

*Цепковская Екатерина Викторовна,*

*к. филос. н., доцент кафедры мировой философии и теологии, Луганский национальный университет им. В. Даля.*

*г. Луганск, ЛНР*

*Кравцов Дмитрий Николаевич,*

*преподаватель кафедры философии и социологии, Академия труда и социальных отношений.*

*г. Москва, РФ*

## **ДИСКУРС СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА В СВЕТЕ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТРАНСТВА ОБЩЕСТВА**

**Аннотация.** В статье осмысливается специфика дискурса социальных медиа и выявляются его основные характеристики в свете прогрессивного процесса формирования информационной культуры социума. Рассмотрены потенциал социальных медиа как пространства функционирования гражданского общества и достижения общественного консенсуса. Исследуются риски деструктивных воздействий на коммуникации в сети Интернет в информационном обществе.

**Ключевые слова:** социальные медиа, информационная культура, конфликт, консенсус, манипулятивные воздействия.

*Tsepkovskaya Ekaterina Viktorovna, Ph.D.*

*Associate Professor of Department of World Philosophy and Theology, Lugansk National University. V. Dahl*

*Lugansk, LPR*

*Kravtsov Dmitry Nikolaevich,  
lecturer of Department of Philosophy and  
Sociology, Academy of Labor and Social  
Relations.  
Moscow, Russia*

## **DISCOURSE OF SOCIAL MEDIA IN THE LIGHT OF FORMATION OF SOCIO-CULTURAL SPACE OF SOCIETY**

**Annotation.** The article conceptualizes the specifics of the social media discourse and identifies its main characteristics in the light of the progressive process of the formation of the information culture of society. The potential of social media as a space for the functioning of civil society and the achievement of public consensus is examined. The risks of destructive effects on communications on the Internet in the information society are investigated.

**Keywords:** social media, information culture, conflict, consensus, manipulative influences.

Развитие информационных технологий в конце XX – начале XXI века способствовало не только изменениям в национальном и глобальном информационном пространстве – интенсификации производства новой информации, созданию принципиально новых способов ее хранения, поиска и представления, но и возникновению новой культурной, языковой, информационной среды, новой социокультурной реальности, которая формируется и стремительно развивается с расширением сфер влияния современных средств коммуникации. Активное внедрение новейших технологий меняет медийные практики, стандарты общения и обмена информацией, способствует привлечению к созданию контента пользователей, расширяя возможности сотрудничества и сотворчества. Пользователь Сети, выходя в Интернет, «находит там отраженную

культуру и самостоятельно вписаться в тот или иной ее сегмент» [4, с. 122]. Результатом стало возникновение феномена социальных медиа, объединяющих цифровые медиа и онлайн-коммуникацию и характеризуются высоким уровнем интерактивности, то есть возможности не только потреблять, а и создавать или изменять контент со стороны реципиентов.

Социальные медиа охватывают различные сервисы: социальные сети, предназначенные для обеспечения горизонтального общения заинтересованных в нем абонентов, вроде Facebook или ВКонтакте; блогосферу как совокупность блогов – периодически обновляемых веб-страниц с датированными записями и сообщество блоггеров, которые читают и комментируют, ссылаются друг на друга, что приводит к созданию новой субкультуры; микроблогинг как средство оперативного общения, гибридная форма медиа, сочетающий свойства службы мгновенных сообщений, блогов, электронной почты и социальных сетей; видеохостинги, пользователи которых могут добавлять, просматривать и комментировать видеозаписи и другие сервисы Сети.

Специфика функционирования социальных медиа в переходных обществах связана с рядом аспектов: с одной стороны, в условиях ограниченной или отсутствующей свободы СМИ, сформировавшейся независимой прессы, именно социальные медиа получают статус альтернативных средств массовой коммуникации; с другой, выступая, как отмечал М. Кастельс, в качестве пространства для развертывания общественных практик [5, с. 78], новые медиа становятся важным фактором формирования гражданского общества. В то же время открытость и принципиальная нецензурированность социальных медиа создает условия как для проявлений деструктивного поведения участников сетей, так и для целенаправленных манипулятивных внешних воздействий. Таким образом, социальные медиа формируют особое информационное

пространство и одновременно выступают в качестве инструментов формирования информационной культуры, эффект применения которых следует учитывать как в ходе достижения общественного консенсуса, так и оценивая риски развертывания конфликтов.

Представление информации в Сети формирует гипертекстовый документ, отличающийся от традиционных текстов нелинейностью, бесконечностью, незавершенностью, открытостью, снятием противопоставления «автор – читатель», доступностью для неограниченного количества авторов, соавторов и читателей, интерактивно связанных с помощью мультимедийной среды сети Интернет, которые могут в реальном пространстве и времени формировать, передавать, просматривать, продолжать и менять, структурировать текст. Следовательно, дискурс социальных медиа характеризуется демократичностью, поскольку гипертекст принципиально открыт дополнению и даже требует от своего потребителя активного сотрудничества. Как замечает В. Штанько, «экранная культура основывается не на рассказе, на котором базируется практически вся традиционная письменная культура, а на диалоге, который переходит в полилог» [7, с. 47].

