
ЦИФРОВАЯ СРЕДА

Особенности дискурсивной среды как источник создания смысла в онлайн-коммуникации (на примере социальных сетей)

УДК 303.433.2 DOI 10.26425/2658-347X-2019-2-25-33

Получено 20.07.2019 Одобрено 24.09.2019 Опубликовано 29.10.2019

Юшкина Надежда Александровна

Заместитель директора Центра изучения российской элиты, ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-4157-1921
E-mail: 4454508@gmail.com

Панарина Мария Александровна

Научный сотрудник, АНО "Лаборатория Крыштановской", г. Москва, Российская Федерация
ORCID: 0000-0002-2072-6197
E-mail: 246454@proyonmail.com

АННОТАЦИЯ

С распространением онлайн-коммуникации предпринимается все больше попыток ее исследования как процесса, протекающего в условиях различных дискурсивных пространств. В статье на примере одного сообщения, размещенного в нескольких социальных сетях, проанализированы дискурсивные условия и возможности различных социальных медиа влиять на содержание создаваемых в рамках их среды смыслов. Предметом исследования стали дискурсивные характеристики репрезентаций отдельно взятого сообщения в различных социальных сетях. Цель проведенной работы – демонстрация теоретико-методологического подхода для кроссплатформенного анализа дискурса в социальных медиа, который при желании может быть расширен на большем массиве данных с учетом результатов качественного критического дискурс-анализа представленного кейса. Использован метод критического дискурс-анализа (CDA), который позволяет выявлять и анализировать социальные структуры в рамках

диалектических взаимоотношений. В ходе исследования и проведенного анализа было выявлено, что даже в случае, когда использование вариативных возможностей различных социальных сетей по созданию и трансляции смыслов не является осознанной стратегией отдельно взятого института, его сообщения оказались наполнены различным смысловым содержанием, а значит, обладают отличными друг от друга убеждающими и легитимирующими возможностями. Это произошло из-за невозможности избегания определенных условий производства, создания и распространения контента, задаваемых политикой социальных сетей. Социальная сеть как коммуникативное пространство создает режим производства, распространения и потребления контента, и в этом режиме уже осуществляется коммуникация. В силу специфических особенностей каждой сети, можно говорить о том, что они создают разные дискурсивные пространства.

Ключевые слова

Онлайн-коммуникации, социальные сети, аккаунты органов власти, законопроекты, дискурс-анализ, производство и потребление контента.

Цитирование

Юшкина Н.А., Панарина М.А. Особенности дискурсивной среды как источник создания смысла в онлайн-коммуникации (на примере социальных сетей) // Цифровая социология. 2019. Т. 2. № 2. С. 25–33.

© Юшкина Н.А., Панарина М.А., 2019. Статья доступна по лицензии Creative Commons «Attribution» («Атрибуция») 4.0. всемирная (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



DIGITAL ENVIRONMENT

Features of the discursive environment as a source for creating meaning in online communication (using the example of social networks)

DOI 10.26425/2658-347X-2019-2-25-33

Received 20.07.2019

Approved 24.09.2019

Published 29.10.2019

Yushkina Nadezhda

Deputy Director of the Center for the Study of the Russian Elite,
State University of Management, Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-4157-1921

E-mail: 4454508@gmail.com

Panarina Mariya

Research associate, ANO "Laboratory Kryshstanovskaya",
Moscow, Russia

ORCID: 0000-0002-2072-6197

E-mail: 246454@proyonmail.com

ABSTRACT

With the spread of online communication, more and more attempts are being made to study it as a process occurring in different discursive spaces. In the article, using the example of a single message hosted on several social networks, the discursive conditions and the possibilities of various social media to influence the content of the meanings, created within their environment, have been analyzed. The subject of the research was the discursive characteristics of representations of a single message in various social networks. The purpose of the paper is presentation of a theoretical and methodological approach for cross-platform analysis of social media discourse, which, if desired, can be expanded on a larger data file, taking into account the results of the qualitative critical discourse analysis of the case introduced. The method of critical discourse analysis (CDA) has been used, which allows you to identify and analyze

