем «речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах), дискурс – это речь, погруженная в жизнь» [Артюнова 2012: 136].

Развитие интернета вывело электронную коммуникацию на новый этап развития, на котором взаимодействия СМИ и лидеров мнений изменились. Таким образом, термин «лидер мнений» остается актуален, следовательно, теория «многоступенчатой коммуникации» действительна в интернете. Подтверждением послужило исследование четырех ученых Корнелльского университета – Шамоэя Шу, Джейка Хофмана, Витора Мэйсона и Дункана Вотса. Ученые установили, что в социальной сети «Twitter» существует два потока распространения информации: официальные СМИ и посредники, т.е. лидеры мнений. В американском исследовании выделены две ступени передачи информации, предложенные Лазерсфельдом [Завгородняя 2014: 125].

Теория «лидеров мнений» не рассматривалась в отечественной социологии вплоть до 80-х годов. Именно в это время советский социолог М.К. Горшков предложил свою теорию субъектов общественного мнения. В ней высказаны идеи о формировании общественного мнения в производственной деятельности, важной частью которой являются лидеры

мнений. По мере развития истории число лидеров расширяется, поэтому на данный момент в качестве лидеров мнений выступает широкое число трудящихся, объединенных в государственные, общественно-политические, научно-технические, художественные и другие организации. «Ведь неформальные межличностные контакты основываются преимущественно на демократических нормах взаимоотношений и характеризуются добровольным непосредственным участием в них, возможностью произвольного включения человека в процесс общения, равно как и выхода из него. Здесь отвергается чье-либо жесткое, авторитарное руководство, навязывание взглядов и оценок, но наличествует реальная возможность для любого человека стать в тех или иных обстоятельствах лидером общения, лидером мнения» [Горшков 2018: 244].

М.К. Горшков не проводил исследований в этой области, и в дальнейшем его теория не получила развития. Из-за социально-политической обстановки в 90-х годах исследования в области лидеров мнений не проводились. Недавно, опираясь на исследования теории Лазерсфельда, российский филолог М.Ю. Завгородняя провела исследования лидеров мнений в интернете. «Пользователи читают новость с официальных аккаунтов и практически одновременно – интерпретацию той же самой новости “лидерами общественного мнения”, а зачастую – только интерпретацию. Или же “лидер общественного мнения” может дать ссылку на интересную новость со своим комментарием, выполняя при этом роль своеобразного фильтра информационного пространства» [Завгородняя 2014: 124]. Следовательно, теория «многоступенчатой коммуникации» применима к современным российским реалиям.

Изучив подходы исследователей общественного мнения, мы можем предложить первоначальную схему коммуникации лидеров мнений со своей аудиторией. Лидеры мнений получают информацию от СМИ или от других лидеров мнений и делятся полученной информацией в своем блоге. Если

полученная информация не соответствует доминирующему медиаобразу, то лидер мнений не напишет пост об этом. Многие лидеры мнений обладают «деревенским» мышлением, сформированным многолетним потреблением массовой культуры, что не мешает им быть производителями информации. Лидеры мнений оказывают большее влияние на электронную коммуникацию, чем СМИ, которые служат средством подтверждения сформулированного ранее решения. С другой стороны, лидеры мнений сами получают информацию из СМИ и интерпретируют ее.

Для более детальной схемы нам необходимо учесть особенности постмодернистской коммуникации в интернете и характерные черты функционального стиля лидеров мнений.

## **1.2 Интернет-дискурс как карнавал**

Теория интертекстуальности, сформулированная Ю. Кристевой, рассматривается нами как философский фундамент нашей работы. Французский лингвист выдвинула идею взаимосвязи текстов друг с другом внутри самого текста, изучая и популяризируя труды выдающегося отечественного исследователя М.М. Бахтина. Его работы, фундаментальные для лингвистики, культурологии, антропологии и других гуманитарных наук, остаются актуальными с наступлением эпохи интернета. Появление социальных сетей дает возможность каждому пользователю осуществить высказывание, направленное на массовую аудиторию, что делает необходимым изучение речевых жанров, диалогизма и дискурса карнавала в интернете.

Каждый интернет-текст есть высказывание. «Всякое высказывание — устное и письменное, первичное и вторичное и в любой сфере речевого общения — индивидуально и потому может отразить индивидуальность говорящего (или пишущего), то есть обладать индивидуальным стилем» [Бахтин 1996: 159]. Сам же интернет-дискурс делится на различные сферы

общения, различающиеся техническими возможностями, либо тематикой. «Каждая сфера использования языка вырабатывает свои *относительно устойчивые типы* таких высказываний, которые мы и называем *речевыми жанрами*» [там же]. Несмотря на разнообразие речевых жанров как в жизни, так и в интернете, по определённой теме (или хэштегу) в одной социальной сети будут одинаковые речевые жанры, так как все три компонента высказывания – тематическое содержание, стиль и композиционное построение – едины. Таким образом, мы сможем проанализировать корпус текстов, представленные в одном речевом жанре. Более подробно стилевое и композиционное единство интернет-текстов мы рассмотрим в главе про функциональные стили.

Отправной точкой для анализа текста является слово. В высказывании слово обретает новые значения, оно лишается формальности и обретает «жизнь». «Значение слова отнесено здесь к определенной реальной действительности в определенных же реальных условиях речевого общения» [Бахтин 1996: 165]. Слово в текстах обладает значением, экспрессивностью, диалогом с другими текстами и амбивалентностью. «Вводя представление о статусе слова как минимальной структурной единицы, Бахтин тем самым включает текст в жизнь истории и общества, в свою очередь рассматриваемых в качестве текстов, которые писатель читает и, переписывая их, к ним подключается» [Кристева 2000: 427]. Слово может быть самим текстом, нести позицию автора.

Любой текст создается для «другого», в особенности блог, рассчитанный на массовую аудиторию. Автор блога размещает текст на своей странице с целью диалога. «Я говорю, и ты меня слышишь, следовательно, мы существуем» [цит. по Кристева 2000: 440]. Если письмо диалогично по своей сущности, значит, в слове также выражен диалогизм. Такой диалог внутри текста происходит не только между людьми, но и между культурами. «Всякое слово (текст) есть такое пересечение двух слов (текстов), где можно прочесть

по меньшей мере еще одно слово (текст)» [Кристева 2000: 428]. В слове выражен культурный пласт прошлого, оно несет в себе диалог времен.

Слово имеет разные значения в зависимости от контекста и несут разную экспрессивную окраску. «В свете этого диалогизма такое понятие, как “лицо - субъект письма”, начинает тускнеть, чтобы уступить место другому явлению – амбивалентности письма» [Кристева 2000: 430]. Амбивалентность в понятии Бахтина – это «двойственность и внутренняя диалогичность (возможность на себя самое смотреть со стороны) верха и низа» [цит. по Библеру 1991: 134]. Одно слово может вызывать противоположные реакции в разных контекстах и передаваться суггестивно адресату в настоящий момент или сквозь время. «Суггестия – это процесс вербального или невербального, эмоционально окрашенного воздействия на психику человека с целью создания у него определённого состояния, порождения у него некоторых представлений, побуждений его к каким-либо действиям» [Российская педагогическая энциклопедия 1993]. В процессе интернет-коммуникации пользователи нередко сталкиваются с различиями в восприятии слова, что вызывают дискуссии в интернете. К примеру, под постом о сокращении зарплаты во время пандемии девушка написала, что «на нужных работах зп не упала». Пользователи проинтерпретировали слово «нужные», как антоним слова «ненужные» и написали много критических ответов на высказывании. По нашим представлениям, девушка имела в виду работу на бюджетные организации.

Более того амбивалентность слова выражена в самой его природе, В высказывании слово сталкивается с действительностью, оно обретает «жизнь», но слово само по себе, написанное в словаре, лишено этой жизни. Такой характер слова ярко выражен в интернет-коммуникации, в частности, в хэштегах. Пример «жизни» внутри хэштега – это публикации по хэштегу «#янехотелаумирать», созданного блогерами для борьбы против домашнего насилия [Осколкова 2019]. Некоторые пользователи, не вовлеченные в проблему, проигнорируют этот хэштег. Другие могут воспринять как нечто



абсурдное. Пользователи, которые размещают публикации с этим хэштегом, по-другому относятся к этой проблеме, смыслу хэштега, для них в этом хэштеге «жизнь».

Двойственная природа – это характерная черта карнавального дискурса, исследуемого Бахтиным. Черты карнавала схожи с чертами виртуального мира. «Понятие “виртуальный мир” воплощает в себе двойственный смысл: мнимость, кажимость, потенциальность и истинность» [Маньковская 2000: 309]. Интернет-дискурс предстает воплощением Средневекового карнавала.

Виртуальный аккаунт пользователя не является непосредственно человеком, а предстает в виде идеализированного образа пользователя. Пользователь может размещать в аккаунте любые факты, фотографии или видео, не касающиеся его жизни, тем самым приукрашивая оторванный от действительности образ. Страница пользователя в интернете напоминает «маску», которую удобно носить перед другими людьми. На странице размещены фотографии и посты, создающие новую биографию человека. Если каждый виртуальный профиль пользователя является отображением человека, то все пользователи в интернете скрываются под «масками». Замещая реального человека «маской», пользователь создает симулякр – «образ, лишенный подобия» [Делёз 1998: 203]. Такие симулякры напоминают «шутовского короля» [Бахтин 1965].

Так как каждый аккаунт является симулякром, то в интернет-дискурсе пропадает социальное неравенство, отсутствует классовая система и социальные роли. В социальной сети создается утопическое государство, в котором пользователи равны. Возможно, классовая система строится по количеству подписчиков на аккаунте, но это тоже может являться симулякром. Существует множество сервисов, позволяющих подделать это число. К тому же пользователь с небольшим количеством подписчиков может быть более влиятельным, чем пользователь с миллионом подписчиков.

Отсутствие иерархии делает общение в интернете фамильярным, пропадают правила вежливости и максимы общения. Язык в интернете – это

«язык в джинсах», в котором отсутствуют официозы и канцеляризмы [Литвицев 2009: 232]. Появляется особая форма речи, выделяющийся сленгом, «не признающая дистанций и свободная от пристойности» [Пьяных 2019: 46].

Интернет-дискурс не ограничен цензурой так строго, как газеты или телевидение. В нем меньше юридического контроля, но все же есть некоторое правовое регулирование. По свободе общения он близок к разговорной речи, особенно если диалог проходит тет-а-тет. Всеобъемлющая свобода – один из признаков карнавала по Бахтину. Такая свобода дает возможность выступать против руководящей власти. «Переворачивание реального и виртуального бытия сопровождается сменой оппозиций “слуга” — “господин”» [Пьяных 2019: 47]. Тем самым интернет-дискурс выступает в противопоставление власти, высказывает идеи, чуждые ей.

Карнавал основан на смеховой культуре, которая проявляется в интернет-дискурсе в виде иронизации событий [Пономарев: 2020] и мемах. «Эмодзи» и смайлы являются дополнением, «игрушками», в таком карнавале. Они развлекают пользователей и выполняют роль карнавального кода, состоящего из эмоционально-окрашенных символов. Разные фильтры на фотографии и «сторис» в Instagram усиливают роль смеховых факторов.

Иногда виртуальный карнавал перерастает в современное подобие реального карнавала — митинги. Сходство митингов с карнавалом отмечает Шомова. «Именно такое всеобщее ощущение свободы (возможно, и правда всего лишь утопическое), а также отказ от «официально разрешенного» в пользу неформальных идей и мнений мы наблюдаем и в митинговом действе наших дней» [Шомова 2016: 71-74].

Переход от виртуального карнавала в реальный виден на примере дискурса об Егоре Жукове. Когда молодого студента задержали, в социальных сетях начали появляться множество постов от студентов с хэштегом #свободуегоружукову. Публикации по хэштегу представляли собой «пространством свободы», а грань между читателем и автором стиралась, создавалось ощущение «всеобщего единства». Такие сообщения нередко

выражали оппозиционные идеи по отношению к власти, выраженные в мемах или иронии. Вскоре равнодушные люди собрались в митинг на проспекте Сахарова, где выступали популярные российские звезды. Этот митинг обладал многими чертами карнавала, такими как песни и танцы, развлечения, отсутствие социальных иерархий, единство идей, противостояние власти и всенародность.

### **1.2.1 Характеристика постмодернистского дискурса**

Идеи Бахтина получают развитие во французской философии постструктурализма. Каждый лидер мнений интерпретирует полученную информацию, добавляя к ней собственные паттерны мышления и стереотипы, полученные из других каналов информации. В речи человека появляются чужие слова. «Эти чужие слова приносят с собой и свою экспрессию, свой оценивающий тон, который осваивается, перерабатывается, переакцентуируется нами» Бахтин [1996: 184]. Любой текст обладает интертекстуальностью, так как он состоит из множества цитаций, собранных из других текстов других лидеров мнений, СМИ и комментариев от предыдущих постов. «Интертекстуальность – это социальное целое, рассмотренное как текстуальное целое» [Кристева 200: 428]. В этом социальном целом прослеживаются элементы, повлиявшие на лидера мнений. Если слово само по себе может быть текстом, то в каждом слове текста содержится другой текст. «Каждый текст представляет собой новую ткань, сотканную из старых цитат. Обрывки культурных кодов, формул, ритмических структур, фрагменты социальных идиом и т.д. – все они поглощены текстом и перемешаны в нем» [там же]. При нахождении таких элементов, общих для одного дискурса, нам удастся составить схему влияния лидеров мнений друг на друга. Таким образом, каждый лидер находится в диалоге с тем, на кого он подписан.

Каждый текст в социальных сетях строится по технике бриколажа [Леви-Стросс 1999], т.е. «ситуативный отбор и склеивание уже существующих артефактов (знаков, символов, идей, стилей) и/или их частей» [Hartley 2002]. «В медиасфере бриколаж выражается в бесконечном ремиксе, ориентированном на многократную переработку и интерпретацию ранее созданных медиапродуктов» [Пономарев 2020: 119]. Бриколер, в данном случае, — это лидер мнений, он собирает различные паттерны, стереотипы, мифы и помещает в единую композицию под названием «пост». Функционал социальных сетей делает создание бриколажей более доступным. «Репост», или размещение чужого текста на своей странице, полностью копирует мнение другого индивида. Любую часть текста в сети можно скопировать и вставить в собственный текст, процитировав его или присвоив чужие мысли себе. При написании текста используются поликодовые элементы текста, одинаковые для всех пользователей, выражающие эмоции или отображающие предметы реальной действительности, под названием «эмодзи». «Эмодзи» становятся артефактом массовой культуры, активно используются в кинематографе и игровой индустрии. Для упрощения навигации по социальной сети пользователи используют хэштеги, которые можно придумать самостоятельно, а можно использовать созданные другими людьми хэштеги в своем тексте. Во многих социальных сетях есть встроенный редактор фотографий, в котором можно добавить к изображению «стикеры», или элементы действительности, представленные в карикатурном виде в виртуальной среде. «Стикеры» тесно входят в интернет-коммуникацию, тем самым превращая ее в бриколаж. Использование бриколажа прослеживается как в межличностных, так и в массовых интернет-высказываниях.

Посты носят трансмедийный характер: они совмещают в себе текст, изображение и иногда видео [Пономарев 2020: 122]. «Трансмедийное повествование — технология рассказа истории или представление повествования посредством использования мультиплатформ и кросс-медийных сериальных изданий» [Steinberg 2012]. Трансмедийность особенно

прослеживается в социальной сети Instagram, анализ которой мы осуществляем. По правилам сети любой пост должен сопровождаться картинкой или видео, сочетающей в себе множество культурных кодов. Наблюдается тенденция использования мемов в разных видах дискурса. «Мемы как медиапродукты этой “трансмедийной игры” представляют собой компактные, эмоциональные, актуальные, интертекстуальные, юмористичные, мультимодальные ремиксы, с помощью которых медиаюзеры и медиаагенты оперативно и с очевидным контрапунктом комментируют топовые темы, ситуации или проблемы» [Пономарев 2020: 123].

Мемы обладают важными для постмодернистского дискурса чертами, такими как иронизация реальности и анонимность. Иронизация позволяет автору скрывать свое настоящее мнение, так как ирония одновременно выражает и правду, и неправду. «Ироничное высказывание включает в себя и сказанное, и подразумеваемое» [Пономарев 2020: 118]. В сказанном отсутствует автор с его собственной картиной мира, есть только читатель, интерпретирующий мем.

Отсутствие автора прослеживается не только в мемах, но и в обычных текстах. Прообраз лидера мнений был представлен Бартом в «Нулевой степени письма». «Вторжение политической и социальной действительности в поле сознания Словесности породило новый тип занимающегося письмом индивида (*scripteur*) – нечто среднее между активистом и писателем. От активиста такой индивид заимствует идеальный облик гражданина, а от писателя перенимает представление о том, что произведение письма есть акт творчества» [Барт 2001: 338-339]. Действительно, лидеры мнений особенно в политической коммуникации создают медиаобраз «идеального гражданина». Пользователи сталкиваются не с самой сущностью автора, а с его виртуальным образом, что еще раз доказывает, что автора нет.

Если автора нет, то что мы исследуем читателя. «Читатель — это то пространство, где запечатлеваются все до единой цитаты, из которых слагается письмо; текст обретает единство не в происхождении своем, а в

предназначении, только предназначение — это не личный адрес» [Барт 2008: 464]. В читателе, отобразившем идеи первоначального автора в своем высказывании, начинаются интенции первого автора, читатель понимает текст и именно это понимание будет нашим объектом. Социальные сети позволяют нам проследить интерпретации читателя в постах, которые он размещает в своем блоге. Читателем может быть другой лидер мнений или обычный пользователь социальной сети, подписанный на блогера. Именно в постах читателя прослеживается плеяда цитаций и паттернов, взятых лидерами мнений из СМИ. Поэтому в центре нашего исследования находится не сам текст лидера мнений, а прочитанный и переписанный текст у пользователя.

### **1.3 Место блогерского стиля в функциональной стилистике**

Идеи Бахтина о речевых жанрах нашли отражение в работах по функциональной стилистике, разработанной М.Н. Кожиной. При исследовании интернет-дискурса мы будем опираться на ее методологию. Согласно функциональной стилистике формы сознания и виды деятельности человека, являющиеся экстралингвистическими факторами, определяют функциональные стили языка: научно-исследовательский, официально-деловой, публицистический, разговорный, церковно-религиозный и разговорно-обиходный [Кожина 1968]. Возникновение каждого стиля обусловлено спецификой мышления в данной области. Так, научный стиль определяется подчеркнутой логичностью и точностью, что обусловлено научным мышлением. В некоторых функциональных стилях можно выделить подстили, которые находятся на межстилевой границе. К примеру, популяризаторская статья для модного журнала может быть отнесена как к научному, так и к публицистическому стилю. Блогерские тексты являются подстилом публицистического стиля и находятся на периферии с разговорно-обиходным.

Основная задача блогерского текста – это фиксация мыслей и эмоций по поводу произошедшего события. В этой задаче такие тексты схожи с другим разговорно-обиходным жанром, а именно – с письмом. Разница жанров заключается в адресате, так как в письме адресат чаще всего единственный, тогда как в блогерском тексте – это массовая аудитория. Для написания блогерского текста не нужны дополнительные знания, его может написать любой человек, поэтому во многих текстах выделяется пониженная речевая культура. В таких текстах можно часто встретить обценную лексику, которая в редких случаях модерируется администрацией социальной сети Instagram, и наличие орфографических и пунктуационных ошибок (*значица, сомоизоляция*), недопустимых для других стилей. В употреблении встречаются не книжные и просторечные средства (*ребятки, обломались*), служащие отображением обыденного мышления. Обычное для интернет-текстов явление – это использование сленга (*не по кайфу, рептилоиды*) и варваризмов (*кавер, зарепостить*). Для интернет-речи характерно употребление окказионализмов (*басяся, 4 айся*), которые в дальнейшем использовании становятся мемами (*чикибомбони*). Все эти средства служат для выполнения экспрессивной и развлекательной функции разговорно-бытового общения.

