CONTENTS

Media Sociology

Anikina M.E., Khroul V.M. The Specifics of Argumentation in Mass Communication Texts: The Results of Structural and Content Analysis . . 3
Sokolova D.V. The Specifics of Women's Work in Hot Spots: Studying Russian and Foreign Reporters' Experience 24

Media Economics

Svitich L.G., Smirnova O.V., Vyrkovsky A.V. Newsroom Economics (Results of the Poll of Editors and Reporters in Middle and Small Russian Towns' Newspapers) 46
Smirnov S.S. Indices of the Level of Concentration in the Russian Media Industry: The Problems of Measurement 66

Media Language

Chobanyan K.V. Linguistic Means and Ways of Attracting Viewers' Attention to the News (Based on CNN Opens and Teases) 80

History of Journalism and Literature

Bakuntsev A.V. «In the Newspapers There is Block, Block, Block...» I.A. Bunin's reaction to the Death of A.A. Block. 100
Obiedkov I.V. I.S. Naimsky and Russian Military Propaganda in the Foreign Press (1915-1917) 116
Edelshtein M.Y. Literary and Critical Activity of E.L. Yantarev in "The Moskovskaya Gazeta" (1911—1915) 132

© Издательство Московского университета.
«Вестник Московского университета», 2015

СОЦИОЛОГИЯ ЖУРНАЛИСТИКИ

М.Е. Аникина, кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: maria-anikina@yandex.ru
В.М. Хруль, кандидат филологических наук, доцент факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, e-mail: amen@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ АРГУМЕНТАЦИИ В ТЕКСТАХ МАССОВОЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ: ОПЫТ СТРУКТУРНОГО И СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА

Продолжая серию публикаций, представляющих результаты эмпирических исследований текстов массовой коммуникации в русскоязычном сегменте глобальной сети интернет, авторы в настоящей статье анализируют структурные и содержательные аспекты аргументации пользователей и приходят к выводу о преобладании эмоциональных аргументов над рациональными. Результаты анализа, подтвердившего аффективную детерминированность сознания интернет-пользователей, проясняют природу отмеченного ранее феномена противоречивости массового сознания, которая возникает на логическом уровне как следствие процессов эмоциональной природы. Авторы подчеркивают важность длительных периодических (лонгитюдных) исследований текстов интернет-коммуникации для изучения влияния различного рода политических, социальных и иных факторов на соотношение логического и эмоционального в массовом сознании.

Ключевые слова: *интернет-коммуникация, аргументация, причинно-следственные связи, массовое сознание, противоречивость*

The paper — in continuation of previously published articles — presents the empirical findings of the mass communication texts' analysis focused on structural and semantic aspects of argumentation of Russian Internet users. The authors came to the conclusion of the prevalence of emotional arguments over the rational ones. The analysis confirmed the affective consciousness determinism, which brings more light to the nature of the phenomenon of mass consciousness logical inconsistency that occurs at the logical level as a consequence of the processes of the emotional nature. The authors emphasize the importance of longitudinal studies in order to examine the impact of political, social and other factors on the proportions of logical and emotional in mass consciousness.

Key words: *online communication, argumentation, causal relationships, mass consciousness, logical inconsistency*

Введение

Современное состояние массового сознания в России некоторые социологи (в частности, цитируемый ниже А. Левинсон) называют «чрезвычайным», или «парадоксальным», полагая при этом нормальным такое состояние, при котором эффективно работают логиче-

ские принципы, доминируют устойчивые причинно-следственные связи, эффективно нейтрализуя возникающий «когнитивный диссонанс» и исключая внутренне противоречивые суждения в рамках одного субъекта суждения.

Между тем логическая противоречивость как существенная характеристика массового сознания отмечалась многими исследователями [Грушин, 1967; он же, 1987; Левада, 2011; Судас, 1996]. В данной работе будет предложено подтверждение этого тезиса на основании анализа способов выражения своей позиции и аргументации в спонтанных текстах массовой коммуникации в сети интернет. Статья продолжает серию публикаций, основанных на материалах изучения текстов массового сознания [Хруль, 2010; Аникина, Хруль, 2010, 2011, 2012; Anikina, Khroul, 2011, 2012].

Диагноз «Левада-центра»

Руководитель отдела социокультурных исследований «Левада-центр» А. Левинсон в статье «Чрезвычайная ситуация в умах», опубликованной 11 ноября 2014 г. в газете «Ведомости», пишет: «Октябрьский (2014 года. — *Прим. авт.*) опрос “Левада-центра” демонстрирует такие сочетания реакций, которые в обычной жизни считают парадоксом»[1]. Аргументируя свой вывод, автор ссылается на данные опроса. У 64% респондентов деятельность правительства вызывает одобрение, при этом 47% уверены, что правительство, скорее, не сможет улучшить положение в стране в течение ближайшего года; 56% респондентов считают политическую обстановку в стране «спокойной» и «благополучной», при этом 86% опрошенных ожидают повышения цен (цены будут расти «как сейчас» (52%) или быстрее (34%)). Кроме того, большее количество респондентов оценили экономическое положение в своем городе или селе как плохое (33%), в то время как хорошим его назвали всего 13%. Почти треть респондентов ответили, что их материальное положение за последний год ухудшилось (28%). В целом, более 60% опрошенных согласны с тем, что в «ближайшем будущем начнется снижение уровня жизни российского населения, экономический кризис».