social structures in the framework of dialectical relationships. In the course of the study and analysis, it was revealed, that even in the case, when using the variable capabilities of various social networks to create and transmit meanings is not a deliberate strategy of a single institution, its messages were filled with different semantic content, which means, that they have different convincing and legitimizing opportunities. This was due to the inability to avoid certain conditions of production, creation and distribution of content, set by the policy of social networks. Social network, as a communicative space, creates a mode of production, distribution and consumption of content, and in this mode, communication is already carried out. Due to the specific features of each network, one can say, that they create different discursive spaces.

Keywords

Online communications, social networks, government accounts, bills, discourse analysis, content production and consumption.

For citation

Yushkina N.A., Panarina M.A. Features of the discursive environment as a source for creating meaning in online communication (using the example of social networks) (2019) Digital sociology, 2 (2), pp. 25–33. doi: 10.26425/2658-347X-2019-2-25-33

© The Author(s), 2019. This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



ВВЕДЕНИЕ

Распространенность онлайн-коммуникации сегодня является неоспоримым фактом. Использование того или иного инструмента коммуникации оказывает влияние на смысл передаваемого сообщения, и это способствует появлению множества исследовательских подходов, нацеленных на изучение онлайн-коммуникации. Однако эти усилия до недавнего времени были направлены на противопоставление онлайн- и офлайн-коммуникаций, на сравнение компьютерно-опосредованной коммуникации с остальными ее типами. Однако необходимо понимать, что различное устройство коммуникативных практик определяется, в том числе, различной архитектурой онлайн-платформ, на которых они разворачиваются, а также доступными пользователям коммуникативными инструментами. Поэтому в последнее время все больше усилий прилагается для исследования онлайн-коммуникации как процесса, протекающего в условиях различных дискурсивных пространств, а не в рамках гомогенной интернет-среды.

Задача настоящей работы состоит в том, чтобы выявить, могут ли дискурсивные условия и возможности различных социальных медиа влиять на содержание создаваемого в рамках их экосреды смыслов.

Объектом анализа в нашем случае является одно новостное сообщение о принятии в первом чтении конкретного законопроекта, которое презентуется в официальных аккаунтах Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации (далее – Государственная Дума). Предмет исследования – дискурсивные характеристики репрезентаций данного сообщения в различных социальных сетях (Twitter, Instagram и «ВКонтакте»). Гипотеза исследования состоит в том, что в зависимости от типа социальной сети, выступающей в качестве инструмента распространения информации (и воображаемой аудитории), передаваемое сообщение меняется, то есть коммуникативные практики существенно отличаются друг от друга. В случае подтверждения гипотезы, можно было бы говорить, что государство в лице Государственной Думы реализует многообразные коммуникативные стратегии, ориентируясь на различные социальные группы.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Настоящая работа использует метод критического дискурс-анализа (англ. *critical discourse analysis*; CDA) в интерпретации Н. Фейслофа [Fairclough, 1996], который позволяет выявлять и анализировать социальные структуры в рамках диалектических взаимоотношений. Критическая составляющая этого метода позволяет обращаться к взаимосвязям между используемыми

языковыми конструкциями и процедурами отправления власти, то есть анализировать, как последние организуют и структурируют дискурс по какой-либо теме. Таким образом, анализируемые тексты рассматриваются как элементы более широкого дискурса, доступные для анализа. Сам же дискурс рассматривается в качестве составляющей социальной системы, и критический анализ данных дискурсивных структур призван выявить, как доминирующие группы используют свое положение для сохранения и консервации асимметричности распределения власти [Dijk, 1993]. Сосредотачиваясь на социальных отношениях, критический дискурс-анализ можно использовать для выявления транслируемой идеологии, определяемой как предположения и установки индивидов, встроенных в социальные практики, а не только чисто лингвистических характеристик текстов [Toolan, 1997]. Коммуникация, как и любая социальная практика, наполнена отношениями власти.

