



УДК 070

DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-136-144

Сергей Васильевич Курушкин,*Санкт-Петербургский государственный университет**(г. Санкт-Петербург, Россия),**e-mail: s.kurushkin@spbu.ru**<https://orcid.org/0000-0001-6154-6988>*

Ценностный базис российских сетевых сообществ: интегративная функция коммуникативных агрессий

В статье поднимаются вопросы развития ксенофобий в российских сетевых сообществах. Основной задачей стал анализ трансформации фобий в коммуникативные агрессии в динамике социального взаимодействия. Рассматривая коммуникативные агрессии как инструмент установки доминирования в социальном целеполагании, мы обратились к изучению сообществ разного типа с целью выявления взаимосвязей между уровнем коммуникативного напряжения и определёнными ценностями. В качестве эмпирической базы исследования выбраны сообщения (посты), опубликованные в сетевых сообществах феминисток и анонимных пользователей (в контексте их отношения к исламу). Методами исследования стали case-study и критический дискурс-анализ (на уровне организации исследования), неформализованный контент-анализ, text mining и корреляционный анализ (на уровне сбора и обработки данных). На общетеоретическом уровне предпринята попытка объединить позитивистскую и интерпретативную парадигмы. В результате исследования двух кейсов выявлена динамика перехода от культивации фобий к распространению коммуникативных агрессий; показывается, каким образом цифровизация коммуникаций влияет на поляризацию культурно-символических и социополитических различий и способствует интеграции индивида в сетевое сообщество. Определены различные сценарии, по которым происходит распространение коммуникативных агрессий. Например, в сообществах радикальных феминисток агрессии возникают тогда, когда под угрозой оказываются ценности свободы, жизни и здоровья. В случае с исламом агрессии вызывает толерантность как ценность, а также угроза закону, семье и свободе. По итогам анализа каждого кейса представлены рекомендации по снижению уровня коммуникативного напряжения, которые заключаются в избегании конкретных ценностных триггеров, трансформации медиаобраза сетевых сообществ и выстраиванию коммуникативных стратегий с более равномерным обращением ко всем ценностям, а не только к терминальным. Таким образом, сообщества, в которых интеграция происходит исключительно за счёт выстраивания агрессивных коммуникаций, вынуждены обращаться к иным стратегиям для реализации полноценной деятельности.

Ключевые слова: коммуникативные агрессии, фобии, сетевые сообщества, феминизм, исламофобия

Sergey V. Kurushkin,*Saint Petersburg State University**(Saint Petersburg, Russia),**e-mail: s.kurushkin@spbu.ru**<https://orcid.org/0000-0001-6154-6988>*

The Value Basis of Russian Network Communities: the Integrative Function of Communicative Aggression

The article raises questions of the xenophobia evolution in the Russian online communities. The main task was to analyze the transformation of phobias into communicative aggression in the dynamics of social interaction. Considering communicative aggression as a tool for establishing dominance in social goal-setting, we turned to the study of communities of different types in order to identify the relationship between the level of communicative tension and certain values. As an empirical basis for the study, we chose messages (posts) published in the online communities of feminists and anonymous users (in the context of their relationship to Islam). The research methods were case-study and critical discourse analysis (at the level of research foundation), non-formalized content analysis, text mining and correlation analysis (at the level of data collection and data processing). At the general theoretical level, an attempt was made to combine the positivist and interpretative paradigms. The study of two cases revealed the dynamics of the transition from the cultivation of phobias to the spread of communicative aggression. It shows how the digitalization of communications affects the polarization

© Курушкин С. В., 2021





of cultural, symbolic and sociopolitical differences and promotes the integration of the individual into the network community. Various scenarios were identified according to which the spread of communicative aggression occurs. For example, in radical feminist communities, aggression occurs when the values of freedom, life and health are threatened. In the case of Islam, aggression is caused by tolerance as a value, as well as a threat to the law, family and freedom. Based on the results of the analysis of each case, recommendations are presented to reduce the level of communicative tension, which consist in avoiding specific value triggers, transforming the media image of network communities and building communication strategies with a more even appeal to all values, and not only to terminal ones. Thus, communities with integration occurs solely by spreading aggressive communications will be forced to turn to other strategies to implement full-fledged activities.

Keywords: communicative aggression, phobias, network communities, feminism, Islamophobia

Введение. Цифровизация медиа приводит к интенсификации переносов социальных противоречий в медийную среду. Доступность цифровых платформ, упрощение коммуникаций, анонимность (зачастую мнимая) становятся факторами, влияющими на развитие и культивацию разного рода фобий. Основанные на фобиях суждения и даже мировоззрения находят свой выход в виде коммуникативных агрессий. Отличительной чертой подобных мировоззрений становится деструкция ценностной базы носителя.