Продолжая перечень «парадоксов» массового сознания, А. Левинсон обращается к политическим вопросам: «Большинство (56%) связывают это с “присоединением Крыма, политической и военной помощью ополченцам”. Но присоединение Крыма к России поддерживают 86%»[2]. Респонденты заметили повышение цен на продукты питания в связи с ответными санкциями России — введением запрета на их импорт, и в то же время 73% опрошенных поддерживают этот шаг правительства. «В обществе чрезвычайная ситуация — такая, при которой не действуют обычные причинно-следственные связи», — делает вывод А. Левинсон.

В контексте этого вывода естественным образом возникают вопросы: а насколько вообще причинно-следственные связи свойственны массовому сознанию? Являются ли они базовым принципом его архитектоники? В какой мере они важны для спонтанной массовой коммуникации и в каких формах проявляются в ее текстах?

Эмпирически обоснованные и заслуживающие внимания ответы на эти вопросы даны отечественным социологом Б.А. Грушиным в монографии «Массовое сознание» [Грушин, 1987] и в незавершенной серии книг «Четыре жизни России» [Грушин, 2001, 2003, 2006]. Вот что, в частности, говорится во втором томе «четверокнижия»: «Речь тут, как, по-видимому, уже догадался читатель, идет о поразительном феномене человеческого сознания, с поразительной прозорливостью описанном более полувека назад в романе “1984” Дж. Оруэллом и названном им **двоемыслием** (*выделено автором*). Сам факт глубокой внедренности этого типа сознания в менталитет масс, существовавших в тогдашнем советском/российском обществе, устойчиво фиксировался едва ли не во всех исследованиях, включенных в данную книгу, проявляя себя самым разнообразным образом. В простейшем варианте это были более или менее закамуфлированные или абсолютно чистосердечные признания многих участников исследований в том, что в своих публичных высказываниях — будь то выступления на собраниях или устные и письменные контакты с органами управления, журналистами и другими представителями власти — они вели себя недостаточно откровенно, а то и вовсе не откровенно (что, кстати сказать, ощущалось и многими из принимавших эти высказывания управленцев и журналистов). Об этом косвенно свидетельствовали также высокая неустойчивость и противоречивость суждений респондентов, когда им приходилось отвечать на один и тот же вопрос, даже если он задавался повторно (2-3 раза) в рамках одного и того же исследования и тем более — в нескольких разных. Наконец, прямое отношение к феномену двоемыслия имели и те отчетливо проявлявшиеся во многих случаях ситуации, которые описывались в терминах «ножниц» между «словами» и «делами», декларациями масс и их реальным поведением. В этих случаях, особенно частых

[1] *Левинсон А.* Чрезвычайная ситуация в умах. Vedomosti.ru, 11.11.2014. URL: http://www.vedomosti.ru/opinion/news/35796031/chrezvychajnaya-situaciya-v-umah#ixzz3IjMvcwdR

[2] Там же.

при обсуждении острых проблем бытия, исследователям то и дело приходилось сталкиваться с тем, что опрашиваемые массовые индивиды, д*умая одно, говорили другое, а делали третье* (*или не делали ни того, ни другого*)» [Грушин, 2006, с. 849–850].

Обращаясь к современной ситуации, можно сказать, что любопытна и реакция аудитории на статью «Чрезвычайная ситуация в умах» в комментариях на сайте «Ведомостей»[3]. Один из читателей отмечает, что «разные люди находятся на разных стадиях, поэтому и такое впечатление шизофрении». Еще один читатель возражает автору: «Нет никакой чрезвычайной ситуации в умах. Ум спит. Живем чувствами, возбуждаемыми телевизором. Перестанем это делать, когда их победят чувство голода и чувство страха». А третий читатель называет описанный А. Левинсоном феномен «рефлекторным мышлением».

И публикация, и комментарии к ней побуждают обратиться к поиску более общих — как логических, так и нелогических — оснований суждений в процессе массовой коммуникации. В этом контексте представляется важным обратиться к анализу способов аргументации в текстах, где масса самовыражается спонтанно.

Особенности аргументации в текстах массового сознания

В современных условиях под воздействием новых технологий опосредования социальные и коммуникативные практики подвергаются существенным трансформациям, которые не только влекут за собой лексические, грамматические, фразеологические и другие инновации на уровне естественного языка («превед, медвед»), но и существенным образом влияют на опосредованное компьютерами текстовое общение на уровне логики: классические принципы аргументации и ведения дискуссии, рассуждения и доказательства также подвергаются изменениям. Некоторые исследователи определяют современную коммуникацию как общение во времена снижения общего уровня логической культуры и в период «открытого бунта против логики»[4].

Представляется уместным описывать интересующие нас характеристики текстов массового сознания, используя понятия, представленные Б.А. Грушиным в начале 2000 гг. [Грушин, 2001, 2003, 2006]. В этом фундаментальном труде, оценивая результаты многочисленных массовых социологических опросов, автор рассуждал о «*способности суждения населения*», которая, по его мнению, совпадала «с инструментальной, или технологической вооруженностью массового сознания» и проявляла себя «в двух ипостасях: во-первых, в умении людей рефлексировать по поводу фактов и событий действительности (на базе имеющихся у них знаний и в границах наличной компетенции) и, во-вторых, в их умении артикулировать (передавать в языке результаты собственной рефлексии)» [Грушин, 2001, с. 35].

Распространяя приведенную мысль на современные исследования и, в частности, на проведенный на факультете журналистики МГУ анализ текстов интернет-пользователей, в качестве рабочей гипотезы можно предположить, что в наше время в интернет-текстах люди рассуждают или *рефлексируют* существенно чаще, чем в случае, описанном в «Четырех жизнях России».