Дискурс-анализ является интерпретативной, описательной и объяснительной техникой, которая подразумевает конкретную последовательность методологических процедур. Выделяются три измерения дискурса и, соответственно, критического дискурс-анализа: текст и его аналоги, дискурсивные практики и властные отношения [Titscher et al., 2000]. На первом этапе анализа описываются тексты, взаимодействия и практики (анализ условий производства, распространения и потребления текстов); на втором этапе интерпретируется описанная конфигурация дискурсивных практик, на основании чего дается объяснение особенностям сложившихся социальных практик.

Более конкретно, на уровне анализа текста проводится различие между «фактами» (содержательным аспектом), и «манерой» (режимом лингвистической реализации). Выявляются дискурсы, которые задействуются участниками коммуникации, тогда как на уровне анализа социальных структур даются объяснения, учитывающие институциональные рамки взаимодействия и отношения иерархичности между участниками.

МУЛЬТИМОДАЛЬНЫЙ ПОДХОД К КРИТИЧЕСКОМУ ДИСКУРС-АНАЛИЗУ

Дискурс в социальных сетях по определению мультимодален: передача информации там может осуществляться с помощью текста, аудио- или видеоматериалов, картинок и проч. Причем различные платформы предоставляют пользователям иные возможности производства контента в рамках своей среды, задавая тем самым рамки конструирования смыслов. Учет этого феномена позволяет нам при анализе проводить различие между возможностями по созданию смыслов в сравниваемых социальных медиа.

Несмотря на удобство и определенность применимости критического дискурс-анализа для целей

данной работы, в классическом варианте его возможностей недостаточно для учета визуальных, графических, звуковых и других характеристик медиа-текстов, размещаемых на онлайн-платформах. Поэтому с опорой на работу Л. Чулиараки [Chouliaraki, 2006], мы постараемся интегрировать в свой анализ мультимодальный подход (англ. multi-modal method), который позволяет включать в анализ вышеперечисленные составляющие медиа-текстов, участвующие в создании передаваемого сообщения (смысла).

Пространство, в котором разворачивается дискурс, является одной из важных его характеристик. Л. Чулиараки анализирует только теле-, радио-, и печатные режимы коммуникации, учитывая их специфические технические черты: направление и способы съемки, работа со звуком, соответствие изображений и текста в медиа и т.п. [Chouliaraki, 2006]. Поэтому необходимо упомянуть подход, который проблематизирует изучение именно компьютерно-опосредованной коммуникации, в том числе в социальных сетях, ставя вопрос о необходимости пересмотра классических подходов дискурс-анализа и их адаптации к новым коммуникативным технологиям. К классическим предпосылкам дискурс-анализа сторонники этого подхода добавляют следующий тезис: компьютерно-опосредованный дискурс может формироваться технологическими особенностями систем связи [Herring, 2004].

Действительно, новые информационно-коммуникативные технологии предлагают совершенно новые инструменты и подходы по производству, распространению и потреблению смысла, а значит и к анализу дискурса на онлайн-платформах нельзя будет подходить с методами, использовавшимися прежде. Х. ван Дейк и Т. Поэлл предлагают говорить о появлении принципиально новой логики социальных медиа, которая отличается от логики функционирования традиционных средств массовой информации. Концентрируясь на механизмах и стратегиях функционирования социальных сетей, авторы попытались концептуализировать новую конфигурацию властных отношений, в рамках которых социальные практики трансформировались [Dijk and Poell, 2013].