Функциональные особенности блогов не позволяют причислить их к разговорно-обиходному стилю. При написании текста блогер обдумывает и редактирует материал. Его высказывание не спонтанное, а продуманное, в отличие от разговорной речи. Политика социальной сети стандартизирует сообщение: существует ограничения на количество символов, нельзя использовать угрозы и оскорбления, публиковать чужую конфиденциальную информацию и т.д. В невербальных средствах запрещается использование чужих фотографий детей и обнаженной натуры [SMM planer 2019]. Коммуникация, как и в публицистике, происходит опосредованно, через монитор или дисплей телефона. В разговорной речи речевой акт происходит в

настоящем времени, в интернет-коммуникации он сохраняется на долгое время.

Многие лексические и синтаксические средства, используемые блогерами в публикациях, позаимствованы из публицистики. К примеру, блогерские тексты нередко имеют громкие заголовки, сравнимые с газетными (*От какой посуды можно заразиться коронавирусом?*). В речи блогеров характерно использование фразеологизмов в оценочном ключе (*Я с грустью наблюдаю, как люди начинают сходить с ума; трудиться и в ступе воду не толочь*). Как и в газетах, в блогерской речи замечено употребление политико-идеологических терминов или идеологием (*путинизм, либеройды*), анализ которых мы проведем в следующей главе.

Такие функции, как экспрессивная, развлекательная и информационная, свойственны обоим стилям, но в блогах в большинстве случаев на первую план выходят агитационно-пропагандистскую и воздействующую функции – важные функции публицистического стиля, так как публицистика является частью всеобъемлющего политико-идеологического стиля. Многие блогеры, среди которых большое число лидеров мнений, зарабатывают посредством своих публикаций. В основном финансирование приходит от продвижения рекламных продуктов, но не исключено, что блогерам могут платить за продвижения какой-либо идеологии.

### **1.3.1 Идеологемы в речи лидеров мнений**

Термин идеологема, как «часть материальной социальной действительности, окружающей человека, момент материализованного идеологического кругозора» [Бахтин 2000: 191], впервые встречается в работе М.М. Бахтина при изучении идеологии в широком смысле этого слова, то есть идеология представляет собой «совокупность (политических, правовых,



философских, нравственных, религиозных, эстетических и др.) идей, концепций, программ и взглядов, определяющих облик жизни общества» [Ведрева 2006: 121]. Руководящая идеология определяет течение социальной, экономической, духовной и политической сферы, в каждой из которых создаются продукты материального творчества, имеющие идеологический окрас. Для обозначения этих продуктов в вербальном общении проявляются специальные маркеры – идеологемы. Они в первую очередь отображают картину мира, которая «злостно неадекватна действительности» [цит. по Малышева 2009: 33].

В социалистическом обществе, в котором жил Бахтин, идеология являлась главным вектором для развития каждой сферы. В современном капиталистическом обществе толчком развития служит конкуренция идеологий, то есть значение термина идеология сужается. «Идеология – это система политических взглядов и идей, связанных с вопросом захвата, удержания и использования политической власти субъектами политики» [Ведрева 2006: 120]. В процессе борьбы идеологий происходит резкое деление общества на «свой» и «чужой». В таком делении идеологемы приобретают форму концептов, реализующих это дихотомическое представление. «Содержанием этих концептов, его смысловыми признаками являются другие концепты» [Салимовский, Яруллин 2014: 174].

Сущность идеологемы состоит в упрощении картины мира людей, она обрисовывает идеальный образ будущего [Клушина 2014]. Современному человеку легче понять окружающую его политическую действительность, когда она предстаёт в упрощенной форме в виде идеологем. В связи с динамикой политической ситуации меняются и значения идеологем как концептуально, так и эмотивно.

Идеологемы, как и обычное слово, по своей природе амбивалентны. В разных контекстах они несут разный эмотивный окрас.

В связи с этим необходимо более четко обозначить границу концепта. А.А. Мирошниченко предлагает разграничить лингвему, то есть «праксема языка» и идеологему, то есть «праксема сознания». Таким образом, идеологемы выражаются с помощью лингвем, значит, объективация идеологем может происходить посредством любых средств языка [Мирошниченко 1996].

Противоположный семантический подход в определении идеологемы демонстрирует Н.А. Купина: идеологема – это «особая системно-структурная целостность, обладающая целенаправленной адресованностью» с функцией идеологических предписаний [Купина 1995: 7]. Они непосредственно связаны со своим денотатом. «Денотат – это значение (в логике и семантике), предмет, обозначаемый собств. именем некоторого языка (в формализованном языке – константой, постоянным термом), или класс предметов, обозначаемых общим (нарицательным) именем [Денотат 2004: 388]». Множество идеологем складываются в блоки, образующие сверхтекст. «Сверхтекст – это совокупность высказываний, текстов, ограниченных темпорально и локально, объединенная содержательно и ситуативно, характеризующаяся цельной модальной установкой, достаточно определенными позициями адресата и адресанта, с особыми критериями морального/аморального» [Купина 2004: 216].

На наш взгляд, подходы дополняют друг друга и в дальнейшем исследовании мы будем опираться как на семантический, так и на концептуальный подход. Лидер мнений выражает свои мысли словами, значит, в нашем случае концепт и слово неразделимо. «Функция идеологемы – выстраивание в массовое сознание идеологического кванта смысла – решается на когнитивном уровне, но стилистическими средствами» [Клушина 2014: 55]. Использование семантического подхода нам необходимо для сбора блогерского сверхтекста и вычленения из него сети идеологем. По такой сети мы сможем узнать не только частотность употребления идеологем, но и схему

их распространения. Собрав ряд идеологем, мы сможем составить семантическое ядро, в котором будут установлены денотаты этих концептов. Таким образом, мы сможем получить концептуальную картину в определённой дискурсивной формации и проанализировать сведения о ее представлении для каждого читателя.

Для нашего исследования наиболее подходит определение идеологемы, данное Е.Г. Малышевой: «Идеологема – это единица когнитивного уровня – особого типа многоуровневый концепт, в структуре которого (в ядре или на периферии) актуализируются идеологически маркированные концептуальные признаки, заключающие в себе коллективное, часто стереотипное и даже мифологизированное представление носителей языка о власти, государстве, нации, гражданском обществе, политических и идеологических институтах» [Малышева 2009: 35].

#### **1.4 Модель передачи медиаинформации**

Универсальной схемой передачи медиаинформации была признана шумовая модель коммуникации Шеннона-Уивера [Shannon 1948]. Она рассматривает сущностные аспекты любой коммуникации с использованием медиа. Для нашего исследования достаточно поверхностной схемы, в которой будет отображаться кто и кому передает медиаинформацию. В такой схеме необходимо учитывать роль лидеров мнений, опираясь на концепцию Лазерсфельда.

Работы по созданию схемы передачи информации проводились. Так, С.В. Шиловский предложил модель распространения информации от лидеров мнений (рис. 1). Шиловский рассматривал экономические выгоды в распространение информации с помощью лидеров мнений, поэтому в его схеме не учтена роль СМИ [Шиловский 2018: 20].



Рис. 1. Модель передачи информации Шиловского

В другой коммуникационной схеме (рис. 2) учитываются лидеры мнений и СМИ в аспекте влияния на потребителя при выборе определенного бренда [Слуцких 2007: 95]. Модель основана на теории запланированного поведения Фишбена-Айзена и рассматривает в большей мере мотивационный аспект поведения личности. В нашем исследовании мы делаем упор на влиянии лидеров мнений на пользователей. Более того в модели отсутствует связь между лидерами мнений и СМИ, но присутствуют лишние элементы, такие как компания и психологические черты потребителя.

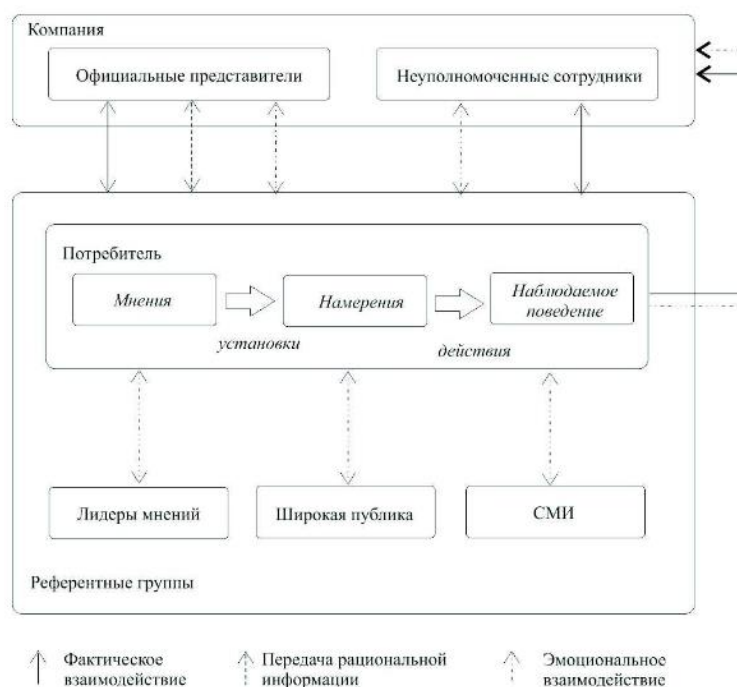


Рис. 2. Коммуникационная модель в маркетинге взаимодействия

Так как обе схемы разрабатывались в экономических науках, такие лингвистические факторы, как идеологемы и субъективное искажение информации, в них не были учтены. Недостаток маркетинговых модели передачи медиаинформации делает необходимым разработку собственной модели.

Основываясь на характерных чертах постмодернистского дискурса и на тезисах функциональной стилистики, мы предлагаем следующую модель передачи медиаинформации в интернете с участием лидеров мнений (рис. 3).

Согласно схеме, участники события передают информацию *A* как лидерам мнений, так и СМИ в качестве интервьюеров. Лидеры мнений тоже могут являться свидетелями события. СМИ искажают полученную информацию в соответствии с редакционной политикой и перемешивают ее с информацией *B*. В зависимости от политической направленности СМИ, они передают информацию лидерам мнений и обычным пользователям с использованием идеологем. Таким образом, информация *A* перемножается с информацией *B* и к ней добавляются идеологемы.

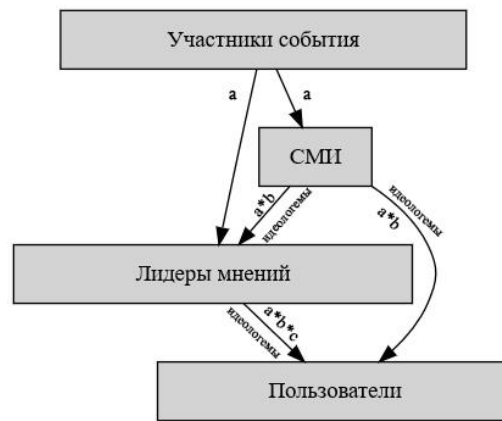


Рис. 3. Схема передачи медиаинформации

Лидеры мнений могут получать информацию от СМИ, от других лидеров мнений или же непосредственно от участников событий. В любом случае они добавляют к полученной информации субъективные искажения, являющиеся другой информацией  $C$ . Если лидер мнений получил информацию не от СМИ, то в таком случае  $B = 1$ .

Цепочку умножений можно продолжить несколько раз. К примеру, если лидер мнений получил информацию от другого лидера мнений, то формула будет следующей  $A * C^n$ .  $n$  – это количество лидеров мнений, через которых прошла информация. Степенная формула актуальна и для коммуникации с использованием СМИ.

Рассмотрим предложенную нами модель на конкретном примере. В дискурсе, сложившимся вокруг Егора Жукова, первыми, кто разместил посты с хэштегом #свободуегоружукову, являлись его сокурсники по университету ВШЭ. Первые посты датируются 2 августа 2019. Лидеры мнений включились в коммуникацию через 2 дня, 4 августа. Первые публикации в СМИ об аресте Егора Жукова появились 3 августа. Аккаунт «veraishna» с 137465 подписчиков передал им информацию, тем самым создав собственный дискурс (что подтверждается нами). В его высказываниях можно встретить такие идеологемы, как «жестокий цирк», «массовые беспорядки», «митинги», «гражданская позиция». Эти идеологемы также встречаются в публикациях пользователей, которые взаимодействовали с аккаунтом «veraishna».

## 1.5 Теория графов в анализе социальных сетей

В основе анализа отношений между подписчиками и лидерами мнений лежит теория графов. Она позволяет формализовать структуры и системы в виде схемы из связей и характеристик объектов. Методы в теории графов позволяют наглядно интерпретировать сложные структуры и проследить связь отдаленных друг от друга объектов.

«Теория графов – это раздел дискретной математики, исследующий свойства конечных множеств с заданными отношениями между их элементами» [Бурков 2001: 5]. Первую задачу о семи Кёнигсбергских мостах по теории графов предложил в 1741 году известный математик Эйлер [Eulero 1741]. Теория не получала дальнейшего развития в течении ста лет, но с открытием электросетей, научными прорывами в химии и биологии, математики вернулись к этой теории. Полное развитие теория получила в 1931 году с выходом книги Бержа, но даже тогда не получила популярность [Берж 2013]. Только за последние 30 лет теория начала активно развиваться и получила применение в транспортной и городской инфраструктуре, логистике, социологии, лингвистике и в сферах общественной жизни.

В основе теории графов лежит понятие графа, который впервые был выдвинут математиком Берже в работе «Теория графов и ее применение» [Берж 2013]. В советской России продвижением теории занимались Б.Н.Бурков и Д.Н.Новиков. «Граф – это система, которая интуитивно может быть рассмотрена как множество кружков и множество соединяющих их линий» [Бурков 2001: 5]. Кружки, представляющие в графе элементы системы, называются вершинами, а дуги, отображающие связи между элементами, – дугами. Таким образом, граф задается формулой  $G = (V, U)$ , где  $V$  – это множество вершин графа,  $U$  – множество дуг [Кузнецов 1998: 8]. «Формально, множество дуг  $U$  представляет собой двухэлементное подмножество декартового произведения множества вершин  $V$  на себя, т.е.  $U \subseteq V \times V$ » [Рогов 2012: 6]. Порядок графа – это количество вершин в графе.

Элементы в множестве  $U$  представляют собой двойку из элементов множества  $V$  вида  $u = (v^n, v^k)$ . Элементы, стоящие на первом месте, то есть все элементы  $v^n$  называются вершиной-начала дуги, а элементы, находящиеся в конце, – это элементы конца дуги. «Если некоторые два элемента-вершины  $v$  и  $v'$ » образуют некоторую двойку-дугу  $u$ , т.е.  $u = (v, v')$ , то говорят, дуга  $u$  инцидентна вершине  $v$  и  $v'$ , а вершины  $v$  и  $v'$  смежны» [Рогов 2012: 6]. Существует два вида дуг: ориентированные, направленные дуги, и неориентированные, то есть дуги, не имеющие направленности. Графы, состоящие полностью из ориентированных дуг, называются ориентированными, тогда как графы, состоящие из неориентированных дуг – неориентированные. Если в графе присутствуют оба вида дуг, то такой граф называется смешанным. Обычно смешанные графы создают на первых этапах исследования, когда недостаточно информации для построения ориентированного графа.

В ориентированном графе существуют два вида вершин. Вершина, на которую только направлены дуги, называется стоком, а вершина, из которой выходят дуги, но не входят в нее, называется истоком. Если ни одна дуга ни входит, ни выходит из вершины, то такая вершина называется изолированной. Она не имеет отношения ни к одному элементу системы.

Из любого графа можно создать подграф. «Подграфом исходного графа  $G = (V, U)$  называется такой граф, в котором множество его вершин и множество его дуг являются подмножествами исходного графа», при том одинаково лежащие вершины и ребра должны быть смежны в обоих графах. Такая операция удобна для рассмотрения влияния одного объекта системы на другие объекты. Если необходимо убрать не вершины, а ненужные ребра, то образуют суграф. Суграфом  $G'' = (V'', U'')$  исходного графа  $G = (V, U)$  называется граф, такой что множество его вершин совпадает с множеством вершин исходного графа, т.е.  $V'' = V$ , а множество его дуг является подмножеством исходного графа, т.е.  $U'' \subset U$  [Рогов 2012: 9]. Такая операция



поможет убрать лишние связи между объектами и сосредоточиться на одном основном влиянии.

Для визуализации графов существует ряд бесплатных утилит и открытым исходным кодом. Наиболее популярной программой является «Gephi», в ней существует возможность создавать массивные трехмерные графы разных размерностей. Более подходящим для нашего исследования приложением является пакет бесплатных утилит «Graphviz Online», предназначенный для небольших графов со множеством связей. Для написания графов мы использовали язык DOT, он позволяет визуализировать графы и выгружать их в удобный формат: svg или png. Еще одно достоинство языка – это «хорошая совместимость со скриптовыми языками программирования» [Долгова, Курушин 2014], что позволит в дальнейшем автоматизировать создание графов. Средством отображения кода является онлайн-портал <https://dreampuf.github.io/GraphvizOnline/>.

Теория графов широко используется в лингвистике, в частности при анализе социальных сетей. Впервые на схожесть графов с грамматическими схемами и возможность использования теории в лингвистике указал Р.О. Якобсон в работе «О поисках сущности языка». «Изоморфное строение означающего и означаемого обнаруживает в обеих областях похожие средства, которые облегчают точную транспозицию грамматических и особенно синтаксических структур и графов» [Якобсон 2001: 118]. Строение графов обладает схожестью со свойствами языка, такими как связанность объектов друг с другом, соседство и связь объектов на расстоянии, центральность и периферийность, симметрические и асимметрические отношения. Лингвист подчеркивает перспективность применения теории, чтобы «отделить диаграммные, иконические формы отношений от строго условных, символических черт» системы языка» [там же].

Наиболее полно в гуманитарной сфере теорию графов используют в литературоведении для создания социальных сетей внутри произведения. К примеру, русско-немецкая команда исследователей создала графы отношений

между персонажами в каждой из чеховских пьес [Orlova 2018]. Проект «Chekhov Tondo» с использованием математических метрик доказывает отсутствие главного героя в каждой пьесе и практически гендерный паритет в Чеховских пьесах. Составляя графы различных художественных произведений одного автора, можно проследить развитие структуры. В данном проекте прослеживается эволюция структуры: от небольшого количества персонажей к «толпе» (как в «Татьяне Репиной») и от «толпы» к небольшой, но сложной конфигурации персонажей. Одним из самых масштабных проектов по построению графов в литературоведении является создание социальной сети в произведении «Война и Мир». Д.А. Скоринкин исследовал связь персонажей в романе и связал все контакты дугами, получив несколько кластеров. Исследование каждого кластера связей позволяет получить новую информацию о романе и взаимоотношениях между персонажами [Скоринкин 2018].

Графовые модели языка эффективно используют в лингвистике. Так, ученые разных стран объединились для анализа 2474 языков, чтобы понять, есть ли у человеческих эмоций универсальные языковые корни. Они построили графы *колексификаций эмоциональных концептов для каждой языковой культуры. В каждом графе прослеживается связь языковых концептов и влияние их территориального расположения. Исследователи сделали выводы, что языковые семьи склонны делить эмоции на основе положительного, либо негативного окраса слова, а также по уровню возбуждения, вызываемого словом* [Jackson 2019].

Наиболее яркий пример использования графа в гуманитарных дисциплинах – это проект, созданный учеными Университета Карнеги — Меллона и Джорджтаунского университета, под названием «Шесть рукопожатий Френсиса Бэкона». На основе биографии Бэкона и его современников ученые создали социальную сеть, объединяющую более 13 тыс. человек. Для каждого деятеля времен новой Англии выделяется собственная социальная сеть. Полученный граф можно анализировать

историкам и социологам [Warrenn 2016]. Данный граф упрощает изучение Новой Англии, а также позволяет проследить связь и влияние деятелей друг на друга.

Теория графов активно используется для анализа естественного языка и построения социальных сетей в гуманитарных науках. В данном исследовании мы создаем граф, на основе связей пользователей в социальной сети Instagram. Собрав экстралингвистические данные о пересечениях в подписках и лайках между пользователями, мы создали два графа, отображающего степени влияния каждого лидера мнений на аудиторию.