Одна из причин заключается в том, что при анализе аргументации интернет-коммуникации мы говорим об автокоммуникации, о свободном общении людей, об открытом обмене мнениями и суждениями, о собственных рассуждениях пользователей конкретных интернет-сайтов, а не об анализе ответов, отобранных случайным образом для участия в опросе респондентов. Следовательно, можно предположить, что в описываемом исследовании характеристики участников этой коммуникации таковы, что речь идет *именно* или *почти всегда* о рефлексии, о рассуждениях, о самостоятельном и ничем не ограниченном высказывании мнений и оценок. Это, во-первых, позволяет выявлять общие, интегральные характеристики текущей коммуникации и, во-вторых, наблюдать развитие (или деградацию) упомянутой Б.А. Грушиным «способности суждения» и коммуникативных практик наших современников.

Определенные совпадения с предшествующими исследованиями обнаруживаются и в области восприятия и описания характеристик эмпирического материала. Рассуждая об исследовательской практике и задачах изучения «способности суждения населения», Б.А. Грушин указывает на то, что «в эмпирических исследованиях данная характеристика фиксируется на уровне логико-лингвистического анализа отдельных элементов массового сознания, совпадающих с ответами респондентов на открытые вопросы полевых документов» [Грушин, 2001, с. 36].

Несмотря на кажущиеся различия в природе изученного материала (в «Четырех жизнях России...» речь идет об анализе ответов респондентов на вопросы анкеты, в нашем исследовании — об изучении собственных, спонтанных, самостоятельно созданных и существующих естественным образом текстах людей), сходство все же обнаруживается, определенные аналогии все же очевидны.

[3] Там же.

[4] Об этом, в частности, говорил профессор А.П. Алексеев на заседании межфакультетского научно-методологического семинара «Коммуникативная реальность: принципы, стратегии, уровни» в МГУ имени М.В. Ломоносова в апреле 2012 г.

Методология

Говоря о методологической стороне исследования, вспомним предложение Б.А. Грушина определять способность суждения населения «путем качественной оценки степени овладения людьми приемами логического мышления — анализа, синтеза, доказательства, а также меры их затруднений в процессе языкового оформления выражаемых мыслей» [Грушин, 2001, с. 36]. Описываемое в настоящей статье исследование посвящено анализу аргументации.

В целом оценивая предметное разнообразие исследований текстов современной интернет-коммуникации, мы осознаем, что подобного рода проекты в силу специфики исследовательского подхода и применяемого исследовательского инструментария более ожидаемы и более разработаны в области визуальной антропологии или, например, в этнометодологии. Однако и в сугубо социологической практике они постепенно находят свое место. Подход к изучению сознания, примененный в конце прошлого столетия, в том или ином смысле продолжают использовать в схожих исследованиях представители российской и западной научных школ. Так, например, Г.И. Зверева занимается изучением идентичности на основе анализа интернет-коммуникаций[5]. Кроме того, исследователи рассматривают жанровые особенности коммуникации в развивающихся социальных медиа и связывают их со спецификой языковой личности[6]. А норвежский эксперт в сфере медиаисследований С. Стеенсен предлагает исследования новых форм коммуникации и общения интернет-пользователей с помощью методики эмпирического анализа разговора (Conversation Analysis)[7].

[5] В частности, исследование было обсуждено на нескольких научных форумах. На конференции «Пути России. Новые языки социального описания» 23–24 марта 2012 г. в рамках секции «Левада-центра» «Идентичность и коммуникация» Г.И. Зверева представила доклад «Я — мы — они: нарративная идентичность в российских массовых коммуникациях». На международной конференции «Eurasia 2.0: Post-Soviet Geopolitics and New Media» Г.И. Зверева выступила с сообщением на тему «Digital Storytelling on YouTube: The Geopolitical Factor in Russian».

[6] См., например, работы: *Казнова Н.Н.* Трансформация языковой личности в интернет-коммуникации: (на примере французской блогосферы): Автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Пермь, 2011; *Лутовинова О.В.* Лингвокультурологические характеристики виртуального дискурса. Волгоград, 2009 и др.

[7] Методика «анализа разговора», конверсационного анализа, разработанная Г. Гарфинкелем и Х. Саксом, возникла в 1970 г. в области этнометодологии, направления социологии, занимающегося изучением обыденных норм, правил поведения, смыслов языка в рамках повседневного социального взаимодействия. Результаты проведенного С. Стеенсеном исследования были представлены в докладе на тему «Conversing the audience. A methodological exploration of how Conversation Analysis can contribute to the analysis of participatory journalism» на ежегодной конференции Международной коммуникативной ассоциации (ICA) в мае 2012 г.

Метод конверсионального анализа давно и продуктивно используется в социолингвистике, социальной антропологии, культурологии, коммуникативистике. Отдельные случаи исследований в поле автотекстов массы, представленных в новых средствах коммуникации, позволяют говорить о потенциальной применимости методики в достаточно широком поле теоретических и теоретико-прикладных исследований в сфере массовых коммуникаций.

В настоящей статье применяются элементы методики многомерного анализа изучения массива текстов, разработанной Б.А. Грушиным в 1980 гг., а также традиционной методики контент-анализа.