Исследователи компьютерно-опосредованной коммуникации используют дискурс-анализ в своих исследованиях, однако придерживаются в большей степени лингвистических подходов к анализу текста, не расширяя свой анализ до уровня дискурсивных практик или социальных структур. Но интернет-коммуникацию отличает большое количество доступных средств для передачи смыслов: одно сообщение может быть создано одновременно с помощью текста, картинок, видео- и аудиоматериалов, что типично для компьютерно-опосредованной коммуникации [Machin, 2016].

ДИСКУРС-АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ИНСТИТУТОВ ВЛАСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Поле применения критического дискурс-анализа таково, что самым часто используемым принципом отбора материалов является его соответствие определенной тематике, например, определенным политическим кампаниям, гендерным вопросам, экологии и т.д. Объектом критического дискурс-анализа (в том числе с использованием мультимодального подхода) постов в социальных сетях могут быть тексты на определенную тему, производимые конкретным политиком или политическим институтом, но выборка материалов для анализа, как правило, ограничивается одной социальной сетью [Iveson, 2017].

Опубликовано достаточное число работ, анализирующих сам дискурс в социальных сетях, который формируется политиками, чиновниками или другими официальными представителями государственной власти. Встречаются и интересные методологические решения. Например, А. Санина использовала мультимодальный критический дискурс-анализ для выявления способов создания политической иронии в визуальных сообщениях [Sanina, 2014].

К. Неверов и Д. Будко, проанализировав аккаунты официальных властей в социальной сети «ВКонтакте», заключили, что представители власти распространяют в основном информацию официального характера, но дистанцируются от диалога с пользователями [Neverov and Budko, 2017]. Другим важным выводом их работы является то, что присутствие официальных органов власти создает иллюзию готовности к диалогу и взаимодействию, что позволяет, во-первых, снизить уровень недовольства граждан из-за отсутствия диалога как такового, а во-вторых, контролировать дискурс в социальных сетях и реагировать на критические ситуации. К такому же выводу пришли В. Шпайзер и другие, проанализировав дискурс в социальной сети Twitter, связанный с политическими протестами 2011–2012 гг., и доказав, что лоялисты использовали стратегии доминирования для того, чтобы взять протестный дискурс под контроль [Spaisery et al., 2017].

Краткий обзор существующих работ показал, что он может быть продуктивным для анализа коммуникации в социальных сетях, участники которых находятся в отношениях иерархичной соподчиненности. С точки зрения методологии, рассмотренные исследования, как правило, учитывают при анализе мультимодальность коммуникации, однако не включают в него специфические особенности устройства онлайн-пространства, в рамках которого создаются эти сообщения. Они тем самым упускают из внимания роль этих инструментов в создании транслируемого смысла. Не были найдены сравнительные кроссплатформенные исследования по данной тематике.

