

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего профессионального образования  
«ПЕРМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

# **СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК КАТАЛИЗАТОР КРОССНАЦИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Сборник научных статей

Выпуск 2

Пермь 2014

УДК 070:004  
ББК 76.0  
С 69

**Социальные** медиа как катализатор кросснационального обучения: сб. науч. ст. / ред. Л.А.Фадеева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2014. – Вып. 2. – 94 с.

ISBN 978-5-7944-1934-4  
ISBN 978-5-7944-2371-6 (вып. 2)

Настоящее издание представляет собой второй выпуск рабочих тетрадей по результатам реализации международного проекта «Социальные медиа как катализатор кросснационального обучения». В сборник вошли тексты, подготовленные студентами историко-политологического факультета направления «Политология» (бакалаврами, магистрами, аспирантами) в результате фактического осмысления феномена социальных медиа в ходе образовательного процесса. Анализу подверглись политика идентичности в ходе подготовки и проведения Олимпиады в Сочи-2014, политическая и гражданская идентичность в крымском контексте, фейки и демотиваторы в социальных медиа как средство политизации онлайн-пространства

Сборник предназначен студентам гуманитарных специальностей, всем, интересующимся возможностью использования социальных медиа не только как средства коммуникации, но и как материала и инструмента анализа социально-политических и социокультурных процессов.

**УДК 070:004**  
**ББК 76.0**

Печатается по решению кафедры политических наук Пермского государственного национального исследовательского университета

Под редакцией Л.А.Фадеевой

*Рецензент:* **О. Б. Подвинцев**, д-р полит. наук, проф., зав. отделом по изучению политических институтов и процессов Перм. науч. центра УрО РАН

ISBN 978-5-7944-1934-4  
ISBN 978-5-7944-2371-6 (вып. 2)

© Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2014

## Содержание

<i>Фадеева Л.А.</i> Социальные медиа в образовательном процессе .....	4
<i>Рухтина Е.Д.</i> Олимпиада в сознании российских интернет пользователей на примере ресурса "Живой Журнал" .....	11
<i>Гилев Л.С.</i> Отношение к символике зимней олимпиады 2014 года в российском интернет-пространстве .....	20
<i>Анянова М.И.</i> Олимпиада-2014 в политическом сознании российских интернет-пользователей Twitter .....	25
<i>Петрова Р.И.</i> Сетевые дискуссии о гражданской идентичности россиян на фоне Крыма .....	36
<i>Халаим Д.В.</i> Политическая и гражданская идентичность на примере сетевого сообщества молодых политологов .....	45
<i>Лещев М.Н.</i> Социальные медиа как политизированный сегмент онлайн-дискурса .....	54
<i>Садилова А.В.</i> Значение фейка в социальных медиа в периоды политического кризиса .....	84

Фадеева Любовь Александровна  
*доктор исторических наук, профессор,  
заведующая кафедрой политических наук  
Пермского государственного национального  
исследовательского университета*

## **Социальные медиа в образовательном процессе**

Международный проект "Социальные медиа как катализатор кросс-национального обучения" ("Social Media as a Catalyzer for Cross-National Learning", SoMeCat, EU FP7 Era.Net.Rus) задумывался нами совместно с коллегами из Цюрихского университета прикладных наук, университета Анкары и берлинского исследовательского института NEXUS с целью исследовать социальные медиа, прежде всего, в качестве рабочего инструмента, который используют преподаватели: каковы условия, мотивация, варианты использования и степень его эффектности. Для этого были проведены социологические опросы и анкетирование, результаты которых были опубликованы в первом выпуске данных рабочих тетрадей<sup>1</sup> и в публикациях наших зарубежных партнеров в специализированных журналах<sup>2</sup>.

Другое измерение проекта представлено анализом использования социальных медиа этническими диаспорами в России, Турции, Германии и Швейцарии. Его результаты также нашли отражение в публикациях первого выпуска наших рабочих тетрадей.

Несмотря на различие образовательных систем и национальных традиций, обнаружилось немало общего в том, как используются социальные медиа в образовательном процессе. Преподаватели во всех странах делятся на 3 группы: энтузиастов использования социальных медиа как инструментария,

---

<sup>1</sup> Социальные медиа как катализатор кросс-национального обучения. Сборник научных статей / под ред. Борисовой Н.В., Горшкова А.С., Фадеевой Л.А. Пермь, 2013. 127 с.

<sup>2</sup> Gulbahar Yasemin. Current State of Usage of Social Media for Education: Case of Turkey // Journal of Social Media Studies. 2014. 1(1):53-69; Kilis Selcan, Rapp Christian, Gulbahar Yasemin. Reliability and Validity of Social Media Toolkit. (in print.)

помогающего модернизировать взаимодействие между студентами и преподавателями; скептиков, предпочитающих ориентироваться на проверенные и устойчивые формы и механизмы обучения; и тех, кто настроен на использование социальных медиа как системы обратной связи и средства текущего контроля, но очень постепенно.

Участники проекта из Пермского государственного национального исследовательского университета апробировали использование социальных медиа в образовательных целях в форме создания специальных групп в сети Facebook для студентов, обучающихся в магистратуре по программе «Современная российская политика в сравнительной перспективе», прежде всего, в рамках курса «Российская идентичность в сравнительной перспективе» (профессор Л.А.Фадеева). Группы были задействованы для того, чтобы наладить постоянную систему обратной связи, в которой каждый из участников мог видеть все тексты, публикации, дискуссию по проблематике курса и реагировать оперативно, но в любое удобное ему время. Это особенно важно для студентов-магистрантов, которые в массе своей заняты уже (некоторые - весьма серьезно) профессиональной деятельностью. С одной стороны, участие в группе дает возможность обратиться к преподавателю не только во время занятий или в часы консультаций. С другой стороны, преподаватель дает задание и определяет дедлайн, соответственно, студент обязан разместить в группе материал в обозначенные сроки и в необходимом формате без каких-либо отговорок на занятость в конкретный момент или на личные обстоятельства.

Достаточно быстро группа превратилась в дискуссионную площадку, в которой было налажено системное многостороннее взаимодействие, а не просто система контроля: студент-преподаватель. Участники группы живо реагировали на размещаемые материалы, задавали друг другу вопросы, давали рекомендации, обсуждали откорректированные сокурсниками тексты. К моменту занятий студенты уже были ознакомлены не только с рекомендованными текстами, но и с тем, что подготовили другие. Это

позволяло на самом занятии углубить дискуссию, сосредоточиться на содержательной стороне проблемы, а также оценить и определить наиболее эффективные методы анализа. Использование социальных медиа в образовательном процессе в таком варианте продемонстрировало высокую степень эффективности.

По мере реализации проекта появилось еще одно измерение, представляющее особый интерес для специалистов-политологов - исследование социальных медиа как специфической среды, в которой осуществляются политические коммуникации, вырабатываются интерпретации происходящего, происходит взаимодействие людей, идей, смыслов и ценностей.

Относительно организации учебного процесса социальные медиа могут выступать в качестве объекта изучения, как особая разновидность источника, могут создавать и специальное проблемное поле, осмысление которого становится элементом научной работы студентов.

Использование социальных медиа в подобных целях способствует активизации студенческой исследовательской деятельности. Во-первых, социальные медиа и социальные сети являются, если можно так выразиться, естественной средой обитания современных студентов. Они проводят в сетях значительную часть времени ежедневно. Они отслеживают ключевые события, реакции на них, и сами вступают в полемику именно в социальных сетях. Они знают множество деталей и нюансов относительно их организации. Это часть их повседневной жизни.

Во-вторых, социальные медиа живо реагируют на любые события, в особенности, остро актуальные и политически конъюнктурные. Тексты, посты, комменты, лайки, аудиовизуальные материалы создают контенты и контексты.

В то же время, как справедливо отмечает известный российский специалист Галина Зверева, существует определенное расхождение между тем, с какой легкостью и простотой участвуют в социальных медиа рядовые пользователи, и тем, с какими затруднениями связано изучение социальных

медиа исследователями<sup>3</sup>. Действительно, инструментарий исследования социальных медиа находится в стадии разработки, а сам объект постоянно меняется. К тому же охватить все многообразие ресурсов социальных медиа достаточно затруднительно.

С другой стороны, это создает возможность студентам как исследователям социальных медиа выбрать набор ресурсов для определенной цели и подойти к их анализу, используя критический подход и даже предлагая собственные методики (см. статью Михаила Лещева).

Ключевым методическим принципом при этом является рекомендовать студентам подход к анализу медиа как одной из разновидностей источника с соответствующим применением методов критического анализа и перекрестного допроса источников. Необходимо осознание ими того обстоятельства, что социальные медиа и социальные сети не являются политически и ценностно нейтральными, напротив, они представляют собой поле борьбы, становящейся все более острой, в которой используются как традиционные способы позиционирования своей позиции и диффамации противника, так и создаваемые именно в новой медийной среде, например, разнообразные фейки (см. статью Алены Садиловой).

Это создает проблемы и для самого преподавателя, для научного руководителя, поскольку ставит вопрос о системе его ценностей и соотношении их с контентом конкретного ареала ресурсов социальных медиа, выбранного студентом. Они могут не только не совпадать, но вступать в противоречия ценностного и идеологического характера, особенно, в ситуации политического кризиса. Впрочем, данная проблема вполне вписывается в русло традиционного для любого исследователя вызова: как быть объективным и уметь разводить исследовательский интерес и личностные ориентации и мотивации.

Работа с социальными медиа как разновидностью источника позволяет развить критическое мышление и аналитические способности студентов.

---

<sup>3</sup> Зверева Галина. FAQ: самоидентификация в социальных медиа. [Электронный ресурс]. URL: <http://postnauka.ru/faq/24064>

Студенты нередко чувствуют себя (и вполне справедливо) в роли первооткрывателей, предлагают свое видение анализируемой проблемы. Социальные медиа предлагают стремительно меняющийся контент. Анализ их применительно к конкретной ситуации дает своеобразный screen-shot. Изменение ситуации приводит к радикальному изменению картины в социальных медиа. В таком случае даже screen-shot представляет собой научный интерес. Подготовленный в ходе анализа конкретной проблемы (Олимпиада, Крым и др.) срез социальных медиа выступает в качестве источника с элементами исследования.

В данном сборнике предлагаются работы, подготовленные студентами-политологами (бакалаврами, магистрами, аспирантами) на основании изучения социальных медиа в разные периоды и различных политических ситуациях, на которые оказался столь богат 2014 год.

Представляется, что знакомство с ними будет полезным читателю, прежде всего, молодым исследователям, как в научно-методическом, так и в исследовательском плане.

## **Social Media Significance in the Educational Process**

### **Annotation.**

The international project “Social Media as a Catalyzer for Cross-National Learning” (SoMeCat, EU FP7 Era.Net.Rus) is targeted to the analysis of social media as a toolkit of education, presumably, of cross-national learning. Partners from Zurich University of Applied Sciences, Ankara University, Middle East University (Turkey), NEXUS Institute (Berlin, Germany), Perm State National Research University study the incentives and reasons of university teachers to use social media, the effectiveness and efficiency of social media as a toolkit. The results were published in such works as “Social Media as a Catalyzer for Cross-National Learning. Working Papers” (Perm, 2013), Yasemin Gulbahar “Current State of Usage of Social Media for Education: Case of Turkey”// Journal of Social Media Studies. 2014. 1(1):53-69; Selcan Kilis, Christian Rapp, Yasemin Gulbahar. “Reliability and Validity of Social Media Toolkit”. (in print.).

The development of the project stimulated some new search and dimensions of work. Participants from Perm State National Research University use Facebook groups’ establishment for the students of MA Programme on Political Science. The groups’ work help organize the system of feedback between students and professor (Lyubov Fadeeva). Very soon the groups became a space of academic discussion on the problems of the Russian identity constructing and identity policy in contemporary Russia.

Professor proposed students to analyze social media as a kind of source using critical approach. The results of this work are presented in the second issue of working papers.

Hopefully it would be useful both regarding methods of analysis and political and historical content.

## **Творческие работы студентов-бакалавров IV курса направления «Политология» в рамках курса «Политическая психология»**

Студентам было дано задание проанализировать конструирование российской политической идентичности в контексте Олимпиады в Сочи-2014. Значительная часть работ была выполнена на основе анализа социальных медиа в феврале 2014 года.

**Essays of students (BA Programme of Political Science), prepared in the framework of “Political Psychology” Course. February 2014.**

Professor Lyubov Fadeeva proposed students to analyze the Russian identity policy in the context of Olympiad Sochi-2014.

Students used various social media in order to analyze the constructing of the Russian identity and image of Russia in the context of Olympiad Sochi-2014. They characterize Livejournal, Twitter, Facebook and VKontakte comments regarding Olympiad Sochi-2014 before and during the event, choice of Olympiad Sochi-2014 symbols. All the conclusions define a rapid change of public opinions and emotional atmosphere of social media users after the beginning of Olympiad Sochi-2014. People changed their critical attitudes to the very enthusiastic and positive remarks. Olympiad Sochi-2014 as identity policy' event made a success no less than the sportive victories and results.

Рухтина Екатерина Дмитриевна  
*студентка 4 курса  
направления «Политология»  
Пермского государственного  
национального исследовательского  
университета*

## **Олимпиада в сознании российских интернет пользователей на примере ресурса "Живой Журнал"**

В 2007 г. Россия выиграла конкурс на проведение XXII Олимпийских зимних игр в прекрасном курортном городе Сочи, природное богатство которого, удивительная близость холодных гор и теплого моря, стало одним из доводов в пользу нашей страны. Начиная с этого момента, и по сегодняшний день, возникает множество вопросов, мнений и предположений: зачем нам нужна олимпиада? Зачем государству тратить такие средства (по примерным подсчетам было потрачено около 3 млрд. \$), когда в стране немало внутренних проблем, которые с помощью этих денег можно было решить.

Официальная позиция власти, безусловно, опирается на национальный интерес. В.В.Путин говорил коротко и ясно: «Это не мои личные амбиции. Это прямой концентрированный интерес государства и нашего народа. После развала СССР, после достаточно тяжёлых и, прямо скажем, кровавых событий на Кавказе общее состояние общества было удручающим и пессимистическим. Нам нужно встряхнуться. Понять и почувствовать, что мы можем осуществлять крупные, масштабные проекты»<sup>4</sup>. Но существуют и другие точки зрения на этот счет. Противники олимпиады заявляют, что нашей стране нечем гордится, существует множество проблем, которые необходимо решать в первую очередь: бедность, коммунальные проблемы, ненадлежащее медицинское обслуживание. Сторонники ссылаются на то, что это привлечет инвестиции в нашу страну, пойдет на пользу развитию Сочи, и будет привлекать туда множество туристов, что положительно скажется на экономике страны в целом.

---

<sup>4</sup> Интервью В.В.Путина [Электронный ресурс].URL: <http://www.metronews.ru/novosti/putin-objasnil-zachem-rossii-nuzhna-olimpiada/Tponar---SOdPXtF49vx6/> (дата обращения 26.02.2014).

Можно отметить одну важную тенденцию – с самого начала проект «Сочи 2014» рассматривался как политическое событие, крупный инвестиционный проект, очередной пиар главы государства, способ доказать состоятельность и силу государства, но не как главное спортивное и культурное событие, чем по сути Олимпиада и является. Главная цель этого события – состязание спортсменов, выявление сильнейших, способ показать спортивную силу страны. Но сквозь призму отношения к России на мировой арене, в свете событий в Южной Осетии, Сирии, Украине, в силу «охлаждения» отношений между Россией и США, приходом В.В.Путина на третий президентский срок, политическими делами «Болотной» и скандалом Pussy Riot – Олимпиада в России рассматривается и трактуется с политической точки зрения, прежде всего, а со спортивной – в последнюю очередь.

Исходя из этого, актуально изучить и проанализировать мнения об Олимпиаде, сформировавшееся у граждан России, проследить основные тенденции, изменения с течением времени, возможную корреляцию с произошедшими событиями на международной арене на примере суждений интернет-пользователей такого популярного ресурса, как «Живой Журнал».

### **«Парадоксальный спектакль: общественное мнение и Олимпиада в Сочи».**

Изучая вопрос спорных мнений по поводу проведения Олимпиады в Сочи, я наткнулась на интересную статью Мартина Мюллера «Парадоксальный спектакль: общественное мнение и Олимпиада в Сочи». В данной работе он рассматривает все с позиции известной работы Ги Дебора «Общество спектакля». Автор напрямую связывает такое масштабное событие, как Олимпийские игры с явным спектаклем: «Благодаря величию, визуальной силе и символической целостности они воплощают в себе то, что Ги Дебор в «Обществе спектакля» определяет как основу обществ, в которых доминируют

масс - медиа: производство и потребление образов. Зрелищность становится определяющей чертой почти во всех сферах социальной жизни»<sup>5</sup>.

Россия всего лишь стала частью мирового культурного тренда: «Символические дивиденды от мегасобытий, потребляемых как спектакли, особенно ценятся в тех городах и регионах, которые прежде оставались на периферии глобальных культурных процессов, а теперь стремятся нарастить символический капитал. Начиная с пекинских Олимпийских игр 2008 года, в мире наметилась тенденция к перенесению мест проведения мегасобытий за пределы Западной Европы и Северной Америки. Чемпионат Европы по футболу 2012 года в Польше и Украине, зимние Олимпийские игры 2014-го в Сочи и летние 2016-го в Рио-де-Жанейро, чемпионаты мира по футболу 2010-го, 2014-го, 2018-го и 2022 годов в Южной Африке, Бразилии, России и Катаре стали наиболее показательными примерами этого тренда»<sup>6</sup>. Старый тренд, когда за проведение игр боролись города для привлечения рабочей силы и инвестиций, сменился новым – государства, желающие продемонстрировать свои достижения, состоятельность и подтвердить статус на международной арене. Именно конструирование образа экономической состоятельности и сильной геополитической державы – цель проекта «Сочи – 2014».

Многие пользователи популярного ресурса ЖЖ рассматривают Олимпиаду в Сочи как негативное событие, такое мнение преобладает среди пользователей. «Из года в год одни и те же автомагистрали ремонтируются примерно в одном и том же месте. Из года в год одно и то же - многокилометровые пробки, часы, проведенные в машине, убитое время и нервы. Скажите мне, зачем нам такие грандиозные, много миллиардные проекты как Олимпиада в Сочи, наноград Сколково, если мы не можем элементарно строить нормальные дороги и не в состоянии организовать и

---

<sup>5</sup> Мюллер М. Парадоксальный спектакль: общественное мнение и Олимпиада в Сочи [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2013/2/m13.html> (дата обращения 26.02.2014).

<sup>6</sup> Мюллер М. Парадоксальный спектакль: общественное мнение и Олимпиада в Сочи [Электронный ресурс]. URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2013/2/m13.html> (дата обращения 26.02.2014).

обеспечить правопорядок на них?»<sup>7</sup>. Такие высказывания наполнили новостную ленту блога ЖЖ 6 лет назад, когда Россия только выиграла конкурс на проведение Олимпиады. Вопрос «Зачем нам Олимпиада?» задавался не только в интервью на ТВ, радио и в печатных СМИ, а также стал самым популярным и в интернет пространстве, по сути, нося чисто риторический характер. Каждый отвечал для себя на него сам и трактовал все происходящее со своей точки зрения. Некоторые пользователи относились скептически в плане спортивной мощи нашей страны, сможем ли мы взять очередную спортивную высоту «Если Россия ТАК выступит и в Сочи, то зачем нам эта зимняя олимпиада 2014 года? А может быть, как раз в Сочи мы порвем всех? Ведь смотрите, как отлично выступили канадцы у себя на родной земле»<sup>8</sup>. Но все же, многие ставили на чашу весов внутренние социальные, экономические, политические проблемы с одной стороны, и предстоящие огромные затраты - с другой. Некоторые пользователи рассматривали это событие в первую очередь как крупномасштабный пиар В.В.Путина, направленный на повышение его рейтинга, потерявшего несколько позиций в последнее время, в том числе и из-за тандема Путин – Медведев.