Особенности массива текстов

Материалом исследования, проводимого на факультете журналистики МГУ начиная с 2009 года, стал совокупный текст коммуникации на сайте lovehate.ru, в котором удалось на первом этапе исследования выявить 75 тематических блоков. Они содержали в общей сложности 23232 теста, посвященных различным феноменам, явлениям окружающего мира, реальным фигурам, героям фильмов, персонажам литературных произведений и проч. Как уже отмечалось ранее, «идейной концепцией сайта является противопоставление двух полярно противоположных точек зрения по одному вопросу (одной теме), что нашло отражение и в графическом оформлении сайта — все тексты пользователей располагаются в двух колонках, в зависимости от знака отношения автора к предмету высказывания» [Аникина, Хруль, 2011, с. 348-349]. Важно подчеркнуть, что на данном ресурсе поощряется развернутое, аргументированное представление точки зрения участников коммуникации, что, собственно, и создает поле для дальнейших исследований.

Сайт был создан в начале 2000 гг. и к настоящему времени на нем накоплен достаточный объем информации. По данным на 13 ноября 2014 г., 251 380 зарегистрированных пользователей (126 364 мужчин и 125 016 женщин) участвуют в обсуждении в общей сложности 76 818 тем, а общее количество сообщений превышает миллион (1 004 172). Принципиально важной в рамках проводимого исследования становится стабильность данного ресурса и продолжительная история его функционирования.

Тематические блоки в изученном нами массиве текстов порой крайне разнородны и разнообразны по содержанию. Этот факт также может стать препятствием для сведения отдельных частей массива в единое целое. Однако для оценки такой характеристики, как специфика аргументации, и для разговора о способностях

суждения участников коммуникации объединение отдельных текстовых блоков представляется не только возможным, но и оправданным, поскольку изучаемая характеристика напрямую не связана с темами обсуждения и в ряде случаев позволяет делать интересные сравнения между разными элементами массива.

В настоящее время в научном сообществе ведется активное обсуждение сущностных особенностей интернет-коммуникации. Российские и зарубежные исследователи находят аргументы в пользу *не-массовой* природы данного вида коммуникации. Эксперты констатируют появление новых характеристик коммуникативной среды. В частности, речь идет о том, что «свободно ассоциированные индивиды образуют общество как гипертекст, в котором каждый может “вписывать” свое вновь и вновь. Это не единая культура, а сеть групп, соединенных по особым интересам и формам знания» [Больц, 2011, с. 103]. Массовую природу интернет-коммуникации оспаривают и отечественные социологи[8].

В то же время ряд экспертов видит в создавшихся условиях благодатную почву для существования и развития форм, по характеристикам близких массовым. Джеймс Суровецки (James Surowiecki) в своей работе перечисляет условиях зарождения так называемого «роевого разума» (swarm intelligence)[9], которые легко отыскать в современной коммуникации в интернет-пространстве [Surowiecki, 2005].

Мы в данном вопросе разделяем позицию исследователей, полагающих, что все трансформации сущности коммуникативных процессов не изменяют сущности массовой аудитории: «Широко обсуждаемый процесс фрагментации (демассификации, демассовизации) не меняет сути вещей: дробясь, массовые аудитории не теряют своей структурно-качественной природы и только на этом основании не становятся группой и тем более не переходят на индивидуальный уровень. Главное для массы — способ ее формирования, который задает ее имманентные качества» [Фомичева, 2012, с. 68]. И в рамках проводимых исследований в качестве операционального определения пользуемся определением массовой информации Б.А. Грушина: массовая информация — это «любая социальная информация, которой хотя бы на одной из стадий ее жизненного цикла... оперировала (оперирует) масса» [Массовая, 1980, с. 32].

[8] См., например, работы и выступления отечественного социолога, культуролога и переводчика Б.В. Дубина. Указанная проблематика, в частности, обсуждалась в рамках секции «Идентичность и коммуникация» на 19 ежегодном международном симпозиуме «Пути России. Новые языки социального описания» 23–24 марта 2012 г.; она также представлена в сборнике: *Дубин Б.* Слово — письмо — литература. Очерки по социологии современной культуры. М.: Новое литературное обозрение, 2001.

[9] Он называет такие условия, как разнообразие мнений, независимость, децентрализация и агрегация.

Исследовательский инструментарий

Перед тем как обратиться к описанию исследовательского инструментария, сделаем краткое отступление, касающееся существующего научного контекста, что позволит судить о возможных методологических решениях и о трудностях, с которыми приходится сталкиваться при переходе от теоретических построений к эмпирическим исследованиям.

Представители академической науки понимают аргументацию как особую интеллектуальную деятельность и рациональную часть процесса убеждения, которая лежит в основании рационального познания и общения [Теория, 2001, с. 3].

Для нас в приведенном суждении важно указание на коммуникативный аспект аргументации, на ее значимость в процессе общения, представляется необходимым учитывать новый контекст развивающихся форм коммуникации. По мнению экспертов, в настоящее время дискуссии часто проходят в переговорном контексте (что снижает важность собственно поиска истины, выводя на первый план стремление прийти к общему приемлемому, компромиссному решению) или обретают черты игры (а ее правила могут оказаться изменчивыми в зависимости от ситуации, и цели могут далеко отстоять от идеала обретения истины). Принципы аргументации, сформулированные классиками античности (честность, последовательность и логичность в суждениях, упоминаемые Платоном и Аристотелем, или пренебрежение своими интересами, описанное Аристотелем[10]), перестают быть актуальными в новых условиях. Возможно говорить о том, что некоторые принципы обретают новое звучание. Представляется уместным вспомнить о стремлении к истине и об искусстве маевтики в философии Сократа. Как известно, это искусство заключалось в поиске истины в процессе диалога. В современных условиях сам по себе диалог сохраняется и активно развивается как форма общения и взаимодействия, однако, сегодня далеко не всегда участники диалога нацелены на поиск истины и, скорее, стремятся представить собственную позицию (на эмпирическом материале это предположение будет доказано далее). Эти и подобные им особенности трансформации классических норм в современных условиях требуют

[10] См., например, диалог Платона «Горгий» и «Риторику» Аристотеля.