Таблица. Образцы подачи новостного сообщения в различных социальных сетях

Table. Samples of news feeds on various social networks

Источник	Сообщение	Описание
«ВКонтакте»	<p>Государственная Дума приняла в первом чтении законопроект об «ипотечных каникулах» для граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.</p> <p>Проект закона был внесен Председателем Государственной Думы Вячеславом Володиным, а также представителями всех четырех политических фракций ГД.</p> <p>«Этот законопроект был разработан в рамках реализации Послания Президента РФ Владимира Путина. Президент подчеркнул, что никакая экономическая выгода банков не должна навредить людям. У тех, кто потерял возможность работать из-за серьезной травмы, стал инвалидом, в чьей семье возникли финансовые трудности или погиб единственный кормилец, должна быть возможность отсрочить погашение ипотечного кредита или уменьшить размеры ежемесячных платежей», – сказал Вячеслав Володин.</p> <p>Председатель ГД подчеркнул, что «данные нормы будут распространены на тех, у кого уже есть ипотечные кредиты и на тех, кто оформит их уже после вступления закона в силу. Эту поправку предложил Президент РФ. Она поддержана всеми политическими фракциями, и будет внесена ко второму чтению».</p> <p>«Люди, оказавшиеся в беде, не должны из-за долгов лишаться своего единственного жилья. Законопроектом вводится запрет в период действия ипотечных каникул на изъятие переданного в залог единственного жилья гражданина», – сказал Вячеслав Володин.</p> <p>Напомним, ранее банковское сообщество не поддерживало инициативу распространения «ипотечных каникул» на все договоры.</p> <p>«В первоначальном варианте законопроекта у нас с вами не предполагалось введение нормы, которая бы распространяла действие закона на ранее оформленные ипотечные договора. Только после вчерашнего решения Президента мы с вами смогли выйти на решение, которое позволит нам ввести эту норму, которая будет распространяться на ранее заключенные ипотечные договора», – заключил Председатель ГД.</p> <p>#ипотека #Госдума #закон #ипотечныеканикулы [видеоролик из зала заседаний Государственной Думы]¹.</p>	<p>Объявление новости, о которой далее пойдет речь</p> <p>Инициаторы законопроекта</p> <p>Апеллирование к высшему руководству государства. Декларируются цели принятия законопроекта, его бенефициары</p> <p>Детали функционирования законопроекта, уточнения. Указание роли президента, согласованности решения</p> <p>Причина принятия, уточнение нюансов проекта</p> <p>Трудности с принятием законопроекта</p> <p>Уточнение деталей законопроекта, принятых благодаря президенту</p>
Instagram	<p>Государственная Дума приняла в первом чтении законопроект об «ипотечных каникулах» для граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации.</p> <p>«Этот законопроект был разработан в рамках реализации Послания Президента РФ Владимира Путина. Президент подчеркнул, что никакая экономическая выгода банков не должна навредить людям», – сказал Председатель ГД Вячеслав Володин.</p> <p>Председатель ГД отметил, что «данные нормы будут распространены на тех, у кого уже есть ипотечные кредиты и на тех, кто оформит их уже после вступления закона в силу. Эту поправку предложил Президент РФ. Она поддержана всеми политическими фракциями, и будет внесена ко второму чтению».</p> <p>«Люди, оказавшиеся в беде, не должны из-за долгов лишаться своего единственного жилья.</p> <p>Законопроектом вводится запрет в период действия ипотечных каникул на изъятие переданного в залог единственного жилья гражданина», – сказал Вячеслав Володин.</p> <p>#Госдума #ипотека #каникулы #законопроект #заседание [видеоролик из зала заседаний Государственной Думы]².</p>	<p>Объявление новости, о которой далее пойдет речь</p> <p>Апеллирование к высшему руководству государства. Декларируются цели принятия законопроекта</p> <p>Детали функционирования законопроекта, уточнения. Указание роли президента</p> <p>Причина принятия, уточнение нюансов проекта</p> <p>Дублирование содержания через разделение единой цитаты на два смысловых блока</p>

¹ Государственная Дума приняла в первом чтении законопроект об «ипотечных каникулах» для граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Режим доступа: https://vk.com/duma?w=wall-138347372_453231 (дата обращения: 15.07.2019).

² Государственная Дума приняла в первом чтении законопроект об «ипотечных каникулах» для граждан, оказавшихся в трудной жизненной ситуации. Режим доступа: <https://www.instagram.com/p/BvRBKaFg7tI/> (дата обращения: 15.07.2019).

Окончание таблицы

Источник	Сообщение	Описание
Twitter	Принят в первом чтении законопроект об «ипотечных каникулах» Люди, оказавшиеся в беде, не должны из-за долгов лишаться своего единственного жилья, подчеркнул Председатель Государственной Думы Вячеслав Володин. [Ссылка на новость на официальном сайте] ³ .	Объявление новости, о которой далее пойдет речь. Причина принятия законопроекта и его цель

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

ПРОЦЕДУРЫ СБОРА И АНАЛИЗА ДАННЫХ

Мы будем использовать качественный анализ фрагментов дискурса в социальных сетях для демонстрации предлагаемого подхода. В качестве кейса была выбрана новость о принятии в первом чтении Государственной Думой законопроекта об «ипотечных каникулах». Новость была размещена на официальных аккаунтах Государственной Думы в социальных сетях «ВКонтакте», Twitter и Instagram (табл.).