Помимо просто негативных отзывов, были и ярко радикальные, с призывом о бойкоте игр в Сочи «...было направлено [официальное обращение в Международный олимпийский комитет](#) с просьбой перенести проведение Олимпийских игр 2014 из Сочи в другую страну, где уважаются демократические ценности и соблюдаются права человека. Международный олимпийский комитет, который утверждает, что якобы отстаивает «Олимпийские идеалы» и «дружбу народов», сам подрывает мирные основы Олимпийского движения без угрызений совести, дарит возможность проведения спортивных Олимпиад тоталитарным режимам. Летние Олимпийские игры 2008 были подарены Китайскому тоталитарному режиму,

---

<sup>7</sup> Ресурс Живой Журнал [Электронный ресурс].URL: <http://su155-serp.livejournal.com/20337.html> (дата обращения 26.02.2014).

<sup>8</sup> Ресурс Живой Журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://andrey-che.livejournal.com/747310.html> (дата обращения 26.02.2014).

который, не колеблясь, топил в крови протесты населения в Тибете, а теперь зимние Олимпийские игры 2014 подарены не менее жестокому тоталитарному режиму Владимира Путина в России, который не соблюдает права человека и демократические свободы»<sup>9</sup>. Такие высказывания являются своего рода ответом на действия властей: политические дела «Болотной» и дело Pussy Riot. Если проводить контент – анализ, то выявится явная отрицательная тенденция, а лозунг «Нет, Сочи -2014» - станет явным лидером.

Высказывания «средней окраски», не явно против, но и не точно за, высказывались реже, чем негативные. Многие из тех, кто хоть как-то пытался оправдать данное событие, оперировали мировым опытом проведения Олимпийских игр, делая акцент на том, что все страны сталкивались с трудностями, в том числе и финансового плана, Россия – не первая и не последняя, и не особенная, об этом тоже не стоит забывать «Так что такой резкий прирост финансовых вложений не чисто русская реалья, а характерен для многих Олимпиад. И сколько бы ни пытались «доброжелатели» представить сочинскую Олимпиаду метафорическим образом головой российской коррупции они, по меньшей мере, умалчивают о мировом опыте проведения соревнований такого уровня. А этот опыт показывает, что все проблемы, имеющие место быть при подготовке Игр в Сочи, не уникальны, а вновь и вновь встают перед страной-организатором очередной Олимпиады»<sup>10</sup>. Положительных отзывов и вовсе мало. Те, кто пытаются подчеркнуть все плюсы, говорят в первую очередь об инвестициях в Россию и в Сочи, в первую очередь, развитию государства как спортивной арены, развитию города Сочи как курорта мирового уровня и привлечении зарубежных туристов.

Такая тенденция наблюдается на протяжении всего времени подготовки к проведению Олимпийских игр. Политические события, происходящие параллельно с грандиозной олимпийской стройкой, только укрепляли

---

<sup>9</sup> Ресурс Живой Журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://vchcommission.livejournal.com/9017.html> (дата обращения 26.02.2014).

<sup>10</sup> Ресурс Живой Журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://vvv-ig.livejournal.com/563000.html> (дата обращения 26.02.2014).

негативное отношение граждан. Весь 2013г., ставший финишной прямой на этапе стройки олимпийских объектов, тема «Сочи-2014» стала главной и единственной в жизни страны, я бы даже сказала, что наступила «всеобщая олимпийская истерия». Все желающие высказывали предположения, успеют ли достроить объекты? На личном опыте могу отметить, еще в июле 2013 года, когда мне представился случай посетить будущую столицу спорта, не представлялось, что все действительно успеют достроить, город был одной большой стройплощадкой, где у некоторых сооружений был готов только фундамент. Спортивные обозреватели строили прогнозы на возможности наших спортсменов, ведь это домашняя олимпиада, столько сил и финансов вложили в это событие, наши спортсмены просто обязаны защитить спортивную честь России.

Прошедшие Олимпийские игры 7-23 февраля в Сочи, на мой взгляд, изменили расклад сил и тенденции в отношении россиян к этому событию. Столь грандиозное и масштабное событие на некоторое время объединило всех, кто был против, за или же воздержался. На один момент мы все стали патриотами и болельщиками. На работе, дома, на улице, в университете, в интернете люди обсуждали наши успехи и неудачи, оценивали соревнования, уровень их проведения и подготовку наших спортсменов, смотрели прямые трансляции и следили за общим медальным зачетом. С каждой завоеванной золотой медалью росла гордость за нашу страну, и забывались все спорные и негативные моменты, связанные с подготовкой к играм. Церемония открытия не оставила никого равнодушным, она показала, ради чего все эти 6 лет государство сконцентрировало все ресурсы вокруг Сочи, это действительно грандиозный проект, который под силу мощному государству, и Россия это доказала. Церемония открытия игр вызвала множество восторженных откликов, как среди россиян, так и среди зарубежных гостей, например, американских: «Лучшее открытие Олимпиады, которое я когда-либо видел!; Это было удивительное открытие Олимпиады! Это так прекрасно, когда люди по всему миру собираются вместе, просто ради спортивного соревнования! Люди из

разных стран объединяются! Никакой политики, пожалуйста!; Когда такое было, чтобы новая Олимпиада была дешевле предыдущей? Я думаю, это нормально, что каждая новая стоит дороже предыдущей; Грандиозное шоу! Лучшее из любых зимних игр, и столь драматическое и захватывающее, чем любая из летних! Оно помогло зрителю узнать основные моменты российской культуры и истории»<sup>11</sup>. Церемония открытия и закрытия игр, действительно, на мой взгляд, была направлена организаторами именно на деполитизацию, на демонстрацию культурной самобытности и национального богатства нашей страны.

После грандиозной победы России в общем медальном зачете, риторика интернет-пользователей приобрела явный позитивный окрас. Пользователи ЖЖ открыто и эмоционально радовались нашей победе, и все негативные отклики по поводу коррупции и крупномасштабном отмывании денег отошли на второй план. « Слава победителям. Вчера был хороший день, не правда ли? Признаюсь, после Ванкувера я никак не ожидал, что Россия сможет достойно выступить на домашней олимпиаде. Путину за проведение олимпиады в Сочи ставлю плюс. Прошло не хуже, чем у других, а сам Путин особо не высывывался, и праздник россиянам устроил. И я вышел из группы VK "Олимпиада в Сочи 2014 - очередной повод разворовать деньги!", куда вступил в 2007 году. Я был не прав. Не в том, что деньги не разворовали, а в том, что Олимпиада в Сочи оказалась не про деньги»<sup>12</sup>. Данной цитатой рядового блогера ЖЖ можно охарактеризовать настроение общества после проведения Олимпиады. Организация на высоком уровне, яркое и грандиозное шоу церемонии открытия и закрытия, отличная подготовка наших спортсменов и их победа, все эти факторы в совокупности повлияли на мнение россиян.

«В проведении Олимпиады в Сочи наблюдается много плюсов. Во-первых, это незабываемое событие, которое останется в истории нашей страны

---

<sup>11</sup> Блог [Электронный ресурс]. URL: [http://www.spletnik.ru/blogs/govoryat\\_chno/88184\\_mneniya-nekotorykh-amerikantcev-o-rossii-i-olimpiade](http://www.spletnik.ru/blogs/govoryat_chno/88184_mneniya-nekotorykh-amerikantcev-o-rossii-i-olimpiade) (дата обращения 26.02.2014).

<sup>12</sup> Ресурс Живой Журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://andresol.livejournal.com/109628.html> (дата обращения 26.02.2014).

и в памяти людей, которые ее посетили или увидели по телевизору. Во-вторых, страна-организатор Игр получает авторитет в мировом сообществе. В-третьих, Олимпиада оставит после себя наследие, выражаемое в высокотехнологичных олимпийских объектах и инфраструктуре города, который после Игр станет отличным курортом. Данный список можно продолжать очень долго, поэтому весть о том, что событие затмило весь негатив - выглядит логичным и правильным»<sup>13</sup>. Прошедшая Олимпиада изменила мнение граждан в лучшую сторону по многим показателям. Тенденция негативного мнения сменилась на восторженные отклики так же и в интернет - пространстве, лента новостей на ресурсе ЖЖ заполнена похвалой и гордостью за свою страну!

Олимпиада в Сочи - успех России! Таким языком последние несколько дней говорит интернет-пространство. На протяжении 6 лет Олимпиада в Сочи была некоторым камнем преткновения, можно сказать, что наше общество разделилось на два лагеря – за и против, причем количество противников явно превосходило. Сочи – 2014 стало именем нарицательным, и каждый под этим понимал что-то свое, проводил свои ассоциации и строил свои надежды и прогнозы. Олимпийские игры прошли, но они навсегда останутся в памяти всех тех, кто следил за этим масштабным спортивным событием, и особенно, безусловно, запомнится наша гордость – победа России.

«Зимние Олимпийские игры в Сочи получились масштабным, качественным и красивым праздником, и это результат большой коллективной работы. Мы хотели создать праздник для всего спортивного мира, всей планеты. И мы очень рады, что это получилось. Получилось масштабно, качественно и красиво»<sup>14</sup> - заявил В.В. Путин в интервью российским телеканалам.

---

<sup>13</sup> Ресурс Живой Журнал [Электронный ресурс]. URL: <http://slevin324.livejournal.com/20469.html> (дата обращения 26.02.2014).

<sup>14</sup> Сайт Риа Новости [Электронный ресурс]. URL: [http://ria.ru/sochi2014\\_around\\_games/20140225/996810828.html](http://ria.ru/sochi2014_around_games/20140225/996810828.html) (дата обращения 26.02.2014).

В интернет-пространстве данная точка зрения полностью поддерживается и находит свой отклик. Люди благодарят В.В.Путина за спортивный праздник, который объединил не только россиян, но и весь мир. Политика отходит на второй план, а на первый выходит мировой спорт, что и является главной целью Олимпийских игр. Данная тенденция четко проявляется и среди пользователей ресурса ЖЖ. Отрицательные и негативные отзывы, сопровождающие на протяжении всего времени олимпийскую стройку сменились восторженными откликами, гордостью за наших спортсменов, за нашу страну.

Гилев Лев Сергеевич  
студент 4 курса  
направления «Политология»  
Пермского государственного  
национального исследовательского  
университета

## **Отношение к символике зимней олимпиады 2014 года в российском интернет-пространстве**

*До свиданья, наш ласковый мишка...*

Понятие символа, появилось в Древней Греции, и первоначально обозначало вещественный знак, имевший тайный смысл для группы лиц, объединенных вокруг какого-нибудь культа. С тех времен в его значении мало, что изменилось, но символы стали играть политическую, культурную и другие роли.

Сами олимпийские игры тоже являются символом, символом мира. Недаром во время их проведения войны затихали, а воины уже соревновались в беге или в метании диска, чтобы получить оливковую ветвь – символ победы.

В XX веке у Олимпийских игр появляются олимпийская эмблема, олимпийский флаг, гимн, девизы и лозунги, талисманы, свои клятвы и снова зажигается олимпийский огонь.

И вот в 2007 году стало известно, что зимние Олимпийские игры-2014 пройдут в российском городе Сочи. Началась подготовка: от строительства объектов до строительства надлежащего имиджа у игр.

Инновационная эмблема Олимпийских игр «Сочи 2014» представляет миру сегодняшнюю Россию, раскрывает ее для современного поколения интернета, для людей, стремящихся к прогрессивным изменениям. Эмблема Олимпийских игр 2014 года была официально представлена российской и мировой общественности 1 декабря 2009 года. Она состоит из зеркально



отражающихся элементов «SOCHI» и «2014», которые воплощают уникальность местоположения города Сочи, где заснеженные вершины гор отражаются в Черном море. Элемент .ru символизирует то, что Игры 2014 года – это гордость всей страны. Составляющей эмблемы являются олимпийские кольца – символ мирового Олимпийского движения.

Эмблема Паралимпийских игр 2014 года была представлена 12 декабря 2009 года, в день празднования первого в истории России Международного паралимпийского дня. Ее отличительным составным элементом является символ Паралимпийского движения – красная, синяя и зеленая полусферы.

В 2010 организационный комитет зимних олимпийских и паралимпийских игр в Сочи в 2014 году совместно с газетой «Известия» объявили всероссийский конкурс талисманов игр, в котором мог принять участие любой желающий. Всего на конкурс было прислано 24 048 работ от участников со всех регионов России и граждан, проживающих за рубежом.

Именно тогда популярность в российском интернет-пространстве набирает Зойч, который представляет собой бесхвостую амфибию, покрытую синим мехом. Передние конечности у земноводного отсутствуют. В глазах амфибии вращаются олимпийские кольца, выполняющие роль зрачков: чёрное, жёлтое и синее в правом глазу и красное с зелёным в левом соответственно. Во рту амфибия держит горнолыжную палку. Венчает талисман Большая императорская корона. А имя амфибии происходит от числа 2014. Получивший скандальную известность как "протестный" талисман Зимних игр, на самом деле оказался основным элементом вирусной рекламной кампании, организованной самим оргкомитетом Олимпиады.

Зойч завоевал огромную популярность среди интернет-пользователей: количество просмотров ролика в его поддержку на YouTube превысило полмиллиона человек, сюжет о нем оказался в эфире почти всех ведущих российских и некоторых зарубежных телеканалов. Зойч вышел на первое место интернет-голосования в первый же день публикации и за три месяца была не на первой строчке только три дня. Но как сказано выше, этот образ был попросту

заказан оргкомитетом для разогрева интереса к голосованию за символ предстоящего спортивного события.

Что же касается новых талисманов, то по итогам всенародного голосования официальными талисманами Олимпийских игр 2014 года в Сочи стали Леопард, Белый медведь и Заяц. Талисманами Параолимпийских игр в Сочи стали Лучик и Снежинка – они были выбраны чемпионами-паралимпийцами.



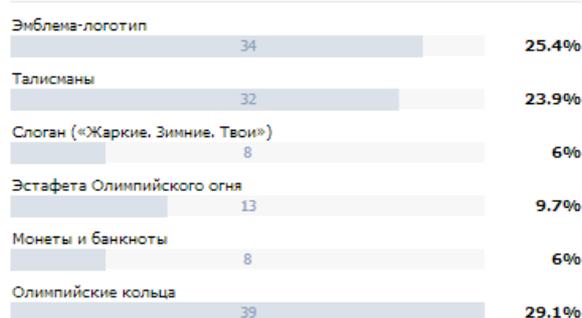
По итогам голосования победил Леопард, второе место занял Белый мишка. Но после окончания олимпиады, на вопрос «Какой талисман Сочи-2014 вам нравится больше всего?» интернет-пользователи стали предпочитать Белого мишку, затем Леопарда, Зайку. Около 9 % ответившим ни один из представленных талисманов не нравится ([http://vk.com/club42884994?w=wall-42884994\\_2155](http://vk.com/club42884994?w=wall-42884994_2155)).

Возможно, популярность Белого Мишки стала расти опять же из-за соответствующей имиджевой политики и как следствие таковой - представления Белого мишки как связи времен с мишкой Олимпиады-80.

Но, тем не менее, российские пользователи интернета на вопрос «Как вы думаете, через 20 лет талисманы Олимпиады 2014 добьются такого же успеха, как олимпийский Мишка 1980?» расходятся во мнениях: большинство считает «Определенно, нет», их догоняет позиция «Да, конечно», затем идут затрудняющиеся ответить, а некоторые вообще не в курсе про эти талисманы ([http://vk.com/club42884994?w=wall-42884994\\_2147](http://vk.com/club42884994?w=wall-42884994_2147)).

На следующий опрос: «Какой символ Олимпиады-2014 наиболее важен? Что для Вас было (есть) в первую

Какой символ Олимпиады-2014 наиболее важен? Что для вас было(есть) в первую очередь символом Олимпиады в Сочи? Анонимное голосование



Проголосовало 134 человека.

Получить код

очередь символом Олимпиады в Сочи?» интернет-пользователи отвечали «Олимпийские кольца», имея ввиду и нераскрывшееся кольцо на открытии, «Эмблема-логотип», так как именно он печатался на всех плакатах, продуктах, транслировался по тв, «Талисманы» - добрые зверюшки, как бы живое олицетворение игр. Другие пользователи обратили большее внимание на эстафету олимпийского огня, слоган, а также монеты и банкноты как символы олимпиады ([http://vk.com/club42884994?w=wall-42884994\\_2150](http://vk.com/club42884994?w=wall-42884994_2150)).

Компания Online Market Intelligence (ОМІ) провела исследование об использовании олимпийской символики на разных товарах. В онлайн-опросе приняло участие 8 639 респондентов проживающих в крупных городах России.

Респондентам было задано два вопроса. Один о доверии товару, на котором изображена олимпийская символика, другой — о том, будет ли куплен товар малоизвестных марок при условии использования той же символики.

Как показали результаты опроса ОМІ, 36% россиян будет больше доверять товару в том случае, если на этикетке товара они увидят олимпийскую символику. При этом доверие нередко будет зависеть от продукта (17% респондентов выбрали вариант ответа «все зависит от того, какой товар»).

При более детальном рассмотрении портрета респондента становится очевидным, что в регионах потребители немного «более доверчивы», чем в столицах — доля тех, кто доверяет олимпийской символике незначительно выше. Мужчины несколько более склонны доверять олимпийской символике, чем женщины. Женщины и группы людей старше 45 лет склонны внимательнее относиться к товару с использованием олимпийских символов.

Во втором вопросе респондентам предлагалось отметить те из 26 товарных категорий, для которых было верным утверждение о покупке продукта или товара плохо известных марок, если на этикетке (самом товаре) будет изображена олимпийская символика.

Олимпийскую символику как дополнительный стимул для покупки, больше всего воспринимают на товарах для спорта (47%) и минеральной воде (33%). Очевидно, что они имеют стойкий имидж «здоровых товаров».

Одежду и обувь малоизвестных марок, но с олимпийской символикой готовы купить 30% респондентов.

Среди верхних строчек выделяются товарные категории, явно не имеющие прямого отношения к спорту, среди них безалкогольные напитки (19%), товары для детей (11%) и средства личной гигиены (9%)<sup>15</sup>.

Хотелось бы отметить еще один символ олимпиады, придуманный интернет-пользователями в связи с грандиозными суммами, потраченными на нее и скрывающимся от общественности. Это пила, что намекает на развивающуюся коррупцию, благодаря олимпиаде. Официальные символы должны были не только создать атмосферу доброго начала, но и заглушить то негативное, что периодически появлялось в сети.

Отношение российских интернет-пользователей к символике Олимпийских игр, как выяснилось, весьма поддается конструированию. На вопрос «Каково отношение российских интернет-пользователей к символике Сочи-2014?», можно смело ответить «позитивное», и добавить «и конструируемое».

---

<sup>15</sup> Маркетинговые онлайн исследования [Электронный ресурс] URL: <http://www.omirussia.ru/ru/analytics/news/2014/02/news185.html> (дата обращения 28.02.2014).

Анянова Марина Игоревна  
студентка 4 курса  
направления «Политология»  
Пермского государственного  
национального исследовательского  
университета

### **Олимпиада-2014 в политическом сознании российских интернет-пользователей Twitter**

« - Привет, ты будешь смотреть Олимпиаду по телевизору и болеть за наших?»

- Нет.

- Почему?

- Ну, представь себе, ты получил зарплату, а в подворотне какие-то чуваки с пистолетами и в масках отобрали у тебя деньги, потом залили на YouTube видео о том, как они круто погуляли на эти деньги в казино. Неужели же ты будешь смотреть и болеть за них?»

*Анекдот из сети.*

Зимние Олимпийские игры 2014 в Сочи уже в прошлом. Эти 17 дней соревнований приковали внимание сотен миллионов зрителей во всем мире: здесь был и восторг после свершения невозможного, и слезы радости, и вспышка эмоций, и добытые за пределами трудом победы.

Олимпиада побила рекорды не только по вложенным в ее организацию средствам, но и по количеству отзывов о ней в социальных сетях. Среди них оказался Twitter.