## ГЛАВА 2. РОЛЬ ЛИДЕРОВ МНЕНИЙ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ДИСКУРСА

### 2.1 Специфика сбора данных и ручной анализ

Новостное событие, передающиеся через ограниченное число вербальных репрезентаций проходит через лидеров мнений к аудитории. Отправной точкой нашего исследования служат лидеры мнений, поэтому в начале исследования мы отобрали аккаунты 30 аккаунтов с большим количеством подписчиков, размещающих свои мнения об общественно-значимом событии. Изначально мы предполагали, что любой дискурс гетерогенный, в каждом дискурсе существуют противоположные мнения и несколько центров влияния. Для объективного отображения полной картины дискурса, мы отобрали как провластных лидеров мнений, так и оппозиционных.

Для анализа дискурса мы осуществили сбор экстралингвистических данных. При отборе текста мы дополнительно заносили такие параметры, как тип блогера, количество подписчиков, количество лайков на посте, дата размещения поста, кто из выборки на него подписан и кто из выборки поставил ему лайк. Последние данные необходимы для построения графа. Наличие у пользователя подписки на аккаунт не гарантирует, что пользователь увидел и прочитал пост. В данном случае лайк – это показатель взаимодействия с постом. Лайк тоже не гарантирует прочтение на 100%, но повышает возможность этого.

Первым медиасобытием в начале нашего исследования послужило убийство доцентом Соколовым своей сожительницы в ноябре 2019 года. Мы собрали несколько текстов, найденных по поиску в Instagram, рассказывающих об этом деле. Сложность сбора материала заключалась в отсутствии хэштега, или маркера события. Только два блогера из 30,

выбранных нами, написали об этом событии. При этом другие пользователи, которые высказали свое мнение в Instagram, не были связаны с этими блогерами. Из-за малочисленной выборки и из-за трудностей в ручном сборе данных, мы решили не проводить дальнейшее исследование по этой теме.

В качестве материала для первоначального исследования был выбран дискурс, сложившийся вокруг дела Егора Жукова. Одним из маркеров дискурса послужил хэштег «#свободуегоружукову», по которому было размещено более 1000 публикаций. Дата первой публикации – 2 августа 2019 года, дата последней публикации – 21 мая 2020 года. Основные моменты в событии – это задержание (2 августа), продление домашнего ареста (27 сентября) и вынесение приговора (7 декабря). Медиасобытие проходило параллельно с митингами в Москве (август-сентябрь 2019) и задержанием участников митингов.

Про дело Егора Жукова на момент исследования (13 декабря) написали 9 лидеров мнений из нашей выборки. Данный дискурс политизирован, поэтому в нем часто используются идеологемы. В процессе поиска аккаунтов мы обнаружили, что достаточно много обычных пользователей и лидеров мнений написали посты про Егора Жукова. Также в дискурсе прослеживались два ярких лидера мнений, влияющих на других пользователей, – это репер Оксимирон и блогер Юрий Дудь. Данную гипотезу мы проверили в дальнейшем.

Несмотря на политизированность дискурса, в нем отсутствовала дуальность мнений, свое мнение выразили только представители одной стороны. Мы искали посты у представителей власти или провластных блогеров, но они не размещали своего мнения по данному медиасобытию. В данном случае повлиял медиаэффект «Спиральи умолчания» [Ноэль-Нойман 1996], из-за чего дискурс был гомогенным.

Для подтверждения нашей гипотезы на малой выборке мы собрали 32 текста с 30 аккаунтов. Тексты, опубликованные с 4 декабря по 12 декабря, были размещены как лидерами мнений, так и пользователями, подписанными

на них. Мы прочитали все тексты и выписали из них идеологемы и эмоционально-окрашенные слова (см. *Приложение 1*). Мы разделили их на основную часть и синонимы. К примеру, в основной части находится существительное «дело». Наиболее частое используемое прилагательное с этим существительным – «абсурдный». Также используются схожие идеологемы, такие как «уголовное преследование», «политический заказ», «экзотика» вместо первоначального существительного и идеологемы «сфабрикованное», «притянутое за уши» вместо первоначального прилагательного. Таблица помогает установить идеологическое ядро дискурса и отношение пользователей к делу Егора Жукова.

Из собранных аккаунтов мы сделали инфографику, в которой поместили аккаунты по дате размещения (см. *Приложение 2*). На полученной схеме мы разместили данные пользователей, которые взаимодействовали с аккаунтом Оксимилона, и аккаунты, которые взаимодействовали с этими пользователями (рис. 4). Красным цветом на схеме обозначены взаимодействия с аккаунтом Оксимилона, а другими цветами – взаимодействия с другими аккаунтами. Данная схема предварительно подтверждает нашу гипотезу, что дискурс, образовавшийся в социальной сети, делится на определённые кластеры. В гомогенном дискурсе один лидер мнений может повлиять на большинство участников дискурса. Мы предполагали, что в лингвистическом аспекте такое влияние может не проявиться из-за того, что развитие дискурса получило достаточно давно и основные вербальные маркеры были созданы раньше.

Для проведения исследования на малой и большой выборке было необходимо провести лемматизацию, то есть привести все слова к начальной форме. Мы смогли автоматизировать этот процесс с помощью программы MyStem от разработчиков Ильи Сегаловича и Виталия Титова. Программа проводит морфологический разбор текста на русском языке. Преимущество программы в том, что она способна анализировать новые слова, сленг и окказионализмы, которые обильно представлены в лексиконе лидеров мнений [Сигалович 2003].

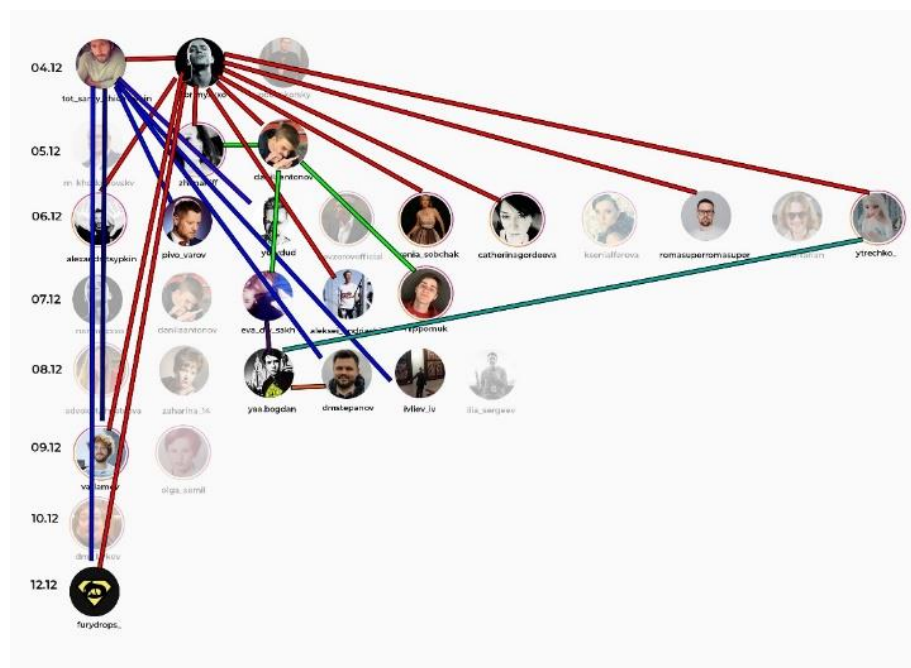


Рис. 4. Взаимодействия с аккаунтом Оксимирона

Программа MyStem работает с файлами в формате txt и в кодировке UTF-8. Мы переводим текст из формата docx в формат txt, выбираем нужную кодировку, переименовываем файл в input и заходим в консоль администратора. В консоли мы прописывали следующую команду:

```
MyStem.exe input.txt output.txt -nld
```

В итоге программа создала для нас список слов в начальной форме. Лемматизация необходима для автоматизации методики. В словах легче находить сходства, когда они в форме лемм, это облегчает поиск одинаковых слов и сравнение текстов друг с другом.

С использованием лемм можно было проследить, как передавались вербальные маркеры от Оксимирона (далее norimuxxxo) к другим участникам коммуникации.

Мы сравнили тексты в трех кластерах:

1. «norimuxxxo» и аккаунты, которые взаимодействовали с ним.
2. «norimuxxxo» → «danilaantonov» → «zhannaniff» и «hippomuk».
3. «norimuxxxo» → «ytrechko\_» → «yaa.bogdan».

Мы выбрали последние два кластера, потому что эти аккаунты взаимодействовали с аккаунтом репера и позже повлияли на другие аккаунты.

В первом кластере наиболее сильное сходство текстов у аккаунта «utrechko\_»— 34 слова, процент сходства текстов: 47,27%. В постах аккаунта встречаются следующие слова: «студент», «политолог», «парень», «лишение», «свобода», «фигурант», «дело», «ненасильственный протест», «ребята» и цитата от пользователя «danilaantonov» «условный срок – тоже срок». У пользователя «tot\_samy\_chichvarkin» с начальным текстом совпадает 30 слов, процент сходства 23,49%. Пользователь сделал репост, частичное цитирование записи, однако большую часть текста он не скопировал, поэтому процент низкий. В тексте «varlamov» найдено 22 совпадения, среди них слова «московское дело», «приговор», «статья», «протест», «страна», «показываться». Совпадение текстов составило 44,58%. На пользователя «danilaantonov» лидер мнений повлиял в меньшей степени, в высказываниях пользователей совпало 14 слов, к примеру «кунцевский суд», «условный», «спасибо», «продолжать» и «абсурд». Сходство текстов составило 35,12%. Оба текста схожи тематически: пользователи призывают прийти к Кунцевскому суду.

Второй кластер гораздо меньше, чем первый. В его центре находится пользователь «danilaantonov», влияние на которого оказал «nogimuxxho». Этот пользователь повлиял на «zhannaniff» (44,34% сходства) и «hipromuk» (48,59% сходства). Посты трех пользователей были размещены 7 декабря после оглашения приговора Егору Жукову. В этом кластере во всех трех постах встречается словосочетание «московское дело». Очевидно, что участники дискурса призывают не забывать о московском деле даже с оглашением условного приговора. Толчок к осуществлению такого призыва дал в своем посте «nogimuxxho»: «продолжать об этом говорить, потому что только так можно что-то сделать». Призыв перешел от «nogimuxxho» к «danilaantonov», а от него к «hipromuk» и к «zhannaniff». В интертексте дискурса выделяются лозунги «Свободу Егору Жукову» и «Жуков не экстремист».



Интересно, что пользователь «hipromik» не взаимодействовал с профилем «porimuxxho», однако сходство текстов составляет 44,86%, в тексте найдено 27 одинаковых слов. Возможно, что «hipromik» взаимодействовал с профилем репера пассивно, то есть не оставлял лайк и не подписывался на аккаунт.

Третий кластер состоит всего из трех аккаунтов, но так же показателен, как предыдущие два. Все три пользователя используют такие лексемы, как «дело», «страна», «власть». Мы предполагаем, что эти слова перешли от «porimuxxho» к аккаунту «yaa.bogdan» через аккаунт «utrechko\_». Сходство обнаруживается и в невербальных компонентах: у пользователей одинаковое изображение на посте.

При анализе мы выявили, что участники дискурса чаще всего передавали друг другу следующие вербальные репрезентации идеологем:

«Свобода» — противопоставление несвободе, заключению. С использованием идеологемы требует прекратить суд и освободить Егор Жукова.

«Московское дело» — ряд судебных дел, начатых во время протестных акций летом 2019 года. Представители дискурса считают, эти дела начаты незаконно и требуют освобождения осужденных.

«Ненасильственный протест» — лидеры мнений делают упор на этой идеологеме, утверждая, что именно за призывы к ненасильственному (это слово часто подчеркивают либо интонационно, либо заглавными буквами) судят Егора Жукова.

«Мы» — это противопоставление «Они», характерное для политического дискурса.

В постах часто встречались лозунги, представление сверхтекста идеологем [Купина 2004]: «Свободу Егору Жукову», «московское дело должно быть прекращено», «свободу политзаключенным», «Егор Жуков не экстремист». Большинство лозунгов состоит из трёх слов. Основные идеологемы, найденные у Оксимирона: «абсурдное дело», «сажать за слова»,

«ненасильственный протест», «частичная справедливость» и «притянутые за уши сроки». Установив ряд наиболее частотных слов и лозунгов, мы можем говорить о интертекстуальности, которая присутствует в дискурсе.

В высказываниях пользователей использовались вербальные маркеры и эксплицировалось тематическое содержание, схожее с постами «porimuxxho». Следовательно, пользователи транслировали высказывания, на создание которых повлиял «porimuxxho». В малой выборке он оказал влияние на некоторое количество пользователей, которые позже повлияли на других с помощью определенных вербальных репрезентаций идеологем. Наша гипотеза подтвердилась на малой выборке.

### **2.1.1 Интертекстуальное ядро в малой выборке**

После первичного выделения интертекста из нескольких постов, мы использовали приложение для выделения ядра дискурса из всех текстов выборки, написанное на языке Python [Яруллин 2018]. Под ядром дискурса мы понимаем ключевые слова, чаще всего используемые в текстах пользователей. Мы предполагали, что ядро дискурса будет массивным, и посчитали косинусное расстояние для каждой пары лемм. Метрика широко используется в маркетинге при вычислении самых частых вопросов и слов в запросе. Применяя эту метрику в лингвистике, мы могли не только посчитать самые часто употребляемые слова, но и составили кластеры сходств. Любую строку или в нашем случае слово можно преобразовать в числовой вектор. Если взять две строки и преобразовать их в числовые векторы, то можно вычислить их расстояние, оценив косинус между ними. Если строки полностью одинаковы, то угол между ними  $0^\circ$ , следовательно,  $\cos=1$ . Если строки полностью не совпадают, векторы ортогональны, значит, угол между ними  $90^\circ$ , а  $\cos=0$ . Мы смогли автоматизировать вычисление косинусного сходства для наших текстов, приведенных к начальной форме. Мы брали косинусное расстояние, так как думали, что будет несколько точек дискурса,

однако позже мы отказались от этой методики, так как в ядре было небольшое количество слов. В итоге мы определяли ядро по частотности слов в текстах. Чтобы попасть слову в ядро, мы поставили порог, threshold (th) – число постов, в которых должно встретиться слово, чтобы попасть в ядро дискурса.

Параллельно был составлен список стоп-слов – наиболее частотных слов, искажающих выборку. В стоп-слова вошли предлоги, междометия, союзы, указательные и определительные местоимения. Личные, притяжательные и возвратные местоимения мы не внесли в список стоп-слов, так как они имеют непосредственное отношение к участникам дискурса. К примеру, местоимения «мы» и «они», по нашему мнению, являются идеологемами. Такие местоимения указывают на причастность к какой-либо стороне. Активно использовался лозунг «Я/Мы Егор Жуков». Местоимения 3-го лица единственного числа чаще всего указывали на Егора Жукова, поэтому мы тоже не стали их убирать.

Для проверки нашей методики мы составили список частотных слов на малой выборке с порогом 15, то есть эти слова содержались минимум в половине постов: «себя», «Россия», «страна», «человек», «государство», «ответственность», «любовь», «деятельность», «давать», «друг», «обвинение», «суд», «я», «один», «насилие», «год», «Егор», «Жуков», «сегодня», «приговор», «слово», «жизнь», «сейчас», «срок», «хотеть».

Некоторые из этих слов являются вербальными репрезентациями идеологем, концепты которых мы интерпретируем следующим образом:

«Любовь». Мы предполагаем, что это интертекстуальная цитата из последнего слова Егора Жукова на суде: «Любовь к слабому, к ближнему, к человечеству» [Meduza 2019]. В последнем слове Егор Жуков делает отсылку к Библии и говорит про христианскую любовь. Он подразумевает, что любовь к ближнему лежит в основе государства, тем самым намекает, что в правящем государстве ее недостаточно. Идеологема «любовь» в нашем дискурсе выражает призыв к освобождению заключенного.

«Насилие». Еще одна интертекстуальная цитата из речи Егора Жукова: «Это желание — ещё одна причина, почему я не мог призывать к насилию. Насилие развязывает руки, ведёт к безнаказанности. Насилие ведёт к безответственности. Ровно так же насилие не ведёт к любви» [там же]. Студента обвиняют в призывах к насильственному свержению власти. Используя данные идеологемы, сподвижники Егора Жукова подчеркивают его невиновность. Из дихотомии «насилие-любовь» вокруг Егора Жукова внутри дискурса выстраивается архетип Иисуса Христа, святого, который нес любовь, но был казнен.

«Сегодня». Идеологема подчеркивает сиюминутность происходящего и ее значение на будущее. Чаще всего она проявляется из дихотомии «сегодня-завтра». В некоторых случаях она используется просто как факт: «сегодня был вынесен приговор».

«Россия» и «страна». Используя данные репрезентации, участники дискурса показывают значимость события на федеральном уровне. Они подчеркивают, что происходящее сейчас событие определяет характер будущего страны.

Речь Егора Жукова, из которых взято некоторое число цитат в дискурсе, передавалась в интернет-СМИ. Лидеры мнений, процитировавшие ее, находились под влиянием события и оказали влияние на других пользователей в дискурсе.

## **2.2 Анализ гомогенного дискурса**

Рассмотрев интертекстуальность интернет-дискурса на малой выборке, мы увеличили выборку до 200 аккаунтов. Так как сбор данных мы осуществляли вручную, было решено собирать тексты в рамках одного хэштега #свободуегоружукову. Как мы отметили ранее, в этом хэштеге описаны основные медиасобытия. Мы собирали посты с самого первого дня публикации – 2 августа до 12 декабря. Посты, состоящие исключительно из

хэштегов, не попадали выборку, как и посты, не рассказывающие об Егоре Жукове. По хэштегу было опубликовано много постов о митингах в Москве и о других заключенных. Такие посты мы не включали в выборку, за исключением случаев, когда речь хотя бы косвенно шла об Егоре Жукове. Такой метод позволил нам не выходить за рамки одного дискурса и получить более объективную лингвистическую информацию о медиасобытии. Мы старались пропускать репосты, то есть полное цитирование, но для чистоты выборки мы включили несколько таких постов в корпус. Также мы выделили полурепосты – посты, частично содержащие мнение блогера и частично цитирующие другой пост. Всего в корпусе 258 текстов, из них 17 репостов и 26 полурепостов.

При занесении экстралингвистических данных в таблицу мы убрали такие элементы, как тип блогера и количество лайков. Они оказались ненужными при проведении исследования на малой выборке. Мы внесли новый показатель – тип поста: репост, полурепост или обычный. При проведении анализа мы можем исключить любой тип из выборки.

При сборе файлов мы обнаружили следующую закономерность: первые тексты о Егоре Жукове были размещены одноклассниками и сокурсниками студента (участники или свидетели события), далее об его деле написал аккаунт veraishna (137465 подписчиков). Два самых влиятельных лидера мнений в этом дискурсе, Юрий Дудь и Оксимирон, написали первые посты 8 и 9 августа соответственно, т.е. через 7 дней после события. Лидеры мнений распространили свою позицию от участников события к обычным пользователям. Предложенная схема передачи медиаинформации подтвердилась на большой выборке.

### **2.2.1 Графовый анализ данных**

Из собранных экстралингвистических данных, таких как количество подписчиков, пересечения в лайках и репостах мы построили

ориентированные графы подписчиков и графы лайков. Исток в графе – это аккаунт, поставивший лайк, соответственно, сток – это текст с аккаунта, которому поставили лайк. Мы закрасили вершины в диапазоне цветов от красного к цвету морской волны, что соответствует диапазону подписчиков от 100 до 10000000. Ярко-красный цвет – это 100 подписчиков, оранжевый – 500, желтый – 1000, светло-зеленый – 50000, ярко-зеленый – 1000000 и цвет морской волны – 10000000. Лимиты цвета определялись автоматически, в зависимости от количества аккаунтов в диапазоне. При написании кода в графе лайков, мы добавляли элемент label, отмечающий дату публикации поста, которому поставлен лайк. Этот элемент позволял понять, в какой день пользователь прочитал пост у блогера. Позже от тега label было решено отказаться, так как граф лайков не отображался в интерфейсе приложения Graphviz Online.