Культивация образа врага – проверенный временем способ интеграции разрозненных общностей, который в изменившихся коммуникативных условиях приводит к переносу агрессии в цифровое, а затем (при выполнении ряда условий) и в физическое пространство. Базирующийся на страхе, образ врага развивает динамику ненависти и становится основой для формирования фобий различного рода.

Коммуникативные агрессии являются отклонением от нормы в борьбе разного типа сообществ, институтов и социальных страт за доминирование в социальном целеполагании. Постановка значимых для общества целей и их закрепление в медийном дискурсе позволяют не только определять повестку дня, но и устанавливать в качестве доминирующего тот или иной ценностно-политический дискурс: диалогический или агрессивный – в соответствии с которым люди трактуют многозначные события [1]. Теперь люди не просто «могут выбирать, когда, каким образом и на каком расстоянии общаться друг с другом», но и использовать эти возможности для достижения своих целей [2, с. 11–12].

Преодоление разрозненности сообществ и общества в целом с помощью стереотипов, мифов и культивации образа врага недействительно, потому что приумножает агрессию в цифровом пространстве, откуда при неблагоприятных условиях она вырвет-

ся обратно в пространство физическое. Статья нацелена на предложение способов преодоления коммуникативных агрессий внутри сетевых сообществ. Для этого проводятся теоретический анализ понятия коммуникативных агрессий и основанный на нём эмпирический анализ трёх кейсов (феминизм, исламофобия и протесты в Беларуси).

В мировой литературе коммуникативные агрессии изучаются в рамках языка ненависти и вражды (hate speech, discours de haine) [3], цифровой бдительности (digital vigilantism), «киберфашизма» и других направлений, которые учитываются нами в теоретико-методологической части исследования. Под коммуникативной агрессией будем понимать предложенный Ангеликой Монье сценарий, или рассказ-аргумент, который делает законной агрессивную по отношению к Другому эмоцию. Он обладает двойным эффектом: угроза врагу и обольщение сочувствующих. Его объект или цель становится таковой, как правило, из-за присутствия, «врождённых» характеристик [4], закреплённых как отличие, Другое. В рамках реализации данного сценария выделяют такие речевые акты, как обвинение, приказ, описание, связь, угроза, критика, замалчивание, оскорбление, подстрекательство к действию, которые могут вести к насильственным действиям как напрямую, так и косвенно, через закрепление предрассудков и стереотипов, установление причинно-следственных связей, упрощений и непроверенных суждений.

Фундаментальные вопросы сетевой агрессии отсылают к изучению пограничья между обществом и сетью, онлайн и оффлайн [5–7], а также воздействию на коммуникативных акторов явления интермедиальности [8, с. 226–227]. Если удастся уменьшить или даже подавить разжигание ненависти в Интернете, можно ли надеяться, что исчезнет сама ненависть? Почему проявляется такое поведение, и люди разжигают ненависть без чувства вины и без



размышления о деструктивном эффекте, вызванном их речью [3]?

Следует особо отметить, что сетевые сообщества реализуют специфическую форму поведения – медиаповедение, под которым подразумевается «опосредованная система психических, физических и социальных действий индивида или сообщества, сложившаяся в результате их взаимодействия с медиасредой, направленная на самореализацию личности и удовлетворение её информационных и коммуникативных потребностей» [9]. В контексте нашего исследования углубляется социальный компонент в медиаповедении сетевых сообществ, то есть медиаповедение дефинируется как вид социального поведения в медийном пространстве [10, с. 55].

Методология и методы исследования. Мы полагаем, что изучение языка вражды, коммуникативных агрессий и фобий, возникающих вследствие распространения и утверждения агрессивных дискурсов, следует начинать с радикализованных сообществ – то есть тех общностей, члены которых разделяют крайние взгляды. Эти взгляды могут отличаться от воззрений среднестатистического обывателя, однако в соответствии с заявленной целью исследования нам необходимо выйти на экстремистские или околоэкстремистские высказывания, и здесь радикализация мировоззрений и мироощущений выходит на первый план, поскольку она, несомненно, является отклонением от нормы.

Другая поставленная перед нами задача – объединение позитивистского и интерпретивистского подходов при проведении исследования. Недостаточно просто подсчитать количество словоупотреблений той или иной лексической единицы: её следует изначально выделить из коммуникативного фона, обратив внимание на социальный контекст, а затем заново (уже с использованием наших методик) погрузить в этот контекст как обработанную и оценённую единицу исследования.

