

Сидоров Виктор Александрович
доктор философских наук, профессор
Санкт-Петербургского государственного университета
v.sidorov@spbu.ru

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ
и АНО ЭИСИ, проект № 20-011-31069*

ФОБИИ «ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ»: СУБЪЕКТЫ ОНЛАЙН-НЕНАВИСТИ

Ключевые слова: политические фобии, язык вражды, онлайн-ненависть, медийная среда, сетевые сообщества.

В России и за рубежом получили широкое распространение исследования медийных деструкций духовной жизни социума XXI века. Тематика исследований группируется вокруг вопросов функционирования фобий в киберпространстве, языка вражды и ненависти в медийной среде, социальной значимости феномена коммуникативных агрессий (И. Быков, Дж. Ваттимо, П. Гуревич, И. Касавин, Н. Кириллова, Э. Поздняков, Д. Рашкофф, А. Сковородников, Э. Тоффлер, Н. Цветова, Ю. Щербинин и др.).

Философские и политические произведения, памятники мировой литературы свидетельствуют о том, что на протяжении столетий в центре внимания мыслителей всегда оказывались проблемы вражды и ненависти как производные от практик классовых, религиозных, этнических столкновений. История минувшего века еще более актуализировала проблематику, началась эпоха медийных войн, непосредственными участниками которых стали Интернет-пользователи. Такова оборотная сторона «коммуникативных действий» с их «рациональными мотивами» к диалогу [1. С. 92]. На обороте коммуникативных интеракций – коммуникативные агрессии, в основе которых неодинаковость восприятия субъектами коммуникаций фактов окружающего мира. Факты «подвергаются переоценке в терминах “мы” против “них”. ... Возникает “динамика ненависти”, в которой

взаимные опасения, недоверие и ненависть подпитывают друг друга» [3. С. 432–433].

Волна взаимного недоверия захлестнула «цифровую среду». Возник феномен массовой медийности, когда каждый индивид стал частью медиа, получил возможность на свой лад трактовать общество – его друзей и врагов, ценности добра и зла, истины и заблуждения. В таком броуновском многоголосье тонут критерии социальных ценностей взаимности.

Знаком медийности стали недосказанности и неопределенности в текстах: все хотят быть услышанными, но никто никого не слушает. «Потребность быть услышанным – составляющая для входа в онлайн-дискурс», полагает исследователь, а его собеседник подчеркивает: «быть услышанным в сети – это настоящая борьба за “быть”, за существование в качестве коммуникативного субъекта в Интернете» [6]. Под знаком медийности бытия обновилась духовная ситуация времени, возникла массовая аудитория нового образца. Такая аудитория отличается своей готовностью к включению в конфликты – разворачивающиеся в медийной среде войны. «Медиавойна является синтетическим явлением, поскольку привлекает на свою сцену все виды активности, переприсваивая смыслы и перекодируя знаки, используя в своих целях искусство и социальный потенциал (потребность в справедливости и солидарности, протест и жажду славы). Целью ее, как и всякой войны, является экспансия, распространение доминирующей культурной матрицы» [2. С. 47].

Негативные аспекты медийности привлекли внимание ученых, которые в этих случаях начали выделять эмоциональную составляющую, аффектацию реакций индивида на мир. При этом «аффективный аспект усилен за счет цифровых технологий, усилен анонимностью в сетях и возведен в качестве основного ресурса, который подпитывает интерактивную сеть и условия ее работы. В основе эмоциональных проявлений – язык ненависти» [5. Р. 2]. Именно в медийности «возник образ социального явления онлайн-ненависти, целой вселенной внешней враждебности, которая упрощает любой конфликт. Язык вражды выполняет перформативную функцию, так как он способствует ... консолидации эмоционального строя аудитории» [4].

Также следует обратить внимание на тождественность свойств социальных конфликтов в физической и «цифровой» средах, подчеркнув при этом и их различие – онлайн-конфликт, в отличие от его аналога в физическом пространстве, более насыщен числом участников, но менее организован – текуч, построен на основе сетевой системы взаимодействия пользователей. Однако в том и другом случаях присутствует язык вражды и ненависти по отношению к оппонентам / врагам. Язык вражды, проявления онлайн-ненависти – инструменты коммуникативных агрессий, что и было установлено в нашем предыдущем исследовании (Международный исследовательский проект «Коммуникативные агрессии XXI века» (СПбГУ и Университет им. Адама Мицкевича, Познань). Изучался фрагмент сознания аудитории СМИ, представленный студенчеством (науч. рук. проф. В. А. Сидоров и проф. В. Новяк)). В определенной фазе социального конфликта коммуникативные агрессии выступают его основной формой, замещая форму физическую. Таким образом, социальный конфликт из действительности перемещается в «цифровую среду», выступает как медиасобытие, но, тем не менее, остается *действительным*.