Дискурс социальных медиа предполагает диалогичность и полилогичность, постоянную и полноценную обратную связь, реализованную в новых коммуникативных форматах, что определяет его демократичность. В результате интернет-коммуникация интенсифицирует межличностные отношения, проявляется в социализации и консолидации как отдельных индивидов, так групп и сообществ в целом, и способствует реализации интеграционной функции социальных медиа – формирование коллективной культурной идентичности через объединение авторов ценностями, жизненными позициями и интересами, тем самым превращая

социальные медиа в «пространство социального взаимодействия», что способствует формированию культурного единства общества [3, с. 98].

Важным аспектом представляется и такое качество интернет-коммуникации, как анонимность – дистантность при желании обеспечивает возможность участникам общения предоставлять о себе сведения в ограниченном или неполном формате, или же такие, которые не соответствуют действительности. В то же время под анонимностью опубликованной информации необходимо понимать принципиальную невозможность проверить достоверность информации о собеседника или полноту информации о нем.

Анонимность важна не только в контексте развития гражданской журналистики в условиях недемократических обществ и политических преследований. Анонимность также обуславливает психологический комфорт коммуникантов, создает статусную равноправие в виртуальном мире, дает больше творческой свободы, а также сильно сокращает социальную дистанцию по сравнению с традиционным общением, а затем – способствует беспрецедентному объединению участников интернет-дискурса в глобальное сообщество. Таким образом, свобода самовыражения в интернет-дискурсе формирует еще одну черту – креативность, которую можно рассматривать и как следствие добровольности контактов – вынужденной меры, когда автор сообщения или текста пытается привлечь внимание собеседника и компенсировать отсутствие невербальной информации.

Своеобразие протекания процессов межличностного восприятия в Интернете приводит к тому, что территориальная доступность и физическая привлекательность теряют свое регулирующее значение, а общение строится благодаря сходству установок, убеждений и ценностей. Основными категориями социальной сети являются доверие, мнение, влияние и репутация [7, с. 20]. Именно поэтому для интернет-дискурса, и

особенно для дискурса социальных медиа, характерны существенное влияние лидеров мнения – участников, информация от которых воспринимается, транслируется и используется в значительной аудитории.

При этом в дискурсе социальных медиа практически не существует «авторитетов на высоких пьедесталах», «звезды», медийные или политические, находятся «на расстоянии одного клика». Монологическая форма коммуникации, когда нет возможности вступить в дискуссию, высказать свое мнение или хотя бы «лайкнуть», участников этого дискурса не интересует. Завоевать ее можно, только «зафрендившись» с ней [5]. Характерная для участников дискурса социальных медиа скептичность в отношении к авторитетам парадоксальным образом сочетается с открытостью для воздействий стереотипов и манипуляций – вида психологического воздействия, использование которого приводит к скрытому возбуждению у реципиента намерений, не совпадающих с его актуальными желаниями [6, с. 59].

Восприятие информации, которая распространяется в социальных медиа, довольно часто страдает не критичностью. С одной стороны, это обусловлено резким ростом потоков информации и скорости изменения сообщений: они или воспринимаются сразу, или оказываются «погребенными» под новой информацией. Не случайно в английском языке для обозначения процесса поиска информации в сети Интернет используется термин «to surf» – «серфинговать», перелетать по гребням с волны на волну. На современном информационном этапе развития способности быстро находить, осмысливать, оценивать и использовать информацию со всеми ее связями в глобальной информационной системе передается прямым значением глагола «перелетать с одного веб-сайта на другой» [1, с. 77]. В то же время таким образом передается и коннотация этажности, неглубокого знания, «хватание сливок», яркого и

привлекательного в противовес вдумчивому рефлексированию или анализу.

На основательный анализ у реципиентов часто не хватает не только времени, но и навыков. Последнее обстоятельство связано с такой особенностью интернет-коммуникации, как доступность – интеллектуальная (понятность), коммерческая, физическая. Читатель может получить объяснение какого-либо факта на любом уровне сложности – от энциклопедических словарей и форумов, где пользователи объясняют друг другу любые понятия, до картинок и карикатур, видеороликов на ту же тему. Это, вместе с ростом массивов информации, меняет культуру потребления месседжей, значительно сокращая приемлемый объем текста, в результате большинство онлайн-аудитории предпочитает короткие сообщения и визуальную информацию.

В то же время, влияние стереотипов и установок усиливает распространенность стратегии достройки коммуникативной ситуации или образа партнера. Учитывая вышеупомянутые элементы анонимности и отсутствие невербального общения, можно утверждать, что потенциально может повыситься уровень манипулятивности коммуникативного процесса [2].