На методологическом уровне возникает необходимость определиться с методом организации исследования. Case-study, безусловно, можно считать основным вариантом: при использовании данного метода у нас появляется возможность установить обоснованные самим «жизненным циклом» кейса временные рамки.

В нашем исследовании используется и дискурс-анализ, в частности – критический дискурс-анализ, который изучает не только отношения власти и доминирования в коммуникативной среде [11], но и нормы, отклонения от нормы [12]. Агрессии и фобии – безусловно, ненормальные состояния, которые могут приводить к выведению деструктивных практик оффлайн. В данном случае исследование необходимо направить по сценарию, раскрывающему природу этих деструкций от зарождения к угасанию или еще большему распространению. Таким образом, исследование состоит из следующих этапов:

1. Этап первичного неформализованного контент-анализа, на котором мы выявляем тональность постов и комментариев, оставленных в отобранных нами сообществах. Нас интересуют в первую очередь посты и комментарии, имеющие негативную тональность: именно они способствуют закреплению фобий. Полагаем, что в данном случае не столь важно соотношение негатива и позитива, поскольку даже один негативный комментарий сигнализирует о потенциальной фобии, а также может способствовать закреплению деструктивных практик в медиапространстве.

2. Этап вторичного неформализованного контент-анализа, на котором мы отбираем в постах и комментариях лексические единицы, используемые в данных сообществах как ценностные триггеры, способствующие разворачиванию цепочек ценностных ассоциаций.

3. Этап подготовки двух списков. Первый – список ценностных триггеров, второй – список ценностей, с которыми эти триггеры связаны, а также тематик, в которых эти триггеры функционируют.

4. Text mining с использованием соответствующего программного обеспечения (ПО). Изучив частотность употребления тех или иных триггеров, мы кодируем их в числовом формате для дальнейшей обработки. На данном этапе происходит кодирование ценностей/тематик в буквенном формате для подсчёта коэффициента корреляции (это необходимо из-за ряда ограничений, вызванных некоторыми особенностями работы ПО). В качестве ПО используется программа STATISTICA версии 13 в комплектации Academic Ultimate Bundle. STATISTICA представляет собой набор модулей для сбо-



ра и обработки информации. Нами использовались модули, позволяющие анализировать большие объёмы текстовых данных (text mining), модули для построения общих линейных моделей, а также инструментарий для подсчёта коэффициента корреляции Пирсона.

5. Подсчёт коэффициента корреляции между ценностными триггерами и ценностями/тематиками. Поскольку ранее мы отобрали тонально-негативные посты и комментарии, сильные связи будут говорить нам о высоком агрессивном потенциале, который проявляется при обращении к конкретным ценностям. В данном случае лексическая единица, оформляясь в качестве ценностного триггера, будет обладать мощным потенциалом для формирования фобий, поскольку её употребление будет способствовать закреплению «ненормальных» связей, апеллирующих к ценностям.

Результаты исследования и их обсуждение. Изучение распространения и утверждения агрессивных дискурсов целесообразно начать с радикализованных сообществ, в членах которых организаторы изначально позиционируют не «среднестатистических обывателей», а в некотором смысле склонных к крайностям, чувствительных к радикализации мировоззрений и мироощущений. Отсюда наш первый кейс – радикальный феминизм.

Радикальность отображенных нами сообществ в социальной сети «ВКонтакте» подтверждалась тем, что они блокировались за использование языка вражды летом 2020 г.: Феминизм наглядно: https://vk.com/feminism_visually; Подслушано феминизм: https://vk.com/overhear_feminism; Free of anything феминизм: <https://vk.com/freeofanything>; Типичный сексист: https://vk.com/typical_sexist; Мужерабка: <https://vk.com/muzherabka>.

Хронологические рамки исследования: сентябрь 2020 г. – февраль 2021 г.

Оценка тональности постов и комментариев показала следующие результаты:

– посты и комментарии в отображенных сообществах характеризуются достаточно высоким уровнем негатива: от 32 до 69 % постов с негативной тональностью и от 17 до 35 % комментариев с негативной тональностью;

– негативная тональность и постов, и комментариев носит внешний по отношению к сообществам характер. Однако по-

зитивные посты в целом собирают больше позитивных комментариев, чем негативные посты – негативных комментариев. Это может говорить о приоритетах в саморегуляции сообществ: взаимная поддержка и укрепление связей между членами общностей стоят выше, чем культивирование фобий.