Стартовавшая 7 февраля Олимпиада в Сочи стала одним из самых обсуждаемых событий в Twitter, войдя в список мировых трендов.

Twitter, которым пользуются более 200 миллионов человек в мире, отправляя короткие сообщения о текущих чувствах и событиях, может рассматриваться как глобальный социальный сенсор.

Twitter дает возможность наблюдать, как часто в мире упоминается сочинская Олимпиада. Отслеживаются сообщения благодаря хештегам, которые ставят пользователи (#сочи, #сочи2014, #олимпиада, #олимпиада2014).

Оценку Олимпиаде в Сочи россияне дали еще до ее старта.

В период, предшествовавший началу Олимпийских игр 2014 г., в массовом сознании россиян была отчетливо проявлена отрицательная оценка самой идеи проведения Олимпиады в Сочи, неверие в возможность воплощения проекта и даже его провал. Олимпиада-2014 рассматривалась как «ненужный, вредный проект», «невыполнимая задача», «способ незаконного обогащения».

Олимпиада воспринималась больше как геополитическое состязание, чем спортивное. Особо было заметно недовольство распределением денег в стране.

Замечу, что пик активности пользователей пришелся на период с октября 2013 года (начало эстафеты Олимпийского огня) до 23 февраля 2014 года (закрытие Олимпиады).

 **Oleq +18** @OGRETS 15 янв.  
#Брянск олимпийский! Радость и надежда сквозит из ран убитых  
дорог #Сочи2014. [pic.twitter.com/9alu9wZund](http://pic.twitter.com/9alu9wZund)  
[Скрыть фото](#) [← Ответить](#) [↻ Ретвитнуть](#) [★ В избранное](#) [\\*\\*\\* Ещё](#)



 **Интересные Факты** @WorldMyLab 9 янв.  
Из рубрики "Олимпиада нам важнее". Палата в подмосковной  
больнице. #сочи2014 #олимпиада [pic.twitter.com/BxP179pBh5](http://pic.twitter.com/BxP179pBh5)  
[Развернуть](#) [← Ответить](#) [↻ Ретвитнуть](#) [★ В избранное](#) [\\*\\*\\* Ещё](#)



Отдельного внимания заслуживает эстафета Олимпийского огня, которая являлась самой продолжительной и масштабной в истории Олимпийских игр и которую никак не смогли не «прокомментировать» пользователи Twitter. Сама эстафета проводилась в период с 7 октября 2013 года по 7 февраля 2014 года. Кроме непосредственно крупных городов, олимпийский огонь побывал на Северном полюсе, на дне озера Байкал, на вершине Эльбруса. Один олимпийский факел (но не огонь) побывал в космосе на МКС — этим факелом зажжена чаша огня на церемонии открытия.

«Эстафета Олимпийского огня — одно из самых важных событий, связанных с Играми. Это эмоции, которые по накалу не уступают самим Олимпийским соревнованиям. У Эстафеты «Сочи 2014» ответственная миссия

— объединить всю страну, тем самым заново открыв многообразие и красоту России, в первую очередь, для самих россиян. На один день каждый из населённых пунктов, где пройдёт Эстафета, станет столицей Эстафеты Олимпийского огня, и это уникальный шанс для городов и посёлков заявить о себе на весь мир.

— Президент Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрий Чернышенко».

Иным было мнение российских пользователей Twitter. Были и насмешки, и критика.



**Alex** © @pharaon01

13 янв.

**#Сочи2014** Скорая пропускает эстафету олимпийского огня в Липецке (фото Алены Вершининой) [pic.twitter.com/MdmshYAydM](https://pic.twitter.com/MdmshYAydM)

Скрыть фото

Ответить

Ретвитнуть

В избранное

Ещё



**Дмитрий Кравец** @Dima\_Kravez

12 янв.

Тем временем в Саратове. Эстафета **#Сочи2014** выходит на финишную прямую) [pic.twitter.com/9w5ji89S72](https://pic.twitter.com/9w5ji89S72)

Развернуть

Ответить

Ретвитнуть

В избранное

Ещё





Джон Энтони @eto4you

11 янв.

Без комментариев! #олимпийскийогонь #олимпиада  
[pic.twitter.com/amVunDCD0D](http://pic.twitter.com/amVunDCD0D)

Развернуть

← Ответить

↻ Ретвитнуть

★ В избранное

⋮ Ещё



Илья Яшин @IlyaYashin

18 дек.

"Здрасьте! Зажигалки есть в продаже?" #Сочи2014  
[pic.twitter.com/FAcOyubqUyq](http://pic.twitter.com/FAcOyubqUyq)

Развернуть

← Ответить

↻ Ретвитнуть

★ В избранное

⋮ Ещё

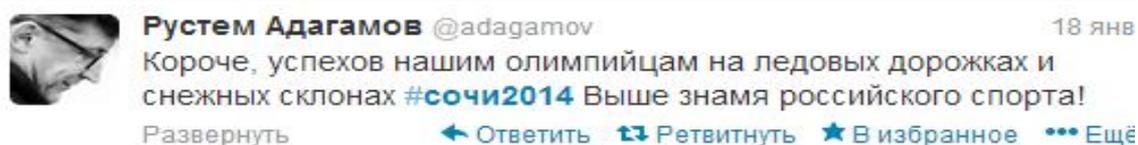


Нельзя не добавить, что россияне отметили, что «оригинальный дизайн факела» напоминает стилизованную букву «Р» с логотипа этикетки «Русской водки».

Не обошли вниманием пользователи и символы Олимпиады.



Только критикой дело, конечно, не обошлось, были твиты и с поддержкой Олимпиады. Но таких оказалось гораздо меньше.



Можно сказать, что до открытия Олимпиады в «твиттосфере» преобладала атмосфера в большей степени пренебрежения и негативного отношения к данному мероприятию.

Самым интересным для меня, оказалась смена мнений по отношению к данному спортивному действию после его официального открытия 7 февраля.

Пользователи сети твиттер активно комментировали трансляцию открытия олимпийских игр в Сочи 7 февраля. Наиболее емко выразил состояние сети пользователь под ником Niko: "Если не знать что происходит, можно подумать, что весь твиттер [сошел с ума]".

Открытие оценивалось как: «Грандиознейшее театрализованное шоу!!!», «Самое крутое представление наверное которое я видел на олимпиадах...», «Слава Великой России! Успехов спортсменам-олимпийцам!» и пр.

Церемония, за которой в прямом эфире следили более трех миллиардов человек, ворвалась в олимпийскую историю. "Ночь незабываемой красоты", "исключительный спектакль", "величественное событие на берегу Черного моря" и "представление великой державы" – пользователи не скупилась на комплименты.

«Корейцам такое не сделать, никогда не сделать» - звучало как вердикт.

Вопреки прогнозам Олимпиада стала феерическим событием, национальной идеей и поводом для гордости.

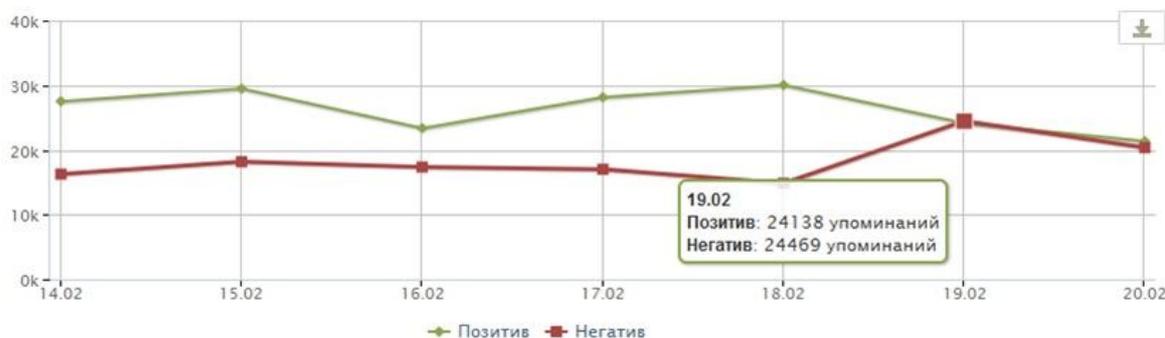
«В такие моменты просыпается далеко закопанное чувство патриотизма к России. ГОРЖУСЬ СВОЕЙ СТРАНОЙ» - написал пользователь @Siriinok.

В целом, картину можно представить в виде такого графика.

В день Церемонии открытия количество позитивных упоминаний превышает негатив почти в 2,5 раза и с тех пор остается стабильно высоким.



Период с 14 по 20 февраля стал самым тяжелым как для спортсменов, так и для болельщиков Игр. Поражение в хоккее, отказ от участия в соревнованиях Евгения Плющенко, падение Юлии Липницкой, сопереживание жителями Украины и участникам её сборной.



Но уже 20 числа позитивный тренд возвращается в обсуждения Олимпиады, с 21 начинает расти и достигает пика 23 февраля – в день Закрытия Олимпиады опубликовано более 100 тысяч восторженных сообщений:



Пользователи гордятся Россией и Сочи, благодарят организаторов Игр, композиторов, актеров и сценаристов церемонии. Но больше всего слов восхищения и благодарности удостоиваются, конечно же, спортсмены.

Так пользователь @souba\_obzhigayouchii отметил: «Каждый раз, когда вы бежали, катались или прыгали - мы были с Вами. Спасибо, что сделали #Сочи2014 праздником спорта!».

А пользователь @SovaKate написала: «Россия, ты молодец... я в шоке, ты заняла первое место, провела потрясающую олимпиаду и вернула людям патриотизм...»

Самыми упоминаемыми в Twitter видами спорта стали хоккей (он занял первое место), керлинг, фигурное катание, бобслей и сноуборд.

По количеству «олимпийских» твитов на миллион населения впереди всех оказалась Южная Корея. Россия – на втором месте, на третьем – Япония.

Популярный сервис микроблогов составил топ-рейтинг спортсменов, видов спорта, твитов и фотографий, вызвавших наибольший ажиотаж во время Олимпиады в Сочи. Данные по России.

## Fastest Growing Profiles

Month Week Day

Name	Followers
 Sochi 2014 ✓	+188 107 ↗
 Evgeni Plushenko ✓	+62 016 ↗
 Maria Sharapova ✓	+47 723 ↗
 Игры Сочи 2014 ✓	+47 011 ↗
 Alex Ovechkin ✓	+40 883 ↗

Любопытно, что во время торжественной части наибольшую активность проявили жители Южной Кореи. Россияне оказались только лишь на втором месте. Третьи в рейтинге - канадцы.

## Tweets about the #Sochi2014 games

Tweets Feb 6 to Feb 24, 2014 mentioning the Olympics in eight different languages. Ranked by Tweets per million population



Source: Twitter, [Get the data](#), [Embed this chart](#)

Твит-карта демонстрирует количество сообщений, учитывая численность населения той или иной страны. Чем темнее цвет территории страны на карте, тем чаще ее жители упоминают Олимпиаду.

В заключении хочется сказать, несмотря на то, что все мы разные – взрослые и дети, студенты и школьники, спортсмены и рабочие, политики и юристы, менеджеры и журналисты - это событие объединило, пожалуй, всех. Объединило оно не только россиян, но и весь мир, по крайней мере, добрую его половину. Пусть только в сети, но все же.

Еще до самой Олимпиады, среди россиян блуждало мнение, что Олимпиаду мы «завалим», даже не в медальном плане, а в плане ее проведения и организации. Реалия же такова, что Сочинская Олимпиада признана одной из лучших зимних олимпиад в истории, а ее открытие признали самым технологичным открытием за все время проведения аналогичных зимних соревнований.

У россиян появилась возможность радоваться тому, что мир узнал другую Россию. Культурную, технологичную, спортивную и гостеприимную.

## **Зачетные работы студентов 1 курса магистратуры «Российская идентичность в сравнительной перспективе»**

### ***Социальные медиа о проблематике гражданской идентичности***

Essays of students (MA Programme of Political Science, course of Professor Lyubov Fadeeva “The Russian Identity in Comparative Perspective”.

There are the results of students’ investigation devoted to the definition of politic and civic identities in contemporary Russia. Students of the 1<sup>st</sup> course of MA Programme “Russian Identity in Comparative Perspective” used various social media inquiring into the discussions and discourses on civic and political identity. Both of them analyze it in the context of contemporary political events and processes, first of all, Crimean question. The work of Regina Petrova is based on analysis of Facebook discussions and comments on the resources of “Izvestia”, “Vzglyad”, “Novaya gazeta” “Inosmi”. The author characterizes the differentiation and even polarization of authors’ comments regarding Crimea, Putin, patriotism.

Dina Khalaim chooses for the analysis special resource of younger political scientists in VKontakte “Listen: Political Science”. She describes the matrix of identity consisting of political, civic and professional ones.

Петрова Регина Игоревна  
*магистрант 1 курса  
направления «Политология»  
Пермского государственного  
национального исследовательского  
университета*

## **Сетевые дискуссии о гражданской идентичности россиян на фоне Крыма**

События, происходившие последние пять месяцев вокруг присоединения Крыма к России, актуализировали споры не только относительно внешнеполитического курса страны, но и вновь подняли на поверхность вопросы идентичности. В первую очередь, это оказались проблемы гражданской идентичности, что является маркером членства и участия в макрополитическом сообществе, самоидентификацией индивида с политической нацией<sup>16</sup>. Эти события, как никогда, обострили восприятие происходящего, одновременно затруднили попытки определения себя в качестве гражданина, а дискуссии продемонстрировали множественность маркеров. Обнаружилось, что гражданская идентичность не всегда воспринимается с позиций лояльности государству и поддержки власти, но может включать критические формы гражданской самоидентификации.

Проанализировать и сделать некий срез идентичностей можно с помощью погружения в среду социальных сетей, являющихся в настоящее время наиболее динамичным пространством общения, особенно, но далеко не исключительно, для молодежи. Основной источниковой базой исследования выступили комментарии в группах Facebook и электронных версиях таких изданий, как «Известия», «Взгляд», «Новая газета», реакции читателей на статьи, размещенные в ресурсе «Inosmi». Выбор для анализа дискурсов дискуссионного пространства таких изданий, как «Известия», «Взгляд», «Новая газета», определен, во-первых, внушительным числом подписчиков, а также

---

<sup>16</sup> Политическая идентичность и политика идентичности: в 2 т. Т.1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий / отв.ред. И.С.Семененко. Редколлегия тома: И.С.Семененко, В.В.Лапкин, Л.А.Фадеева. – М.: РОССПЭН, 2011. – 208 с.

наличием у каждого из них определенной позиции относительно проводимой государством политики и, соответственно, характера освещения происходящих событий. «Известия» выражают умеренно-лояльное отношение к государственной политике, в группе мало политических новостей, а значимые для рассматриваемой проблемы события, например, подписание соглашения о присоединении новых субъектов и речь В.В. Путина, не выглядели особым информационным поводом. Новостные подборки «Взгляда» имели однозначно «про- государственный» характер, а аналитические статьи специальных обозревателей газеты с такими тезисами, как «Я благодарен Путину за ветер перемен»<sup>17</sup>, «Впервые на моей памяти Россия не теряет, а приобретает земли...Крым обречен на процветание»<sup>18</sup>, выражали не менее однозначную поддержку государственного курса и непосредственно руководства страны. «Новая газета» заметно отличается от первых двух, представляет значительно более критический взгляд на происходящее. Отличается и сам формат новостной ленты этого издания, контент которого носит более неформальный характер. Информационный ресурс «Inosmi» размещает переводные версии статей из разных изданий мира, хотя доминируют все же западные издания, нередко выражающие крайне негативную оценку внешнеполитического курса России и осуждающие присоединение Крыма к России. Такая позиция авторов зачастую вызывала бурную реакцию у комментирующих, позволяя им определить свою гражданскую идентичность так, как они ее понимают. Учитывая разный спектр и направленность информационных ресурсов, а также возникшие в пространстве социальных сетей оживленные дискуссии, вызванные рассматриваемой проблемой, важно поставить следующие вопросы: какие маркеры – относительно устойчивые позиции - сформировались в социальном пространстве? Как эти маркеры можно соотнести/ наложить на матрицу идентичностей - весь спектр возможных идентичностей? Как

---

<sup>17</sup> Бударагин Михаил. Ветер [Электронный ресурс] URL: <http://www.vz.ru/columns/2014/3/4/675368.html>

<sup>18</sup> Холмогоров Егор. Крым. Уже не остров [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/columns/2014/3/6/675900.html>

повлияло присоединение Крыма на дихотомию «свой – чужой»? В чем проявляется современная гражданская идентичность? Какой смысл вкладывается в понятие «патриотизм» и кто оценивается как патриот?

Главным критерием отбора комментариев была их тематическая привязка, касающаяся присоединения Крыма к России, однако, внушительная часть формировавшегося вокруг этой темы дискурса была связана непосредственно с президентом страны В.В. Путиным. Это позволило выделить два идентификационных маркера – наиболее часто встречающиеся относительно устойчивые представления, позиции, предпочтения индивидов, по вопросу о присоединении Крыма к России. Первый маркер – внутривнутриполитический содержит отношение авторов к личности и проводимой политике В.В. Путина, второй маркер – внешнеполитический – непосредственное отношение к вопросу о включении новой территории в состав Российской Федерации. Внутри первого направления наиболее отчетливо выделилось две противоположных позиции. Одни считают Путина «сильным лидером и русским патриотом»<sup>19</sup>, «собирателем русских земель»<sup>20</sup>, «мудрым и ответственным президентом»<sup>21</sup>, «опытным хозяином страны»<sup>22</sup>. Другие авторы настроены негативно и утверждают, что В.В. Путин является «новым Гитлером»<sup>23</sup>, «коррупционером и узурпатором»<sup>24</sup>. Тенденция ассоциировать В.В. Путина с сильным лидером, подчеркивая его личностные качества, вполне коррелирует с опросами ВЦИОМ<sup>25</sup>, проводимыми в апреле 2014, согласно которым респонденты склонны оценивать В.В. Путина именно по его личностным лидерским качествам. Респонденты называют его умным,

---

<sup>19</sup> Рома К, 18 марта [Электронный ресурс] URL: <http://izvestia.ru/news/567717>

<sup>20</sup> kanonir17 19 марта [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>21</sup> Георгий Дыдырко 23 марта [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>22</sup> Ольга Волошина 28 мая [http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm_source=fb1)

<sup>23</sup> Tatiana Polevaya 19 марта [Электронный ресурс] URL: [https://www.facebook.com/izvestia.ru/photos/a.174594165907889.41007.163215930379046/739271956106771/?type=1&comment\\_id=2600426&offset=0&total\\_comments=12](https://www.facebook.com/izvestia.ru/photos/a.174594165907889.41007.163215930379046/739271956106771/?type=1&comment_id=2600426&offset=0&total_comments=12)

<sup>24</sup> Ариэль Файнерман 19 марта [Электронный ресурс] URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/62793.html>

<sup>25</sup> Путин вчера и сегодня [Электронный ресурс] URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114816>

грамотным – 21%, решительным, целеустремленным – 20%, властным, влиятельным, авторитетным лидером – 12%, и только 8 % респондентов охарактеризовали его как дальновидного политика, уделяя внимания не психологическим качествам, а оценивая его профессиональные компетенции. Можно предположить, что выбор подобной аргументации и риторики является одним из проявлений имперской идентичности и свойственного для нее имперского политического сознания. Авторы восхищаются, испытывают чувство гордости за своего сильного лидера. Подданническая культура находит свое выражение в беспрекословной вере «хозяину страны»<sup>26</sup>, ведь исключительно он «несет ответственность за все происходящее в стране»<sup>27</sup>.