Полученные графы получились масштабными. Размер графа подписчиков: 1668x8192 dpi. Размер графа лайков: 2233x8192 dpi. Из-за большого размера мы не можем показать их в работе. Порядок обоих графов 200, что затрудняет анализ графической составляющей. Гораздо больше возможностей для анализа дает код графов, сами же графы помогут в дальнейшем найти влиятельных лидеров мнений и составить из них подграфы.

В графе подписчиков находится 610 дуг, что отображает суммарное количество подписок в дискурсе. Всего в графе есть 32 изолированные вершины, значит, эти пользователи не были подписаны ни на кого и за все время исследования не подписались ни на одного участника. Подписчиков, наблюдающих за определенными лидерами мнений, но на чьи аккаунты никто из дискурса не подписан, в сумме 121. Аккаунтов, на которых подписаны аккаунты, но которые сами ни на кого не подписываются, всего 6. По графу подписчиков можно предположить, что дискурс гомогенный.

Граф лайков мы составили как основной граф при анализе. Как мы ранее отмечали, лайк – это показатель прочтения поста подписчиком, значит, ориентируясь по графу лайков мы можем понять, какие посты были

прочитаны и кем. Всего в графе лайков 759 дуг, значит, внутри дискурса участники поставили 759 лайков. В графе наблюдается 14 изолированных вершин. 4 аккаунта (g10kvs, artur\_smolyaniovofficial, tsartsartsartsartsar, mad.\_fisher) были удалены во время анализа, поэтому их активность проанализировать не удалось. Другие аккаунты либо не взаимодействовали с другими, либо взаимодействовали пассивно, то есть читали посты, но не подписывались и не оставляли лайки. Их активность также не удастся проанализировать. В графе есть 41 исток и 23 стока. Из этих данных понятно, что 55 пользователей не повлияло ни на одного участника дискурса, следовательно, они не являются лидерами мнений. Другим пользователям не удалось повлиять на 47 аккаунтов, они не проявили никакой реакции на посты других, либо не читали посты других. Абсолютное большинство вершин связано друг с другом, значит, дискурс гомогенный.

Наиболее влиятельный лидер мнений в дискурсе – это «yurydud», его посты набрали лайки от 110 аккаунтов, или 55% участников дискурса Второй по активности в выборке – это «no1imuxxho», он разместил 8 постов, на которых отреагировало 97 пользователей, что составляет 48,5% от всех участников дискурса. Другие участники дискурса намного отстают по влиянию от этих двух аккаунтов. Третий в списке по влиянию аккаунт «m\_khodorkovsky», набравший 25 лайков от 12,5% участников дискурса. На четвертом месте находится «danilaantonov» – обычный пользователь Instagram, который под влиянием этого медиасобытия стал лидером мнений. 23 пользователя (11,5%) поставили лайки под его постами. Он набрал больше лайков, чем, как нам казалось, влиятельные лидеры мнений «varlamov», у которого 22 лайка (11%), и «xenia\_sobchak» с 18 лайками (9%).

Два лидера мнений охватили большую часть пользователей в дискурсе по Егору Жукову. «Yurydud» повлиял на 41-го пользователя, которые не взаимодействовали с постом «no1imuxxho». Таким образом, в общей сумме два лидера прямо повлияли на 138 участников дискурса или на 69%. Мы берем этот процент без подсчетов участников, на которых повлияли пользователи,

поставившие лайк на посты этих лидеров мнений. Гипотеза, что в гомогенном дискурсе есть один или два наиболее влиятельных лидера мнений, которые влияют на представление обо всем дискурсе, подтверждается.

### 2.2.2 Интертекстуальное ядро в большой выборке

Дискурсивное ядро на малой выборке показало наиболее частотные слова, использующиеся во время одного инфоповода, а именно последнего слова Егора Жукова и оглашения приговора. Выявление ядра на большой выборке было необходимо по двум причинам:

1. Оно показало самые частотные вербальные репрезентации идеологем во время всего медиасобытия.
2. На основе ядра дискурса был создан алгоритм кластеризации текстов.

Под кластеризацией мы понимаем «процесс объединения множества физических или абстрактных объектов в похожие классы» [Махрусе 2019: 3]. Кластеризацией полученного дискурса мы займемся в следующем параграфе.

Ранее мы создали выборку из 258 текстов, которую предварительно лемматизировали. Каждый файл мы записывали в формате `username_date_posttype.txt`, где `username` – это имя пользователя в социальной сети, `date` – дата размещения поста, а `posttype` – это один из двух типов поста: `r` (`repost`) – репост, или `hr` (`half-repost`) – полурепост. Таким образом, мы включили экстралингвистические данные в название файла. Если пост был оригинальным, то мы не помечали тип поста. Если у одного пользователя в один день вышло два поста, то в строке `date` мы указывали порядковое числительное в скобках, к примеру, (2). Пример записи: `norimuxxho_10.08(2)_hr.txt`. Полученные документы с леммами мы загрузили в разработанное нами приложение, написанное на языке Python. Данное приложение может выявлять ядро дискурса и на основе ядра создавать кластеры взаимовлияния.



Для выявления ядра мы использовали ту же методику частотности слов, что и на малой выборке. Мы пробовали две отсечки: 35 и 50 постов со словом. При отсечке в 35 слов дискурс поделился на множество кластеров, в которых был только один аккаунт, поэтому мы увеличили число постов, в которых должно попасть слово. Следующие слова содержались более чем в 50 постах: «суд», «студент», «егор», «жуков», «год», «свобода», «массовый», «беспорядок», «последний», «политический», «давать», «право», «слово», «сизо», «арест», «сейчас», «молодой», «один», «должный», «сегодня», «свободуполитзаключенным», «свободуегоружукову», «против», «я», «хотеть», «нет», «жизнь», «человек», «тюрьма», «рука», «проходить», «два», «выходить», «московский», «оставаться», «понимать», «себя», «россия», «страна», «государство», «ответственность», «любовь», «деятельность», «друг», «митинг», «политика», «уже», «сторона», «школа», «москва», «власть», «парень», «знать», «происходить», «будущее», «протест», «насилие», «сделать», «жить».

Данные леммы показывают, какие вербальные репрезентации концептов были актуальны на протяжении всего медиасобытия. Цитация из последнего слова Егора Жукова «любовь-насилие» осталась, следовательно, это медиасобытие оказало большое влияние на весь дискурс. По нашим данным, 22 участника дискурса процитировали крупные фрагменты из его последнего слова.

В отличие от малой выборки, в ядро попали политические лозунги «свободу Егору Жукову» и «свободу политзаключенным». Участники дискурса воспринимают Егора Жукова как политзаключенного, а его дело как одно из множества дел, начавшихся с массовых беспорядков.

Идеологема «массовые беспорядки» использовалась как в провластных коммуникациях, так и в оппозиционных. Участники дискурса требовали от власти отпустить осужденных за массовые беспорядки по статье 212 УК РФ. В сети Instagram было создано сообщество «@delo\_212», которое оповещало о ходе дел каждого участника. Либеральные сообщества считали, что дело

является политическими репрессиями невинных граждан и упоминали идеологему «массовые беспорядки» в ироническом ключе.

В ядро дискурса попал императивный глагол «выходить» и существительные «митинг» и «протест». Участники призывали не молчать о деле и выходить на митинги или одиночные пикеты. Самого Егора Жукова осуждали за призывы к насильственным протестам.

К слову «сегодня» добавилась идеологема «будущее». Она подчеркивает важность событий для будущего страны, по мнению участников дискурса.

С увеличенной выборкой в ядре дискурса появились новые вербальные репрезентации и остались старые. Мы можем говорить о стабильном интертексте на протяжении всего дискурса. Очевидно, что лидеры мнений, использующие определенные вербальные репрезентации на начальном этапе дискурса, продолжили их использование на всем протяжении. Эти вербальные репрезентации передавались через лидеров мнений другим участникам и активно применялись ими в своих высказываниях. В итоге весь дискурс можно поделить на кластеры по определённым вербальным маркерам интертекста.

### **2.2.3 Кластеризация дискурса и проверка результатов**

С вычислением ядра дискурса мы сможем полностью автоматизировать нашу технологию. Для создания кластеров мы используем приложение на языке Python, которое переводит слова в N-мерный числовой вектор и выполняет сравнение векторов между собой. Главный признак для построения вектор – это наличие или отсутствие леммы ядра в тексте. Чем больше число лемм, тем выше размерность вектор. Каждое измерение вектора содержит либо 1 (лемма присутствует в тексте), либо 0 (леммы в тексте нет) [Яруллин 2018]. Полученные данные объединяются в кластеры, на основе алгоритма распространения близости (affinity propagation) [Dueck 2009]. Он объединяет тексты по кластерам на основе схожести с одним текстом лидера мнений. Если алгоритм объединит тексты правильно, то в каждом кластере выделится

определенный лидер мнений, чьи тексты схожи с другими участниками, значит, он мог повлиять на мнения пользователей в этом кластере.

При отсечке в 50 слов получилось 36 кластеров с разными лидерами мнений и обычными пользователями (см. Приложение 3). Тексты, находящиеся в одиночных кластерах, означают, что этот текст очень мало похож на другие. Курсивом мы выделили центр кластера, то есть такой блогерский текст, который может служить образцовым текстом для всего кластера. В некоторых кластерах центральной точкой стал влиятельный лидер мнений (кластеры №2, 6, 7, 9, 21, 22, 23, 27, 29, 31, 32, 34, 35). Можно первоначально предположить, что в таких кластерах лидеры мнений сформировали часть дискурса. В других кластерах (оставшиеся номера, кроме кластера №30) в центре кластера находятся обычные пользователи. Многие из них являются истоками в графе, то есть их тексты ни на кого не повлияли. Мы предполагаем, что они находятся в центре кластера, так как они являются наиболее точным отображением этого кластера. Они больше всего приближены к интертекстуальному ядру и легко поддаются влиянию лидеров мнений. В кластере №30 в центре находится «*thelastword*». Так мы обозначили последнее слово Егора Жукова на суде. Мы взяли его в выборку, потому что множество пользователей цитировали это слово. Как мы можем видеть, вокруг последнего слова собрался целый кластер.

Кластеры сформировались автоматически, они не были заготовлены нами заранее. Пользователи одного кластера могли влиять на пользователей другого. Мы создали систему координат с полученными кластерами (рис. 5).

По этой системе видно, что дискурс достаточно однородный. Кластеры находятся в одной группе и пересекаются между собой. Идеологемы из дискурсивного ядра одного кластера сходятся с идеологемами другого, переплетаются, могут создать новый кластер, но все-таки сходство текстов в кластере остается достаточно высоким. Методика автоматической кластеризации дискурса работает. Рассмотрим в качестве доказательства этого три разных кластерах №29, №23 и №10.

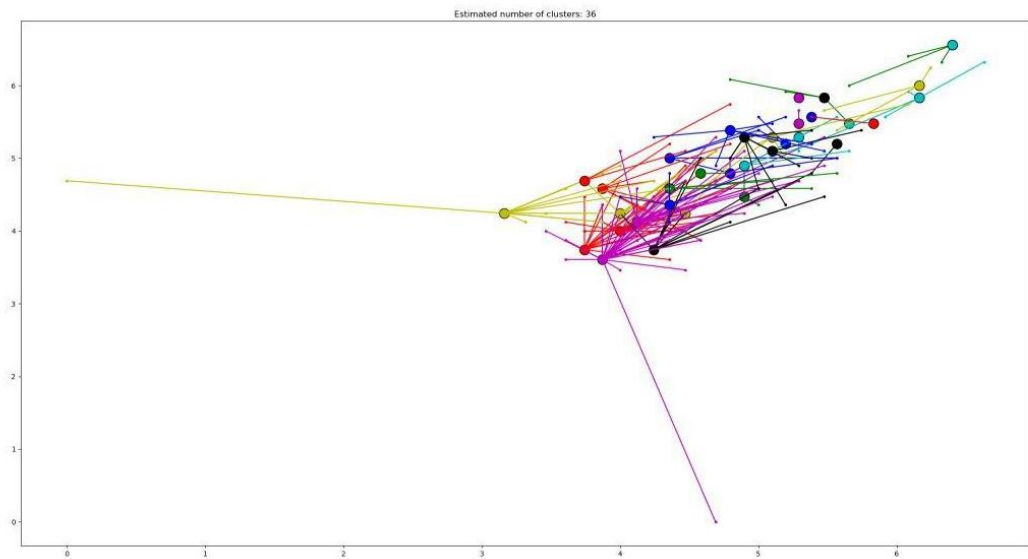


Рис. 5. Расположение кластеров на системе координат

В кластере №29 представлен дискурс студентов Высшей школы экономики. Каждый аккаунт – это студент, записавший видеообращение в поддержку Егора Жукова в период с 15 октября по 9 ноября. Первым участником, записавшим видеообращение, был пользователь spaceforspace. Приложение автоматически определило, что он находится в центре кластера. Первоначально мы проверили взаимодействие пользователей друг с другом, выделив подграф из графа лайков (рис. 6).

Пользователи действительно активно взаимодействовали между собой. Каждый находился под влиянием другого. Пользователь «deadwin666» находится в стороне от дискурса. Можем предположить, что он участвовал в коммуникации пассивно, либо вовсе не участвовал.

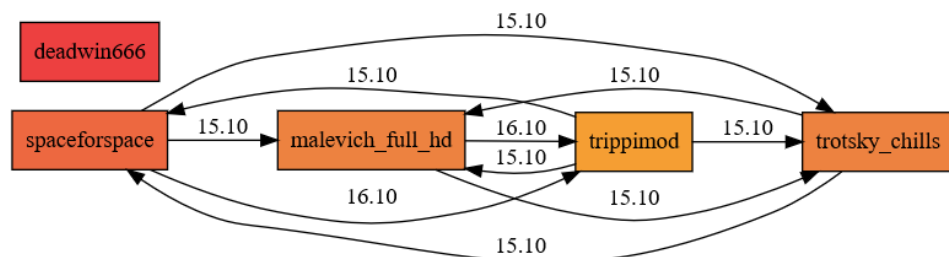


Таблица 1.

Анализ сходства в кластере №29

| Название аккаунт | Процент<br>сходства<br>текстов | Общие леммы  |
|------------------|--------------------------------|--|
| Deadwin666       | 45,61%                         | студент высокий школа экономика поддержка<br>московский егор жуков экстремизм грозить<br>записывать видео свободуегоружукову осознавать<br>право один жизнь  |
| Malevich_full_hd | 57,51%                         | студент поддержка Егор Жуков домашний арест<br>обвинение призывать записывать видео<br>свободуегоружукову город жить учиться место<br>возможность право один   |
| Trotsky_chills   | 69,58%                         | студент питерский кампус высокий школа<br>экономика выражать поддержка студент<br>московский кампус егор жукова находиться<br>домашний арест обвинение призыв экстремизм<br>требовать освободить коллега грозить реальный<br>уголовный срок высказывание позиция открытый<br>медиаплощадка призывать проявлять солидарность<br>присоединиться флешмоб записывать видео<br>университет публиковать хештег<br>свободуегоружуков зависимость город жить вуз<br>учиться политический придерживаться поделиться<br>смочь узнавать солидарность помогать спасать<br>политзаключенный место оказываться должный<br>россия выражать взгляд |
| Trippimod        | 74,53%                         | студент питерский кампус высокий школа<br>экономика выражать поддержка студент<br>московский кампус егор жукова находиться<br>домашний арест обвинение призыв экстремизм<br>требовать освободить коллега грозить реальный<br>уголовный срок высказывание позиция открытый<br>медиаплощадка призывать проявлять солидарность<br>присоединиться флешмоб записывать видео<br>университет публиковать хештег   |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  |  | свободуегоружуков зависимость город жить вуз<br>учиться политический придерживаться поделиться<br>смочь узнавать солидарность помогать спасать<br>политзаключенный место оказываться должный<br>россия выражать взгляд |
|--|--|--|

Рис. 6 . Граф по кластеру №29

Мы сравнили все тексты из кластера с текстом аккаунта «spaceforspace». Из полученных данных мы составили таблицу (см. *Таблица 1*)

Процент сходств текстов очень высокий, для разных текстов норма составляет 20%. Пользователи находились под влиянием аккаунта и взяли многие идеологемы из его речи. Записи троих пользователей частично совпадали. Можем предположить, что они частично скопировали сообщение «spaceforspace». «Spaceforspace» не взаимодействовал с аккаунтами других лидеров мнений, поэтому существует вероятность того, что он не находился под влиянием других участников дискурса. Данный кластер – это пример того, как участники события, передают информацию лидерам мнений или сами становятся лидерами мнений. Они передают идеологемы другим пользователем и влияют на их.

Как мы уже отметили, кластеры в центре которых находятся лидеры мнений меньше половины. Кластер №23 является отличным примером влияния лидера мнений на весь дискурс. В нем рэпер «porimuxxx», разместивший пост 4 декабря, оказал влияние на других участников выборки (рис. 7). Мы рассматривали влияние этого поста на малой выборке, теперь можно рассмотреть дискурс, образовавшийся с помощью автоматического приложения.

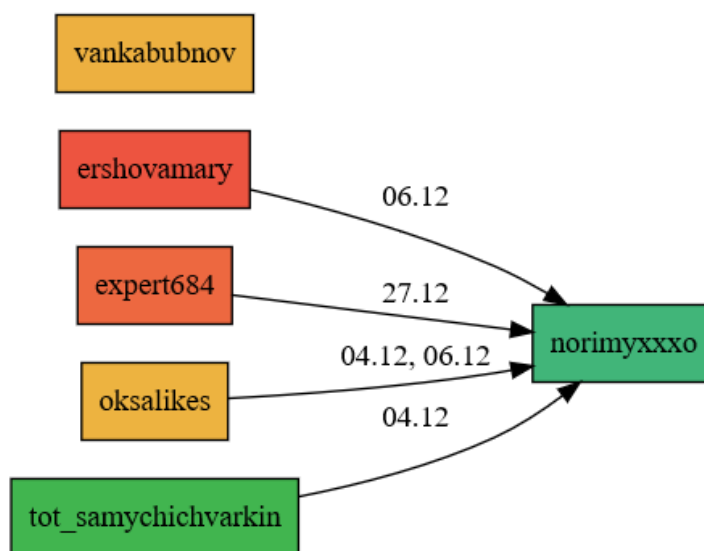


Рисунок 7 – Граф по кластеру №23

Как мы видим, все пользователи, кроме одного, находились под влиянием репера. Пользователь «vankabubnov» является лишним элементом в кластере. Во-первых, он не взаимодействовал с аккаунтом репера, а во-вторых, разместил пост 14 августа, тогда как посты других участников были размещены с 18 октября по 6 декабря. Пользователь «ershovamary» опубликовала пост 18 октября, следовательно, она не могла находиться под влиянием именно этого текста «norimuxxho», но предыдущие тексты репера тоже могли воздействовать на нее. Результаты анализа мы занесли в таблицу (см. Таблица 2).

Таблица 2

Анализ сходства в кластере №23

| Название аккаунта | Процент сходства текстов | Общие леммы  |
|-------------------|--------------------------|--|
| Ershovamary       | 41,16 %                  | Человек сегодня кунцевский суд егор жуков решаться   |
| Expert684         | 58,66 %                  | Отдельно приглашать человек сегодня кунцевский районный суд ярцевский улица забывать тепло одеваться взять паспорт часто просить утро сегодня состояться |

|                      |         |   |
|----------------------|---------|---|
|                      |         | решать заседание абсурдный дело егор жуков парень футболка видеть август заседание решаться сажать  |
| Oksalikes            | 37,87 % | Человек суд егор жуков парень видеть видео  |
| Tot_samy_chichvarkin | 61,95 % | Ребята нужный помощь присутствие реально взгляд отдельно приглашать известный человек подписывать присутствие увеличивать резонанс важный сегодня кунцевский районный суд ярцевская улица сегодня |
| Vankabubnov          | 26,05 % | Человек важный суд улица парень август  |

Если пользователи «expert684» и «tot\_samy\_chichvarkin» частично цитировали запись «nogimuxxo», добавив к ней свое мнение, то пользователь «erшовamary» сохранила интенцию призвать людей прийти к суду. От «nogimuxxo» она взяла глагол «решаться» в контексте «решается судьба». Этим глаголом пользователи подчеркивают значимость судебного решения не столько для Егора, сколько для себя и России. Пользователь «tot\_samy\_chichvarkin», сам является крупным лидером мнений, с его записью взаимодействовали 5 пользователей, а у «expert684» запись оценил один человек. Таким образом, пользователи увеличили аудиторию этого дискурса и передали многие вербальные маркеры другим пользователям.