Анализ сообщений, распространяемых в сообществах феминисток, показал, что в них чётко прослеживается тенденция к распространению ряда ценностных триггеров. Далее мы приводим как сами триггеры, так и раскрывающие их интерпретации, используемые участниками сообщества:

– «Патриархат/патриархалы» – ключевое понятие, социальная система, от функционирования которой основную выгоду получают мужчины. Патриархал – сторонники этой системы.

– «Мизогиния» – ненависть к женщинам.

– «Абьюз» – жестокое обращение с человеком, как физическое, так и психологическое.

– «Нитакусик» – мужчина, который является «не таким, как все». Термин появился благодаря женщинам, которые оставляли комментарии в постах феминистской направленности, защищая своих близких, например, следующим образом: «Да, он гад, но мой мужчина точно не такой».

– «Токсичный» – создающий невыносимую атмосферу.

– «Психологиня» – используется и в позитивном ключе (как феминитив, обозначающих психолога-женщину), и в негативном – как ироничное обозначение некомпетентной женщины-психолога.

– «Мужик» – язык рассматриваемых нами сообществ в целом не радикализован. Так, например, не имеет употребления слово «спермобак», которым многие радикальные феминистки называли мужчин. Вероятно, действия администрации «ВКонтакте» в купе с трансформацией языка радикальных феминисток привели к усреднению языковой среды. В таких условиях пренебрежительным обозначением мужчины становится «мужик».

Анализ тематик сообщений, публикуемых в сетевых сообществах феминисток, показал, что их можно сгруппировать по следующим ценностным блокам: психическое здоровье, физическое здоровье, свобода, секс, жизнь. Выходит, что поднимаемые в постах темы восходят к определённым цен-



ностным блокам и интерпретируются, основываясь на ценностном базисе участников сообщества.

Затем мы провели корреляционный анализ, чтобы выявить сильные и средние связи между ценностными триггерами и ценностями, к которым они восходят. Чем выше корреляция, тем больше вероятность, что наличие в тексте сообщения конкретного

триггера приведёт к его интерпретации через определённую группу ценностей. Проще говоря, при наличии сильной связи триггер показывает, какие ценности транслируются в сообщении.

Итоги подсчёта связей между триггерами и ценностями / тематиками представлены в табл. 1 (коэффициент корреляции по Пирсону, интерпретация по шкале Чеддока).

Таблица 1

Корреляция пар «триггер – ценность» в феминистских сообществах

Ценностный триггер	Тематики и ценности	Коэффициент корреляции	Уровень корреляции
Патриархат/патриархалы	Свобода	0,84	Высокий
Токсичный	Психическое здоровье	0,78	Высокий
Абьюз	Жизнь	0,73	Высокий
Абьюз	Физическое здоровье	0,57	Средний

Остальные связи показали слабую корреляцию либо отсутствие корреляции. Обратной корреляции не наблюдалось. Наличие высокой корреляции говорит о том, что обращение к конкретным ценностям активизирует деструктивные практики, базирующиеся на фобиях, и в конечном счёте с высокой долей вероятности приведёт к распространению коммуникативных агрессий и повышению уровня коммуникативного напряжения в сообществах.

Перейдём к следующему кейсу. При анализе кейса «Исламофобия» мы обратились к изучению анонимных сообществ. Если в случае с феминизмом самоидентификация является важным условием для интеграции, то в случае с исламофобией агрессивные комментарии в социальных сетях либо оперативно удаляются, либо отпугивают неанонимных пользователей уже «на входе». Изучение анонимного обсуждения способно показать, каким образом агрессия на эту тему встраивается в картину мира индивида. Таким образом, изучение анонимных форумов даст более полную картину.

Мы изучили сообщество сайта – анонимного форума 2ch.hk, принцип общения на котором основан на создании так называемых «тредов»: оригинального сообщения и комментариев. Хронологические рамки исследования: сентябрь 2020 г. – февраль 2021 г. Были отобраны 100 новостей и 789 комментариев к ним. Отбор новостей производился по принципу наличия в них указания на ислам и мусульман.

Оценка тональности постов и комментариев показала следующие результаты:

– уровень агрессии в комментариях к новостям максимален: в обсуждении каждой новости, касающейся ислама и мусульман, встречаются агрессивные комментарии. 73 % комментариев носят агрессивный или крайне агрессивный по отношению к исламу или мусульманам характер;

– агрессиям подвергаются не только мусульмане и ислам, но и те, кто с ними связан: например, немусульманские девушки (пренебрежительно – «Наташки»), которые встречаются с мусульманами;

– крайне высок уровень стереотипизации мусульман. Анализ комментариев показал, что мусульмане интерпретируются анонимным сообществом как варвары, не признающие «цивилизованных законов», а также как террористы. Акцентируется внимание на любвеобильности мусульман, подчёркивается их особый статус в мировом сообществе.