Внешнеполитические маркеры оказались более дифференцированы по своей смысловой нагрузке. Среди них можно было встретить позиции авторов, которые воспринимают присоединение Крыма как воссоединение русских земель, подчеркивая что «Крым вернулся к маме родной»<sup>28</sup>, «не аннексия, а свое забрали»<sup>29</sup>, «Крым - субъект, составная часть Великой и Неделимой России»<sup>30</sup>. Другой достаточно устойчивой идеей было то, что присоединение Крыма является дополнительной экономической, политической и международной проблемой: «содержание Крыма - это еще одна олимпиада»<sup>31</sup>, «путинская экономика вот-вот надорвется»<sup>32</sup>, «государственные инвестиции в Крым станут очередным очагом воровства». Такое понимание ситуации акцентирует внимание не на самом факте присоединения, а скорее на

---

<sup>26</sup> Ольга Волошина 28 мая [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm_source=fb1)

<sup>27</sup> Там же

<sup>28</sup> Александр Тартарский 29 мая [Электронный ресурс] URL: [https://www.facebook.com/photo.php?fbid=892142424145038&set=a.167616846597603.44439.107044359321519&type=1&comment\\_id=892165870809360&offset=0&total\\_comments=86](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=892142424145038&set=a.167616846597603.44439.107044359321519&type=1&comment_id=892165870809360&offset=0&total_comments=86)

<sup>29</sup> Константин Приленский 29 мая [Электронный ресурс] URL: [https://www.facebook.com/photo.php?fbid=892142424145038&set=a.167616846597603.44439.107044359321519&type=1&comment\\_id=892170504142230&offset=0&total\\_comments=86](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=892142424145038&set=a.167616846597603.44439.107044359321519&type=1&comment_id=892170504142230&offset=0&total_comments=86)

<sup>30</sup> Фахратдин Таиров 29 мая [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140529/220661513.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140529/220661513.html?utm_source=fb1)

<sup>31</sup> Анна Гарсия 28 мая [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm_source=fb1)

<sup>32</sup> Valter 5 июня [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

последствиях, которые могут возникнуть из-за проводимой политики. Также распространенным представлением стало то, что присоединение Крыма есть не что иное, как аннексия: «рейдерский захват Крыма»<sup>33</sup>, «подлая оккупация территории соседнего государства»<sup>34</sup>, «открытая война против украинского народа»<sup>35</sup>. Идея воссоединения русских земель является проявлением имперской идентичности, одной из центральных идей которой является «цивилизаторская миссия» - стремление объединить, включить в свой состав. Авторами подчеркивается, что великая миссия России не только собрать вокруг себя русские земли, но «быть и гарантом стабильности в Европе и во всем мире»<sup>36</sup>. Отголоски имперского сознания слышны и в восприятии присоединения территории как военной победы: «после развала СССР Россия одержала первую Победу, которой можно гордиться»<sup>37</sup>.

Идея миссионерской деятельности была поддержана и другим достаточно распространенным тезисом о присоединении как о помощи русским и защите от фашизма. И если целью первой было включить территорию в свой состав, то вторая миссия - защитить, уберечь: «без единого выстрела мы спасли людей от бандеровцев»<sup>38</sup>, «Россия начала борьбу против фашизма»<sup>39</sup>. Эта тенденция подтверждается и результатами опроса ВЦИОМ<sup>40</sup>, поскольку 94% опрошенных уверены, что Россия должна защищать интересы русских и представителей других национальностей, проживающих в Крыму, а 83% респондентов

<sup>33</sup> Сергей Вороновский 22 марта [Электронный ресурс] URL: [https://www.facebook.com/novgaz/posts/822115657802607?comment\\_id=115585096&offset=0&total\\_comments=24](https://www.facebook.com/novgaz/posts/822115657802607?comment_id=115585096&offset=0&total_comments=24)

<sup>34</sup> Георгий Дыдырко 22 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>  
<http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>35</sup> Там же

<sup>36</sup> Степанский Митяевич 15 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>37</sup> Серго Шулепян 20 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>38</sup> Георгий Дыдырко 20 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>39</sup> Серго Шулепян 20 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>40</sup> Крым и Россия: порознь или вместе [Электронный ресурс] URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114746>

поддерживают идею о защите национальностей, невзирая на возможное осложнение отношений с другими странами.

Анализ социальных сетей показал, что существует сложное и множественное представление индивидов о том, что есть Россия. Религиозная идентичность проявляется в представлении о «России как хранительнице православии»<sup>41</sup>; не сдающая свои позиции имперская идентичность прослеживается в таких восклицаниях как «Виват, Империя»<sup>42</sup>, «Виват, Россия»<sup>43</sup>, подкрепляется такими приписываемыми имперской идентичности категориями, как «великая страна»<sup>44</sup>, «великая нация»<sup>45</sup>, «русское единство»<sup>46</sup>. Сочетание нескольких идентичностей, таких как территориальная, цивилизационная и имперская, находит свое выражение в словах о том, что «Россия это Русь. Общее государство всех восточных славян»<sup>47</sup>, «мы (русские и украинцы) все-таки один народ»<sup>48</sup>.

Безусловно, одним из ярких проявлений идентичности и способов ее конструирования является образ «другого», через выстраивания позитивного или негативного облика которого формируются и фиксируются собственные предпочтения, происходит самоидентификация. Этот процесс неизбежно приводит к дихотомичному противостоянию «свой - чужой», «мы – они». На фоне кризисных ситуаций, участниками или свидетелями которых становится практически каждый, такое противостояние нередко приобретает радикальный характер, что, в свою очередь, еще больше отдаляет полюса возможных

---

<sup>41</sup> Игорь Черниговский 25 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>42</sup> kanonir17 [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>43</sup> Фахратдин Таиров 29 мая [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140529/220661513.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140529/220661513.html?utm_source=fb1)

<sup>44</sup> Серго Шулепян 28 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>45</sup> Степанский Митяевич 27 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>46</sup> Игорь Черниговский 25 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>47</sup> Антон Бондарь 19 марта [Электронный ресурс] URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/62793.html>

<sup>48</sup> Серго Шулепян 18 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

соприкасаний и формирует разную гражданскую идентичность, которая для кого-то становится синонимом лояльности, поддержки текущей государственной политики, тогда как другими может быть воспринята в духе протеста и несогласия.

Относительно дискурса присоединения Крыма к России достаточно четко прослеживается дихотомия «мы – они», позволяющая выявить не столько «мы», сколько дать более ясную картину, определяя «их». В этом случае, «мы» - те, кто проявляют свою лояльную гражданскую идентичность, выражающуюся в поддержке действий В.В. Путина: «мы не откажемся от своего Пути никогда (несмотря ни на какие санкции)»<sup>49</sup>, «удивляет, что граждане РФ ждут, не дождутся краха экономики, чтоб сказать вот Из-за Путина»<sup>50</sup>. И тогда «они» - те, кто не выражают свою преданность и гордость за Президента, и его политику: «Вот кто они? Ее (родины) предатели? А мне кажется скоты!»<sup>51</sup>, «майдановцы – радикалы»<sup>52</sup>, «национал – предатели»<sup>53</sup>.

С другой стороны и другой взгляд, на происходящее выражает гражданскую идентичность не через поддержку и согласие, напротив, участники дискуссии просят россиян не отождествлять себя с режимом или Президентом: «есть позиция правительства и президента. Не надо путать Отечество и Ихнее превосходительство...»<sup>54</sup>. В данном случае «они» - «новая историческая общность людей»<sup>55</sup>, «запутинские»<sup>56</sup>, «выходят на путинг»<sup>57</sup>. И

---

<sup>49</sup> Валерий Авдеев 28 мая [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm_source=fb1)

<sup>50</sup> Гарегин Манасян 28 мая [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm_source=fb1)

<sup>51</sup> Гарегин Манасян 28 мая [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm_source=fb1)

<sup>52</sup> Кира Берестенко 22 мая [Электронный ресурс] URL: <http://vz.ru/politics/2014/3/18/677808.html>

<sup>53</sup> Alexey Vazykin 19 марта [Электронный ресурс] URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/62793.html>

<sup>54</sup> Лев Кадик 10 июня [Электронный ресурс] URL: [http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm\\_source=fb1](http://inosmi.ru/russia/20140528/220622620.html?utm_source=fb1)

<sup>55</sup> Alex Gura 19 марта [Электронный ресурс] URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/62793.html>

<sup>56</sup> Сергей Вороновский 22 марта [Электронный ресурс] URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/62793.html>

если в первом случае, «мы» - лояльные режиму и Президенту - достаточно четко себя идентифицируют, то в случае с теми, кто выражает свою гражданскую идентичность через протест, наблюдается большая размытость и неопределенность самоидентификации. Как правило, чем определеннее «они», тем неопределеннее «мы». К тому же протестная гражданская идентичность отражает гетерогенность ее носителей и их систем ценностей.

В современном дискурсе чаще всего используется не понятие «гражданская идентичность», а понятие «патриотизм». Кто может называть себя патриотом и считать себя таким. Чаще всего патриотами себя называют те, кто проявляет свою лояльную гражданскую идентичность. Поскольку для них преданность президенту и государству и есть проявление патриотизма, соответственно те, кто этого не разделяют, не могут, на их взгляд, быть настоящими патриотами. Другое проявление такого патриотизма связано с резким осуждением тех, кто не поддерживает власть и Путина, кто заявляет свое право на протест. Со стороны индивидов, проявляющих свою протестную позицию, не происходит актуализации понимания патриотизма, и они не относят себя к патриотам. Для них патриотизм и понятие «патриот» лежит в иной плоскости и определяется через другие маркеры, не связанные исключительно с отношением к президенту и его действиям.

Резюмируя, можно отметить несколько современных тенденций развития идентичностей, которые актуализировались в период присоединения Крыма к России. Во-первых, достаточно сильное влияние имеет имперская идентичность, имперское сознание. Проявляется это через веру, гордость и безмерное преклонение перед лидером страны, в терминологии выразителей такой позиции - «хозяином страны». Их больше волнует личность лидера, его психологические качества, нежели профессиональные. Радость и восхищение, которую они выражают по поводу присоединения Крыма к России, воплощается в идее «цивилизаторской миссии» - стремления объединить,

---

<sup>57</sup> Ульяна Богдан 19 марта [Электронный ресурс] URL: <http://www.novayagazeta.ru/society/62793.html>

включить в свой состав и защитить от врага, а страну и ее лидера видят в качестве гаранта стабильности и безопасности не только в Европе, но и в мире.

Во-вторых, в определение того, что такое Россия, проявилась множественная идентичность, сочетающая в себе религиозные, территориальные, цивилизационные и имперские идентичности. В-третьих, наблюдается радикализация определения и отношений «мы – они». В этой связи, думается, что эта дихотомия лежит в плоскости «лояльная гражданская идентичность – протестная гражданская идентичность». Причем особенность первой в ее внутреннем консенсусе и достаточно четком самоопределении, и сильной неприязни к «другим», в то время как протестная гражданская идентичность, несмотря на свой уверенный потенциал существования, размыта и сложно поддается однозначной идентификации.

Халаим Дина Викторовна  
*магистрант 1 курса  
направления «Политология»  
Пермского государственного  
национального исследовательского  
университета*

## **Политическая и гражданская идентичность на примере сетевого сообщества молодых политологов**

Социальные медиа – явление относительно новое, но уже хорошо закрепившееся в нашей повседневной жизни. Благодаря множеству форматов – чаты, блоги, живые журналы, в которых пользователи высказывают свои идеи и мнения по различным поводам, сеть представляет широкие возможности для анализа идентичности.

В данном случае объектом анализа стали посты и комментарии участников сообщества «Подслушано политология» в социальной сети «ВКонтакте», начиная с его основания – начала декабря 2013 года и до начала июня 2014 года. В этом ресурсе пользователи могут анонимно оставлять сообщения, комментируемые другими пользователями. Это сообщество представляет собой довольно специфичную площадку - подавляющее большинство - студенты-политологи, остальные – студенты других специальностей, как правило, социально-гуманитарного цикла, то есть в большинстве это молодые люди, осведомленные о политической реальности в большей степени, чем многие другие, владеющие некоторой теоретической базой, а также обладающие критическим мышлением, навыками оценки ситуации, выражения своей позиции и аргументированных ответов.

Основной целью данного исследования является анализ гражданской и политической идентичности с учетом специфики сообщества, то есть влияния складывающейся профессиональной идентичности начинающих политологов: каким образом влияет профессиональная погруженность в сферу политики на

проявление политико-гражданской идентичности, существует ли в данном случае иерархия этих идентичностей.

В качестве определения политической идентичности использовалась дефиниция, предложенная известным специалистом в области политической идентичности профессором И. С. Семененко: «Политическая идентичность – это комплекс идейно-политических ориентаций и предпочтений, которыми субъекты политического процесса наделяют себя и друг друга в процессе коммуникации, и предполагает отождествление носителя политической идентичности с тем или иным политическим сообществом. ... Политическая идентичность индивида формируется в процессе освоения сферы политических идей и интересов ... и самоопределения относительно идейных позиций и интересов других носителей политической идентичности»<sup>58</sup>. Исходя из этого определения, выявив, с какими политическими акторами и сообществами авторы себя идентифицируют, выражают ли напрямую политические идеи, пристрастия, или же их можно понять, проследив общую риторику автора, мы сможем говорить об их политической идентичности.

Профессиональная идентичность, определенная Л.А. Фадеевой как «представление человека о себе как об обладателе определенной профессии и носителе соответствующих ей особых социально значимых навыков и умений»,<sup>59</sup> применялась в анализе как инструмент для понимания связи профессии и того, с помощью чего и как ее носители выражают и проявляют другие идентичности, в частности, политическую и гражданскую, ведь «профессии» ... стремились сформировать особую систему ценностей и норм поведения»<sup>60</sup>, а «специфика профессиональной деятельности той или иной категории интеллектуального труда требует определенного пространства

---

<sup>58</sup> Семененко И. С. Политическая идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности: в 2 т. Т.1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий / отв.ред. И.С.Семененко. Редколлегия тома: И.С.Семененко, В.В.Лапкин, Л.А.Фадеева. – М.: РОССПЭН, 2011.

<sup>59</sup> Фадеева Л. А. Профессиональная идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности: в 2 т. Т.1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий / отв.ред. И.С.Семененко.

<sup>60</sup> Там же.

свободы — от государства, нанимателя, потребителей профессиональных услуг. Таким образом, профессиональная идентичность оказывается связанной с идентичностью гражданской»<sup>61</sup>. Предполагается, что наличие профессиональной идентичности в нашем случае должно влиять на то, как авторы относятся к институтам власти, как воспринимают влияние государства, насколько большими они чувствуют степень свободы или несвободы себя и других.

Для исследования было определено несколько маркеров для рассмотрения комментариев.

Первым стало соотнесение себя со сторонниками действующей власти или противниками. Особенно важно в контексте отношение к президенту В.В. Путину. В сетевом сообществе совсем немного комментариев имеют личностный, эмоциональный характер. Подавляющее большинство из них написаны с позиции «политолога» как специалиста и имеют критический оттенок:

*«Просто к 2018-му у Путина наверняка начнутся проблемы, точнее, не столько у него лично, сколько у всех тех кругов, что с ним связаны, потому что их популярность, скорее всего, с годами будет только падать. Там уже достаточно будет любого более-менее умелого горлопана во главе протеста, чтобы вся "стабильность" закончилась. Как мы будем жить дальше - это уже другой вопрос)» (21.12.2013)*

*«... скажем так, президентские выборы будут в 2018-м, да. Вот только думаю, что Путин там окажется не в самом лучшем положении». (21.12.2013)*

Как в этих примерах, так и в других комментариях, прослеживается доминирование предположений над прогнозами. Общим местом является предположение о том, что рано или поздно недовольство в обществе достигнет достаточно высокого уровня для того, чтобы повлиять на состав высших кругов власти, но оно сочетается с тезисом об отсутствии ощутимых альтернатив

---

<sup>61</sup> Там же.

существующей власти и опасением, что ослабление позиций существующей грозит исключительно нестабильностью.

Во многих комментариях проявляется сарказм по отношению к актерам, сообществам, политическим процессам. Комментарии в стиле *«Товарищи, хватит гнать на Путина! Отличный президент, зажрались, ей богу!»* (1.01.2014), комментарий в ответ на вопрос, что будет с нашей страной, если вдруг его не станет *«АААА! Только не это!! Мы все умрем!!»* (4.01.2014) явно говорят о том, что комментаторы, во-первых, воспринимают саму личность президента, мягко говоря, без энтузиазма, а во-вторых, относятся к существующему в обществе дискурсу *«Путин – единственная и незаменимая сила»* как явно искусственно насаждаемому «сверху». В этом контексте следует рассматривать, на наш взгляд, комментарий одного из авторов о том, что *«Кадыров хорошая альтернатива кстати»* (30.01.2014). Комментарии с изрядной долей иронии используются и в оценке близких к Путину политиков: например, в сравнении депутата Государственной Думы Н. Валуева и нынешнего мэра Киева, В. Кличко. *«Если бы Украинские власти попросили бы помощи России, можно было бы послать спецназ во главе с Валуевым», «...Валуева и Кличко столкнуть;» Дебаты, вроде как», «Даа... Интересные дебаты бы получились», «а главное содержательные»* (31.01.14) Эти комментарии явно свидетельствуют о том, что начинающие политологи относятся скорее насмешливо к профессионализму бывших боксеров в политической сфере. В подобном ироничном отношении к характеристике лидеров проявляется критичность восприятия и способность оценивать положение вещей как не соответствующее представлениям о должном.

Отношение к политическим лидерам в данном сетевом сообществе часто сопряжено с оценкой настоящей ситуации в стране, что находит отражение в таких комментариях:

*«Тут можно сказать так: с Путиным не совсем рай, но без него еще хуже»* (4.01.2013)

*«Но будем объективны, Путин - лучшее, что случилось с нашей страной»*

и в ответ на это:

*«В рамках нашей сознательной жизни - да. В исторических? Нет»  
(2.01.2014)*

Другим маркером было отношение к нынешнему политическому режиму. В данном сообществе трудно найти нейтральные оценки существующего режима. Подавляющее большинство авторов здесь проявили и свою гражданскую идентичность - как активных граждан, так и профессиональную – как аналитиков политической действительности. Как правило, авторы говорили о том, что категорически не согласны с тем, в каком состоянии находятся в России на данный момент соблюдение прав человека, как проходит избирательный процесс, неформальными методами решения проблем, и многими другими факторами, свидетельствующими о состоянии режима, далеком от постулируемой в официальных дискурсах демократии и либерализма, а также последними тенденциями в развитии режима, то есть его явным ужесточением, например, ограничением свободы СМИ:

*«Ну вот, закрыли "Дождь". Теперь про телевизор совсем можно забыть  
=> Печальный тренд в нашем королевстве» (30.01.2014)*

Но были и высказывание, поддерживающие режим, и даже призывающие к ужесточению мер против его критиков, но все они были направлены на узкий круг проблем, обсуждаемых не только в профессиональном сообществе, но и во всем российском обществе – это проблемы терроризма и ситуации в северокавказских регионах.