Мы посмотрели, как приложение строит небольшие кластеры из 5-6 участников. Тексты в полученных кластерах обладают сходством с центральным, но есть некоторые погрешности. Нам необходимо проверить эффективность приложения на большом кластере. Для анализа был выбран кластер №10, в котором находится 20 текстов. Для аккаунта мы построили два графа. В первом мы отобразили взаимодействие между всеми элементами кластера (рис. 8).



Рисунок 8. — Граф по кластеру №10

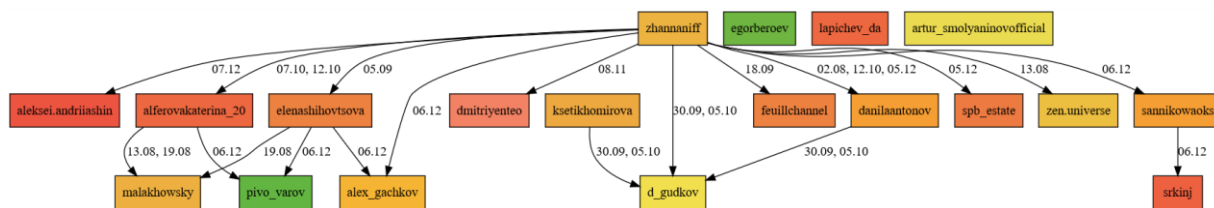


Рис. 9. Граф по кластеру №10

В графе 2 изолированные вершины и 11 стоков, что свидетельствует об отсутствии единого лидера мнений, повлиявшего на всю коммуникацию. Мы предположили, что текст лидера мнений, повлиявшего на участников дискурса, находится в другом кластере. Мы сделали граф с «погimуххх», но с репером взаимодействовало небольшое число пользователей. Тогда мы добавили в граф пользователя «yurydud» (рис. 9).

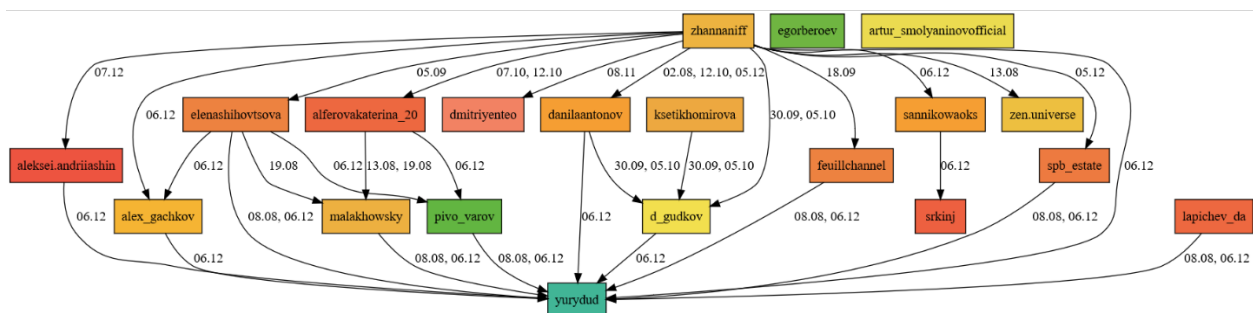


Рис. 10. Граф по кластеру №10 с «yurydud»

Центральный аккаунт в кластере – это аккаунт «elenashihovtsova». Она не является лидером мнений. Ее аккаунт находится в центре кластера, потому что в ее тексте сходится большинство всего идеологем. К примеру, с постом «yurydud» у нее совпадают идеологема «политзаключенный» и слова «честный» и «молодежь». Средний процент схожести текстов в кластере 43,62%. Самое низкое сходство с текстом «egorberoev», оно составляет 19,21%, а самое высокое сходство с текстом «zhannaniff» (55,94%). Она взаимодействовала с постами «elenashihovtsova», тем самым скопировав много идеологем из ее текста.

Кластер отличается от других использованием лозунгом «свободу политзаключенным». Каждый пользователь в кластере использовал его. Обратим внимание, что пост «yurydud», в которых он называет Егор Жукова

политзаключенным, вышел 8 августа, тогда как практически все посты в дискурсе вышли значительно позже. Исключением является пост пользователя «malahowsky», знакомого с Егором Жуковым лично. Он разместил первый пост 2 августа и самый первый в дискурсе использовал хэштег «#свободуполитзаключенным».

#### **2.2.4 Поликодовый текст как элемент интертекстуального ядра**

Важная характеристика постмодернистского интернет-дискурса – это формирование внутри одного поста трансмедийного пространства. [Пономарев 2020: 122]. История в сети существует в разных видах: в аудио- или видеоформате, в качестве изображения или классического текста. Совмещение видео, фотографии и текста – это технологическая особенность Instagram, которая сделала сеть популярной. Каждый текст сопровождается поликодовыми элементами, подчеркивающими содержание. Нередко изображения в Instagram являются обложкой текста.

В социальной сети нет возможности скачивать видеозаписи и изображения, размещенные другими пользователями. В интернете есть ряд легальных сервисов, которые позволяют обойти запрет. Такие сервисы несложно найти, что дает пользователем возможность выгружать чужие изображения и размещать как свои. Для извлечения изображений из социальной сети мы пользовались сервисом instagrab.ru.

Участники дискурса по Егору Жукову размещали в сети одинаковые фотографии, независимо от медиасобытия. Всего в нашей базе собрано 248 поликодовых текстов: фотографий и видеозаписей. Изучив эти поликодовые тексты, мы поделили их на 19 категорий. В первые пять категории вошли по одной фотографии Егора Жукова в заключении. Мы создали для каждой фотографии отдельную категорию, так как они распространялись через разных лидеров мнений. Всего в эту категорию вошло 55 изображений, что составляет 22,1% от всего дискурса. Наиболее используемая фотография

Жукова в полный рост за решеткой. Эту фотографию опубликовали 22 пользователя (8,9%). В первый раз она опубликовано пользователем «danilaantonov» 2 августа 2019 года.

Остальные фотографии Жукова мы помещали в категорию «Жуков на свободе», в которую поместили изображения после оглашения приговора, и «Другие фото Жукова». По ним размещено 5 (2%) и 25 (10%) фотографий соответственно.

Часто пользователи размещали на изображениях лозунги. К примеру, изображения с лозунгом «Свободу Жукову» встречались 7 раз (2,8%), а лозунг «Я/Мы Егор Жуков» разместили 21 раз (8,4%). Последний лозунг – это цитация из дела Ивана Голунова, которую применили в дискурсе Егор Жукова.

14 раз (5,4%) пользователи размещали фотографию не Егора Жукова, а лидера мнений *igorimuxxo*. Он являлся одним из влиятельных подвижников дискурса. Некоторые размещали его фотографии с митингов в Москве в футболке с портретом Жукова. Смещение акцента с личности Жукова на личность *igorimuxxo* позволяет сделать вывод о приоритете пользователя поддерживать позицию репера, нежели студента.

Пользователи, писавшие об Егоре в контексте московских митингов, размещали различные фотографии с них. Всего мы собрали 14 фотографий (5,4%) с митингов. 4 пользователя (1,5%) писали об Егоре Жукове и других заключенных по московскому делу. Пользователи в других городах выходили на одиночные пикеты и размещали фотографии с них. За время анализа фотографии с пикета разместили 13 человек (5%).

7 пользователей (2,7%), прочитав новость у лидера мнений или СМИ, решили сделать скриншот картинки и выложить ее в социальных сетях. При наличии этого маркера можно сразу узнать источник влияния. Лидер мнений «*xenia\_sobchak*» сделала скриншот новости с портала Meduza 6 декабря 2019. 3 пользователя разместили свое мнение о медиасобытии с аналогичным скришотом. Мы можем предположить, что Meduza повлияла на «*xenia\_sobchak*», а она в свою очередь повлияла на других своих подписчиков.

Некоторые блогеры размещали свои фотографии, всего их было 18 штук (7%). Остальные 30 участников (11,6%) разместили свои видео, либо сделали репост видео у пользователя «porimuxxo».

Мы создали инфографику (рис. 10), на которой размер фотографии отображает количество появлений ее в дискурсе. По инфографике видно, что несколько фотографий Егора Жукова активно распространялись в социальных сетях. Пользователи, размещая одну фотографию, цитируют пользователя, который первоначально разместил ее. Мы можем поместить эти фотографии в дискурсивное ядро, подчеркнув его интертекстуальность.

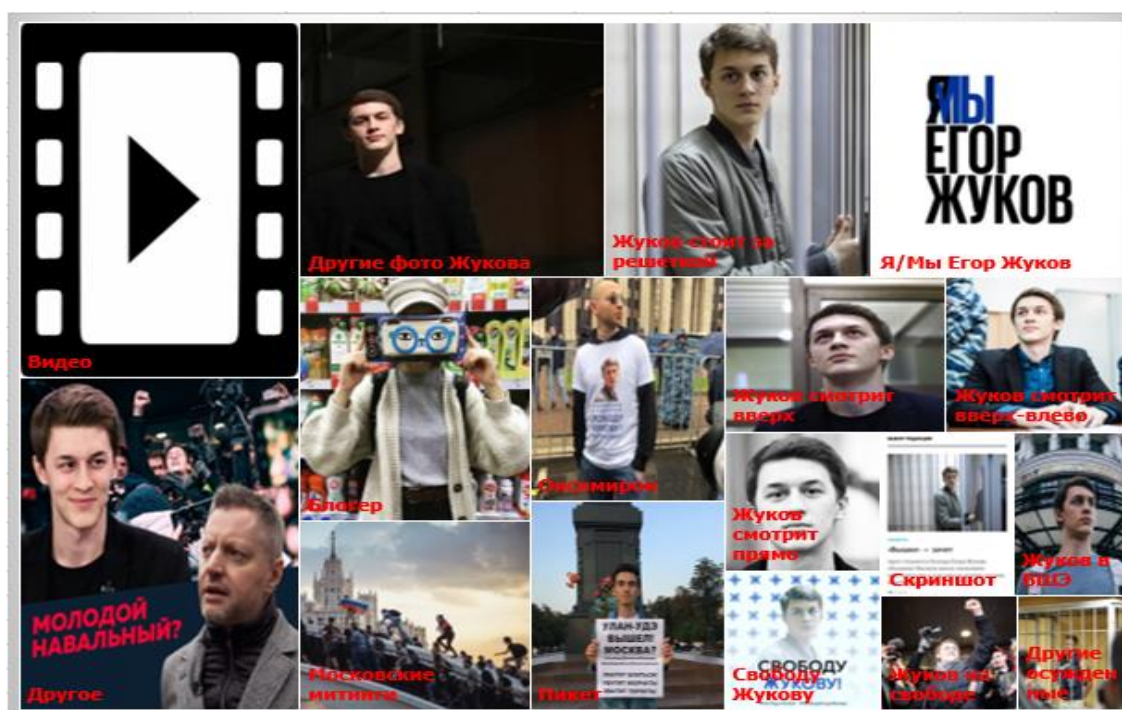


Рис. 11. Инфографика по поликодовым текстам

Пользователи выражают позиции лидеров мнений не только с помощью вербальных репрезентаций различных доминирующих концептов, но с помощью поликодовых текстов. Влияние оказывает не только текст, но и изображение.

Дискурс, образовавшийся вокруг дела Егора Жукова, позволил нам протестировать приложение на гомогенной выборке. Все элементы тесно переплетались между собой, взаимодействовали и влияли друг на друга.

Успешному результату поспособствовало относительно небольшое количество постов внутри одного хэштега.

В гомогенном дискурсе четко выделились два лидера мнений – это «yurydud» и «porimuxxo», они ввели в оборот множество идеологов и повлияли на большинство пользователей коммуникации. Мы поделили коммуникацию на кластеры, но влияние таких лидеров мнений лежит за пределами кластеров, оно распространяется на каждого члена дискурса. Мы смогли проследить ряд некоторых вербальных репрезентаций идеологом и проследить их развитие по ходу всего дискурса. Так как было несколько лидеров влияния, распространяющих информацию на своих подписчиков, такую коммуникацию несложно разделить на кластеры. Мы доказали, что с помощью приложения можно анализировать гомогенный дискурс.

### **2.3 Анализ гетерогенного дискурса**

В гетерогенном дискурсе, по нашему мнению, отсутствует один центр влияния. Пользователи в нем разрознены, они подписаны на разных лидеров мнений. Необходимо проверить, будет ли приложение определять влияние лидеров мнений в гетерогенном дискурсе или оно будет объединять пользователей в кластеры по другим параметрам.

Для проведения исследования мы выбрали тему «коронавирус», так как тема являлась актуальной на момент исследования. У многих пользователей, независимо от количества подписчиков, мы находили посты про коронавирус и самоизоляцию. Существовал специальный хэштег «#коронавирус», в котором было размещено более 2 млн. публикаций. Из-за такого масштаба мы решили отказаться от поиска пользователей по хэштегу и собирали их вручную методом случайной выборки. Мы заходили на случайный аккаунт и брали пост про сложившуюся ситуацию. Если блогер являлся лидером мнений, мы искали других пользователей, разместивших нужные нам тексты, среди взаимодействовавших с его аккаунтом блогеров.

Сбор постов мы осуществляли в начале мая. Посты про COVID-19, размещенные с 27 марта по 30 апреля, написаны пользователи в режиме самоизоляции и отображают разные аспекты жизнедеятельности людей. Многие люди писали о занятиях и хобби, о прогулках и книгах, их тексты были аполитичны. Некоторые блогеры затрагивали политику, но их было меньшинство. Ряд политических постов нам удалось собрать. Так как дискурс являлся гетерогенным, то представители власти и оппозиция написали свое мнение о ситуации в стране. Мы собрали мнения обеих сторон для объективной оценки картины. В дискурсе мы старались отобразить мнения разных людей: доктора, путешественники, мамы с детьми, фитнес-блогеры и др. В итоге мы составили выборку из 216 текстов, собранных со 115 аккаунтов. Мы посчитали, что этого достаточно, чтобы отобразить основные темы в этом дискурсе. В перспективе провести исследование по каждой из полученных сфер жизни общества во время пандемии, чтобы составить глобальную модель распространения мнений в критических ситуациях.

Экстралингвистические данные мы заносили в таблицу, аналогичной предыдущему исследованию. Все типы данных остались прежними. В этом исследовании мы отказались от сбора изображений, так как их анализ достаточно сложен для автоматизированного приложения.

Из полученных аккаунтов мы составили два графа: граф подписчиков (см. Приложение 6) и граф лайков (см. Приложение 7). В обоих графах мы убрали изолированные вершины для лучшей визуализации. В первом графе было 49 таких вершин, а во втором – 46. Большое число изолированных вершин свидетельствует о гетерогенности дискурса, много элементов не вступали в коммуникацию. По графам видно, что в дискурсе нет четкого лидера мнений, сам дискурса поделен на несколько маленьких дискурсов вокруг разных лидеров мнений. Всего в графе подписчиков 8 стоков и 35 истоков. В графе лайков 12 стоков и 37 истоков. Значит, 37 пользователей в графе не являются лидерами мнений. В графе лайков напротив каждого лидера

мнений выделяется когорта пользователей, на которых он оказал влияние, тем самым образуется дискурс внутри дискурсивной формации.

Выборку из полученных текстов мы лемматизировали через программу *mystem*. Тексты пользователей, которых мы не включили в граф, тоже приведены к начальным формам и проанализированы вместе с другими. Наша цель – составить тематическое ядро дискурса и разбить дискурс на тематические кластеры. В стоп-слова мы включили предлоги, междометия, союзы и все местоимения. Мы добавили личные, притяжательные и возвратные местоимения, так как в данном дискурсе они не будут обозначать конкретного одного человека, как в дискурсе с Егором Жуковым. Полученный корпус лемм мы загрузили в приложение и извлекли из него дискурсивное ядро. Каждое слово из ядра встречалось минимум в 32 текстах. Получилось дискурсивное ядро из 46 слов: «самоизоляция», «вопрос», «неделя», «работа», «друг», «становиться», «сидеть», «маска», «возможность», «сегодня», «карантин», «врач», «человек», «место», «делать», «говорить», «выходить», «ребенок», «дом», «Москва», «давать», «сказать», «помогать», «понимать», «начинать», «работать», «жизнь», «знать», «улица», «больница», «новый», «год», «оставаться», «коронавирус?», «думать», «жить», «Россия», «страна», «заниматься», «мир», «сделать», «месяц», «должный», «первый», «👤», «семья», «🔥🔥».

В этот раз в ядро дискурса попал поликодовый текст, эмодзи: «👤» и «🔥🔥». Мы специально не включили эмодзи в стоп-слова, так как, во-первых, они являются интертекстуальным отображением культуры интернета, во-вторых, в ядре эмодзи содержатся как концептуальные, так и эмотивные элементы. Если слово, лишенное контекста, становится «мертвым», то эмодзи даже без контекста отображают некоторые концепты. Они становятся невербальным маркером человеческого состояния. К примеру, символ «👤» изображает молящегося человека. Попадание символа в ядро дискурса показывает, что люди так сильно расстроены сложившейся ситуацией, что они

«умоляют» о конце самоизоляции. Молитва – религиозный обряд, который сильно переплетается с повседневной человеческой культурой. Нельзя говорить, что символ подчеркивает поведение только верующих людей, так как другие мировоззрения тоже используют глагол «умолять кого-либо» в значении просить помощи. Используя эмодзи «🙏», люди просят помощи у трансцендентальной субстанции. Не исключено, что в некоторых постах эмодзи совпадает со значением «молиться», так как в анализируем временном промежутке праздновали православную пасху.

Использование эмодзи «🔥» является популярным приемом для подчеркивания важности поста или строки. Интересно, что пользователи для этого используют именно «огоньки», а не любые другие эмодзи (к примеру, «взрыв» или «восклицательный знак»). Значит, символ имеет свое интертекстуальное начало в интернет-культуре.

В ядре присутствует географическая цепочка «дом»-«улица»-«Москва»-«Россия» и «страна» - «мир». Он возвращает нас к делению лидеров мнений на «локальных» и «космополитических» [Мертон 2006: 568]. Локальные лидеры мыслят в пределах своей улицы, а космополитические в пределах страны и мира. Топоним «Москва» вошел в ядро дискурса, несмотря на географическую разрозненность выборки. Жители городов ссылались на меры в Москве как пример наиболее мер по регулированию жизнедеятельности людей.

Вербальные репрезентации отображают концептуальное ядро различных тем: «врач» и «больница», «работа» и «сидеть дома», «ребенок» и «семья», «неделя» и «месяц». Мы предполагали, что по данным темам будут в дальнейшем выделены отдельные кластеры.

При отсечке в 35 слов мы поделили дискурс на 36 кластеров по темам (см. Приложение 9), из них 21 кластер с одним аккаунтом. Тексты этих блогеров отличаются от других. Кластеров, в центре которых оказались лидеры мнений, всего три – это №17, 33 и 34. В остальных кластерах мнение



пользователей совпадает с мнением других участников. По шкале координат кластеры располагаются удаленно друг от друга (рисунок 11, с. 65). Темы некоторых кластеров кардинально отличаются, в них используются совершенно другие маркеры.