Следует отметить, что при анализе кейса «Исламофобия» мы использовали те же методы, что и при анализе кейса «Феминизм». Поэтому мы не будем дублировать описание алгоритма наших действий, представленное в разделе «Методология и методы исследования» и при описании предыдущего кейса.

Триггер-анализ выявил присутствие в сообщениях посетителей анонимного форума 2ch.hk следующих триггеров:

– «Муслим», «мюсли» – пренебрежительное название мусульман. Используется в агрессивных интерпретациях новостных сообщений, гораздо реже – в нейтральных. Примеры использования (орфография и пунктуация оригинала сохранена) – в ком-



ментарии к новости о том, что член Общественной палаты России Султан Хамзаев предложил усложнить доступ граждан к алкогольной продукции крепостью выше 15°: «Кто бы б***ь, мог подумать. Как з****и эти ё****е мюсли в чужой монастырь со своим уставом лезть»¹. В комментарии к новости о Хабибе Нурмагомедове, опубликовавшем пост с оскорблением президента Франции Э. Макрона: «Тем не менее ситуация не меняется – не всякий муслим режет за религию бошки гражданским, однако почти всегда режущий бошки простым гражданским – муслим. И для любого человека цивилизованного понятно что чо-то там кукарекать про Макрона, не осуждая животное что убило трёх человек (вообще мимокрокодилов) – это расписываться в том что он дикое животное и его надо изолировать»².

– «Ахмед» – чаще всего используется в значении «собирает образ мусульманина, который вступает в половые отношения с немусульманскими женщинами», пара для «Наташек».

– «Куколд» – в контексте рассматриваемого нами кейса: «Человек, общность, государство, которые в тех или иных ситуациях демонстрируют толерантность по отношению к мусульманам или исламу». Комментарий к новости о том, что в одном из детских садов Ярославля ввели халяльное питание: «Директор детского сада – куколдище толерантное. Представляю себе куда бы послали этого активиста, если б он д*****я со свиной до директора гимназии в ярославской губернии в РИ»³.

Анализ тематик сообщений, публикуемых в анонимных сетевых сообществах при интерпретации новостей, связанных с исламом и мусульманами, показал, что эти тематики можно сгруппировать по следующим ценностным блокам: свобода, закон, семья, толерантность.

Итоги подсчёта связей между триггерами и ценностями/тематиками представлены в табл. 2 (коэффициент корреляции по Пирсону, интерпретация по шкале Чеддока).

Таблица 2

Корреляция пар «триггер – ценность» в анонимных сообществах при интерпретации новостей, связанных с исламом и мусульманами

Ценностный триггер	Тематики и ценности	Коэффициент корреляции	Уровень корреляции
Куколд	Толерантность	0,91	
Муслим (мюсли)	Свобода	0,89	
Ахмед	Семья	0,85	
Муслим (мюсли)	Закон	0,77	

Остальные пары показали слабую корреляцию или отсутствие корреляции.

Нетрудно заметить, что негативные ценностные триггеры в радикальных феминистских сообществах обращаются к терминальным ценностям (по Рокичу) или общечеловеческим ценностям. Радикальный феминизм анализирует социальную систему в целом и некоторые установившиеся в ней порядки в частности: патриархат, насилие по отношению к женщинам, мизогиния. Критика этих порядков может привести к распространению агрессивных коммуникаций, формированию фобий, изоляции сообщества в рамках так называемой «теории сужения», ког-

да члены локального сообщества предпочитают общение между собой и охрану своих ценностей восприятию чужих [13, с. 30].

Повышение уровня абстракций, таким образом, приводит к формированию дискурса противостояния или даже вражды. Патриархат и его сторонники воспринимаются как угроза свободе членов рассматриваемых сообществ, что приводит к распространению негативных, агрессивных и враждебных высказываний.

Агрессии и фобии в сообществах радикальных феминисток рождаются в тех случаях, когда члены сообщества чувствуют угрозу в отношении терминальных ценностей: жизни, свободы, здоровья. Использование устоявшихся триггеров (абьюз, токсичный) можно считать своеобразным предупредительным сигналом: когда эти лексические единицы возникают в тексте, речь ведётся, во-первых, на высоком уровне абстракций,

¹ Россиянам предложили усложнить доступ к водке (2021). – URL: <https://2ch.hk/news/arch/2021-02-11/res/9335070.html#9335080> (дата обращения: 10.06.2021). – Текст: электронный.