внимания в процессе подготовки исследования новых форм коммуникации.

То же относится и к использованию разработанных теоретиками типологий и классификаций форм аргументации при создании исследовательского инструмента. Типология классической и неклассической аргументации достаточно развита. Специалисты в области логики указывают на то, что «научные разработки проблем аргументации и практических руководств как никогда актуальны сейчас — в период становления особой культуры совместного мышления в условиях наиболее полного раскрытия возможностей индивидуального сознания и мышления» [Теория, 2001, с. 4] и — добавим — коллективного, группового и массового мышления. Вместе с тем, по мнению отечественных философов, «до настоящего времени мы не имеем даже логической теории аргументации, в которой были бы сформулированы ее исходные понятия и принципы, из которых выведены другие ее понятия, частные принципы, методы и приемы» [Котельникова, Рузавин, 2001, с. 7].

Однако разнообразные формы аргументации в той или иной мере определены носителями философского знания и присутствуют в научном дискурсе. Так, например, в сфере классической аргументации выделяют дедуктивные, эвристические и демонстративные умозаключения [Теория, 2001, с. 4]. Неклассическая аргументация, по мнению сотрудников Института философии РАН, может проявлять себя в интуиционистской, релевантной, модальной, алетической, деонтической, эпистемической, темпоральной, многозначной, паранепротиворечивой формах [Там же, с. 10–12].

Следует обратить внимание на то, что в ситуации изучения текстов интернет-пользователей перед исследователями предстает не строгий научный дискурс и разговор ведется не о специфике научной аргументации. Объектом исследования становится фрагмент (или фрагменты) массовой коммуникации, и значит, богатая и детально разработанная типология классической и неклассической *научной* аргументации не может быть применена в полном объеме, и приходится использовать несколько модифицированный исследовательский инструментарий.

В описываемом исследовании кодификатор для анализа текстов массы был составлен на основе классических работ по логике и теории аргументации с учетом специфики изучаемого эмпирического материала.

В инструмент были включены категории «*Функциональный тип высказывания*», «*Тактика аргументации в высказывании*» и «*Способ обоснования позиции*». Более полно и разносторонне описать характер аргументации представляется возможным, проведя анализ

текстов по категории «*Уровень рассмотрения проблемы, явления, темы*». и говорить о склонности к обобщениям и собственно возможности делать обобщения разного уровня и — в определенной степени — о степени самостоятельности суждений авторов текстов в различных тематических блоках. Полученные результаты также дали основание для сравнения способностей суждения населения нашей страны в разные периоды ее истории.

Оценивая *функциональный тип высказываний* интернет-пользователей, мы применили широко распространенное деление высказываний на описательные и оценочные [см. подробнее: Ивин, 2007]. Анализируя *тактику аргументации в высказывании*, мы исходили из возможности обращения автора к чувствам и эмоциям или к доводам разума, дополнив шкалу признаком «апелляция к ценностям, предпочтениям». Среди *способов обоснования позиции* автора свое отражение в кодификаторе нашли ссылки на собственный опыт, на опыт другого, на исторический опыт (элементы эмпирической аргументации), на традицию, интуицию, веру (как элементы теоретической аргументации), на авторитет (в данном случае подразумевался последующий качественный анализ авторитетов и образцов, в свободной форме указываемых пользователями).

Все шкалы в исследовании были конъюнктивными, на этапе кодирования можно было отмечать несколько признаков категорий, если они в равной степени были представлены в текстах, поскольку было важно определить *все* возможные очевидные характеристики текстов, а значит, полнее решить исследовательскую задачу — получить развернутую информацию о специфике аргументации в рамках выбранного фрагмента интернет-коммуникации.

Результаты исследования

Личное vs общественное

Рассматривая результаты проведенного исследования, можно зафиксировать доминирование личного подхода в текстах коммуникации на сайте lovehate.ru — почти две трети текстов (63%) содержат описание и (или) анализ проблемы на личном уровне. Треть высказываний — это более масштабный взгляд на обсуждаемые темы и сюжеты, он представляет собой описание на уровне общества. Каждый пятый текст при этом содержит рассуждение или попытку суждения на доступном уровне. Самым «непопулярным», исходя из полученных данных, стал групповой уровень рассмотрения обсуждаемых тем (табл. 1). Можно предположить, что уровень рассмотрения проблемы зависит именно от темы обсуждения и при осмыслении этой категории сквозной анализ совокупного массива

не может дать глубинной информации об особенностях коммуникации, вынуждая рассматривать конкретные тематические блоки. В то же время, оценивая совокупный результат, важно понимать и то, что личный уровень обсуждения темы в интернет-коммуникации является доминирующим (в отличие, например, от коммуникации в СМИ).