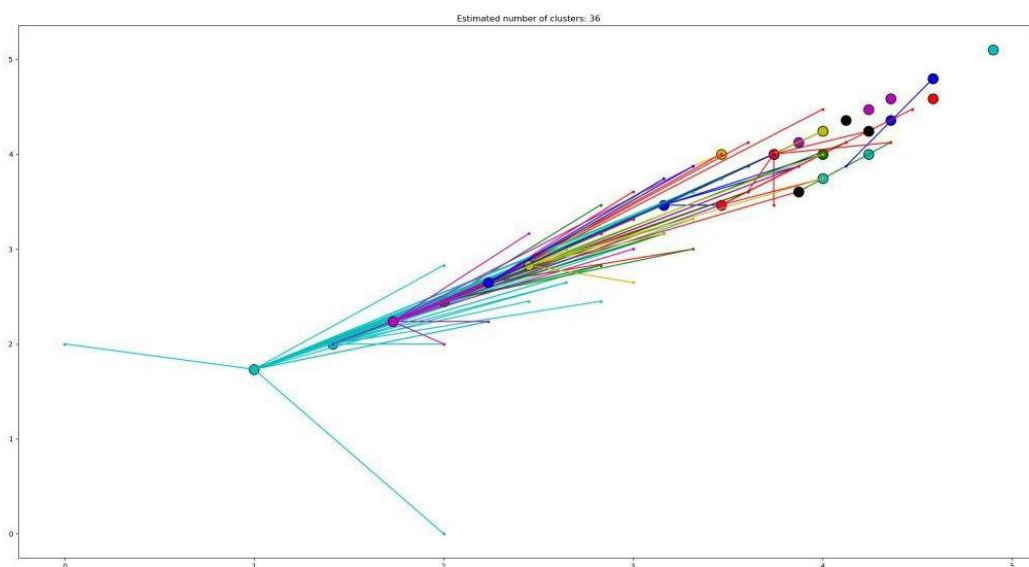


Рисунок 12 –Расположение кластеров на шкале координат

Результаты кластеризации и удаленное расположение кластеров на шкале координат ставят под сомнение влияние лидеров мнений на всю коммуникацию. Для подтверждения этого тезиса рассмотрим кластер №15, в котором находится два лидера мнений, у которых больше миллиона подписчиков, - «*\_larisa\_guzeeva\_*» (ведущая Лариса Гузеева) и «*ravelvolyaofficial*» (комик Павел Воля). Высказывания этих лидеров мнений, размещенные в Instagram, цитировались за пределами социальной сети по федеральным каналам и распространялись в мессенджерах, на что указывает сам «*ravelvolyaofficial*». Даже если пользователь не видел эти высказывания в Instagram, шанс взаимодействовать с ними был повышен. Граф лайков показал, что аккаунты не взаимодействовали между собой. Мы проверили, нет ли ошибки в приложении и сравнили схожесть текстов между собой (см. *Таблица 3*). В центре кластера находился аккаунт «*olesya\_fil\_7ya*».

Сходство текстов в кластере №15

| Название<br>аккаунта | Процент<br>сходства текстов | Общие леммы                     |
|----------------------|-----------------------------|---------------------------------|
| Elena_piter_svet     | 32,13%                      | Дом ребенок                     |
| Elen_shmatkova       | 46,65%                      | Дом сидеть ребенок              |
| Pavelvolyaofficial   | 13,6%                       | Ребенок дома весь сидеть тяжело |
| T.n.kora             | 22,17%                      | Дом сидеть ребенок              |
| _larisa_guzeeva_     | 33,97%                      | Ребенок все дом                 |

Можно ли говорить, что лидеры мнений повлияли на весь дискурс внутри кластера? Вряд ли, но тексты в кластере сходятся тематически. Во всех текстах использованы слова «сидеть», «дом», «ребенок», следовательно, они писали обо одном и том же. Низкий процент сходства с текстом «pavelvolyaofficial» объясняется разницей в размерах текстов. Нельзя говорить о передаче искаженной информации от лидера мнений к пользователям в данном кластере, так как нет интертекстуальных следов передачи этой информации.

В доказательство сходства текстов между собой мы рассмотрим кластер №24, в котором отсутствует четкий лидер мнений. О пользователях известно, что они все одного пола и приблизительно одного возраста. В центре кластера находится аккаунт «viktorიაabetkova». Мы сравнили остальные тексты с ее постом (см. *Таблица 4*).

Сходство текстов высокое, но если прочитать эти тексты, то они, на первый взгляд, повествуют о разных вещах. Один текст фокусируется на теме похудения, второй – на теме лени, третий – на преодолении психологических проблем, а в четвертом посте блогер рассказывает о перевод бизнеса на удаленный формат. Почему приложение объединило их в один кластер? У текстов один посыл – за время карантина необходимо преодолеть себя и

начать работать над проблемами. Императивную интенцию подчеркивают глаголы «хотеть», «сделать» и «работать». Приложение определило общие скрытые интенции пользователей и объединило их в один кластер. Мы проанализировали кластер №30, в центре которого находится пользователь «zhannaniff». В кластере пересекаются несколько лидеров мнений, которые влияют друг на друга (рис. 12). Красные дуги обозначают лайк посту, а синие – подписку.

Таблица 4

Сходство текстов в кластере №24

| Название аккаунта | Процент сходства текстов | Одинаковые слова  |
|-------------------|--------------------------|---|
| July_snow28       | 40,31%                   | Хотеть жизнь человек происходить говорить год сделать сказать заниматься работать урок дело сделать добро |
| Kuzya_live        | 36,98%                   | Взрослый жизнь человек говорить время сказать работать карантин   |
| Reva_live         | 40,56%                   | Хотеть говорить новый несколько год время сделать работать возможность информация сделать                 |

В графе выделяются три центра: «vrsoloviev», «yurydud» и «navalny». В кластере одновременно находятся представители власти и представители оппозиции. Сравнив все тексты с центральным – текстом «zhannaniff» (пользователь был в предыдущем исследовании про Егора Жукова) – мы получили сходство только по одному слову «человек». При чтении чаще всего слово встречается во множественном числе. Так как дискурс имеет политический окрас, то синоним слова будет «россияне». Пользователи писали про эпидемию в России и соблюдение карантинных норм гражданами.

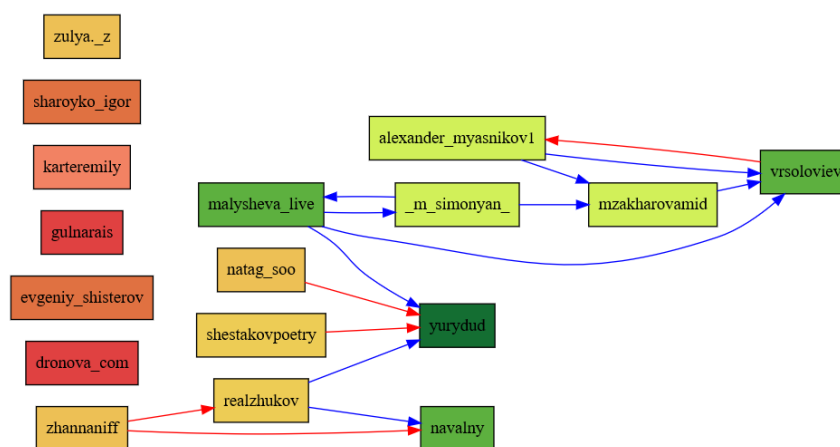


Рис. 13. Граф по кластеру №30

В гетерогенном дискурсе существует несколько лидеров мнений, влияющих на коммуникацию. Лидер мнений слабо передает вербальные репрезентации концептов в такой коммуникации, в частности в дискурсе по коронавирусу. Мы не смогли проследить передачу интертекстуальных элементов в таком дискурсе, потому что дискурс распространяется ни на определенный хэштег или социальную сеть, в отличие от Егор Жукова, дискурс захватывает все сферы жизни пользователей. Речь людей в таком дискурсе формируют множество факторов из обычной жизни, а не только лидеры мнений. Они находятся под влиянием телевидения, семьи, своих ежедневных практик и привычек мышления и высказывают это в социальных сетях. Поэтому объединение в кластеры произошло на основе общности темы, а не на основе общих вербальных репрезентаций одного концепта. Мы продолжим анализировать дискурс, образовавшийся по коронавирусу, но его необходимо разбить на несколько гомогенных дискурсов для более точного анализа. Исследование этой выборки помогло нам понять сущность гетерогенного дискурса и направило наше исследование в правильное русло. Мы протестировали наше приложение на другом виде дискурса и поняли, что оно выстраивает кластеры не только на основе общих лемм, но и на основе скрытых интенций авторов. При изучении дискурса коронавируса мы открыли новые возможности для дальнейшего развития приложения.

## 2.4 Перспективы развития приложения

Приложение эффективно показало себя как в гомогенном дискурсе, так и в гетерогенном. На данном этапе разработки приложение выполняет следующие функции:

1. Поиск ядра дискурса по вычислению частотности слова в текстах, либо мерой косинусного расстояния.
2. Составление тепловой карты схожести слов и текстов.
3. Кластеризация дискурса с применением различных алгоритмов: евклидово расстояние и манхэттенское расстояние.
4. Визуализация схожести графов на системе координат.

Для приложения написан веб-интерфейс на HTML и CSS (см. Приложение 8). На данный момент на интерфейсе доступен раздел «Главная страница», в котором отображаются основные параметры для работы с приложением. Для работы необходимо ввести дату первой и последней публикации в анализируемом дискурсе, выбрать одну из двух загруженных в базу данных тем: Егор Жуков или коронавирус, а также выбрать область исследования. На данный момент мы проанализировали публикации только в двух областях: в Instagram и СМИ. Области со временем будут расширяться, мы добавим другие социальные сети, Twitter, при успешном внедрении автоматического распознавания речи в качестве отдельной области будет добавлен YouTube. При вводе данных отображается граф определенного дискурса, а также ядро коммуникации и кластеры. На данный момент приложение работает только по готовой выборке текстов, в базу данных надо вручную загружать данные. В перспективе автоматизировать процесс сбора и лемматизации текстов.

В разделы сайта мы добавим раздел «О нас» для создания большего доверия у пользователя, раздел «Техническая документация», в котором будут описаны принципы работы с приложением и его технические особенности,

раздел «Новости», где мы будем оповещать о процессе разработки и тестирования.

В процессе работы над приложением мы минимизировали погрешность в расчетах, но некоторые неточности при кластеризации остались. К примеру, в некоторых кластерах есть тексты, у которых низкая схожесть с центром кластера. Приложение не различает омонимы, из-за чего кластеры в редких случаях составляются неверно. К примеру, в кластере №14 по коронавирусу совмещены два текста: про билеты на экзамене и билеты на самолет. Для исправления неточности можно ввести учет словосочетаний и определение контекста. Полный анализ дискурса будет возможен при совмещении нескольких областей исследования в одну. При одновременном исследовании СМИ и социальных сетей можно составить наиболее полную модель влияния в интернет-дискурсе.

Дальнейшая разработка приложения внесет большой вклад в компьютерную лингвистику. Появится возможность составить корпус текстов пользователей в социальной сети для анализа особенности их речи. С помощью приложения можно анализировать отдельно взятую дискурсивную формацию, что ускорит изучение интернет-пространства для лингвистов.

Установление связей влияние и автоматическое создание графов публикации необходимо социологии для анализа социальных сетей. Технология позволит ученым не только определить актуальную картину для интернет-пользователей, но и установить каналы воздействия. Изучая дискурс от общего к частному, а от частного обратно к общему, мы видим его как систему связей, зависящую от индивидуальных особенностей, определенных лидеров мнений. Теоретическое значение работы переоценить сложно.

Приложение по составлению модели дискурса в социальных сетях выводит маркетинг на новый уровень. Теперь можно за несколько дней провести аналитику рынка, определить центры влияния в нише или узнать доминирующий образ продукта. Определив самых влиятельных лидеров мнений на рынке, появляется возможность продвигать свой продукт через них

для достижения наибольшего маркетингового влияния на них. Такая практика будет актуальна во время политических выборов для продвижения определённого кандидата или партии.

Контент-менеджерам такое приложение необходимо для составления списка наиболее эффективных слов с опорой на ядро дискурса. При кластеризации дискурса появляется представление о возможных способах осуществления высказывания по определенной теме. С опорой на медиаэффекты контент-менеджер повышает эффективность воздействия своего текста на массового адресата. В дискурсе видны кластеры «за» и «против», что позволит правильно подобрать слова для успешного внедрения текста в определенный кластер.

Процесс выявления лидеров мнений, продвигающих потенциально опасные для общества идеи, является актуальным во внутренней политике государства. Социальные сети – это симуляция, в которых каждый пользователь может скрыть себя от общества и тайно продвигать аморальные идеи: призывы к суициду, экстремизм, пропаганда нацизма и т.д. Внедрение приложения в МВД позволит находить центры влияния в аморальных дискурсах и проводить с ними профилактические беседы.

## Заключение

Интернет-дискурс обладает чертами карнавального дискурса: всеобъемлющая свобода, отсутствие классовой иерархии, общение через «маски» и амбивалентность происходящего. Лидеры мнений выступают как «шуты», передающие искаженную субъективную информацию народу. «Маски» и иронизация происходящих событий обнуляет роль автора, оставляя читателя наедине с письмом. Читатель, прочитавший письмо, пропускает его через призму субъективного восприятия и выдает переработанное высказывание нулевого автора в своем высказывании. Таким читателем может быть как лидер мнений, так и обычный пользователь. Сопоставив интернет-дискурс с карнавальным, мы смогли установить его основные черты и рассмотрели их дальнейшее развитие в постмодернистской коммуникации.

Блогерский стиль, по нашей интерпретации, находится на периферии разговорного и публицистического стиля. Воздействующая функция, характерная для публицистики, становится актуальной в блогерском сообщении для массового адресата. Идеологемы, являющиеся когнитивными концептами, объективация которых может происходить с помощью любых средств языка, в блогерском дискурсе становятся инструментами воздействия на аудиторию, отображающими концептуальную картину дискурса. Такую картину мы воссоздали с помощью автоматического сбора ядра дискурса, состоящего из наиболее частотных вербальных маркеров. Наличие ядра дискурса говорит об определенном интертекстуальном начале в коммуникации. В нашей работе мы осуществили поиск начальных лидеров мнений, которые распространяли данные вербальные маркеры.

Ограниченное количество вербальные маркеры передаются от СМИ и от лидеров мнений обычным пользователям интернет-коммуникации, которые в свою очередь также транслируют их в высказываниях в интернете. Фундаментом для изучения такой коммуникации послужили работы



Лазерсфельда, развитые Шрамом в теорию «многоступенчатой коммуникации».

Для составления модели распространения медиинформации на основе лидеров мнений, мы собрали корпус текстов по двум темам. Каждый текст мы лемматизировали и записали в формате ISO. Из полученного корпуса мы извлекли ядро дискурса и предложили интерпретацию основных идеологем в ядре. С использованием алгоритма *affinity propagation*, каждый текст был превращен в N-мерный вектор. На основе векторов мы провели кластеризацию дискурса и сравнили тексты в кластерах. Тексты имели высокое сходство из-за ряд вербальных маркеров, отличающих их от других кластеров. На основе экстралингвистических факторов мы составили графы взаимодействия аккаунтов друг с другом. По каждому кластеру мы проверили наличие взаимодействия между аккаунтами и отметили, что оно может определять идеологемы в кластере, а может быть второстепенной характеристикой или вовсе отсутствовать. Поделив коммуникацию на кластеры и установив влияние лидеров мнений в каждой группе, мы предложили определенную модель распространения медиинформации в двух видах дискурса: в гомогенном и гетерогенном.

Мы провели анализ каждого вида дискурса и установили их особенности. В гомогенном дискурсе наблюдается центризм мнений. Дискурс выстраивается вокруг одного-двух лидеров мнений, передающих вербальные репрезентации идеологем, соответствующие их картине мира. Эти маркеры переходят из одного высказывания в другое, тем самым из их отражения можно вычленить корпус текстов, характерных для этого дискурса. С извлечением всех вербальных репрезентаций мы смогли составить картину мира, свойственную для участников дискурса, сформированного лидером мнений.

Гетерогенный дискурс представляет собой систему из множества гомогенных дискурсов по разным темам. В каждом элементе есть определенный лидер мнений, который влияет на коммуникацию. Весь

гетерогенный дискурс состоит из множества лидеров мнений, в нем отсутствует единый центр влияния внутри самого дискурса. Анализ целостной системы достаточно сложен, необходимо рассматривать каждый ее элемент по отдельности. Приложение поделило дискурс на кластеры, объединенные общей темой или интенциями. Для более полного анализа гетерогенного дискурса необходимо создать корпус текстов для каждого кластера и проанализировать их методологией анализа гомогенного дискурса. В результате мы получим масштабное представление о различных доминирующих мнениях в обществе по поводу различных тем.

Предложенная нами методология анализа интернет-дискурса внесет вклад в развитие компьютерной лингвистики. Она упростит составление корпуса интернет-текстов и позволит определить интертекстуальное ядро в каждом дискурсе за несколько минут. Лингвисты смогут проследить распространения идеологем в дискурсе, изучить неологизмы и современный сленг.

Мы продолжим развитие приложения, оптимизируем его для исследовательских и коммерческих целей. Полученный опыт работы понадобится нам для дальнейшей практики в Data Science для составления полной картины мышления в условиях пандемии.

## Список литературы

1. 15 запрещенных вещей в Instagram электронный ресурс // SMM planer. 19.06.2019. URL: <https://smmplanner.com/blog/15-zapreshennyh-veshej-v-instagram/> (дата обращения: 23.04.2020)
2. Арутюнова Н.Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1990. — С. 136-137.
3. Барт Р. Нулевая степень письма. // Семиотика: Антология / Пер. с фр. сост. Ю.С. Степанов. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: Академический проект; Екатеринбург: Деловая Книга, 2001. — с. 327-371.
4. Барт Р. Смерть автора // Эстетика и теория искусства XX века: Хрестоматия. / Под ред. Н.А. Хренов, А.С. Мигунов. — М.: Прогресс-Традиция, 2008. — С. 459-466.
5. Бахтин М. М. Формальный метод в литературоведении // Под маской. Маска вторая — М.: Лабиринт, 2000. — 640 с. — Работа была опубликована под псевдонимом - Медведев П. Н.
6. Бахтин М.М. Проблемы речевых жанров // *Бахтин М.М. Собр. соч.* – М.: Русские словари, 1996. — Т.5: *Работы 1940-1960 гг.* — С.159-206.
7. Бахтин, М. М. Творчество Франсуа Рабле и народная культура средневековья и Ренессанса / М. М. Бахтин. — М.: Художественная литература, 1965. — 525 с.
8. Берж, К. Теория графов и ее применения / К. Берж. — М.: Книга по Требованию, 2013. — 318 с.
9. Библер, В. С. Михаил Михайлович Бахтин, или Поэтика культуры / В. С. Библер. — Москва : Прогресс: Гнозис, 1991. — 169 с.
10. Бурков, В. Н. Теория графов в управлении организационными системами / В. Н. Бурков, А. Ю. Заложнев, Д. А. Новиков. — М.: СИНТЕГ, 2001. — 124 с.
11. Вепрева, И. Т. Идеологема и мифологема: интерпретация терминов / И. Т. Вепрева, Т. А. Шадрина // Научные труды профессоров Уральского института экономики, управления и права. — 2006. — № 3. — С. 120-131.

12. Горшков, М. К. Общественное мнение: История и современность / М. К. Горшков. — М.: Политиздат, 2018. — 244 с.
13. Делез Ж. Платон и симулякр // Интенциональность и текстуальность. — Томск, 1998.
14. Денотат // Философия: Энциклопедический словарь. / Под редакцией А.А.Ивина — М.: Гардарики, 2004, — С. 388
15. Завгородняя, М. Ю. Теории Пола Лазарсфельда вне «Власти времени» / М. Ю. Завгородняя, Н. В. Дергунова // Власть. — 2014. — № 8. — С. 123-126.
16. Завгородняя, М. Ю. Теория ограниченного влияния СМК Пола Лазарсфельда как методология анализа деятельности средств массовой коммуникации / М. Ю. Завгородняя, Н. В. Дергунова // Власть. — 2012. — № 12. — С. 13-16.
17. Кайгородова, М. Е. Хэштег как новый тип медиадискурса / М. Е. Кайгородова // Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе: межвузовский сборник научных трудов. — 2015. — С. 111-117.
18. Клушина, Н. И. Теория идеологем / Н. И. Клушина // Политическая лингвистика. — 2014. — № 4. — С. 54-58.
19. Кожина, М. Н. К основаниям функциональной стилистики / М. Н. Кожина. — П.: Пермский Университет, 1968. 252 с.
20. Кристева Ю. Бахтин, слово, диалог и роман // Французская семиотика: От структурализма к постструктурализму / Пер. с франц., сост., вступ. ст. Г.К. Косикова. - М.: ИГ Прогресс, 2000. - с. 427-457.
21. Кузнецов, О. П. Дискретная математика для инженера / О. П. Кузнецов. — Москва : Энергоатомиздат, 1988. — 480 с.
22. Купина, Н. А. Сверхтекст и его разновидности / Н. А. Купина, Г. В. Битенская // Человек – Текст – Культура. — 2004. — С. 215-222.
23. Купина, Н. А. Тоталитарный язык: Словарь и речевые реакции / Н. А. Купина. — Пермь, Екатеринбург : Уральский университет, 1995. — 144 с.
24. Леви-Стросс К. Неприрученная мысль // Леви-Стросс К. Первобытное мышление. М. 1999. С. 111-336.