² Бибиб прошёл в ноги Макаруну. – URL: <https://2ch.hk/news/arch/2020-11-04/res/8622955.html> (дата обращения: 10.06.2021). – Текст: электронный.



а во-вторых, возникает состояние «угрозы» для членов сообщества, требующее соответствующей реакции.

Снижение уровня коммуникативного напряжения в феминистских сообществах может быть достигнуто несколькими способами. Во-первых, тематической диверсификацией и установкой «неконфликтной» повестки, базирующейся на тех ценностях, фиксация которых в текстах не вызывает агрессий. Во-вторых, приведением лексики в нейтральное состояние: полагаем, что корреляции, выделенные нами, работают и в обратную сторону (употребление в тексте конкретных триггеров приводит к активации особых ценностных интерпретаций, основанных на фобиях). В-третьих, реализацией соответствующей социальной политики, направленной на решение базовых потребностей рассматриваемой нами общности: фобии и агрессии возникают там, где участницы феминистских сообществ чувствуют недостаток свободы, угрозу психическому здоровью и жизни. Итог нашего исследования может стать сигналом для лиц, определяющих социальную политику, поскольку выделенные нами «агрессивные тематик» сигнализируют о неудовлетворённости отдельной социальной группой положением дел, что потенциально может привести к культивации фобий.

Иные выводы можно сделать, проанализировав кейс «Исламофобия».

Мы можем говорить о наличии исламофобии в медиасообществах России. Агрессивная и стереотипная интерпретация образа мусульманина и исламских ценностей базируется на фобиях, которые выводят нас на конкретные ценности.

С высокой долей вероятности образ мусульманина вызовет агрессивные интерпретации через ценности свободы, закона, семьи и толерантности. Свобода в контексте исламофобии трактуется не как ценность, а как антиценность, мусульмане предстают в описаниях комментаторов как люди, которым дозволено многое из-за их культурных и религиозных особенностей. Это приводит к распространению тем, базирующихся на ограничениях свободы с помощью закона: мусульмане должны соблюдать законы страны, в которой живут, иначе это вызовет агрессию и дальнейшую установку стереотипа о бесконтрольных адептов ислама. Очень важным представляется восприятие сообществами мусульман как угрозы тра-

диционным семейным ценностям. Здесь прямо культивируется образ врага: они забирают наших женщин, а мы это терпим. Наконец, восприятие ислама и мусульман через призму исламофобии не приемлет ценностей, связанных с толерантностью. Интерпретация чаще всего ведётся по принципу от противного: если мусульмане нетерпимы к христианам, если ислам нетерпим к другим религиям, то и мы не должны быть толерантными, иначе будем записаны в разряд «куколдов».

Рекомендации по уменьшению уровня коммуникативной напряжённости в контексте данного кейса уже не могут сводиться к конкретным коммуникативным стратегиям, как это было в случае с кейсом «Феминизм». Здесь радикализация суждений находится на ином – гораздо более высоком – уровне («Муслимы стремятся захватить весь мир. Это религия террора. Религия экспансии. Религия смерти. Её надо искоренять всеми способами. С муслимами сработает только концлагерь и стерилизация»¹). Корни этой проблемы лежат в иной социокультурной парадигме, если сравнивать с феминистскими сообществами. Агрессии вызывают любые новости, в которых поднимаются вопросы неспособности мусульман воспринимать иные ценности и сосуществовать с ними. Следовательно, коммуникативные стратегии, касающиеся снижению уровня коммуникативных агрессий по отношению к исламу и мусульманам, должны базироваться на подчёркивании адаптивных аспектов совместного существования ислама с другими религиями. Более того, имеет смысл обратить внимание на распространение в медиа идеологии «светского ислама»: стереотипный образ мусульманина, базирующийся на исламофобской идеологии, представляет в виде мусульманина уроженцев Кавказа, Ближнего Востока и Северной Африки, но не, скажем, татар.

Заключение. Итак, мы постарались продемонстрировать, как коммуникативные агрессии коренятся в различных картинах мира, отражающихся в дискуссиях сетевых сообществ. Интегративная функция коммуникативных агрессий, таким образом, приводит к формированию вокруг социальных общностей своеобразных эхо-камер, когнитивных структур, пред-

¹ Муслимы объявили джихад Диснею из-за фильма «Мулан», снятого в концлагере. - URL: <https://2ch.hk/news/arch/2020-09-15/res/8305806.html#8306006> (дата обращения: 10.06.2021). – Текст: электронный.