Таблица 1

Уровень рассмотрения проблемы, явления, темы

N = 23 232	абс.	%[11]
Личный	14 635	**63,0**
Общественный	6857	29,5
Общечеловеческий	4991	21,5
Групповой	3912	16,8

Представленные данные позволяют предположить, что способность суждения участников изученного фрагмента коммуникации еще недостаточно развита, поэтому выходить за пределы собственного опыта решаются немногие. Однако, повторимся, это во многом зависит от темы обсуждения: есть темы, которые преимущественно сфокусированы на «свидетельских показаниях» личного опыта («Я люблю/ненавижу Бога»), и есть темы, где больший удельный вес приобретает опосредованное знание (в частности, отношение к другим странам, где субъект выраженного мнения еще не побывал, или этносам, представителей которых он не встречал).

В то же время сайт lovehate.ru можно назвать своеобразным дневником, или «фотоальбомом», если расценивать проанализированные тексты как «самофотографию» современного общества (точнее — его части). В таком случае можно предположить, что мы имеем дело с достаточно обширной «зоной самостоятельного сознания», которое можно определить как «сознание автогенное, рождаемое самими массами на базе их собственного опыта» [Грушин, 2001]. Говоря об этом в рамках проведенного исследования, мы подразумеваем пока действительно только уровень рассмотрения проблемы, оставляя в стороне более глубинные, содержательные характеристики текстов и дискуссию о самостоятельности или несамостоятельности суждений.

[11] Здесь и далее в таблицах сумма превышает 100%, поскольку, как было отмечено выше, на этапе кодирования можно было отмечать несколько признаков одной категории в исследуемых текстах.

В качестве объяснения полученных результатов можно предложить и гипотезу об индивидуализме пользователей интернета и сосредоточенности большинства участников на переживании личного опыта и на стремлении поделиться им, что составляет специфику данного вида коммуникации. Мы также полагаем, что в значительной степени подобные результаты можно было предвидеть, принимая во внимание «жанр» текстов и роли участников дискуссии. Организация сайта по принципу противопоставления «Я люблю — Я ненавижу» в первую очередь вызывает в пользователях желание рассказать о себе, поделиться собственным мнением, привести пример из собственной практики и представить собственную точку зрения по обсуждаемой проблеме. Наконец, очевидно, не последнюю роль играют возрастные особенности предполагаемых авторов текстов. Как было отмечено выше, скорее всего это молодые люди, демонстрирующие узкие горизонты и еще не накопившие достаточного опыта для масштабных оценок обсуждаемых проблем. Хотя вызывает некоторое недоумение слабая представленность суждений на уровне группы. От молодежи традиционно можно ожидать разговора о происходящем в разного рода контактных группах и, возможно, полученные результаты свидетельствуют о некотором изменении профилей коммуникации и растущей изолированности авторов и их невключенности в разного рода сообщества и объединения, что позволило бы им обсуждать конкретные вопросы на уровне группы.

Дальнейший анализ текстов показал, что довольно трудно говорить о каком-либо определенном характере текстов массы в случае с массивом на сайте lovehate.ru. Поскольку, как уже было отмечено выше, на этапе программирования было принято решение отмечать реально представленные в текстах признаки категорий, в результате можно сказать, что тексты в равной степени содержат и описание, и оценку (что отражено в табл. 2)

Таблица 2

Функциональный тип высказывания

N = 23232	абс.	%
Описательный, дескриптивный	14 788	63,7
Оценочный	14 754	63,5

Несмотря на очевидную неопределенность и неоднозначность результатов, мы возьмем на себя смелость расценивать их как пози-

тивные с точки зрения все той же *способности суждения*, о которой и идет речь. Очевидно, что — помимо простой фиксации фактов и отношения — в текстах присутствует *позиция* авторов, их оценка происходящего, ставшая результатом внутренней рефлексии. То есть мы имеем основания говорить не только о противоречивости мышления авторов текстов, но и об их способности к рассуждениям и оценкам.

«Разум и чувства»

Переходя собственно к анализу особенностей аргументации в текстах масс на сайте lovehate.ru, обратим внимание на тактику аргументации, которую используют авторы.

Данные вновь свидетельствуют, что однозначного доминирования какой-либо тактики нет — авторы так или иначе прибегают к эмоциям, ценностному ряду и доводам разума (см. табл. 3).

Таблица 3

Тактика аргументации в высказывании

N = 23 232	абс.	%
Апелляция к эмоциям, чувствам	11 527	49,6
Апелляция к ценностям, предпочтениям	10 003	43,1
Апелляция к разуму, доводам законов логики	9476	40,8

С одной стороны, полученные результаты подтверждают мысль других исследователей, работающих над изучением современной коммуникации в интернете. В частности, они в общем совпадают с выводами уже упомянутой в данном тексте Г.И. Зверевой относительно некоторой противоречивости и эклектичности сознания наших современников.

С другой стороны, эти данные предоставляют некоторые основания для противопоставления полученных результатов выводам исследований прошлых десятилетий. Б.А. Грушин в «Четырех жизнях России» писал: «При взгляде на разнообразные формы рефлективного (рационального) и нефлективного (нерационального или иррационального) сознания простого невооруженного глаза достаточно, чтобы констатировать: в анализируемом менталитете масс целиком и полностью господствовали первые. Не признающие законов логики эмоции — не как чувственная окраска процессов мышления, а как самостоятельные, плохо артикулированные в речи

образования (= ощущения, восприятия, образы) — встречались в опросах буквально считанное число раз... Столь же редкими были элементы собственно веры — религиозных представлений, заимствованных из корпуса Священного писания и церковных практик. И лишь стереотипы сознания проявляли себя более определенно... Поле общественного мнения было царством логики и рационализма» [Грушин, 2001, с. 522]. Прошло несколько десятилетий — и мы видим тенденцию к изменению ситуации в массовом сознании. Эмоции побеждают доводы разума и логические рассуждения в одном отдельно взятом массиве текстов, но и этот факт представляется значимым в разговоре о способностях суждения населения на протяжении времени.