25. Литвинцев Д.Б Социализация личности в сети: язык, сетикет, символика / Литвинцев Д.Б. // Культура как предмет междисциплинарных исследований: материалы международной конференции. – 2009. – С.228-234
26. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга: Сотворение Человека Печатной Культуры / М. Маклюэн. — Киев : Издательский Дом Дмитрия Бураго, 2004. — 206 с.
27. Малышева, Е. Г. Идеологема как лингво-когнитивный феномен: определение и классификация / Е. Г. Малышева // Политическая лингвистика. — 2009. — № 4. — С. 32-40.
28. Маньковская, Н. Б. Эстетика постмодернизма / Н. Б. Маньковская. — СПб.: Алетейа, 2000. — 347 с.
29. Махрусе, Н. Современные тенденции методов интеллектуального анализа данных: метод кластеризации / Н. Махрусе // Московский экономический журнал. — 2019. — № 6. — С. 3-21.
30. Мертон, Р. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон. — М.: Хранитель, 2006. — 871 с.
31. Мирошниченко А.А. Лингво-идеологический анализ языка массовых коммуникаций: Автореф. дис. канд. филол. наук / А.А.Мирошниченко — Ростов-на-Дону, 1996. 16с.
32. Ноэль-Нойман, Э. Общественное мнение: Открытие спирали молчания / Э. Ноэль-Нойман. — М.: Прогресс-Академия, 1996. — 352 с.
33. Долгова Е. В. О возможном подходе к представлению денотатной структуры предметной области в системах автоматического реферирования / Е. В. Долгова, Д.С. Курушин, Н.М. Нестерова, О.В. Соболева, А.Н. Панькова, М.И. Хакимова // ИВД. — 2014. — № 4.
34. Осколкова Н. Я не хотела умирать: о флешмобе из первых уст // Flacon-magazine. 23.07.2019. URL: <https://flacon-magazine.com/rubric/people/o-flesmobe-anehotelaumirat-iz-pervyh-ust> (дата обращения: 16.05.2020)

35. Пономарев Н.Ф. Постмодернистские стратегические коммуникации. Постправда. Мемы. Трансмедия: монография канд. фил. наук, доц. / Пономарев Н.Ф. – Е.: Русайнс, 2020. – 168 с.
36. Пьяных, Е. П. Карнавальный дискурс сетевой субкультуры / Е. П. Пьяных // Вестник ЧелГУ. — 2019. — № 8. — С. 44-50.
37. Рогов, А. Ю. Графовые методы в математике и в дискретном анализе / А. Ю. Рогов, В. И. Халимон, О. В. Проститенко. — Санкт-Петербург : СПбГТИ(ТУ), 2012. — 88 с.
38. Российская педагогическая энциклопедия. / Под ред. В. Г. Панова. — М: «Большая Российская Энциклопедия». — 1993.
39. Сигалович, И. В. A fast morphological algorithm with unknown word guessing induced by a dictionary for a web search engine Электронный Ресурс / И. В. Сигалович // MLMТА. — 2003. — URL: <https://cache-novosibbln04.cdn.yandex.net/download.yandex.ru/company/iseg-las-vegas.pdf>.
40. Скоринкин Д.А. Семантическая разметка художественных текстов для количественных исследований в филологии (на примере романа «Война и мир» Л. Н. Толстого): дис. канд. фил. наук / Д.А.Скоринкин — Москва, 2018. 164с.
41. Слуцких, Н. Ю. Коммуникационная модель как основа развития отношений с потребителем / Н. Ю. Слуцких // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. — 2017. — № 4. — С. 92-98.
42. Смирнова, О. С. Графовый подход при составлении характеристики социального объекта / О. С. Смирнова, В. В. Шишков // International Journal of Open Information Technologies. — 2017. — № 6. — С. 18-22.
43. Чем страшнее мое будущее, тем шире моя улыбка [Электронный ресурс] // Meduza. — 2019. — Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2019/12/04/chem-strashnee-moe-buduschee-tem-shire-moya-ulybka>. (дата обращения: 15.04.2020)

44. Шиловский, С. В. Использование лидеров мнений в коммуникациях розничной сети в социальных медиа / С. В. Шиловский // Практический маркетинг. — 2018. — № 11. — С. 18-24.
45. Шомова, С. А. От мистории до стрит-арта. Очерки об архетипах культуры в политической коммуникации / С. А. Шомова. — М.: Высшая Школа Экономики, 2016. — 168 с.
46. Шрам У. Природа коммуникаций между людьми // Процесс и эффекты массовых коммуникаций. М.: 2003 С. 7
47. Якобсон Р.А. О сущности языка // Семиотика: Антология / Сост. Ю.С. Степанов. Изд. 2-е, испр. и доп. – М.: 2001. – 702 с.
48. Яруллин, Д. В. Вербальная модель проявлений массового политического сознания в Рунете / Д. В. Яруллин, В.А. Салимовский // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. — 2014. — № 1 (25). — С. 173-178.
49. Яруллин, Д. В. Извлечение слабоструктурированных данных при помощи N-мерных векторов (на примере рабочих программ дисциплин ВО) / Д. В. Яруллин // Естественнонаучные методы в цифровой гуманитарной среде: материалы Всероссийской научной конференции с международным участием (г. Пермь, 15-18 мая 2018 г.). — 2018. — С. 120-123.
50. Dueck, D. Affinity propagation: clustering data by passing messages / D. Dueck. — Toronton : University of Toronto, 2009. — 154 p.
51. Eulero, L. Solutio Problematis ad Geometriam Situs pertinentis / L. Eulero // Commentarii Academiae Scientiarum Imperialis Petropolitanae. — 1741. — Vol. 8. — p. 128-140.
52. Hartley, J. Communication, Cultural and Media Studies: The Key Concepts / J. Hartley. — London : Psychology Press, 2002. — 262 p.
53. Jackson J.C. Emotion semantics show both cultural variation and universal structure / J. C. Jackson et al. // Science. — 2019. — Vol. 366. — p. 1517-1522.

54. Lazarsfeld, P. F. Personal Influence, the Part Played by People in the Flow of Mass Communications / P. F. Lazarsfeld, K. Elihu. — N-Y: Transaction Publishers, 1966. 400 p.
55. Meaning of blogger in English электронный ресурс // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/blogger> (дата обращения: 20.04.2020)
56. Meaning of influencer in English электронный ресурс // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/influencer>
57. Meaning of opinion leader in English электронный ресурс // Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/opinion-leader> (дата обращения: 20.04.2020)
58. Most used social media platforms in Russia as of 3rd quarter 2019, by penetration rate // Statista. 02.2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/284447/russia-social-network-penetration/> (дата обращения: 23.05.2020)
59. Orlova T. Chekhov Tondo / Orlova T., Faynberg V., Fischer F., Laschuk S., Palchikov G., Pozdniakov I., Shlosman E. // Figshare 03.06.2018 электронный ресурс URL: [https://figshare.com/articles/Chekhov\\_Tondo\\_Poster\\_Contribution\\_to\\_DHd2018\\_/6410909](https://figshare.com/articles/Chekhov_Tondo_Poster_Contribution_to_DHd2018_/6410909)
60. Sennon, C. E. A Mathematical Theory of Communication / C. E. Sennon // The Bell System Technical Journal. — 1948. — Vol. 27. — 379–423, 623–656 p.
61. Steinberg, M. Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan / M. Steinberg. — Minneapolis : University of Minnesota Press, 2012. — 314 p.
62. Total number of active social media users in Russia from January 2015 to January 2020 // Statista. 08.05.2020. URL: <https://www.statista.com/statistics/278410/number-of-social-network-users-in-russia/> (дата обращения: 23.05.2020)



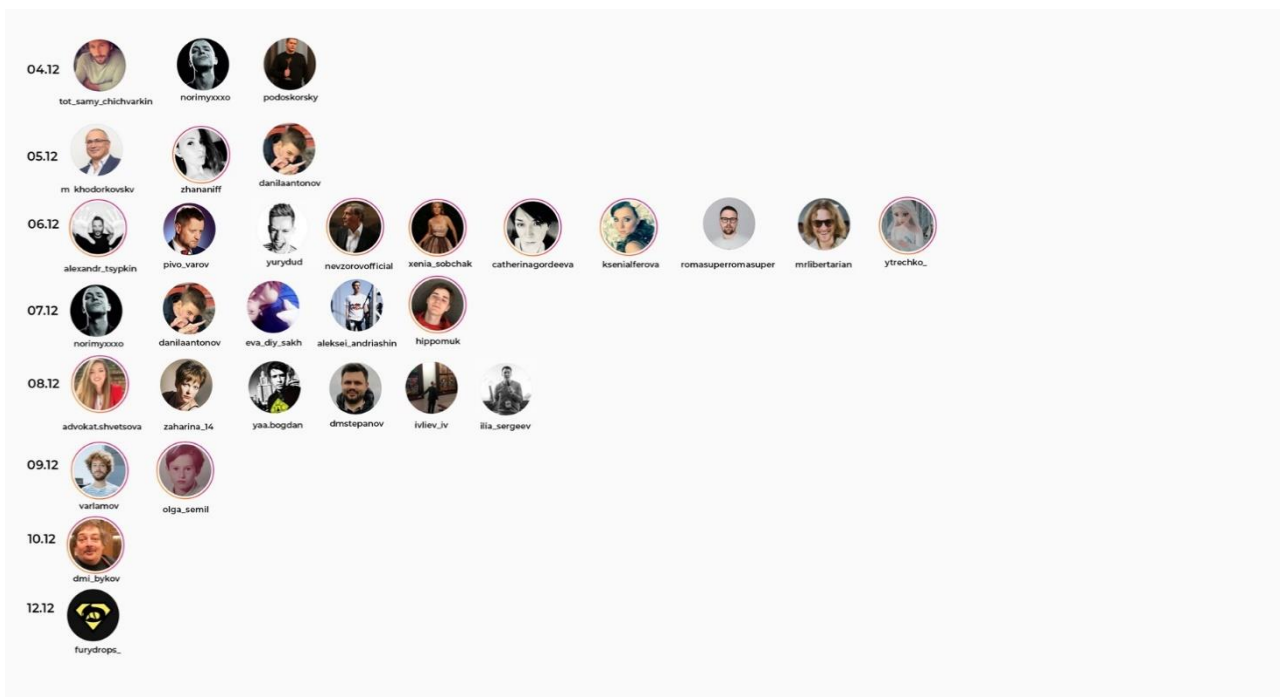
63. Warren, C. N. Six Degrees of Francis Bacon: A Statistical Method for Reconstructing Large Historical Social Networks / C. N. Warren et al. // Digital Humanities Quarterly. — 2016. — Vol. 10, № 3. — C. 120-136.

## Приложение 1

| Существительное | Синонимы, описание  | Прилагательное  | Синонимы, описание   |
|-----------------|---|-----------------|--|
| Дело            | Мероприятие, уголовное преследование, судебное разбирательство, прения, политический заказ, экзотика  | Абсурдный       | Странный, натянутое, притянутое за уши, сфабрикованное   |
| Егор Жуков      | Чувак, студент политолог, специалист, парень, «организатор беспорядков», «экстремист», молодой политик, страшекурсник, мальчик, идеалист, травоядный оппозиционный блогер | Неравнодушный   | Инициативный, перспективный, невиновный, харизматичный, красивый, молодой, амбициозный, заведомо невинный, умный |
| Призывать       | Топить, выступать, предлагать, анализировать, высказывать позицию, бороться, привлекать внимание, агитировать   |                 |  |
| Экспертиза      |   | Лингвистическая | слабая, извращает слова до неузнаваемости,   |
| Эксперт         | Технарь, фсбшник  |                 | Далекий от лингвистики,  |
| Протест         | разговор с властью, "насильственное свержение власти", митинги, мирные демонстрации,  | Мирный          | Фактурный, ненасильственный,   |
| Правительство   | Государство, гос. Дума, система, путинский режим  | Ужасный         | Прогнивший   |
| Приговор        | 3 года условно, сажать людей за просто так, не самый худший итог,   | Несправедливый  | "Слишком мягкий", оправдательный, важный   |
| Тюрьма          | Нары, 4 года, под арестом, сизо   |                 |  |
| Суд             | "Проводник правосудия", позор, идиотизм, цинизм, мразотство   | Очередной       | несправедливый,  |

|                         |  |                |  |
|-------------------------|--|----------------|--|
| Читатель                | Дружище, умница,<br>издержки, молодёжь | Активный       | Молодой, с эмпатией,<br>ответственный,<br>следующий,<br>прекрасный,<br>неравнодушный |
| Обвинение               | Х**ня                                  | Необоснованные |  |
| Срок                    | Избавиться с<br>остервенением          | Условный       | Неудобный для<br>власти, дикий,<br>абсолютно<br>неадекватный                         |
| Представители<br>власти | Людоеды, ох**вшие бл*ди                |                |  |
| Россия                  | Страна                                 | Здоровая       | сильная,<br>«путинская»,<br>любимая  |

В кавычках выделены слова, использующиеся в сатирическом значении.



1. *alinochka1977\_06.12.2019*, *chewinglilacs\_18.10.2019*,  
*elina.style\_art\_05.12.2019\_hr*, *katekatze12\_18.09.2019*
2. *alexander\_tsyarkin\_06.12.2019\_r*, *anasteisha.p\_05.12.2019\_hr*,  
*irinakova\_05.12.2019\_hr*, *\_alan\_green71\_05.12.2019\_hr*
3. *alexniazevgtr\_09.11.2019*, *anastasia.berzins\_27.08.2019*,  
*andrey.hater\_10.08.2019*, *artur\_smolyaninovofficial\_17.09.2019*,  
*artur\_smolyaninovofficial\_19.09.2019*, *brokeboy\_og\_12.08.2019*,  
*c4hief\_keef\_03.08.2019*, *chalochka\_06.12.2019*,  
*danilaantonov\_07.12.2019*, *furydrops\_29.08.2019*,  
*gabriel.noir\_11.08.2019*, *goodscreamer\_11.08.2019*,  
*guber\_in\_tule\_06.11.2019*, *ilsalonedimafiadadonn\_11.08.2019(2)*,  
*ivanbutrinov\_28.10.2019*, *khenaros\_17.09.2019*, *koukline\_11.08.2019*,  
*michael\_voeikov\_06.12.2019*, *nancy\_spirina\_06.12.2019*,  
*norimxxxxo\_06.12.2019(2)*, *norimxxxxo\_10.08.2019(2)*,  
*p.nariya\_11.08.2019*, *romansuperromansuper\_10.08.2019*,  
*sashoulik\_17.09.2019*, *xenia\_sobchak\_10.08.2019*
4. *bullchuk\_18.08.2019*
5. *chuna\_v\_07.08.2019*
6. *annapanyashkina\_04.08.2019\_r*, *danilaantonov\_02.08.2019*,  
*lilia\_cooper\_11.08.2019*
7. *danilaantonov\_20.11.2019*
8. *andreipurchik\_04.08.2019\_hr*, *cheesylo.cal\_21.10.2019*,  
*darya\_d\_i\_05.08.2019\_hr*, *verashina\_04.08.2019*, *verashina\_06.12.2019*
9. *egorberoev\_06.12.2019\_r*, *her\_znaet\_kto56\_06.12.2019*,  
*kseniaalferova\_06.12.2019*
10. *aleksei.andriiashin\_07.12.2019*, *alex\_gachkov\_06.12.2019*,  
*alferovakaterina\_20\_07.10.2019*, *artur\_smolyaninovofficial\_16.09.2019*,  
*danilaantonov\_11.08.2019*, *danilaantonov\_12.10.2019*,  
*dmitriyenteo\_08.11.2019*, *d\_gudkov\_30.09.2019*,  
*egorberoev\_06.12.2019(2)*, *eLenashihovtsova\_05.09.2019*,  
*feuillchannel\_18.09.2019*, *ksetikhomirova\_19.10.2019*,  
*lapichev\_da\_25.08.2019*, *malahowsky\_02.08.2019*, *pivo\_varov\_06.12.2019*,

sannikowaoks\_06.12.2019, spb\_estate\_05.12.2019\_hr, srkinj\_06.12.2019,  
zen.universe\_13.08.2019, zhannaniff\_27.09.2019

11. alina\_ka\_design\_06.12.2019\_r, demimonde666\_06.12.2019\_hr,  
*elina.style\_art\_06.12.2019\_r*,

mistressofthecoppermountain\_06.12.2019\_hr, yurydud\_06.12.2019

12. *ganamaximova\_school\_06.12.2019*, malahowsky\_11.08.2019

13. catherinagordeeva\_07.08.2019, dmitriyenteo\_24.08.2019,  
*georgechu\_02.08.2019*, gorbach.ynlavan\_12.08.2019,  
labsin\_aleksei\_03.08.2019, malahowsky\_19.08.2019,  
reznik.mar\_06.12.2019

14. *guk\_larisa\_10.08.2019\_r*, katia.k.evseeva\_10.08.2019,  
pav.ola\_22.11.2019\_hr

15. annapanyashkina\_05.08.2019, artist\_gorbunov\_06.12.2019,  
*helen.artyemeva\_06.12.2019*, marina\_schulga\_06.12.2019\_hr

16. *irkabecam\_06.12.2019\_r*, lalula333\_16.08.2019\_r,  
max\_sovetnik\_06.12.2019

17. catherinagordeeva\_15.08.2019, g10kvs\_06.12.2019,  
*ih\_s\_o\_03.08.2019\_hr*, *i\_saw\_it\_like\_this\_03.08.2019(2)*,  
ketri.yamainu\_05.08.2019, m\_khodorkovsky\_05.12.2019,  
romansuperromansuper\_06.12.2019

18. al\_ex\_al\_30.09.2019\_r, catherinagordeeva\_09.08.2019,  
*katka\_ivashka\_30.09.2019*