ставляющих собой препятствие как для сравнения с «Другими», так и для сближения на практике. Борьба с ними, как нам видится, является ключевым элементом на этапе снижения уровня коммуникативной напряжённости.

Особое внимание мы уделили коммуникативным агрессиям как форме реализации специфического медиаповедения сетевых сообществ. Эта реализация идёт по особому сценарию, включающему в себя когнитивный, ценностный, реперативный, вербальный и поведенческий этапы, на каждом из которых индивид или сообщество интерпретируют действительность и сопоставляют её со своим ценностным базисом [14].

Медиаповедение сообществ в условиях «цифровой подлинности» реализуется через восприятие «цифры» как продолжения действительности. Непрерывный поток коммуникаций может привести к радикализации суждений, однако будет покоиться на том же ценностном базисе, который определяет действия индивида оффлайн.

Выявленные закономерности среди прочих могут лежать в основе того, что цифровизация коммуникаций способна приводить к легитимизации различий, культивации образов «Своего» и «Чужого» при стигматизации последнего. Между тем образ «Чужого» при реализации определённых коммуникативных стратегий (проработка позитивных ценностных триггеров, полифония мнений при их дерадикализации) может трансформироваться в образ «Другого», который можно интерпретировать более глубоко и в отрыве от коммуникативных агрессий: «В образе “другого” мы часто видим то, чего не можем достичь, или то, что беспокоит нас в нас самих, чего мы не признаём» [15, с. 42]. В этом случае отпадёт необходимость в коммуникативных агрессиях как инструменте интеграции индивида в сообщество: функцию интеграции будет выполнять совместная интерпретация социально значимых событий (или событий, имеющих ценность для сообщества), свободная от сугубо негативной окраски и поиска общего врага.

Список литературы

1. Сидоров В. А. Артефакты текущей медийности: новые основания символического господства // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16, № 1. С. 153–159.
2. Кин Д. Демократия и декаданс медиа. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. 312 с.
3. Hate Speech in Asia and Europe: Beyond Hate and Fear (1st ed.) / M. Kang, M.-O. Rivé-Lasan, W. Kim, P. Hall, S. Park (eds.). UK: Routledge, 2020. 206 p.
4. Koukoutsaki-Monnier A., Seoane A. Discours de haine sur l'internet. Текст: электронный // Publicationnaire. URL: <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/discours-de-haine-sur-linternet/> (дата обращения: 10.06.2021).
5. Морозова А. А. Социальная сеть: к вопросу о безопасности пользователя. Текст: электронный // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2017. С. 201–204. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-set-k-voprosu-o-bezopasnosti-polzovatelya/viewer> (дата обращения: 10.06.2021).
6. Steensen S., Grøndahl L. A., Benestad H. Y., Kjos F. B. What Does Digital Journalism Studies Look Like? // Digital Journalism. 2019. No. 3. Pp. 320–342.
7. Steensen S., Ahva L. Theories of journalism in a digital age: An exploration and introduction. Текст: электронный // Journalism Practice. 2015. No. 1. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17512786.2014.928454?needAccess=true> (дата обращения: 10.06.2021).
8. Пичугина О. А. Трансмедийное повествование в коммуникативном пространстве мегаполиса // Коммуникология. 2016. № 4. С. 225–238.
9. Жилавская И. В. Медиаповедение личности. Обретение смысла. Текст: электронный // Медиа-скоп: электронный научный журнал. 2011. № 2. URL: <http://www.mediascope.ru/node/786> (дата обращения: 10.06.2021).
10. Зинчина А. Б. Медиаповедение как социальный феномен и социологическое понятие // Science and Education: a New Dimension. Humanities and Social Sciences. 2015. No. 3, is. 64. Pp. 52–56.
11. Ван Дейк Т. Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Либроком, 2015. 352 с.
12. Fairclough N. Critical Language Awareness. UK: Routledge, 2014. 356 p.
13. Цукерман Э. Новые соединения. Цифровые космополиты в коммуникативную эпоху. М.: Ад Маргинем Пресс, 2015. 319 с.
14. Sidorov V. A., Kurushkin S. V. Media behavior of network societies in liquid modernity. Текст: электронный // Turismo: Estudos & Práticas (UERN). 2021. No. 1. URL: <http://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/867/828> (дата обращения: 13.06.2021).