*«Честно говоря, я считаю, что на некоторые права можно забить, когда речь идет о благе для государства и его граждан» (29.12.2013)*

*«Система такова, что все мало-мальские вопросы замыкаются на администрации президента. Вертикаль подразумевает четкие принципал-агентские отношения, мне жаль что вы не понимаете что в условиях развала политических институтов вина за провалы системы (а теракты в Волгограде как раз таки и последствие системного сбоя) ложится на плечи авторитария»  
(31.12.2013)*

Авторы постов обращают внимание на сообщения политической и культурной пропаганды, в частности, в плане конструирования национальной идентичности россиян:

*«Раньше вопросы политической позиции можно было обсуждать адекватно. Сейчас же – ощущение, что несогласных с позицией официальной пропаганды, люди скоро начнут вешать на столбах» (18.03.2014)*

*«Радует упоительная пропаганда по ящику» (23.12.2013)*

По этому поводу в сообществе существует две дискуссии. Первая – об использовании Великой отечественной войны как мифа для конструирования современной национальной идентичности:

*« У нас в принципе запрещено как бы то ни было обсуждать историю тех времен. Сразу находятся обиженные и оскорбленные, судебные иски, набегающая кремлядь, закрытия каналов» (19.03.2014)*

*«Почему бы ... не пересмотреть историю СССР, теперь уже с более приземленной точки зрения, чем вещала пропаганда тех лет? А я скажу – потому что вся сегодняшняя пропаганда базируется на реальных или мифических событиях тех лет» (19.03.2014)*

Вторая - использование негативной идентичности с помощью противопоставления «нас» «Западу»:

*«...США, да и вообще Западные державы, на федеральных каналах постоянно попадают под критику журналистов. Но внушение Америки в виде образа врага, заложен был уже в СССР, и с тех пор мало что изменилось»*

Ответ на комментарий о том, что *«...Путина америкосы боятся и за нашей землей не сунутся пока» (21.12.2013)*

*«ахах, ты реально думаешь что Россия это такой осажденный лагерь, а западные страны спят и видят как бы нас разодрать и уничтожить?» (28.12.2013).*

Как здесь можно отметить, восприятие политического влияния в обеих этих темах негативно. Это связано со многими факторами – и принятием какой бы то ни было пропаганды как попытки ограничить свободу, в данном случае

– свободу выбора собственной позиции по отношению к каким-либо событиям и образам, и более профессиональным восприятием действительности, что ведет к более осознанной самоидентификации, которая происходит не только вследствие эмоционального восприятия подающейся информации, но и как результат рационального, критического подхода к ней. И эта критичность восприятия помогает не только определять, что есть «хорошо» и «плохо» для себя, но и оценивать политику конструирования идентичностей в целом:

*«Поводом для патриотизма могут быть успехи в экономике, науке. В чудесных зарплатах врачей и учителей. В поддержке бизнеса не только на словах. Национальная идея там, какая-нибудь. Или воевавшие деды - наша национальная идея? Далеко с ней уедем? Так и будем теперь везде фашистов, да врагов народа искать и истреблять, нацепив георгиевские ленточки, как отличительный знак "хорошего, патриотичного" человека от "плохого, непатриотичного".*

*Ну или раз вы про исторические и культурные корни - у нас что, единственный исторический и культурный корень, великая отечественная? Никаких других важных событий за всю историю России не происходило совершенно? Не думали об этом?»*

Гражданская идентичность, которая предполагает самоидентификацию индивида с политической нацией на основании соотнесения с ее политической культурой и институтами<sup>62</sup>, является важной связующей между профессиональной и политической идентичностью, она выявляется и как один из самостоятельных аспектов идентичности, так и в связи с профессиональной и политической.

В нашем случае проявление гражданской идентичности, как правило, происходит под влиянием профессиональной самоидентификации. В соответствии с определением, это происходит вследствие того, что профессиональная деятельность формирует особый взгляд на систему норм и

---

<sup>62</sup> Семененко И. С. Гражданская идентичность // Политическая идентичность и политика идентичности: в 2 т. Т.1: Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий.

ценностей, сквозь призму которых происходит восприятие среды, особое отношение к идеалам, взгляд на то, как «должно быть». Соответственно, маловероятно, что индивид с сильным проявлением профессиональной идентичности политолога, или даже студента-политолога, не будет уделять внимание собственной гражданской идентичности.

В анализируемом контенте гражданская идентичность презентуется не часто, но весьма ярко и однозначно:

*«Нам же все всегда почему-то что-то должны. Мы говорим, что государство должно нам делать то то и то то, оправдывая тем, что платим налоги, но нам трудно встать с дивана и пойти в суд отстаивать свои права, которые нарушаются. Мы говорим, что власть плохая, губернатор плохой, все плохие, но при этом большинство не ходит на выборы. Мы говорим, что в нашем доме грязно, управляющая компания не прибирается, но сами не следим за домом (а ведь это наша собственность), а зачастую еще и гадим под нос. Народ имеет такое правительство, которое он заслуживает» (30.12.2013)*

Подобных комментариев немного, но авторы каждого из них говорят об отсутствии интереса населения к происходящим событиям, нежелании самим что-то делать, взаимодействовать с властью, пытаться влиять на ситуацию, то есть, по сути, о подданнической гражданской культуре в России – нежелании большей части жителей страны проявлять свою гражданскую позицию:

*«пока люди не поймут, что они ответственны за самих себя, за детей, за будущее страны и государства - за всё - мы не избавимся от многих проблем. Многие вопросы останутся нерешёнными, ведь требуют непосредственного вмешательства граждан, общественности» (30.12.2014)*

Авторы таких сообщений репрезентируют собственную идентичность посредством дихотомии «мы - они». Выражая своё недовольство тем, какие есть «они», т.е. то, что большинство населения страны – политически и граждански апатичное, равнодушное и индифферентное, то есть представители подданнической политической культуры, эти авторы позиционируют «мы» как «Других» - социально и политически активных, готовых противостоять

политическому давлению, способных ставить и решать социальные проблемы и противостоять проявлениям произвола государственной власти.

По результатам представленного выше анализа можно сказать, что профессиональная идентичность политолога занимает важное место в формировании и репрезентации других идентичностей, в частности, гражданской и политической.

Говорить о строгой иерархии идентичностей в этом случае не приходится, так как нельзя однозначно утверждать, что исключительно принадлежность к политологической сфере непосредственно формирует идентичности политическую и гражданскую, но и отрицать её влияние мы не можем.

Под влиянием профессиональной деятельности у индивида формируются специфические нормы, ценности, взгляды и представления, которые впоследствии влияют на то, как складываются гражданская позиция, политические взгляды и приверженности, а также, на то, как происходят последующие процессы самоидентификации.

Лещёв Михаил Николаевич  
*магистрант 2 курса  
направления «Политология»  
Пермского государственного  
национального исследовательского  
университета*

## **Социальные медиа как политизированный сегмент онлайн-дискурса**

(Выпускная квалификационная работа «Призыв в вооруженные силы РФ: политизированный сегмент современного on-line дискурса»)

Leschev Michael,

MA Programme of Political Science

Social Media as a Politicized Segment of Online Discourse (Case of Recruitment into the Armed Forces in Russia).

(It is a part of Master Dissertation).

The author used social media as a source of information and online discourse segment. He chooses as a case for investigation the discussion in social media and advertisement for or call against recruitment into armed forces of contemporary Russia. The important part of the text is devoted to the methods of social media analysis. The author proposes analytical approach which is combined of discourse analysis and semiotic methods. He used both texts and visual images regarding recruitment into armed forces in social media. His conclusion is that this part of online discourse is politicized because close connection between attitude to the recruitment into armed forces and political position: loyal or critical to the state.

Важной тенденцией современной политической науки является освоение в качестве источника нового и ускоренно развивающегося информационного пространства – сети интернет, в аспекте изучения взаимодействий власти и общества, в том числе, в исследованиях настроений в обществе по проблемным вопросам. В этом случае исследователь вправе отсекать от общего интернет-дискурса такие формы сетевых ресурсов и содержание электронных публикаций, которые находятся за пределами избранной к изучению темы.

Исследование on-line дискурса, ограниченного рамками конкретной проблемы, во-первых даст возможность выработать и апробировать методические и методологические ориентиры анализа материалов источника, а во-вторых, предложить собственные критерии качественной оценки их содержания и определить устойчивые механизмы его формирования. Свойства интернет-дискурса, включая свободу от цензуры, доступность и многополярность данных, удобство их поиска и подготовки выборки, способствуют сохранению объективности выводов о действительном соотношении мнений пользователей, вовлеченности политических акторов и степени политизации проблемы. Результаты анализа современного состояния каждого тематически очерченного on-line дискурса при разработке аналитического инструментария позволят охарактеризовать его развитие в сравнении с динамикой процессов реального пространства и, следовательно, оценить их взаимозависимость.

Естественный барьер Рунета (т. е. русскоязычной части глобальной сети), ограждающий его от иноязычных электронных публикаций, даёт право принимать большую часть его аудитории за граждан России, а, следовательно, экстраполировать полученные результаты на россиян, и более того, на отдельные страты российского общества. Наблюдаемая в современную эпоху ускоренная интеграция интернет-коммуникаций (в т. ч. рост инфраструктуры подключения к сети, развитие внутренних сервисов и ресурсов) с повседневной жизнью граждан,<sup>63</sup> сочетающаяся со стремлением всех политических акторов быть представленными на новом информационном поле, подтверждает вывод о справедливости подобной экстраполяции.

В разряд новых форм электронных публикаций входят интернет-мемы и демотиваторы, составляющие значительную часть статичной визуализации on-line дискурса. Работы последних лет, включая статьи И.В.Бугаевой «Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации: жанровые

---

<sup>63</sup> Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа // Сайт ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 1951. [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (дата обращения 12.03.2014).

признаки, функции, структура, стилистика»,<sup>64</sup> Щуриной Ю. В. «Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации»<sup>65</sup>, Д.И.Радченко «Fan4Fun» Интернет-мемы как фактор формирования сообществ»<sup>66</sup> свидетельствуют о пробуждении интереса научного сообщества к новым формам анализа on-line коммуникации.

Интернет, сохраняющий статус наиболее молодой медиа-среды, а также его семиотическое понимание в виде совокупного интернет-дискурса, не ограниченного рамками какой-либо отдельной темы, служит предметом изучения многих отечественных исследователей. Специфику on-line коммуникации характеризует М.Раскладкина в статье «Компьютерно-опосредованная коммуникация в работе журналиста»<sup>67</sup>. Статья Александра Ушакова «Интернет-дискурс как особый тип речи»<sup>68</sup> посвящена анализу основных жанров on-line дискурса и их особенностям. Э.Лазарева в статье «Архитектоника дискурса интернета» предлагает собственную модель построения семиотического континуума on-line дискурса<sup>69</sup>.

---

<sup>64</sup> Бугаева И. В. «Демотиваторы как новый жанр в Интернет-коммуникации: жанровые признаки, функции, структура, стилистика»: автореф. дисс... канд.филол.наук. [Электронный ресурс]. URL: <http://rastko.org.rs/filologija/stil/2011/10Bugaeva.pdf> (дата обращения 02.03.2014).

<sup>65</sup> Щурина Ю. В. «Интернет-мемы как феномен интернет-коммуникации // Филология. 2012. Вып. 3.

<sup>66</sup> Радченко Д. И. «Fan4Fun» Интернет-мемы как фактор формирования сообществ // Digital Icons: Studies in Russian, Eurasian and Central European New Media. 2013. № 10. С.65-83. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.digitalicons.org/issue10/darya-radchenko/> (дата обращения 02.03.2014).

<sup>67</sup> Раскладкина М.К. «Компьютерно-опосредованная коммуникация в работе журналиста» // Educational Technology & Society. 2005. № 8 (2). [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ebiblioteka.lt/resursai/Uzsienio%20leidiniai/IEEE/Russian/2005/Nr%202/OTO\\_2005\\_2\\_05.pdf](http://www.ebiblioteka.lt/resursai/Uzsienio%20leidiniai/IEEE/Russian/2005/Nr%202/OTO_2005_2_05.pdf) (дата обращения 02.03.2014).

<sup>68</sup> Ушаков Александр Александрович. «Интернет-дискурс как особый тип речи» (рецензирована) // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2010. № 4. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/internet-diskurs-kak-osobyuy-tip-rechi-retsensirovana> (дата обращения: 25.05.2014).

<sup>69</sup> Лазарева Э.А. «Архитектоника дискурса интернета» // Уральский филологический вестник. 2012. № 2. С.51-55. [Электронный ресурс]. URL: [http://journals.uspu.ru/attachments/article/143/%D0%92%D0%95%D0%A1%D0%A2\\_2012\\_2\\_8.PDF](http://journals.uspu.ru/attachments/article/143/%D0%92%D0%95%D0%A1%D0%A2_2012_2_8.PDF) (дата обращения 02.03.2014).

В то же время в гуманитарных дисциплинах развивается изучение специальных дискурсов, полностью или частично обитающих в интернете. Примером выявления лингвистических особенностей тематического интернет-дискурса, служит работа Натальи Моргун «Научный сетевой дискурс как тип текста»<sup>70</sup>. Близкой настоящему исследованию не только по теме, но и по ценностному содержанию является статья Татьяны Юсуповой «Структурные особенности военного дискурса»<sup>71</sup>, раскрывающая его основные части и систему внутренних концептов.

Политическая составляющая современного дискурса может быть представлена следующими работами: «Презентационные стратегии в военно-политическом дискурсе» А. В. Олянича<sup>72</sup>, «Миромоделирующая функция жанров российского политического дискурса» Валерии Кашпур<sup>73</sup>; и анализом Дмитрия Балужева, выстроенным от формы ресурса «Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования»<sup>74</sup>.

Под современным on-line дискурсом в контексте данной работы подразумевается совокупность русскоязычных публикаций интернет-ресурсов, действующая в настоящее время и ограниченная рядом качественных, т. е. содержательных свойств, главным из которых является наличие коммуникативного действия в виде публичного диалога «каждого с каждым» в рамках заданной темы и погруженного в существующий социокультурный

---

<sup>70</sup> Моргун Н.Л. «Научный сетевой дискурс как тип текста»: автореф. дис... канд.филол.наук. Тюмень, 2002. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/nauchnyi-setevoi-diskurs-kak-tip-teksta> (дата обращения 04.03.2014).

<sup>71</sup> Юсупова Т.С. «Структурные особенности военного дискурса» // Известия Самарского научного центра РАН. 2009. Т.11. № 4(4). С.1055-1058.[Электронный ресурс]. URL: [http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2009/2009\\_4\\_1055\\_1058.pdf](http://www.ssc.smr.ru/media/journals/izvestia/2009/2009_4_1055_1058.pdf) (дата обращения 04.03.2014).

<sup>72</sup> Олянич А.В. «Презентационные стратегии в военно-политическом дискурсе» // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. 2003. № 3. [Электронный ресурс]. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/prezentatsionnye-strategii-v-voenno-politicheskom-diskurse> (дата обращения: 25.05.2014).

<sup>73</sup> Кашпур В.В. «Миромоделирующая функция жанров российского политического дискурса»: автореф. дис... канд.филол.наук. Томск, 2011. [Электронный ресурс]. URL: <http://sun.tsu.ru/mminfo/2011/000414331/000414331.pdf> (дата обращения 04.03.2014).

<sup>74</sup> Балужев Д.Г. «Политическая роль социальных медиа как поле научного исследования» [Электронный ресурс]. URL: [http://ifets.ieee.org/russian/depository/v16\\_i2/html/18.htm](http://ifets.ieee.org/russian/depository/v16_i2/html/18.htm) (дата обращения 04.03.2014).

контекст. С точки зрения теории используемое в работе определение дискурса приближено к его трактовке, сложившейся к 80-ым годам XX столетия, где он предстаёт в качестве сложного коммуникативного явления, включающего, помимо текста и визуальной информации, экстралингвистические факторы<sup>75</sup>, в том числе, исходные взгляды автора – адресанта конкретной записи.

Методологический фундамент работы сложен из принципов, постулатов и терминов семиотики, по мнению автора, одного из наиболее удачных теоретических подходов к анализу больших массивов данных. Его неоспоримое преимущество заключается в возможности получения объективных выводов об общих тенденциях содержания, соотношениях смыслов и позиций, а также механизмах их конструирования. Ключевая идея семиотического подхода состоит в интерпретации изучаемых явлений в виде знаков и знаковых комплексов различной природы. Согласно идее классика семиотики Ролана Барта о том, что все культурные феномены, и все виды коммуникации кодируются в знаковых системах<sup>76</sup>, разумно считать, что и on-line дискурс обладает собственной знаковой системой.

Обобщенное определение знака трактуется как явное или неявное соглашение о приписывании чему-либо означаемому какого-либо конкретного смысла означаемого. По мнению Юрия Лотмана, знак в семиотике «это материально выраженная замена предметов, явлений, понятий в процессе обмена информацией в коллективе»<sup>77</sup>. Следовательно, знак on-line дискурса может быть заключен как в графической форме (в изображении), так и в тексте. Тесно связанное, и использующееся в работе понятие символа определено исследователем Алексеем Лосевым как «субстанциальное тождество идеи и вещи»<sup>78</sup>. Выявление многократно повторяющихся знаков-символов дискурса в

---

<sup>75</sup> Караулов Ю.Н., Петров В.В. От грамматики текста к когнитивной теории дискурса / ван Дейк Т.А. Язык. Познание. Коммуникация: пер. с англ. / сост. В. В. Петрова; под ред. В.И. Герасимова; вступ. ст. Ю.Н. Караулова и В.В. Петрова. М., 1989. С.8.

<sup>76</sup> Чубукова Е.И. Мифологическая концепция коммуникации Р. Барта [Электронный ресурс]. URL: [http://anthropology.ru/ru/texts/chubukova/mis18\\_52.html](http://anthropology.ru/ru/texts/chubukova/mis18_52.html) (дата обращения 25.02.2014).

<sup>77</sup> Лотман Ю.М. Семиотика кино и проблемы киноэстетики. Таллин, 1973.

<sup>78</sup> Лосев А.Ф. Очерки античного символизма и мифологии. М., 1993. С. 635.

результате анализа содержания с помощью качественных критериев призвано подготовить выводы о степени соотношения политизированного сегмента ко всему контенту современного on-line дискурса призыва на военную службу. Отталкиваясь от разделения семиотики на три составляющие, предложенного одним из её основоположников Ч. Уильямом Моррисом, требуется указать, что анализ источников on-line дискурса будет произведён с применением семантики и прагматики. Первая отвечает за связь знака с обозначаемым, а вторая – за интерпретацию знака аудиторией.

Реконструкции обобщенной (или «стандартной») пользовательской модели восприятия, и вскрытию механизмов детерминированной трансляции смыслов авторами электронных публикаций способствует культурно-семиотический подход, отличающийся вниманием к факту погружения общественного дискурса в конкретную социокультурную среду.

#### *Обзор источников исследования*

Приоритет среди источников работы удерживают материалы сообществ социальных сетей, полностью или частично посвященных призыву на срочную военную службу в России. Поскольку преимуществом данного вида источников является формирование значительной доли контента самими пользователями, исследователь вправе связывать свойства on-line дискурса с действительным восприятием указанного явления, и, следовательно, прогнозировать возможность массовой политической мобилизации в случае обострения конфликта с государством в решении данного вопроса. Затруднения на этом пути могут вызвать сетевые группы, носящие «заказной» характер. Данные сообщества созданы в т. ч. коммерческими структурами, извлекающими прибыль из потребностей целевой аудитории дискурса. Очевидно, что публикации на страничках таких групп, во-первых в меньшей степени формируются пользователями, а во-вторых гораздо более модерируются, в согласии с коммерческими интересами их администраций.

Степень модерации, безусловно, важно учитывать при анализе контента любого сетевого сообщества, однако её активное вмешательство проявляется в

последовательной односторонности записей и файлов. Принимая во внимание речевые особенности русскоязычной интернет-коммуникации, следует делать поправку в сторону снижения подлинной эмоциональной напряженности транслируемых пользователями мнений.

Достоверность записей в группе не существенна в том случае, если не вызывает к себе явного недоверия большей части её аудитории (в рамках стандартной модели восприятия материалов on-line дискурса). Исследователю необходимы транслируемые для аудитории смыслы (включая методы её организации) и их восприятие, а не поиск истины в содержании публикаций. Количество пользовательских публикаций, приведённых в роли визуальных и текстовых источников, физически препятствуют расследованию достоверности каждого случая. Более того, выводы о совокупном отношении призыву в on-line дискурсе ради повышения объективности исследования, основаны не только на обзоре собственно записей, но и комментариев к ним как менее детерминированных извне публикаций.

Совокупность материалов социальных медиа занимает центральное место среди форм источников настоящей исследовательской работы в силу объективных причин. Во-первых, справедливость такого выбора, подтверждает статистика использования глобальной сети, в частности социальных сетей в России. Увеличивающаяся год от года доля активной аудитории (группа выходящих в on-line минимум раз в сутки) в стране составляет 52,1 млн. человек<sup>79</sup>. По данным ВЦИОМ двухлетней давности, 82% пользователей зарегистрированы в социальных сетях<sup>80</sup>.