19. aleksand\_epir\_09.10.2019, arkipov\_alex\_11.08.2019,  
art\_sarapul\_07.08.2019, become\_citizen\_13.08.2019,  
berkita.kate\_10.08.2019, cryforrobbstack\_22.10.2019,  
expert684\_31.08.2019, fdmedvedev\_07.12.2019,  
granilshchikov\_04.09.2019, jefody\_16.08.2019\_r,  
kirill\_shaporenkov\_11.09.2019, korneev.tyt\_06.12.2019,  
kostya.nikitenko\_06.12.2019, lera\_arctic\_06.12.2019,  
*mad\_.fisher\_10.08.2019*, mcartisable\_12.09.2019,  
olga\_serova\_olga\_11.08.2019, panipotockaz\_04.12.2019,  
rodina\_uu\_06.12.2019\_hr, saint.artist\_19.09.2019,  
shafigullin4\_10.08.2019, una\_edelwiess\_06.12.2019,

wotton.mari\_11.08.2019, zack\_daritz\_14.08.2019,  
zaharina\_14\_08.12.2019, zhannaniff\_17.09.2019, zoryaalina\_06.12.2019\_r  
20. e\_land.d\_16.08.2019\_r, maria\_\_gromova\_17.09.2019,  
mikhailchuko\_18.09.2019, ofkuzm83\_19.08.2019, veganutayana\_12.08.2019  
21. annonedomini\_cgronicles\_06.12.2019, dmi\_bykov\_17.08.2019,  
eugenovcharov\_17.10.2019\_hr, katrino4kaaaa\_04.08.2019,  
kilataukaterina\_06.12.2019, malahowsky\_29.09.2019,  
mrlibertarian\_06.12.2019, norimyxxxo\_06.12.2019,  
norimyxxxo\_10.08.2019, norimyxxxo\_27.12.2019, umalumar\_06.12.2019  
22. m\_khodorkovsky\_20.08.2019  
23. ershovamary\_06.12.2019, expert684\_04.12.2019\_hr,  
norimyxxxo\_04.12.2019, oksalikes\_18.10.2019,  
tot\_samy\_chichvarkin\_04.12.2019\_r, vankabubnov\_14.08.2019  
24. catherinagordeeva\_05.12.2019, orangejuice\_life\_05.12.2019  
25. dyuzheva\_13\_11.08.2019, lesha.pa\_30.09.2019,  
qom\_ma\_11.08.2019, sakharov\_gardens\_06.12.2019  
26. aleastakhova\_16.10.2019, alexey\_evil\_15.08.2019,  
alexfranse\_18.08.2019, alexgarnaev\_06.12.2019,  
alferovakaterina\_20\_12.10.2019, andronakiy.andrey\_06.12.2019,  
annetteger\_06.08.2019, ant\_annihilator\_30.11.2019,  
apunik\_v\_06.12.2019, asadova\_liana\_06.12.2019,  
bluebrightlove\_05.08.2019, ch.alova\_03.08.2019,  
danilaantonov\_01.09.2019, danilaantonov\_05.12.2019,  
dclipgood\_06.12.2019, dmitri\_saburov\_02.10.2019,  
dmitri\_saburov\_12.08.2019, dmi\_bykov.15.08.2019, d\_gudkov\_05.10.2019,  
elenanikitaeva\_06.12.2019, evadrop\_05.12.2019, furydrops\_11.12.2019,  
glazhups\_07.12.2019, guytinaanna\_13.08.2019, harizmaleo\_20.09.2019,  
helga\_arno\_11.10.2019, iliushin\_78\_06.12.2019, kataev2024\_16.10.2019,  
leonwald\_06.12.2019, malahowsky\_10.08.2019, malahowsky\_16.10.2019,  
mighty\_vo\_04.08.2019, nevzorovofficial\_06.12.2019,  
nikarussia\_04.12.2019, oh.alrht\_05.09.2019, pivo\_varov\_12.12.2019,  
sabatini007\_06.12.2019, sadovskiy\_tony\_11.08.2019, sde1dre\_23.08.2019,  
slava\_belokurov\_06.08.2019, super\_mare\_gradu\_05.12.2019,

vityafilev\_06.12.2019, yndalhorp\_17.08.2019, zhannaniff\_20.09.2019\_hr,  
zhannaniff\_30.08.2019, zhannaniff\_31.08.2019

27. advokat.shvetsova\_08.12.2019, catherinagordeeva\_31.08.2019,  
harbarsem\_15.08.2019, ilsalonedimafiadadonn\_11.08.2019,  
i\_saw\_it\_like\_this\_03.08.2019, levkin\_nikita\_02.08.2019,  
malahowsky\_13.08.2019, n\_s\_tya\_06.08.2019, petr\_tihomirov\_12.08.2019,  
sobollubov\_27.08.2019(2), *sobollubov\_27.08.2019*,  
tetya\_misha\_15.08.2019, vladislav.zavtrashnii\_05.08.2019,  
vladislav.zavtrashnii\_15.08.2019\_hr, zhannaniff\_30.08.2019(2),  
\_timoshko\_09.08.2019

28. alferovakaterina\_20\_06.12.2019\_hr,  
lena\_morgunova\_05.12.2019\_r, natalya.ka\_05.12.2019,  
na\_ku\_kuy\_04.12.2019\_r, olga\_semil\_09.12.2019,  
shirvel\_sviat\_06.12.2019, *soc.ege.oge\_05.12.2019\_hr*,  
zoya\_pinsky\_05.12.2019\_r

29. deadwin666\_09.11.2019, malevich\_full\_hd\_15.10.2019,  
*spaceforspace\_15.10.2019*, trippimod\_16.10.2019,  
trotsky\_chills\_15.10.2019

30. annkuzi.delo\_06.12.2019\_hr, ksushanty\_05.12.2019\_hr,  
malahowsky\_04.12.2019, *theLastword\_04.12.2019*

31. katyaeffy\_04.08.2019, norimyxxxo\_09.08.2019,  
*tot\_samy\_chichvarkin\_09.08.2019\_hr*,  
vladislav.zavtrashnii\_06.12.2019\_hr

32. *tot\_samy\_chichvarkin\_10.08.2019\_r*, yurydud\_08.08.2019

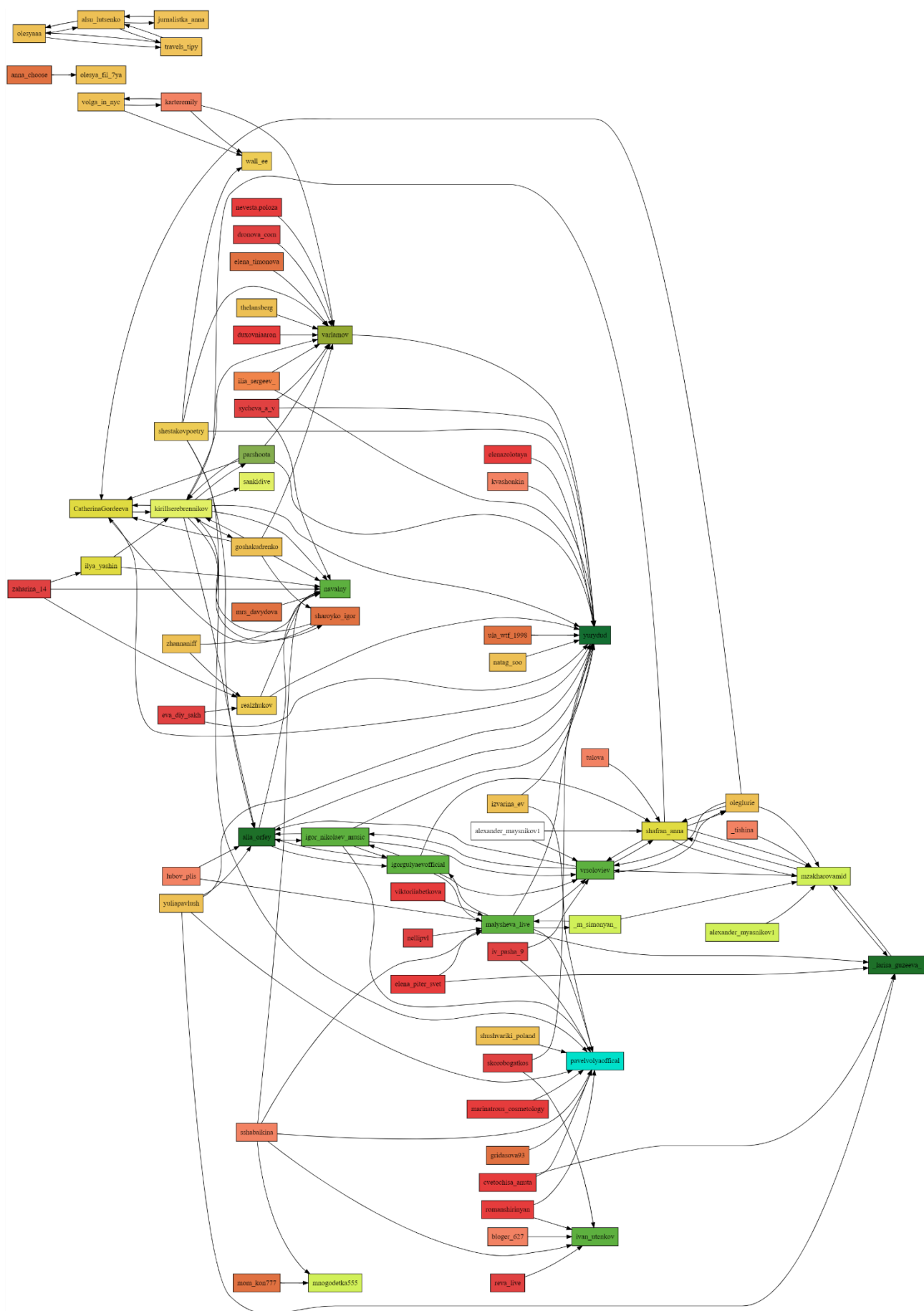
33. *tsartsartsartsartsar\_03.08.2019*

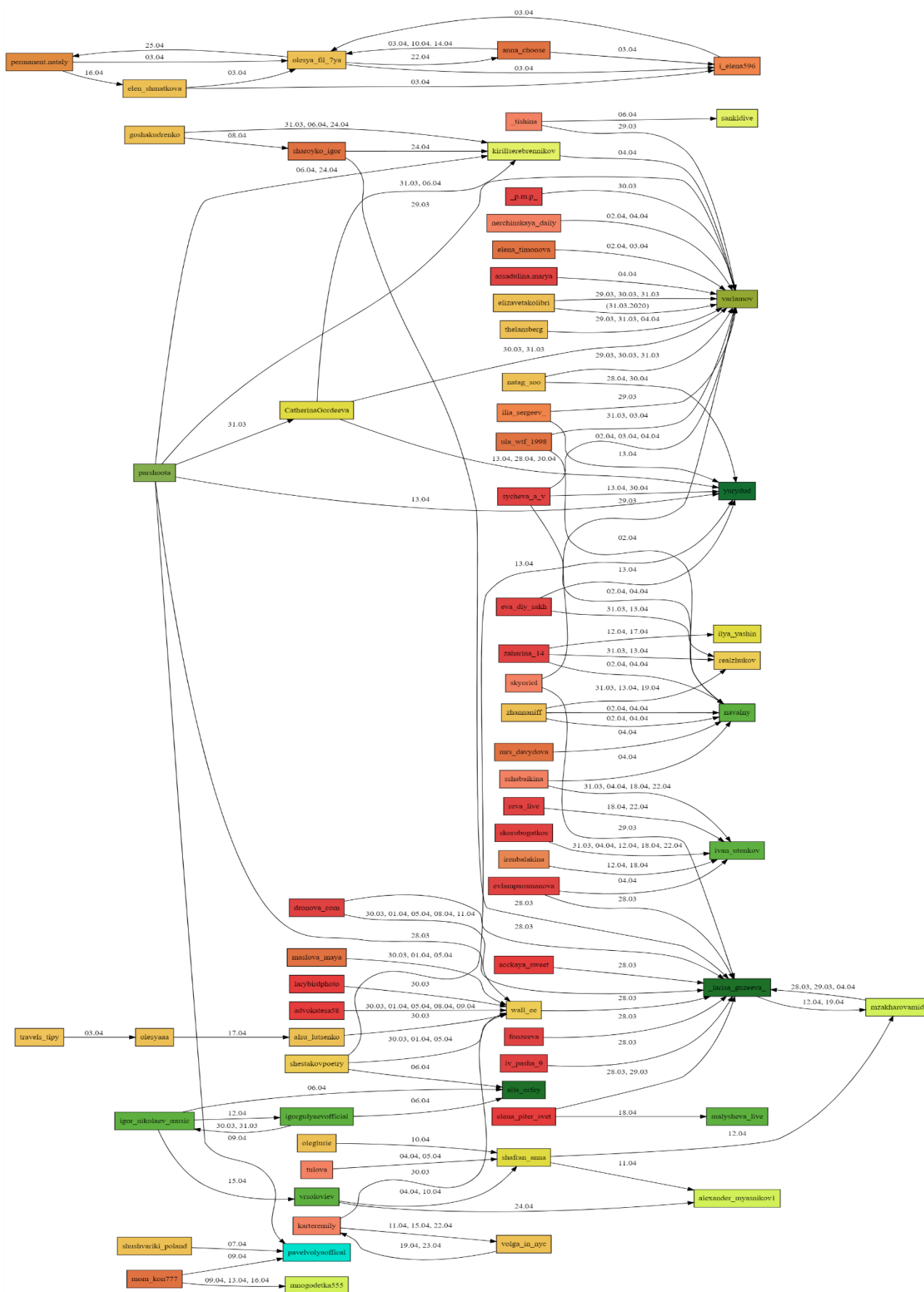
34. i.meshchanev\_04.08.2019, norimyxxxo\_16.08.2019,  
*varlamov\_09.08.2019*, \_love\_anda\_22.09.2019

35. a\_pyetsukh\_06.12.2019\_hr, elinaairola\_06.12.2019\_r,  
elizabeth.yer\_06.12.2019\_hr, s\_rozhdestvenskiy\_06.12.2019\_hr,  
*xenia\_sobchak\_06.12.2019*

36. amburttseff\_15.08.2019, bel\_pobel\_09.08.2019,  
dmi\_bykov\_10.12.2019, olgabazhechkina\_20.09.2019, varlamov\_09.12.2019,  
*yaa.bogdan\_08.12.2019*







## Приложение 6

1. *advokatesa58\_15.04*
2. *badayevas\_02.04*
3. *catherinagordeeva\_31.03*
4. *ilia\_sergeev\_13.04*
5. *ivan\_utenkov\_12.04*
6. *ivan\_utenkov\_18.04, reva\_live\_19.04*
7. *ivan\_utenkov\_22.04*
8. *marinatrous\_cosmetology\_06.04*
9. *mnogodetka555\_09.04*
10. *kuzya\_live\_27.04, mom\_kon777\_23.04, volga\_in\_nyc\_15.04*
11. *acckaya\_sweet\_25.04, alla\_orfey\_06.04, alsu\_lutsenko\_09.04, anzhelina.times\_30.04, chile\_with\_wine\_08.04, cvetochisa\_anuta\_24.04, cvetochisa\_anuta\_30.03, darinavoovk\_29.04, doctor\_bushtyrev\_06.04, elenazolotya\_23.04, elena\_piter\_svet\_28.04, igor\_nikolaev\_music\_30.03, igor\_nikolaev\_music\_31.03, ilya\_yashin\_17.04, irinelya\_05.04, irinelya\_30.04, iv\_pasha\_9\_01.04, izvarina\_ev\_21.04, izvarina\_ev\_24.04, i\_elena596\_03.04, kartermily\_23.04, ksenia\_koshkareva\_30.03, kvashonkin\_01.04, lubov\_plis\_11.04, lubov\_plis\_19.04, malysheva.live\_06.04, malysheva.live\_29.04, maria\_sid0rova\_26.04, maslova.maya\_26.04, moryachka\_li\_14.04, moryachka\_li\_20.04, mzaharovamid\_19.04, nellipvl\_28.04, nemulyag\_19.04, oleglurie\_27.04, olesya\_fil\_7ya\_10.04, permanent.natalya\_25.04, psy\_shelementev\_13.04, psy\_shelementev\_20.04, revanina\_12.04, revanina\_26.04, skorobogatkos\_02.04, sshabakina\_09.04, sshabakina\_18.04, wall\_e.e\_11.04, yazgulstatham\_29.03, zaharina\_14\_18.04*
12. *my.foto.life\_09.04*
13. *nataq\_soo\_03.04*
14. *nataq\_soo\_30.03, wall\_e.e\_09.04, \_tishina\_06.04*
15. *elena\_piter\_svet\_26.04, elen\_shmatkova\_16.04, olesya\_fil\_7ya\_03.04, pavelvolyaofficial\_07.04, t.n.kora\_28.04, \_larisa\_guzeeva\_28.03*
16. *elena\_timonovs\_31.03, realzhukov\_31.03*

17. alexander\_myasnikov1\_18.04, bloger\_627\_04.04, gartenziaa\_03.04, ivan\_utenkov\_04.04, ivan\_utenkov\_31.03, july\_snow28\_08.04, moldir\_blog\_28.04, mother.of.flower\_24.04, nerchinskaya\_daily\_31.03, parshoota\_01.04, povetkinandrey\_25.04, sankldive\_06.04, volga\_in\_nyc\_11.04, vrsoloviev\_13.04

18. *thelansberg\_04.04*

19. *ula\_wtf\_1998\_03.04*

20. *varlamov\_04.04*

21. *varlamov\_30.03*

22. *varlamov\_29.03, varlamov\_31.03 (2)*

23. anna\_choose\_22.04, chile\_with\_wine\_05.04, detkanegra\_04.04, duxovniaaron\_06.04, eva\_diy\_sakh\_28.04, fonzeeva\_13.04, goshakudrenko\_31.03, igorgulyaevofficial\_12.04, igor\_nikolaev\_music\_09.04, jurnalistka\_anna\_17.04, larybirdphoto\_07.04, larybirdphoto\_08.04, mnogodetka555\_13.04, mnogodetka555\_16.04, my.foto.life\_16.04, navalny\_08.04, povetkinandrey\_19.04, roman.shirinyan\_10.04, roman.shirinyan\_13.04, shafran\_anna\_05.04, valentina\_0467\_09.04, varlamov\_31.03, viktoriiabetkova\_04.04, volga\_in\_nyc\_27.04, yuliapavlush\_27.04, zulya.\_z\_23.04

24. july\_snow28\_22.04, kuzya\_live\_11.04, reva\_live\_08.04, viktoriiabetkova\_15.04

25. *wall\_e.e\_01.04*

26. *wall\_e.e\_05.04*

27. *wall\_e.e\_08.04*

28. *wall\_e.e\_29.04*

29. *wall\_e.e\_30.03*

30. alexander\_myasnikov1\_24.04, dronova\_com\_03.04, evgeniy\_shisterov\_09.04, gulnarais\_05.04, kartermily\_19.04, malysheva.live\_18.04, malysheva.live\_19.04, natag\_soo\_07.04, navalny\_02.04, realzhukov\_13.04, sharoyko\_igor\_08.04, shestakov.poetry\_06.04, vrsoloviev\_08.04, vrsoloviev\_15.04, yurydud\_30.04, zhannaniff\_10.04, zulya.\_z\_02.04, \_m\_simonyan\_11.04

31. badayevas\_28.04, elizavetakolibri\_04.04, evgeniy\_shisterov\_06.04, evlamparomanova\_18.04, parshoota\_10.04, zulya.\_z\_07.04

32. *acckaya\_sweet\_09.04 (2), acckaya\_sweet\_09.04, advokatesa58\_24.04, evgeniy\_shisterov\_26.04, gaya.a\_29.04, gulnarais\_14.04, ilia\_sergeev\_29.04, ilya\_yashin\_12.04, kirillserebrenikov\_06.04, larybirdphoto\_21.04, mrs.olesyaaa\_03.04, mrs.olesyaaa\_29.04,*

mzaharovamid\_12.04, olesya\_fil\_7ya\_14.04, pavelvolyaofficial\_21.04, sycheva.a.v\_03.04, t.n.kora\_13.04, yurydud\_13.04, zybareva\_olga\_10.04

33. blogger\_627\_20.04, igorgulyaevofficial\_13.04, iren.balakina\_05.04, iren.balakina\_17.04, juliamalceva\_03.04, jurnalistka\_anna\_03.04, kirillserebrenikov\_24.04, kirillserebrenikov\_31.03, mrs\_davydova\_16.04, nellipvl\_10.04, orgproffi\_04.04, pavelvolyaofficial\_09.04, povetkinandrey\_11.04, realzhukov\_19.04, shushvariki\_poland\_11.04, tomito\_66\_25.04, travels\_tipy\_20.04, tulova\_21.04, ula\_wtf\_1998\_02.04, valentina\_0467\_09.04 (2), valentina\_0467\_14.04, varlamov\_02.04, yazgulstatham\_07.04, yuliapavlush\_18.04, yurydud\_28.04, *\_Larisa\_guzeeva\_04.04*, *\_m\_simonyan\_06.04*, *\_m\_simonyan\_19.04*

34. acckaya\_sweet\_18.04, alsu\_lutsenko\_17.04, assadulina.marya\_02.04, juliamalceva\_16.04, moldir\_blog\_17.04, shafraan\_anna\_04.04, shafraan\_anna\_10.04, skyoriol\_31.03, varlamov\_03.04, zhannaniff\_05.04, *\_Larisa\_guzeeva\_29.03*

35. *\_p.m.p\_30.03.2020*

36. advokatesa58\_03.04, alexander\_myasnikov1\_11.04, fonzeeva\_27.04, gridasova93\_16.04, *\_rod\_inka\_24.04*