15. Шипилов А. В. Опозиция «свои – чужие» в социальных науках // Парадигма «свои» – «чужие» в культурах Эстонии XX века: сб. ст. / ред. И. З. Белобровцева, А. А. Данилевский, С. Н. Доценко. М.: Флинта: Наука, 2019. С. 34–58.

Статья поступила в редакцию 13.07.2021; принята к публикации 20.08.2021

Сведения об авторе

Курушкин Сергей Васильевич, кандидат политических наук, Санкт-Петербургский государственный университет; 199034, Россия, г. Санкт-Петербург, Университетская наб., 7/9; e-mail: s.kurushkin@spbu.ru; <https://orcid.org/0000-0001-6154-6988>.

Для цитирования:

Курушкин С. В. Ценностный базис российских сетевых сообществ: интегративная функция коммуникативных агрессий // Гуманитарный вектор. 2021. Т. 16, № 4. С. 136–144. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-136-144.

References

1. Sidorov, V. A. Fluid media artifacts: new foundations for symbolic dominance. *Humanitarian vector*, no. 1, pp. 153–159, 2021. (In Rus.)
2. Kin, D. *Democracy and the media decadence*. M: Izd. dom Vysshei shkoly ekonomiki, 2015. (In Rus.)
3. *Hate Speech in Asia and Europe: Beyond Hate and Fear* (1st ed.). UK: Routledge, 2020. (In Engl.)
4. Koukoutsaki-Monnier, A., Seoane, A. *Hate speech on the Internet*. Publicationnaire, 2019. Web. 10.06.2021. <http://publicationnaire.huma-num.fr/notice/discours-de-haine-sur-linternet/> (In Fr.)
5. Morozova, A. A. Social network: on the question of user safety. Symbol: problematic field of media education, 2017. Web. 10.06.2021. <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-set-k-voprosu-o-bezopasnosti-polzovatelya/viewer>. (In Rus.)
6. Steensen, S., Grøndahl, L. A., Benestad, H. Y., Kjos, F. B. What Does Digital Journalism Studies Look Like? *Digital Journalism*, no. 3. pp. 320–342, 2019. (In Engl.)
7. Steensen, S., Ahva, L. Theories of journalism in a digital age: An exploration and introduction. *Journalism Practice*, no. 1, 2015. Web. 10.06.2021. <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/17512786.2014.928454?needAccess=true>. (In Engl.)
8. Pichugina, O. A. Transmedia storytelling in the communicative space of the metropolis. *Communicology*, no. 4, pp. 225–238, 2016. (In Rus.)
9. Zhilavkaya, I. V. Personal media behavior. Making sense. *Electronic Scientific Journal “Mediascope”*, no. 2, 2011. Web. 10.06.2021. <http://www.mediascope.ru/node/786>. (In Rus.)
10. Zinchia, A. B. Media behavior as a social phenomenon and sociological concept. *Science and Education: a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, no. 3, pp. 52–56, 2015. (In Rus.)
11. Van Deyk, T. *Discourse and Power: Representing Dominance in Language and Communication*. M.: Librokom, 2015. (In Rus.)
12. Fairclough, N. *Critical Language Awareness*. UK: Routledge, 2014. (In Engl.)
13. Cukerman, E. *Re-wire. Digital cosmopolitans in the communication age*. M: Ad Marginem Press. 2015. (In Rus.)
14. Sidorov, V. A., Kurushkin, S. V. Media behavior of network societies in liquid modernity. *Tourism: Studies & Practices (UERN)*, no. 1, 2021. Web. 13.06.2021. <http://natal.uern.br/periodicos/index.php/RTEP/article/view/2960/2559>. (In Rus.)
15. Shipilov, A. V. Opposition “friends and foes” in the social sciences. Ed. by Belobrovceva, I. Z., Danilevskij, A. A., Docenko, S. N., *The paradigm “ours” – “strangers” in the cultures of Estonia of the twentieth century: collection of articles*. M: FLINTA: Nauka, 2019: 34–58. (In Rus.)

Received: July 13, 2021; accepted for publication August 20, 2021

Information about author

Kurushkin Sergey V., Candidate of Political Sciences, Saint Petersburg State University; 7/9 Universitetskaya emb.; Saint Petersburg, 199034, Russia; e-mail: s.kurushkin@spbu.ru; <https://orcid.org/0000-0001-6154-6988>.

For citation:

Kurushkin S. V. The Value Basis of Russian Network Communities: the Integrative Function of Communicative Aggression // *Humanitarian Vector*. 2021. Vol. 16, No. 4. PP. 136–144. DOI: 10.21209/1996-7853-2021-16-4-136-144.