Интерес к социальным сетям (и социальным медиа, частью которых они являются) обусловлен свойством Web 2.0, а именно, производством основной массы контента ресурса самими пользователями. Не менее важны функции

---

<sup>79</sup> «Интернет в России: динамика проникновения. Весна 2013» Фонд Общественное Мнение. [Электронный ресурс]. URL: <http://runet.fom.ru/Proniknovenie-interneta/10950> (дата обращения 25.02.2014).

<sup>80</sup> «Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа» // Официальный сайт ВЦИОМ. Пресс-выпуск №1951. [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (дата обращения 25.02.2014).

создания персональной учётной записи (аккаунта), постов и комментариев, голосований, обратной связи, файловых архивов, и, разумеется, объединения в произвольно создаваемые сообщества. Благодаря этому, сообщества социальных медиа являются динамичными площадками обмена мнениями.

Анализ совокупности имеющихся площадок, созданных вокруг одной темы, позволит исследователю определить исходные позиции по актуальным вопросам темы. Принимая во внимание половозрастной и образовательный состав аудитории сообществ, а также степень модерации записей; логично прямо пропорционально экстраполировать соотношение позиций в on-line с общими настроениями в обществе, касающимися конкретной проблемы. Заключительный довод в пользу приоритета социальных медиа перед прочими ресурсами состоит в фактическом сосредоточении визуальных и текстовых источников рассматриваемого дискурса в соответствующих группах социальных сетей.

Согласно данным ВЦИОМ от февраля 2012 года, 62% количества российских пользователей, зарегистрированных в соцсетях, приходится на долю «ВКонтакте» и лишь 18% на «Фейсбук»<sup>81</sup>. Более свежие цифры, относящиеся к 2013 году, говорят о том, что социальная сеть vk.com является самой популярной в России, в течение месяца её посещают более 50 млн. уникальных пользователей, на втором месте располагаются «Одноклассники» (43 млн.), и только на третьем – «Фейсбук», примерно с 27 млн. пользователей<sup>82</sup>.

Представленные соцсети позволяют сообществам создавать и накапливать внутренние виртуальные альбомы. Эти альбомы далеко не всегда строго модерируются, и потому, включают различные формы изображений с

---

<sup>81</sup> «Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа» // Официальный сайт ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 1951. [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (дата обращения 12.03.2014).

<sup>82</sup> «Социальные сети в России лето-2013: цифры, тренды, прогнозы» // Brand Analytics - система мониторинга и анализа упоминаний в социальных медиа в режиме реального времени. [Электронный ресурс]. URL: <http://br-analytics.ru/blog/?p=740> (дата обращения 12.03.2014).

содержанием, порой не связанным с темой группы. В числе встречающихся форм широкое распространение получили интернет-мемы (отдельные изображения, демотиваторы и их разновидности), кроме того, часто используются фотографии и коллажи на их основе. Менее распространены традиционные карикатуры, инфографика, зарисовки, наборы последовательных кадров из различных видеозаписей и плакаты. Последние, к слову, имеют специфичную разновидность - изменённые в графическом редакторе (но при этом легко узнаваемые) аутентичные армейские пропагандистские плакаты (!) прежних эпох и стран, смысловое содержание которых обращено в противоположную сторону. Сходным образом может изменяться смысл готового демотиватора, когда в его исходной, но несколько уменьшенной версии, появляется вторая рамка с новым текстом, который может быть прямо противоположен первой подписи под изображением в чёрной рамке.

В процессе анализа визуализации on-line дискурса призыва задача исследователя заключается не в верификации подлинности изображения, а в следовании за механизмом его интерпретации, выявлением однородных сюжетов и используемых образов (*устойчивых знаков-символов*) дискурса, конструирующих целостную смысловую и эмоциональную нагрузку (т. е. коннотацию образа). Кроме того, в ходе анализа требуется строгое соблюдение заранее установленных методологических приёмов и инструментов, на которые возлагается миссия сохранения исследовательской и научной логики. Одним из них, непосредственно относящихся к процессу корректной интерпретации общего сюжета и последующей сортировке (на основе качественного критерия), является выделение из общей массы *сложных изображений*.

Сложные изображения - это изображения, имеющие две самостоятельные смыслообразующие доли – собственно графическую составляющую и сопутствующую ей текстовую составляющую. К таким изображениям относятся демотиваторы, плакаты, многие карикатуры и фотоколлажи, а также инфографика. Безусловно, идея, заключённая в первой части, может полностью совпадать со второй – подтверждать её, благодаря чему на переходе между

интерпретацией увиденного и интерпретацией прочтённого не возникает сомнений в общем смысле представленного послания. Иными словами, в данной ситуации текстовая часть содержательно выступает лишь в роли констатации графической составляющей.

Однако, как показывает практика, подобная схема встречается не так часто. Смысловая транзакция, устанавливаемая от текста к графике и наоборот, может не просто преобразовывать общий смысл сюжета, но и более того, изменять его на прямо противоположный. В результате перед исследователем возникает проблема точного соотнесения рассматриваемого изображения с установленным критерием, опирающемся на общий смысл, который оно формирует. Ради преодоления возможных несоответствий, при условии, что графическая составляющая заключает неоднозначный смысл, либо смысл, противоречащий текстовому сопровождению, приоритет отдаётся последнему. Несмотря на очевидность данного постулата при обывательской (бессистемной) интерпретации сложного изображения, он требует отдельного упоминания при разделении смыслообразующих частей. Разделение, повлекшее введение понятия «сложного изображения» и метода препарации его смысла, даёт исследователю возможность вычленивать, упорядочить и классифицировать *устойчивые образы*, представляющие графический сегмент символов-знаков сепаратного языка, на котором говорит on-line дискурс, в данном случае, призыва на армейскую службу.

Соотношение сюжета, смысла и образа (в т. ч. устойчивого) в сложном изображении организуется следующим образом. Наименьшая единица сложного изображения, это - конкретный образ, использующийся как в текстовой, так и в графической составляющей. По этой причине в одном сложном изображении, (даже если графическая составляющая несёт только один образ) одновременно могут использоваться несколько образов. Второй ступенькой служит сюжет, заключающий действие одного образа или взаимодействие нескольких образов внутри конкретного сложного изображения, или группы подобных изображений. Наивысшей единицей,

включающей в себя два первых слагаемых, а также определяющей конечную цель (или «ответ» автора) изображения и определяющей отношение к призыву, служит ключевой (или ведущий) смысл сложного изображения. Отдельный ведущий смысл может быть соотнесён с единственным сложным изображением, либо несколькими, но максимально схожими сложными изображениями, идентичными по значению в каждой из перечисленных выше единиц и связующей их общей логике.

### *Прикладные формы сложных изображений.*

Популярным в настоящее время средством, широко распространённым в русскоязычных соцмедиа, и потому важным воплощением сложного изображения, служит упомянутый выше формат визуализированного интернет-мема - демотиватор (демотивационный постер). Коллективно создаваемая Википедия определяет последний как «изображение, состоящее из картинка в чёрной рамке и комментирующей её надписи-слогана, составленной по определённому формату. Вскоре после появления демотиваторы стали интернет-мемом»<sup>83</sup>. Интернет-словарь «Словоново», отсылает пользователя к более раннему (и более узкому, ближе к исходному) значению демотиватора: «Демотиватор (demotivator)- картинка на чёрном фоне с белой рамкой, с подписью, которая должна иметь смысл, и, непосредственно «демотивировать». Демотивация( demotivation)- проще сказать: отбитие желание человека, что либо делать. Направляет поступать именно так, а не иначе, «меня это демотивирует!»<sup>84</sup>.

В настоящее время демотиватор, помимо развлекательных целей, нередко выступает в качестве наглядного способа достаточно жёсткого позиционирования (анонимного) авторского мнения (претендующего на

---

<sup>83</sup> Статья «Демотиватор» // Википедия [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Демотиватор> (дата обращения 14.03.2014).

<sup>84</sup> Определение слова «Демотиватор» // Словарь современной лексики «Словоново». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.slovonovo.ru/term/Демотиватор> (дата обращения 14.03.2014).

множественную пользовательскую поддержку – «лайки»<sup>85</sup>, или, по меньшей мере, на раскол аудитории) по какому-либо острому вопросу, находящемуся на повестке дня в социально-экономической, исторической или политической сферах общественной жизни страны.

Логика создания демотиватора, целью которого служит визуализация позиции по волнующему автора вопросу, в подавляющем большинстве случаев строится в следующей последовательности. Её первый шаг – поиск подходящей замыслу графической составляющей (фото, карикатуры, зарисовки и т.п.), формирующей первую (вступительную) часть смысловой нагрузки будущего демотивационного постера. Второй шаг – создание текстовой составляющей, завершающий общий смысл сложного изображения. Данная последовательность закреплена в специализированных on-line инструментах создания демотиваторов, например, сайте «Демотиваторы.ру»<sup>86</sup>, о котором речь пойдёт далее.

С прикладной точки зрения демотиватор представляет собой устойчивый вариант графического оформления изображения (в том числе изображения текста), а именно - рамку. Демотиватор состоит из произвольно заданного изображения, заключённого в массивную чёрную рамку с кратким текстовым комментарием - слоганом или пояснением, связанным по смыслу с изображением и располагающимся на её нижней грани. Текст подписи в некоторых случаях бывает выполнен в двух частях: основной – большим шрифтом и дополнительной – строкой ниже и меньшим шрифтом (однако, шрифт отдельной строки, как правило, един). В таком случае первая фраза, лозунг или слово всегда даёт краткое и самое общее определение изображению в рамке; второй комментарий так или иначе дополняет первый: логически развивает его, уточняет, даёт определение или характеристику, и таким образом, ставит заключительную точку в смысловой нагрузке всего

---

<sup>85</sup> Словарь слов и терминов Интернета «Лайк» [Электронный ресурс]. URL: <http://animatika.ru/info/gloss/like.html> (дата обращения 14.03.2014).

<sup>86</sup> Сайт Демотиваторы.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://demotivators.to> (дата обращения 14.03.2014).

демотивационного постера. Сделать демотиватор может практически каждый, кто владеет основами компьютерной грамотности на уровне начинающего пользователя, поскольку в настоящее время для этого не совсем обязательно использовать специализированную программу (в данном случае графический редактор). Большая популярность этих интернет-мемов породила множество on-line платформ, бесплатно предоставляющих подобную услугу.

Ресурс «Демотиваторы.ру»<sup>87</sup>, в котором этот процесс интуитивно понятен, не отнимает много времени, обладает базовыми функциями и не требует регистрации на сайте. На главной страничке указывается, что «Сайт является сатирическим и не предназначен к просмотру несовершеннолетними, а так же адептами религиозных культов. Все материалы создаются посетителями сайта, чьё мнение не всегда совпадает с точкой зрения владельцев сайта»<sup>88</sup>.

Подобная оговорка, несмотря на кажущуюся комичность, отнюдь не случайна. Активным пользователям социальных сетей хорошо известно, что содержание демотивационных постеров, подобно иным способам on-line общения, практикуемым в глобальной сети, не цензурируется и содержит ненормативную, неполиткорректную лексику в своей текстовой части. Очень часто используется гуляющий по русскоязычной сети «Падонкаффский» язык или «Жаргон падонков»: «...распространившийся в Рунете в начале XXI века стиль употребления русского языка с фонетически почти верным, но орфографически нарочно неправильным написанием слов (т. н. эрративом), частым употреблением ненормативной лексики и определённых штампов, характерных для сленгов (хотя привычки настолько сильны, что «падонки», сами того не замечая, правильно склоняют слова -- зайчег, зайчегу... - и в результате фонетическая верность во многих случаях теряется). Чаще всего используется при написании комментариев к текстам в блогах, чатах и веб-

---

<sup>87</sup> Сайт Демотиваторы.ру Опция: создать демотиватор [Электронный ресурс]. URL: <http://demotivators.to/submit/> (дата обращения 14.03.2014).

<sup>88</sup> Сайт Демотиваторы.ру [Электронный ресурс]. URL: <http://demotivators.to> (дата обращения 14.03.2014).

форумах. Сленг породил множество стереотипных выражений и интернет-мемов, в частности, с ним связывают мем «превед»<sup>89</sup>.

Смысл комментариев в демотивационных постерах во многих случаях сводится к прямому оскорблению лиц, исходя из расовой, этнической, национальной, религиозной и профессиональной принадлежности, а также другим основаниям, которые могут послужить для дискриминации.

В части включённых изображений многие демотиваторы не менее провокационны и оскорбительны, они могут вызывать отвращение (например, демонстрацией человеческих трупов) либо попадать под возрастные ограничения из-за откровенных сцен. Данные факты подтверждают наличие тотальной свободы в самовыражении путём создания демотиватора, границы, которой можно непредвзято оценить лишь с помощью социальных сетей, а именно - инструмента добавления «лайков» - кнопок «Нравится» («Like», русск. «лайк»)<sup>90</sup> и репостов<sup>91</sup> (т.е. репостов, копирования - повторных публикаций на лично модерлируемой страничке соцсети). Таким образом, чем больше пользователей соглашаются принять смысл увиденного и публично подтверждают это, тем больше оно распространится и подтвердит массовость его позитивного восприятия, а значит, докажет, что автор изображения нашёл «свою» аудиторию и его замысел совпадает с существующими настроениями в сети. Данное соглашение, совмещённое с произвольной трансформацией смысла внутри отдельной публикации и действием в рамках стандартной модели восприятия, подтверждает справедливость применения термина транзакция, объединяющего в себе данные процессы.

Переходя к разговору о содержательном аспекте изображений, позиционирующих мнения относительно призыва, необходимо обратить внимание на то, что в настоящий момент демотиваторы, изначально возникшие

---

<sup>89</sup> Статья «Жаргон папонков» // Википедия [Электронный ресурс]. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Жаргон\\_папонков](http://ru.wikipedia.org/wiki/Жаргон_папонков) (дата обращения 14.03.2014).

<sup>90</sup> Статья «Кнопка «Мне нравится»» // Википедия [Электронный ресурс]. URL: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Кнопка\\_«Мне\\_нравится»](http://ru.wikipedia.org/wiki/Кнопка_«Мне_нравится») (дата обращения 16.03.2014).

<sup>91</sup> Определение слова «Пост» // Словарь современной лексики «Словоново» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.slovonovo.ru/term/пост> (дата обращения 16.03.2014).

как пародия на мотивационные постеры, давно вышли из этого состояния и сейчас практически не ограничивают замысел автора в их создании. «Изначально демотивационные постеры появились как пародия на мотивационные постеры (плакаты) или мотиваторы — вид наглядной агитации, предназначенный создать подходящее настроение в школах, университетах и на рабочих местах.

Мотивационные постеры очень часто бывали скучны, поэтому широко распространилась практика их пародирования, обычно заключающаяся в составлении постеров по такому же стандарту, но вызывающих вместо положительных эмоций отчаяние, уныние и грусть. Подобные пародии и получили название демотивационных постеров. Примеры демотиваторов можно найти на многочисленных ресурсах Интернета. Тем не менее, всё больше и больше картинок, называемых «демотиваторами» и распространяемых в интернете, не соответствуют самому понятию «демотиватор», а являются просто юмористическими картинками»<sup>92</sup>.

Вследствие многостороннего выхода содержания демотиваторов за первоначальные границы, исследователям потребовалось упорядочить его новые, разросшиеся объёмы. Согласно классификации, разделяющей все современные демотиваторы на шесть типов, предложенной социологами Голиковым А.С. и Калашниковой А.А. в работе «Демотиваторы в интернет-коммуникации: генезис, смыслы, типология»<sup>93</sup>, следует подчеркнуть, что тема призыва в основном, находит своё отражение в следующих разновидностях: 1. демотиваторы оригинальные (классические); 2. социально-рекламные; 3. саморепрезентационные.

Кроме традиционных демотиваторов широкое хождение в сети получили изображения без рамки (как правило, фотографии) с кратким комментарием (или заглавием) подобно тому, что используется в демотиваторе, однако

---

<sup>92</sup> Статья «Демотиватор» // Википедия [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Демотиватор> (дата обращения 16.03.2014).

<sup>93</sup> Голиков А.С., Калашникова А.А. Демотиваторы в интернет-коммуникации: генезис, смыслы, типология // Вестник Харьковского государственного университета. 2010. Вып.16. С.124-130. (дата обращения 16.03.2014).

выполненные крупным («жирным») шрифтом белого цвета. Разумеется, схема «изображение + текст» не ограничивается этими, часто встречающимися формами, возможны иные варианты.

*Классификация визуального сопровождения дискурса призыва.*

Несмотря на большое разнообразие графических форм изображений, так или иначе связанных с исследуемой темой и размещённых на страницах соответствующих тематических сообществ социальных медиа, их содержание и заключённые в нём идеи могут быть сведены к единой концепции, максимально обобщающей распространяемые в on-line среде символы и смыслы.

Обзор совокупной массы тематических изображений позволяет выдвинуть предположение о существовании трёх наиболее обобщённых, или «первичных» вопросов, каждый из которых представляет довольно ёмкое направление, включающее отдельные смысловые сюжеты и группы сюжетов. Форма вопроса избрана в силу основополагающего вывода о том, что каждое из изображений дискурса включает достаточно конкретное послание, обращённое к зрителю (пользователю) с произвольно избранной целью. Форма вопроса подразумевает ответ, который формулирует для себя зритель, интерпретируя встреченное в сети изображение.

Определяющий смысл изображения, таким образом, будет являться продолжением ответа на один из трёх первичных вопросов. Заключённые в первичных более узкие вопросы «по теме» - второго и даже третьего порядка, приведены в работе с конкретными примерами и открывают многоступенчатость выстроенной *исчерпывающей* классификации визуального аспекта дискурса. Изображения, которые не могут быть логически верно соотнесены ни с одним первичным вопросом, не принадлежат on-line дискурсу призыва, и в данном исследовании не рассматриваются.

Таким образом, все изображения on-line дискурса призыва на службу в ВС РФ, так или иначе, отвечают какой-либо из трёх первичных вопросов (левый столбик схемы):

**On-line дискурс призыва в Вооружённые Силы РФ  
(визуальный аспект)**

Первичные вопросы к аудитории	Транзакция смысла	Дихотомия отношения к призыву
I. Кто служит?		A. За призыв
II. Как служат?		B. Против призыва
III. Почему служат?		

Каждый из этих вопросов не существует в оторванном от реальности пространстве, а работает, благодаря многим детализирующим расширительным трактовкам, укладываемым в очерченную вопросом сюжетно-смысловую группу. Благодаря этому, тема призыва в российскую армию, всесторонне выраженная в изображениях различных форм и содержания, укладывается в данную классификацию, претендующую на исчерпывающий и универсальный характер.

Универсальность классификации выражается и в том, что из первичных вопросов не следует, какое именно отношение (позитивное - одобряющее или негативное - не приемлющее) будет выражено в конкретном источнике (правый столбик схемы). *Дихотомия отношения к призыву*, как показано в работе на многочисленных примерах, реализуется не только в ответах на первичные вопросы, но и на их производные (за редкими исключениями, оговорёнными

отдельно). На основании вышеизложенного, будет верным утверждение о том, что первичные вопросы не пересекаются и не противоречат дихотомии отношения к призыву, но существуют параллельно, в общем тематическом поле - современном on-line дискурсе призыва в российскую армию.