Потенциал манипулятивности дискурса социальных медиа обусловлен, среди прочего, его высокой экспрессивностью. Эта черта связана, с одной стороны, с индивидуализированностью социальных медиа, которые призваны дать возможность пользователям создать собственное представительство в виртуальной реальности, стать коммуникатором для определенной аудитории, а также удовлетворить свои потребности в самореализации и самовыражении, поэтому характеризуется принципиальной субъективностью подачи материалов и персонализацией за счет формирования в текстах личностной позиции автора. С другой стороны, открытость для воздействий в значительной

степени определяется визуальностью и даже зрелищностью социальных медиа. Мультимедийность сетевых информационных ресурсов, обеспечивается новейшими технологиями многоканальной передачи информации, во время которой сочетаются различные знаковые системы, что позволяет объединить в веб-документе графику, текст, видео, аудио, фотографии, анимацию, звуковые эффекты, звуковое сопровождение и т.д. Это расширяет параметры текста, изменяет соотношение статики и динамики – от просмотра «всем миром» массовых мероприятий – спортивных, культурных, политических событий, до боевых действий, которые сегодня можно наблюдать, по сути, в прямом эфире. Таким образом формируется опыт совместного переживания, сильные эмоциональные связи между реципиентами и завышенный уровень экспрессивности интернет-коммуникации в принципе.

Всё это делает социальные медиа эффективным видом информационно-психологического оружия. Под ним, как пишет соавтор статьи Д.Н. Кравцов, необходимо понимать комплексную систему воздействия на психику людей, которая направлена на управление деятельностью человека при помощи технологий информационно-психологического и информационно-управляющего влияния. При этом общим объектом воздействия информационно-психологического оружия является психика человека, а общей целью его использования – управление поведением индивида в угоду ведущему коммуникатору.

Спектр основных видов информационно-психологического воздействия широк. Отметим лишь некоторые, связанные с социальными медиа, которые прошли неоднократную апробацию в конфликтах современности. Первым и наиболее часто используемым видом является информационное воздействие. У многих исследователей этот вид воздействия также именуется информационно-пропагандистским или идеологическим. Его суть заключена в воздействии на индивида с

помощью слова и различных форм выражения информации. Цель данного воздействия – сформировать у человека необходимую систему идеологических взглядов, социокультурных ценностей и представлений о происходящих вокруг процессах, т.е. создание некой конструируемой выгодной субъекту применения информационно-психологического оружия реальности. Использование данного метода связано с формированием у человека и масс людей эмоциональных реакций, направленностью которых можно и необходимо управлять с целью разрушения социально-политического и экономического баланса противодействующей стороны. В современном обществе именно социальные медиа стали самым распространённым видом полилового информационно-психологического оружия.

Обобщая вышесказанное, отметим, что стремительная информатизация всех сфер человеческой жизни в конце XX – начале XXI вв. способствовала не только созданию и развитию инновационных способов представления, хранения и поиска информации, но и формированию нового уникального социокультурного и лингвистического пространства, реальности, которая активно формируется с развитием сети Интернет. Характерная для неё оперативность, полилогичность, персонализированность и отсутствие ограничений дает социальным медиа существенные преимущества и делает их одновременно полем применения манипулятивных технологий.

В то же время недостаточно оцененными сегодня остаются адаптивные возможности социальных медиа, связанные со способностью сочетать коммуникацию и авто-коммуникацию, что принципиально меняет психологические условия для пользователя как личности. Эта особенность, соединенная с полилогичностью дискурса социальных медиа, позволяет выдвигать предположения о принципиальной способности участников к саморефлексии, выработки своего рода «информационного иммунитета»

как способа преодоления дисфункций и противодействия манипулятивным технологиям.

#### **Использованные источники:**

1. Castells M. The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance / M. Castells // The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. – 2008. – Vol. 616. – № 1. – 295 p.
2. Hargittai E. Cross-Ideological Discussions Among Conservative and Liberal Bloggers [Electronic resource] / Hargittai E., Gallo, J. Kane, M // Public Choice. 2008. – № 134. – 448 p.
3. Wallace P. The Psychology of the Internet / P. Wallace. – Cambridge: Cambridge University Press, 2003. – 263 p.
4. Горошко Е. И. Политический блоггинг в глобальной и локальной перспективах / Е. И. Горошко // Вестник. Одесского национального университета.. – Одеса, 2009. – Т. 14, вып. 13. – С. 335–345.
5. Горошко Е.И. Современные интернет-коммуникации: структура и основные характеристики / Е. И. Горошко // Интернет-коммуникация как новая речевая формация. Колл. монография. – М.: Изд-во Наука, Изд-во Флинта, 2012. – 199 с.
6. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е. Л. Доценко. – М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
7. Этлинг Б. Публичный дискурс в российской блогосфере / Б. Этлинг, К. Алексанян, Д. Келли [и др.] / The Berkman Center for Internet & Society at Harvard University. – 2010. – 60 с.