Более детальное изучение семантического аспекта аргументации, тех ссылок, которые дают авторы текстов для подтверждения собственной позиции, позволяет делать выводы относительно тех условных «гарантий» правдивости утверждений, предоставляемых автором своим собеседникам и контрагентам.

Классическая теория аргументации указывает на то, что убедительной гарантией истинности может быть привязка к опыту аудитории. Проведенный анализ, к сожалению, не дает возможности вычленять именно этот способ подтверждения авторской позиции. Традиционные ссылки на источник информации, делающие суждение более доказательным, будут подробнее рассмотрены далее. Пока же можно сказать следующее. Гипотезы об индивидуализме авторов и о самостоятельности представленных в Сети текстов получили подтверждение и при анализе способов обоснования позиции авторов высказываний на сайте Lovehate.ru. Как видно из данных в табл. 4, наиболее популярным аргументом в дискуссиях на различные темы становилась ссылка на собственный опыт. Это утверждение вполне логично связано с выводами относительно уровня рассмотрения проблемы и сюжетов в изученных текстах. Вторым по значимости способом оказалась ссылка на интуицию (ее содержат 38% текстов). Условную «тройку лидеров» замыкает ссылка на опыт *другого*. И здесь индивидуализированные и самостоятельные авторы все же показывают умение приводить примеры из окружающей жизни, которые облегчают пояснение и убеждение виртуальных собеседников.

Представляется, что слабое знание исторического материала, банальный недостаток знаний и слабая привязка к «корням», свойственная представителями нового типа общества, определяют невысокую популярность ссылок на исторический опыт и традиции.

Таблица 4

Способы обоснования позиции

N = 23 232	абс.	%
Ссылка на собственный опыт	9658	41,6
Ссылка на интуицию	8842	38,1
Ссылка на опыт «другого» (субъект, социальная группа, институт, страна и т.д.)	4868	21,0
Ссылка на традицию	2905	12,5
Ссылка на исторический опыт	2714	11,7
Ссылка на веру	1473	6,3
Ссылка на авторитет	1342	5,8
Другое	1294	5,6

Кто в авторитетах?

Условные «авторитеты», к помощи которых обращаются пользователи для подтверждения собственных умозаключений, связаны с областями литературы, музыки, науки, кино и философии. По всей видимости, свое влияние оказывают также и стереотипы, распространяемые массмедиа, вероятно, этим можно объяснить появление среди «авторитетов» политических деятелей настоящего и прошлого, ученых и собственно СМИ (см. табл. 5).

Таблица 5

Типология «авторитетов», используемых для усиления аргументации участниками дискуссии на сайте lovehate.ru

N = 1342	%
Литература (авторы, герои, произведения)	18
Музыка (группы, исполнители, направления)	14
Наука (ученые, работы, сферы научного знания)	11
Политика (политические деятели прошлого и настоящего)	7
Кино (актеры, фильмы, режиссеры, сценаристы)	6
Философия (философы, направления и школы)	4
Религия (морально-нравственная сфера жизни общества, деятели, святые, священные книги, Библия)	4

N = 1342	%
СМИ (каналы, издания, программы, журналисты)	4
Близкие люди (родные, друзья, знакомые авторов высказываний)	4
Цитаты (афоризмы, фрагменты литературных произведений, цитаты)	3
Исторические деятели	2
Право (юриспруденция, права, законы)	2
Зарубежные страны	2
Другой пользователь	1
Массовая культура (шоу-бизнес, эстрада, юмор)	1
Техника и технологии (в т.ч. компьютеры)	1
Армия (военачальники, полководцы, военные прошлого и настоящего)	1
Общественники, активисты	1
Национальность (представители наций и народностей)	1
Образование (педагоги, преподаватели, школа)	1
Спорт (спортсмены, команды, тренеры)	1
Бизнес (предприниматели, бизнесмены, олигархи)	< 1
Интернет (сайты, страницы)	< 1
Авторитетный источник	< 1
Искусство в целом	< 1
Живопись (художники, скульпторы)	< 1
Власть	< 1
Международные отношения (иностранцы)	< 1
Я	< 1
Религия (секты, мифы)	< 1
Большинство	< 1

Окончание табл. 5

N = 1342	%
История (исторические факты, персоналии)	< 1
Мультипликция (мультфильмы)	< 1
Мнения, слухи	< 1
Субкультуры	< 1
География (географические пункты)	< 1
Страна (Россия)	< 1
Эмоции	< 1
Животные	< 1
Общество в целом	< 1
Не определяется по тексту высказывания	< 1
Другие	< 1
Итого	100

Обращает на себя внимание протяженность данного списка. Это может свидетельствовать о разном уровне, разной степени подготовки участников дискуссии, различном кругозоре и разном объеме знаний. Таким образом, вновь налицо некоторая эклектичность представленного в сети мышления наших соотечественников. Любопытно, что некоторые способы аргументации взаимно обогащаются и дополняются. Так, например, в перечне «авторитетов», на которые ссылаются пользователи, появляются Библия (ее в качестве авторитета упоминают 49 раз), Коран (15 раз) и Иисус Христос (9 раз). Вероятно, можно говорить о некотором уточнении аргументации и о дополнениях, которые обогащают общий дискурс.