Лаконичность формулировок первичных вопросов в схеме оправдана стремлением к облегчению усвоения предложенной классификации; однако нельзя забывать о том, какой будет их пространная версия, адаптированная к ответу конкретного изображения. Расширенная формулировка продемонстрирована на примере допустимых преобразований первого первичного вопроса: *«**Кто** (т. е. каков образ тех, кто) **служит** (не служит / не желает служить - уклонист / будет призван на службу / служил) **в армии** (в ВС РФ / иных вооружённых формированиях РФ; в Советской армии / армиях иных государств; по призыву / контракту)?»*

*Ответ на вопрос: кто служит (в армии)?* сопровождается конструированием особой идентичности за счёт противопоставления демонстрируемого образа образу пользователя. Разумеется, оба этих образа прямо ассоциированы со службой в армии, именно это предполагает «особый» характер идентичности. Эмоциональная окраска (если она не нейтральна), с которой в сложном изображении выполнен демонстрируемый образ, часто определяет исход дихотомии отношения к призыву, в противном случае её исход зависит от общего смысла сложного изображения, формируемого на основе как графической так и текстовой составляющей. Можно сказать, что конструирование идентичности идёт в двух сферах одновременно: в первой автор определяет идентичность зрителя, а во второй, противопоставляет ей (обычно, с помощью графической составляющей) идентичность тех, кто служил (или не служил), в зависимости от его цели.

Вне зависимости от отношения к призыву, формирование идентичности в исследуемых источниках подразумевает коллективность действующих лиц. Последнее актуально в презентации образов тех, кто служит или пойдёт служить, и гораздо реже - со стороны пользовательской идентичности.

Коллективность представленного действия может прослеживаться и в текстовой и в графической составляющей сложных изображений, её невольное использование убеждает в стремлении авторов данных изображений придать большую силу эмоционально-смысловому содержанию, а также легитимировать несогласие с традиционными представлениями, если они противоречат авторской позиции.

### ***Социальные сети как ведущая форма социальных медиа в on-line дискурсе призыва***

Разновидности социальных медиа, в которых потенциально может быть представлен дискурс призыва с достаточными для объективного анализа качественными (содержательными) и количественными показателями, насчитывают три формы: социальные сети, блоги, форумы. Прочие формы социальных медиа, как например: микроблоги, сайты знакомств, социальные закладки, геосоциальные сервисы, фото и видеохостинги и другие, не удовлетворяют исследовательским требованиям главным образом в силу отсутствия тематических сообществ, посвященных призыву на военную службу, либо из-за серьёзных ограничений, накладываемых конкретной формой.

Однако и такие формы как соцсети, блоги и форумы при ближайшем рассмотрении оказываются, отнюдь не равноценны. Фактическое положение вещей состоит в том, что пользователь, задавшийся целью узнать, что пишут в блогах о призыве в российскую армию и прибегнув для этого к одному из наиболее доступных инструментов – поиску по блогам от Яндекс<sup>94</sup> или Google<sup>95</sup>, не получит необходимых сведений. Ответы на соответствующий поисковый запрос содержат ссылки на многочисленные посты, которые в подавляющем большинстве отражают последние новости вокруг призыва. Актуальные новости отнюдь не всегда связаны с призывом в российскую

---

<sup>94</sup> Поисковая система Яндекс. Поиск по блогам. [Электронный ресурс]. URL: <http://blogs.yandex.ru/> (дата обращения 06.04.2014).

<sup>95</sup> Поисковая система Google. Поиск по блогам. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.google.ru/blogsearch> (дата обращения 06.04.2014).

армию, так, ко времени подготовки данной работы, блоги «о призыве» заполнены сообщениями из Украины (в связи с продолжающимся в этой стране кризисом). В последнее время такая особенность современной блогосферы, как генерирование новостных репортажей благодаря быстрой реакции на текущие события (но при этом страдает качество и достоверность информации), составляет известную конкуренцию традиционным СМИ, чем вызывает недовольство в стане последних.

Наиболее содержательные и посещаемые форумы, найденные в сети по запросам с ключевыми словами «призыв» и «служба в армии», в основном посвящены вопросам прикладного свойства. Один из крупнейших ресурсов такого типа – открытый форум «Призывник.info»<sup>96</sup> имеет следующие разделы: «Адвокатская помощь», «Полезное», «Форумы для призывников», «Медицинские форумы», «Форумы для офицеров запаса и военнослужащих», «Форум для тех, кто решил пойти в армию», «Форум по уголовному праву», «Отзывы по Военкоматам», «Общие форумы»<sup>97</sup>. Каждый из указанных разделов включает несколько подразделов, однако и среди них нет специальной площадки для обмена мнениями «за и против призыва». По всей видимости, администраторы форума предполагают, что их пользователи уже определились со своей позицией относительно призыва, и посещают ресурс для поиска той информации, которая соответствует принятому ими решению.

Не менее половины встреченных «форумов для призывников» обладают откровенно коммерческим характером, предлагая заинтересованным пользователям «юридическое и медицинское сопровождение» во время призывных мероприятий.

### ***Специфика дискурса в социальных сетях***

Прежде чем узнать, каково содержание текстовых материалов в тематических группах социальных сетей (т.е. группах, объединённых вокруг

---

<sup>96</sup> Форум «Призывник.info» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.prizyvnik.info/> (дата обращения 06.04.2014).

<sup>97</sup> Там же.

темы, соответствующей рассматриваемому дискурсу), вновь обратимся к цифрам, иллюстрирующим актуальное положение вещей в этой отрасли.

Согласно пресс-выпуску «Россияне «в Сети»: рейтинг популярности социальных медиа», опубликованному Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 13 февраля 2012 года; доля пользователей глобальной сети достигла 55% от числа населения страны. В то же время, наиболее стремительно возрастает доля ежедневных пользователей, а 82% их общего числа зарегистрированы в каких-либо социальных сетях, самыми востребованными из которых являются «Одноклассники» и «ВКонтакте». Типичным пользователем социальных медиа является человек в возрасте от 18 до 24 лет (96%), обеспеченный (87%), проживающий в Москве или Санкт-Петербурге (94%)<sup>98</sup>.

Крупнейшая социальная сеть России - «ВКонтакте»<sup>99</sup> по ряду объективных обстоятельств занимает центральное место в обзоре текстового аспекта on-line дискурса призыва. В настоящее время эта сверхпопулярная русскоязычная соцсеть имеет наибольшую суточную аудиторию (по данным на январь 2014 года, она составляет около 60 миллионов человек<sup>100</sup>). Согласно данным мониторинговой системы «Brand Analytics», «ВКонтакте» является «самой юной» социальной сетью по сравнению с «Фейсбук», «LiveJournal» и «LiveInternet»; поскольку 68% её пользователей моложе 24 лет.<sup>101</sup> В то же время, «Фейсбук» обладает более возрастной аудиторией, 62% старше 25 лет<sup>102</sup>.

---

<sup>98</sup> «Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа» // Официальный сайт ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 1951. [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (дата обращения 06.04.2014).

<sup>99</sup> Рейтинг 500 крупнейших интернет-сайтов в мире Alexa Internet // Alexa Top 500 Global Sites. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.alexa.com/siteinfo/vk.com> (дата обращения 06.04.2014).

<sup>100</sup> Благовещенский А. "ВКонтакте" посетили более 60 миллионов человек за сутки // Российская газета. 2014. 21 янв. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rg.ru/2014/01/21/vk-60million-site.html> (дата обращения 13.04.2014).

<sup>101</sup> «Активные авторы в социальных медиа: исследование по возрастным группам» // Сайт «Brand Analytics». 2013. 25 окт. (система мониторинга и анализа упоминаний в социальных медиа в режиме реального времени) [Электронный ресурс]. URL: <http://brand-analytics.ru/blog/?p=952> (дата обращения 13.04.2014).

<sup>102</sup> Там же.

Не только огромная посещаемость сайта, значительную часть которой составляют молодые люди, оправдывает концентрацию внимания к «ВКонтакте». Такой, необходимый для исследования признак социальных медиа, как функция создания групп по интересам, имелась в этой социальной сети (в отличие от тех же «Одноклассников») со времени старта on-line проекта. Однако определяющим фактором является то, что «ВКонтакте» по сравнению с «Одноклассниками» и «Фейсбуком» не только имеет значительные по численности сообщества, посвященные конкретно вопросу призыва, но даже обладает среди них некоторым разнообразием. Всё это делает социальную сеть «ВКонтакте» ключевым источником, свидетельствующим о современном состоянии on-line дискурса призыва в зоне популярных русскоязычных социальных сетей.

Все сообщества социальных сетей, в той или иной степени формирующие дискурс призыва (в зависимости от общего смысла – темы содержания), можно разделить на пять различных типов:

1. Сообщества, отправной точкой для которых является позиция «Против призыва». Эти группы можно разбить на два подтипа:

1. Группы с обсуждением необходимости отмены призыва на срочную военную службу и формирования профессиональной армии (требования отмены всеобщего призыва на срочную военную службу и альтернативную гражданскую в т. ч. путём общенационального референдума);

2. Группы с коммерческими предложениями для призывников (помощь в защите прав призывников, консультации юристов и медиков, помощь в получении военного билета без необходимости фактического прохождения службы в армии)

2. Сообщества, стремящиеся преодолеть дихотомию и инициирующие среди пользователей дискуссию «За или против службы в армии?»

3. Сообщества, отправной точкой для которых является позиция «За призыв». Эти группы можно разбить на два подтипа:

1. Сообщества, прямо указывающие на необходимость призывной (в первую очередь) и контрактной службы в российской армии

2. Сообщества, посвященные армии России в целом, обычно нейтральные - без выраженной позиции по вопросу о призыве, но с общим (подразумеваемым) положительным восприятием рассматриваемой темы (это группы с наибольшим числом участников, однако они более других групп отдалены от дискурса призыва).

Поскольку социальные сети могут одновременно иметь несколько механизмов организации виртуальных сообществ, необходимо уточнить, что это не оказывает какого-либо существенного влияния на их отбор и последующий анализ содержащегося в них контента. К примеру, такие инструменты соцсети «Вконтакте», как «Открытая группа» со своими «участниками» и «Страница» с «подписчиками», в оценке содержания, считаются равноценными источниками, поскольку различаются исключительно техническими вещами, не предопределяющими их содержательную сторону. Как отмечалось ранее, исследование базируется только на материалах, размещаемых в сообществах со свободным доступом.

### ***Текстовый аспект дискурса в сообществах социальных сетей***

Группы (или виртуальные сообщества) социальной сети «Вконтакте», как и группы других социальных сетей с открытым доступом, объединённых какими-либо темами «федерального» масштаба, зачастую имеют вступительный текст, подготовленный её администраторами и представляющий общую информацию о тех вопросах, которые будут обсуждаться на данной площадке. «Вконтакте» для этих целей имеет графу «Описание», располагающуюся на страничке группы сразу за её наименованием. Описание группы весьма ценно для получения необходимых

сведений, поскольку в нём содержится исходная, а главное, адекватная и аргументированная позиция по отношению к армии и призыву. Одновременно, в этой графе может указываться и оценка действующей государственной власти. Кроме описания сообщества, в анализе текстового аспекта следует рассматривать такие формы, как записи со «стены» группы, комментарии пользователей, голосования и обсуждения.

Порядок обзора содержания текстового контента тематических групп социальных сетей строится на двух факторах: во-первых, от занимаемой позиции в дихотомии отношения к призыву (и типологизации на её основе, приведенной выше), а во-вторых, с учётом количества подписчиков, участников рассматриваемых сообществ, последовательно: от большего числа к меньшему. Далее по тексту, с приведением необходимых ссылок, рассмотрены наиболее содержательные и показательные примеры материалов социальных сетей в их разнообразии, которые раскрывают исследуемый дискурс.

Дискурс призыва на (срочную) военную службу в социальных медиа представлен не так широко, как это могло бы показаться на первый взгляд. Ключевым источником в этой сфере является контент сообществ наиболее популярной социальной сети России – «ВКонтакте». Это единственный представитель соцмедиа, в котором вовлечение активных пользователей (участников, подписчиков групп) в дискурс можно считать по-настоящему массовым. Тематические сообщества «ВКонтакте» активно развиваются и служат постоянно обновляемой платформой обмена мнениями и прикладной информацией для лиц, как-то и когда-либо взаимодействовавших с институтом призыва на военную службу и близких им людей.

Совокупность записей тематических сообществ содержательно разнообразна, в текстах распространены устойчивые образы дискурса, в том числе выступающие в роли самостоятельных аргументов в отстаивании личной позиции пользователей. Наиболее часто используются образ идентификации призывников и (бывших) военнослужащих с маргинальными стратами и гомосексуалистами, образ рабского положения военнослужащих, а также

образы, основанные на бессменных «околовоенных» фразеологизмах: «Настоящий мужчина» и «Защитник Отечества», «Долг Родине» и «Родина-мать». В зависимости от потребностей участников и администраторов групп социальных сетей, знаки дискурса имеют исходную форму, либо трансформируются, с произвольным изменением своей эмоциональной окраски (коннотации знаков) и общей оценки.

Параллельно с артикуляцией дискурса призыва (включая все варианты аргументации позиции в дихотомии отношения), в сообществах «Вконтакте», объединённых против призыва, активно циркулируют самостоятельные сопутствующие темы, укладывающиеся в общую логику изложения. Это тема гендерной дискриминации, а именно - ущемлённого положения мужчин в современной семье, обществе и государстве, обусловленного их «рабским», конформистским мировоззрением и поведением, не последнюю роль в формировании которого, по мнению авторов данных публикаций, занимает призывная военная служба в современной российской армии.

Вторая сопутствующая тема - пересмотр итогов Второй мировой войны (в т. ч. Великой Отечественной войны), войны в Афганистане и операции по наведению конституционного порядка в Чеченской республике с апеллированием к сегодняшнему дню. Содержание таких записей заключается в том, что на основе сюжетов былых войн и вооруженных конфликтов (с участием военнослужащих России) пользователям демонстрируются некоторые якобы «традиционные» черты взаимодействия человека и государственной власти в России, в ситуации, когда первый вынужден находиться в статусе военнослужащего.

В случае негативного отношения к призыву эти сюжеты утверждают для пользователя следующие идеи: чрезвычайно низкую цену жизни российского солдата и его бесправие; цинизм власти и мотивацию её действий лишь собственными интересами, плохую подготовленность и оснащённость войск, их низкую боеспособность и эффективность в ходе боевых действий; отсутствие должной социальной поддержки ветеранов; лучшую альтернативу – «меньшее

зло» в случае отказа от организованного государством вооруженного сопротивления противнику. Как видно, каждая из тем сопутствующих дискурсу, тесно связана с проблемой взаимоотношений власти и общества в России, а, следовательно, имеет немаловажную политическую составляющую.

Политизация дискурса особенно выражена в группах, настроенных против призыва, где негативное восприятие военной службы легко переносится на недовольство государственной властью, которая в свою очередь, не только по настоящее время сохраняет институт всеобщего призыва, но и всеми силами старается упрочить его, проводя «политику кнута и пряника». (Достаточно вспомнить «пряник» в виде сокращения срока службы по призыву до одного года, реформ экс-министра А. Сердюкова по улучшению условий прохождения срочной службы; и «кнут»: как недавно вступивший в силу закон «О повышении престижа воинской службы», новые законопроекты, например о «справке уклониста», выдаваемой по достижении 27 лет вместо военного билета лицам, избегавшим призывных мероприятий).

Поводом для антиправительственных постов или комментариев часто служат новостные сообщения о (предполагаемых) мерах по ужесточению ответственности за уклонение от призыва и прочие варианты игнорирования установленных законом призывных мероприятий. Эти записи в своём большинстве встречаются пользователями резко негативно, при этом недовольство, как правило, чётко фокусируется на конкретных представителях действующей власти (под «огонь» критики попадают: члены правительства, президент, парламент, Минобороны).

Наиболее явно симбиоз требований отмены призыва (создания полностью профессиональной армии) и острой критики (порой сводящейся к прямым оскорблениям) в сторону действующей власти характеризует социальную сеть «Фейсбук». Соответствующие сообщества «Вконтакте», не имеющие специального повода для подобных публикаций (!), имеют записи с прямой критикой власти, но в гораздо меньших объёмах и, как правило, в обезличенном представлении власти. Последнее, по всей видимости,

объясняется популярностью действующего президента в аудитории рассматриваемых групп, состоящей (в основном) из молодых людей.

Говоря о главных различиях в характере контента дискурса между социальными сетями «ВКонтакте» и «Фейсбук», нельзя не упомянуть об особенностях используемой лексики, поскольку степень её эмоционального напряжения в первой соцсети в разы выше, чем во второй. Также в «ВКонтакте» постоянно действует множество прямых диалогов между пользователями, отстаивающими разные позиции по отношению к призыву. Что касается совокупной характеристики содержания записей, то «Фейсбук» гораздо более беден, поскольку не обладает таким разнообразием записей (от личного опыта военнослужащих до обоснования тем, сопутствующих позиции отношения к призыву), каким обладают группы «ВКонтакте». Причина этих различий, очевидно, заключается в несовпадении количества и «качества» (возраст, уровень образования, профессиональная деятельность, интеллектуальные способности) пользовательских аудиторий этих двух социальных сетей, а также подходах к модерации записей пользователей в группах.

В заключение, обратимся к оценке количественного и качественного соотношения представленности позиций дихотомии в текстовом аспекте дискурса социальных сетей. Данная оценка безальтернативна, она склоняется в пользу негативного отношения к призывной военной службе в российской армии. Это объясняется следующими обстоятельствами. Во-первых, безусловным количественным превосходством (по числу групп и их участников) и содержательным разнообразием групп с темами «Против призыва» по сравнению с группами «За призыв» (за исключением групп «об армии в целом», так как они не соответствуют дискурсу непосредственно). Во-вторых, ощутимо большей долей комментариев и записей со смыслом «Против призыва» в отдельных обсуждениях, организованных как дискуссионные площадки для отстаивания собственной позиции пользователей в дихотомии и её аргументирования. В третьих, аналогичное положение вещей в группах из категории «Сообществ, призывающих к дискуссии».

## Устойчивые образы on-line дискурса призыва в ВС РФ

### *Определение знаков on-line дискурса.*

Под устойчивыми визуальными образами в исследовательской работе понимаются постоянно (стабильно, в течение длительного времени) действующие элементы знаковой системы – прикладного «языка» on-line дискурса призыва на службу в ВС РФ (и иные войска и воинские формирования России), используемые для позиционирования отношения к призывной системе комплектования армии.

Стабильность, в свою очередь, проявляется в двух измерениях дискурса: во времени и в пространстве. Первое измерение подразумевает достаточно длительное существование конкретного образа в русскоязычном сегменте интернета, а второе – его повсеместную распространённость в социальных медиа и тематических сайтах (вне зависимости от формата передачи), выраженную в частности, в свободном конвертировании из текстовой формы в визуализированную и наоборот. Содержание каждого знака-символа on-line дискурса призыва *всегда* имеет смысловой элемент - прямую отсылку к военной службе. Термины «знак», «символ», «знак-символ», «образ» и «элемент знаковой системы» здесь и далее в исследовании используются как синонимы.

Видео и аудиозаписи в форме целостных художественных произведений (как уже было отмечено) специально не рассматриваются, поскольку создаются профессиональными коллективами (часто под действием внешних акторов, полностью независимых от on-line дискурса), а также обладают рядом иных (описанных выше) особенностей, не позволяющих включать их в ядро контента политизированного on-line дискурса.

Поиск устойчивых символов-знаков, использующихся в содержании дискурса с произвольно очерченными границами, можно производить, отталкиваясь от формальных оснований, однако это приведёт к чрезвычайному росту их количества и снижению «качества» их содержания. Такой подход неизбежно повлечёт за собой организацию разветвлённой адресной

классификации знаков, не позволит исследователю выявить их символическое, смысловое значение, а значит и правильно оценить роль в развитии дискурса.

### *Классификация и характеристика знаков on-line дискурса*

Поскольку содержание устойчивого образа не вызывает дополнительных проблем при определении его смысла (в отличие от многосоставных сложных изображений), дифференциация их совокупности в данной работе базируется на более широкой, но качественной и недвусмысленной характеристике.

Устойчивые образы дискурса, в первую очередь, делятся на две большие категории, пограничным критерием для которых является использование образа человека, поскольку рассматриваемое в дискурсе явление без остатка представляет собой «продукт» социума. Образы человека могут быть собирательными (т. е. обезличенными) либо личными (т. е. персонифицированными). Вторая категория символов, исключая применение образа человека, разделяется на предметные (т. е. материальные) и метапредметные (т. е. нематериальные) образы.