Международный Проект основывался на изучении фрагмента сознания аудитории СМИ, представленной студенчеством; исследование проводилось методом анкетирования – в Познани и Санкт-Петербурге опрашивали будущих журналистов и политологов. Изучалась формируемая медиа, но с участием их аудитории, информационная картина мира в общественном сознании российского и польского социумов. Было установлено, что студенты двух стран уверенно указывают на широкое распространение в сетевом взаимодействии языка вражды и фактов онлайн-ненависти.

Завершенный Проект получил свое продолжение в новом исследовании ученых СПбГУ «Агрессии и фобии в медиаповедении сетевых сообществ». Изучение предшествующей эмпирической базы продолжено: программой исследования предусматривается анализ онлайн-ненависти, культивируемой в медийной аудитории. Объектом изучения на базе теории дисперсной аудитории (Г. Малецке) избрано образуемое публикациями

на портале ИноСМИ сообщество пользователей – аудитории публицистических выступлений по поводу современных российско-польских отношений. Таким образом, авторы публикаций (более 1500 за четыре года) – зарубежные, авторы комментариев к ним (от 9 до 32 «комментов» на каждую переведенную статью) – российские.

Результаты контент-анализа «комментов» пользователей позволяют сделать выводы:

1. проявления онлайн-ненависти – постоянно присутствующий фактор медийного выражения эмоций аудитории пользователей портала ИноСМИ; аудитория превращается в субъект распространения фобий и практики онлайн-ненависти;

2. априори считая всю аудиторию изученных публикаций сложно стратифицированной по культурным и политическим аспектам, определим авторов комментариев к публикациям ее агрессивным меньшинством;

3. отдельные признаки текстов самих «комментов» приводят к выводу, что круг их авторов ограничен, во многом совпадает с кругом авторов комментариев по другим тематикам, что ставит вопрос о реальном соотношении меньшинства аудитории медиа и ее большинства;

4. таким образом, неизбежен перенос социально-философского анализа проблематики взаимодействия большинства и меньшинства с общего уровня политического взаимодействия индивидов социума на уровень их общения в медийной среде.

Список литературы

1. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / пер. с нем. СПб.: Наука, 2000.
2. Хайдарова Г. Р. Медиасреда как пространство культурной практики: борьба за воображаемое // Общество. Среда. Развитие. 2018, № 1. С. 45–51.
3. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / пер. с англ. М.: ООО «Издательство АСТ», 2003.
4. Koukoutsaki-Monnier A., Seoane A. Discours de haine sur l'internet // Hal. Archives-ouvertes. Hal-02153771, version 1. URL:

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02153771> (дата обращения: 08.01.2021).

5. Monnier Angeliki. Combattre la haine sur Internet: trois défis à relever // The conversation. L'expertise universitaire, l'exigence journalistique. URL: <https://theconversation.com/combattre-la-haine-sur-internet-trois-defis-a-relever-113385> (дата обращения: 08.01.2021).

6. Shepherd T., Harvey A., Jordan T., Srauy S. and Kate Miltner K. Histories of Hating // Social Media + Society. 2015, July-December: 1–10. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/Histories-of-Hating-Shepherd-Harvey/0378df0d4feec466d5e869fd2a04872f356903f1> (дата обращения: 08.01.2021).

Смолярова Анна Сергеевна

кандидат политических наук, доцент,
Санкт-Петербургский государственный университет
a.smolyarova@spbu.ru

*Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта
Президента Российской Федерации для государственной
поддержки молодых российских ученых кандидатов наук:
проект МК-1448.2020.6 «Трансформация медиарепертуара как
стратегия социокультурной адаптации мигрантов»*

ФОРМИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ СЕТЕВОЙ ПУБЛИКИ ЧЕРЕЗ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ КОНТЕНТ: ЦИФРОВАЯ РУССКОЯЗЫЧНАЯ ДИАСПОРА В ИНСТАГРАМЕ

Ключевые слова: социальные медиа, цифровая диаспора, Инстаграм, сетевая публика, глобальная коммуникация, пользовательский контент.

Ещё в 2008 году Мануэль Кастельс рассматривал мигрантов, членов диаспор, экспатов среди акторов, которым свойственно создавать устойчивые транснациональные связи, и чья деятельность вносит вклад в формирование будущей глобальной