Выводы

Полученные в ходе исследования данные требуют более детального анализа и глубоко осмысления, возможным видится продолжение исследования, изучение более обширного эмпирического материала. Однако уже сейчас можно говорить об основных особенностях аргументации, используемой в рамках интернет-коммуникации, и делать некоторые выводы относительно тенденций

развития способности суждения представителей российского общества. Так, в частности, спустя десятилетия мировосприятие становится более эмоциональным. Свое место в общении сегодня чаще, чем прежде по понятным причинам находят вера и религиозные чувства участников дискуссий. Они проявляют себя не только на уровне общей структуры и тематики коммуникации, но и на уровне формирования аргументации.

Как и раньше, пространство самовыражения массы можно считать относительно точным зеркалом, в котором отражаются представления отдельных социальных групп о различных феноменах, явлениях и процессах.

Тексты массы достаточно подробно описывают субъективный мир, переживания и опыт участников коммуникации, демонстрируют личные оценки и размышления пользователей. Все перечисленное дает основания по-прежнему называть тексты массы «самофотографией» общества и — вместе с тем — полагать, что способность суждения участников исследованного фрагмента интернет-коммуникации недостаточно развита.

Опыт анализа текстов интернет-коммуникации помогает снять некоторое исследовательское недоумение в связи с данными массовых опросов, описанное А. Левинсоном. Его диагноз общества точен, однако интерпретация соотносима скорее с индивидуальным сознанием. Когда же субъектом сознания становится *масса*, то термины «парадоксальность», «чрезвычайность» и «аномальность» становятся менее уместными, поскольку затруднительно определить, какое состояние массового сознания следует полагать нормальным, а какое — нет. А в контексте уже исследованных механизмов массового «заражения» и «подражания», где причинно-следственные связи уступают по силе воздействия другим факторам (чаще всего эмоционального характера), нормальное состояние массового сознания становится еще менее устойчивым.

«Самофотография» сегодняшнего российского общества с очевидностью обнаруживает кризис причинно-следственных связей и доминирующую аффективность, эмоциональную детерминированность массового сознания. Если бы исследования аргументации в спонтанных текстах массы имели достаточную историческую глубину, можно было бы попытаться проверить гипотезы о влиянии на соотношение логического/эмоционального» в массовом сознании различного рода политических, социальных и иных факторов. В этом контексте представляются чрезвычайно перспективными долговременные, продолжающиеся исследования, а также оставшийся за рамками данной статьи метод дискурсивного анализа.

Принимая во внимание такую особенность социологической интерпретации дискурса, как «рассмотрение коммуникации в рамках реального мира с учетом социально-культурного контекста, уже существующих культурных артефактов и технических возможностей» [Тощенко, 2013, с. 224], представляется, что обращение к техникам дискурс-анализа может существенно обогатить направления и результаты подобных исследований.

Список литературы

Аникина М.Е., Хруль В.М. Воспоминания об «эпохе Брежнева» в опросах общественного мнения и автотекстах массового сознания // Медиаскоп. 2010. № 3.

Аникина М.Е., Хруль В.М. К доказательству «гипотезы Грушина» // Открывая Грушина. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 194–218.

Аникина М.Е., Хруль В.М. Семья и брак в сознании современной молодежи. Опыт исследования текстов самовыражения массы // Открывая Грушина. Т. 2. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2011. С. 247–366.

Больц Н. Азбука медиа. М.: Европа, 2011.

Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина. В 4 кн. Жизнь 1-я «Эпоха Хрущева». М., 2001.

Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина: В 4 кн. Жизнь 2-я «Эпоха Брежнева». Ч. 1. М., 2003.

Грушин Б.А. Четыре жизни России в зеркале опросов общественного мнения. Очерки массового сознания россиян времен Хрущева, Брежнева, Горбачева и Ельцина: В 4 кн. Жизнь 2-я «Эпоха Брежнева». Ч. 2. М., 2006.

Грушин Б.А. Массовое сознание: Опыт определения и проблемы исследования. М., 1987.

Грушин Б.А. Мнения о мире и мир мнений. М., 1967.

Ивин А.А. Теория аргументации. М., 2007.

Котельникова Л.А., Рузавин Г.И. Системный подход к процессу убеждения и аргументации // Теория и практика аргументации. М., 2001.

Левада Ю.А. Сочинения. Избранное. Социологические очерки. 2000–2005 / Сост. Ю.А. Левада. М: Издатель Карпов Е.В. 2011.

Массовая информация в советском промышленном городе. М., 1980.

Судас Л.Г. Массовое сознание: В поисках новой парадигмы. М., 1996.

Теория и практика аргументации. М., 2001.

Тощенко Ж. (ред.). Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований. М.: Юнити-Дана, 2013.

Фомичева И.Д. СМИ среди видов социальной коммуникации // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2012. № 1. С. 60–72.

Хруль В.М. История одного семинара // Открывая Грушина. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2010. С. 75–90.

Anikina M., Khroul V. Memories about the Brezhnev Era in Public Opinion Polls and Mass Consciousness Texts: a Comparative Study / World of Media 2011. Yearbook of Russian Media and Journalism Studies. Moscow, 2011. P. 50–70.

Anikina M., Khroul V. Mass consciousness studies: public opinion polls vs self-expression texts analysis // 2012 International Interdisciplinary Conference proceedings. Czech Republic. Prague, 2012. P. 7–27.

Surowiecki J. The Wisdom of Crowds. Anchor Books, 2005.

Поступила в редакцию
19.11.2014