Кроме того, подобно рассмотренным ранее визуализированным сюжетам on-line дискурса призыва, некоторые устойчивые образы могут выполнять свою роль, как с положительным, так и с отрицательным отношением к призыву на военную службу. Другие образы существуют только по одну сторону этой смысловой дихотомии. Данное обстоятельство полностью зависит от способности знака к трансформации и, следовательно, делит все знаки на две группы: динамические (исходные и производные) и перманентные, т.е. статичные.

Выявленные в исследовании устойчивые образы призыва на военную службу далеко *не всегда* имеют конкретное выражение в политической плоскости. Необходимо признать, что большая часть знаков дискурса (как с позитивной, так и негативной коннотацией) описывают лишь те материальные и нематериальные вещи, которые непосредственно связаны с военной службой в современной России. Интерпретация смыслового содержания знаков дискурса не зависит от формы их выражения (визуальной или текстовой), а определяется

коннотацией (эмоциональной окраской) и контекстом образа, которые в свою очередь, произвольно задаются автором публикации (обычно анонимным – для визуальных источников).

Как следует из обзора, большинство устойчивых образов подвержены динамике, т.е. трансформации смысла в соответствии с изменившейся коннотацией, что свидетельствует о существовании опосредованного диалога между авторами – пользователями дискурса. В их публикациях устойчивые образы и символы используются в качестве аргументов собственной позиции в дихотомии отношения к призыву (и военной службе по призыву) и в силу своей распространённости (или стабильности, о которой шла речь в разделе определения знаков) подвергаются критике и оспариваются, вплоть до диаметрального разворота смысла. Опосредованный, или не прямой диалог пользователей «каждого с каждым» в поле дискурса свидетельствует о постоянном обновлении его содержания, а значит, позволяет производить сравнительные характеристики с определённой частотой, и, следовательно, оценивать колебания дихотомии отношения к призыву с течением времени.

Садилова Алена Викторовна  
*аспирант кафедры политических наук  
Пермского государственного  
национального исследовательского  
университета*

## **Значение фейка в социальных медиа в периоды политического кризиса**

Sadilova Alyena,

Post-graduate Programme of Political Science.

Fake Significance in Social Media during Political Crisis time.

Since 2000-s information and communication technologies branch has been developing intensively and almost the most life spheres have appeared to get under its influence. The significant part of information stream transferred into the net space accumulating itself there and being translated from one user to another. In this connection social net areas have acquired the status of one of the most crucial news and communicational fields in politics. Morphology and poly-functional nature of social media have being perceived by the society as the resource containing the newest, freshest and the most accurate information from the ‘first person’. But it is apt to have been illusion. Since the moment of social media emergence “disinformation agents” produce false data including fakes. In the most general sense a “fake” is the falsification or distortion of data, the deliberate confusion of notions. The problem is the use of fakes in political struggle as a new tool influenced on political process. It is especially strong tool during crisis periods, time of political system transformations and revolutions. The events in Moldova, Libya and Egypt may serve as the examples.

На сегодняшний день значительная часть коммуникационных потоков и информационных транзакций перенеслась на площадки социальные сетей и «новых медиа». Как правило, здесь новости появляются гораздо раньше традиционных СМИ ввиду развития «гражданской журналистики», а также быстрее приобретают характер «массового знания». С начала 2000-х в сетевое

пространство активно входят политические силы, осознав, какую важную роль играют социальные медиа в изменившемся цифровом мире: отдельные государственные деятели, политические партии, оппозиционные группы, представители гражданского общества и прочие участвуют в этой среде. Совершенно точно, социальные сетевые площадки стали плацдармом для аккумуляции, дистрибуции информации и полемики на самые разные тематики.

Как известно, популярность подобных сетевых ресурсов в частности вызвана их специфической морфологией и мультифункциональностью. Однако, к обширному количеству сильных сторон социальных сетей и медиа присоединилась яркая отрицательная характеристика, которая за последнее время приобретает масштабы глобальной угрозы. Проблема в том, что внутри выстроенного на принципах аутопойезиса и ризомности медиaprостранства наряду с обычными участниками коммуникационного процесса существует и другая категория – «пользователей-вредителей».

В любой органической изменяющейся среде, системе, будь то трофические цепи флоры и фауны или сам человек, или общество - везде имеет место в обязательном порядке мироустройства феномен вредителей, паразитов и вирусов. Обобщенно говоря, речь идет о деструктивных элементах системы, имманентно присущих ей. Не является исключением и информационно-коммуникационное пространство; как известно, понятие «шума» в процессе передачи сообщения от одного источника другому было выявлено еще К.Шенноном и У. Уивером и нашло отражение в дополнении линейной модели коммуникации. Строго говоря, «шум» или какое-либо искажение транслируемой информации, можно рассматривать как проявление «вирусного воздействия» на объект. Как и явление «погрешности» в физике, это понятие невозможно исключить полностью, а только до определенной степени нивелировать и учитывать при рассмотрении ситуации. По характеру возникновения «шумы» стоит различать: вызванные техническими и технологическими слабостями системы передачи информации, обусловленные

социальными факторами восприятия или, например, специально спровоцированные.

Что касается социальных медиа, то они также подвержены различного рода воздействиям «инфекционных агентов», т.е. акторов, преследующих цели распространения дезинформации в данном коммуникативном поле. Эти агенты возникают практически синхронно с появлением собственно социальных медиа и развиваются, трансформируются, исходя из эволюции сетевых социальных площадок. Дело в том, что кроме интеракции и мультимедийности, социальные сети являются благодатной почвой для ведения бизнеса, создания проектов, продвижения собственных товаров и услуг, запуска рекламных кампаний и пр. В связи с их высокой экономической привлекательностью и растущей общественной значимостью в работу социальных медиа все чаще вмешиваются «инфекционные агенты» (мошенники, хакеры и просто хулиганы), чьи действия ведут к разбалансировке работы сети. Число преступлений, совершающихся посредством сетевых технологий постоянно увеличивается, что вместе с тем влечет интенсификацию работы по защите электронного пространства от различных видов атак. Останавливаться на теме экономических преступлений не будем, просто поясним, что социальные сети перешли на иной этап развития, перестав быть лишь межличностной коммуникативной средой, поэтому и роль «инфекционных агентов» существенно возросла и превратилась в довлеющую угрозу.

Ввиду своих интегративных свойств и благодаря характеристикам быстрой информационной диффузии, социальные сети стали лакомым объектом для реализации манипулятивных стратегий, местом вброса вируса дезинформации. Набирая популярность, сетевое медиaprостранство столкнулось с феноменом фейка, под которым понимается при транслитерации «подделка», «фальсификация» или даже «подлог»<sup>103</sup>. Подчеркнем, что

---

<sup>103</sup> Толковый словарь И.Мостицкого [Электронный ресурс]. URL: [http://mostitsky\\_universal.academic.ru/5720/%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BA](http://mostitsky_universal.academic.ru/5720/%D1%84%D0%B5%D0%B9%D0%BA) (дата обращения 05.07.2014).

терминологическая база этого феномена весьма размыта и не закреплена. Существует несколько вариантов классификации фейков<sup>104</sup>.

Чаще всего в социальных сетях фейк проявляется в создании поддельной страницы с целью имитации каких-либо реальных пользователей. В подавляющем большинстве случаев этой угрозе подвержены публичные люди, знаменитости, включая как певцов, актеров, так и значимых политических фигур, вплоть до президентов или других первых лиц государства. Приведем в пример факт наличия в наиболее популярной в рамках России социальной сети «ВКонтакте» более 6,5 тысяч страниц Владимира Путина с выложенной в качестве идентификационной фотографии действующего президента РФ.<sup>105</sup> Более того, есть аккаунты президента США (за 900 страниц)<sup>106</sup> и прочих государственных деятелей, которые в реальности не имеют официальных страниц в данной сети.

При создании такой фейковой страницы ее авторы стараются добиться максимального сходства с существующими официальными страницами и по контенту, и по стилистике, чтобы убедить остальных участников сети в том, что этот аккаунт действительно принадлежит определенной высокопоставленной персоне.

Второй вариант рождения фейковости в медиaprостранстве заключается в продуцировании страниц «виртуальных личностей», т.е. которых в настоящей жизни не существует. Важно подчеркнуть, что страница выдуманного персонажа наполняется реальным контентом, скаченным у других пользователей. Возникает закономерный вопрос, с какой целью это делается. Помимо банальной цели развлечения мы вынуждены констатировать целый спектр иных мотивов фейковости в социальных сетях, которые имеют важное отношение к политической сфере. Модель первого фейка применяется для

---

<sup>104</sup> Понятие фейка [Электронный ресурс]. URL: <http://voprosum.ru/chto-takoe-fejk> (дата обращения 05.07.2014)

<sup>105</sup> Вконтакте. Поиск людей Путин Владимир [Электронный ресурс]. URL: [https://vk.com/search\\_people](https://vk.com/search_people) (дата обращения 05.07.2014)

<sup>106</sup> Вконтакте. Поиск людей Барак Обама [Электронный ресурс]. URL: [https://vk.com/search\\_5D=people](https://vk.com/search_5D=people) (дата обращения 05.07.2014)

диффамации персоны, чью страницы злоумышленники «подделывают», т.е. работают над разрушением репутации человека путем публикации несвойственных ему постов и выкладки порочащего контента, к примеру. Планомерная работа, направленная на создание негативного имиджа публичной фигуры в медийном пространстве успешна, естественно, при условии высокой посещаемости данной фейковой страницы.

Кроме формирования отрицательного образа через фейковую страницу вполне возможно пустить ложную информацию, будто бы со слов известного лица. Вторая модель позволяет оставлять комментарии и вести переписку, не опасаясь за себя настоящего. Например, можно вступать в полемику с лицами, не придерживаясь этических и прочих правил, также клеветать и/или распространять информацию (возможно и правдивую) относительно конкретной персоны, но влекущую за своей оглаской крайне нежелательные последствия. Как мы понимаем, социальные сети позволяют выполнять «политические заказы», касающиеся дезориентации масс пользователей, установки негативного образа или провоцирования на какие-либо действия. Символически говоря, страница в социальных медиа является новым «оружием массового поражения», обезвредить которое до его активации достаточно сложно, хотя работа в этом направлении со стороны многих государств активно ведется.

Не только страницы могут носить фейковый характер, но и отдельные посты могут быть определены как «фейк». Причем, фейковая «сенсация» имеет большие шансы быть запущенной через обычных пользователей, ведь ее невероятный информационный посыл способствует моментальной сетевой синзоохории по всей системе, тем самым вирус дезинформации благополучно оседает в массах, в общественном сознании. В результате этих действий социальные медиа переходят из категории достоверного источника информации в касту «черных каналов». Так, по данным сервиса School.com, которые основываются на исследовании Pew Research Center, Washington Post и Reuters, практически 50% респондентов сталкивались с ситуацией, когда

«свежая» новость, публикуемая в социальных сетях, оказывалась ложью<sup>107</sup>. В сравнении с частотностью появления «уток» в традиционных СМИ социальные медиа значительно проигрывают. Особенно очевидна уязвимость сетевых ресурсов в период политической нестабильности, государственных кризисов. Если при обычной работе политической системы тема «новых медиа» рассматривается как поле, которое следует мониторить и контролировать, то при «пробуксовке» государственной машины социальные медиа переходят в группу источников потенциальной крупной угрозы. Таким образом, следует обратить особое внимание на то, какое значение имеют социальные медиа (особенно социальные сети) для «политических сальто», которые в 2000-е годы серьезно участились. Примерами являются такие страны, как Молдавия, Иран, Тунис, Египет, Сирия, Украина и отчасти Россия (события 2011-2012).

Наиболее активно «новые медиа» проявили себя в моменты институциональных кризисов. Удивительно точно охарактеризовал применение сетевых социальных площадок один из активистов египетской революции (оставшийся анонимом): «We use Facebook to schedule the protests, Twitter to coordinate, and YouTube to tell the world (Мы используем Facebook для организации протестов, Twitter для координации действий и YouTube, чтобы сказать об этом миру)»<sup>108</sup>.

В период разрушения стабильной работы государственного механизма массовая политизация наиболее активной социальной аудитории Сети привела к дополнительному влиянию на разворачивание кризисных событий. Блогосфера и пространство социальных сетей с некоторой неожиданностью выступили площадкой культивирования дестабилизирующих и даже революционных событий, начиная с 2009 года, когда в Молдавии и Иране произошли политические кризисы. В этих странах всплеск популярности социальных медиа был вызван тем, что посредством этого канала люди смогли

---

<sup>107</sup> How Social Media Is Taking Over the News Industry [Электронный ресурс]. URL: <http://mashable.com/2012/04/18/social-media-and-the-news/> (дата обращения 23.06.2014)

<sup>108</sup> The Reasons Social Media Contributed to the 2011 Egyptian Revolution," International Journal of Business Research and Management. 2011. № 3. P. 139

выразить свою неудовлетворенность результатами прошедших выборов. Впоследствии сетевая публичная сфера стала катализатором массовых протестов, в социальных медиа сосредоточилось ядро «несогласных» - идеологи и неформальные лидеры оппозиционного движения. Благодаря молдавскому кейсу, впервые появилось понятие «твиттер-революция», которое было растиражировано европейскими и отчасти американскими журналистами на широкую мировую аудиторию.

В качестве методов мобилизации граждан в Молдавии использовались технологии флешмобов, организуемых через рассылку sms-сообщений, а также через социальные сети, такие, как «Одноклассники». Сервис микроблогов заинтересовал политических комментаторов и обозревателей тем, что его применяли лидеры оппозиции, причем главной целью была не мобилизационная или координационная, а исключительно привлечение внимания СМИ к происходящим событиям. Об этом свидетельствует тот факт, что наиболее «плодовитыми» микроблоггерами стали не сами участники инцидентов в Кишиневе, а зарубежные пользователи, запускавшие информацию через хэштег «локальности».

В это же время серьезный политический кризис в Иране после электоральных событий (выборов президента) ознаменовался беспорядками и жертвами среди местных жителей. Масштабность роли социальных медиа в эскалации политического конфликта отмечали многие эксперты<sup>109</sup>. В отличие от Молдавии, где власти выбрали в качестве механизмов борьбы фильтры и цензуру, а также блокировку доступа к некоторым социальным сетям, в Иране действовала иная схема противостояния. Иранские власти заранее создали лояльный, прогосударственный сегмент в социальных медиа, вовлекая в эту группу представителей религиозного и консервативного толка. Поэтому в момент нарастания кризисных явлений была запущена наряду с оппозиционной «контролируемая» информационная повестка, дополняемая инструментами жесткой фильтрации. В конечном счете, эти факторы сыграли негативную роль

---

<sup>109</sup> Scott J.P. Social Network Analysis. Second Edition. SAGE Publications, 2012. P.39.

для прежней власти, т.к. явно выраженные меры противодействия привели к большей консолидации и упрочнению оппозиционного крыла.

В ливийском конфликте 2011 года социальные медиа также показали свою значимость. В первые недели после восстания против политики М.Каддафи разворачивающиеся события и военные действия были доступны для мониторинга для внутренней аудитории и международного сообщества благодаря пополняющемуся и обновляющемуся контенту социальных сетей, т.к. попасть на место боевых действий было проблематично. В связи с этим традиционные СМИ были вынуждены пользоваться информацией социальных сетей в процессе выпуска новостного блока. Осознавая важное влияние социальных медиа на политический процесс, Каддафи еще до революции предпринял меры по закрытию доступа к сотовой связи и Интернету, телефонным линиям на востоке страны, чтобы предотвратить интеракции повстанцев с внешним миром. За весну оппозиционным силам удалось восстановить сетевую и мобильную связь и в последующем использовать эти каналы для оповещения о событиях в Ливии. Сами же власти не смогли перевести сетевое пространство из ряда «слабостей» в преимущество, режим Каддафи не апробировал возможности социальных медиа в борьбе, но активно пытался заручиться поддержкой населения через агитацию в традиционных СМИ<sup>110</sup>.

На приведенных примерах мы видим, что социальные медиа как инструмент борьбы используются не только для информирования, мобилизации и пропаганды, но и становятся идеальным рассадником «вирусной информации» - различных фейков. В ситуации политических пертурбаций фейковая новость во множество раз превышает обычный вредоносный эффект, в условиях стабильности режима. Информационные войны» переключались частично из традиционных медиа в сетевые<sup>111</sup>.

---

<sup>110</sup> Балуев Д.Г., Каминченко Д.И. Политическая роль «новых» СМИ в ливийском конфликте // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 2 (1). С. 5-6.

<sup>111</sup> Morozov E. The Net Delusion. L.: Penguin Books, 2011. P.224.

Социальные медиа становятся орудием решения внешнеполитических вопросов с помощью легкого вуалирования новостного информационного потока под видом «гражданской журналистики», феномен которой расцвел благодаря как сетевым площадкам, так и новым техническим средствам – смартфонам, планшетам и т.д., позволяющим выкладывать материалы в Сеть с завидной оперативностью. Естественно, что отследить каждый твиттер или пост в других социальных медиа непросто, поэтому «вирус дезинформации» свободно может разгуливать по электронному пространству длительное время. Благодаря низкой степени проверки идентификации, под реальным именем может скрываться «инфекционный агент», преследующий цель конструирования ситуации под углом, который выгоден конкретной политической силе.

Более того, «вирусная информация» с легкостью проскальзывает с поля сетевых ресурсов в традиционные СМИ, тем самым увеличивая свой радиус поражения. Срабатывает так называемый «эффект информационного бумеранга», когда телевидение и радио подхватывают бурлящую в социальных медиа новость, выводя ее за пределы сетевого мира. Чаще всего это случается ввиду невозможности получить информацию из эпицентра действий.

Выявленная специфика социальных сетей на современном витке эволюции ИКТ дает основание полагать, что их влияние на политический процесс может быть совершенно разным, а положительная однополярность мнений о роли Сети, бытующая в 1990-е, когда Интернет воплощал в себе идеал свободы коммуникации и распространения информации, окончательно ушла из научного дискурса. Согласно суждению американского политолога Джозефа Ная, новые социальные медиа, будучи социальными конструкциями, не являются демократическими или тоталитарными, они могут быть и тем, и другим<sup>112</sup>. Как уже было отмечено, новые СМИ, и социальные сети в частности все чаще используются в качестве политического инструмента, с помощью которого акторы пытаются повлиять на расстановку сил. В свою очередь

---

<sup>112</sup> Nye Joseph S. The Powers to Lead. Oxford University Press, 2008. P.106.

происходящие трансформации в сетевом пространстве влекут за собой усиление внимания и контроля этой сферы со стороны государственных структур.

Будучи механизмом, во-первых, социальные сети и медиа вполне могут оказаться в руках авторитарно настроенных групп влияния, а во-вторых, применение их в политической борьбе не дает гарантированного успеха<sup>113</sup>. В заключение отметим, что активность на социальных сетевых площадках не является полноценной заменой реальных действий, а феномен фейка набирает обороты, обостряя угрозу дезинформации и создания самими пользователями ложной картины политических реалий.

---

<sup>113</sup> Артюхин В.В. Веб 2.0 как источник неконструктивной активности в Интернете // Международный электронный журнал "Образовательные технологии и общество". 2010. Том 13. № 2. [Электронный ресурс]. URL: [http://ifets.ieee.org/russian/depository/v13\\_i2/html/11.htm](http://ifets.ieee.org/russian/depository/v13_i2/html/11.htm) (дата обращения 02.07.2014).

*Научное издание*

**СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК КАТАЛИЗАТОР  
КРОССНАЦИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ**

Сборник научных статей

Выпуск 2

Издается в авторской редакции

Подписано в печать 22.08.2014. Формат 60×84 1/16.  
Усл. печ. л. 5,46. Тираж 100 экз. Заказ

Редакционно-издательский отдел  
Пермского государственного национального  
исследовательского университета  
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15

Типография Пермского государственного  
национального исследовательского университета  
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15