Детальный анализ конкретных текстов показался наиболее удачным способом решения поставленной проблемы. Презентация процесса анализа делает его более прозрачным и доступным для проверки или повторения другими исследователями, а также позволяет снизить вероятность ложной интерпретации автора работы. Так как метод критического дискурс-анализа допускает возможность сосуществования нескольких интерпретаций одного и того же дискурсивного элемента, демонстрация выводов исследования оставляет возможности для их пересмотра.

Самым информативным было сообщение, размещенное в социальной сети «ВКонтакте»: оно сопровождалось не только текстом, но и видеофрагментом. Пост в Instagram был чуть менее информационно насыщен: там было использовано меньше текста, пост сопровождался видеофрагментом, ссылки использовано не было (потому что, согласно политике Instagram, они не доступны для перехода, когда размещаются в постах). Наименьший текст был использован в Twitter (в силу особенностей создания сообщений они не должны превышать 280 знаков).

Проведем более подробный анализ размещенных в социальных сетях сообщений, а именно интерпретацию каждой части сообщений, размещенных в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram, как наиболее информативных.

В обоих случаях сообщение началось с фактической информации: объявлении намерений, информировании о действиях, но не их обсуждении.

Сообщение, размещенное в социальной сети «ВКонтакте», далее содержало введение инициаторов законопроекта, с целью возведения иерархии между ними и читателями и увеличения легитимации, убеждения

³ Принят в первом чтении законопроект об «ипотечных каникулах». Режим доступа: <https://twitter.com/dumagovru/status/1108666014475173893> (дата обращения: 15.07.2019).

читателей сообщения. В остальных социальных сетях данная часть в сообщении отсутствовала.

Далее в обеих социальных сетях идет объяснение сути законопроекта и убеждение в его необходимости через апелляцию к «общечеловеческим» ценностям с целью убеждения и легитимации аудитории. Также легитимация законопроекта производится через декларирование участия в его принятии всех политических фракций, а значит и заинтересованности всех в данном законопроекте, апеллирование к авторитету и необходимости принятия законопроекта морально-этическими причинами (должно/не должно).

Сообщение, размещенное в социальной сети «ВКонтакте», далее содержит демонстрацию достижений и ссылку на авторитет: указание на согласованность и сложность принятия решения, которая стала возможна благодаря президенту. Таким образом, происходит выстраивание иерархии президент – Государственная Дума – граждане. В остальных социальных сетях эта часть сообщения отсутствует.

Несколько отличаются и использованные в социальных сетях «ВКонтакте» и Instagram хэштеги: два из них совпадают и являются общими, два отличаются, один используется только в социальной сети Instagram.

В социальной сети Twitter хэштеги не используются. Скорее всего, это обусловлено особенностями создания сообщения в этой социальной сети. Кроме того, здесь сообщение состоит всего лишь из двух предложений, в которых содержится фактическая информация и легитимация: объявление новости, о которой пойдет речь, а также объяснение необходимости принятия законопроекта морально-этическими причинами.

Сообщения в двух социальных сетях, имеющих более обширные возможности для размещения контента, содержат видеоролик из зала заседаний Государственной Думы, который подкрепляет текстовую информацию.

Стоит отметить, что все сообщения содержат апеллирование к руководству автора аккаунтов – Государственной Думы.

Используются тактики убеждения через апеллирование к высшему руководству государства, а также реализуется режим жалости, морально-этической необходимости принятия законопроекта для защиты граждан от эгоистических акторов (банков и корпораций). Используемые конструкции хоть и мало информативны и детальны, все же стараются легитимировать

принятие законопроекта через те его содержательные элементы, которые будут понятны и убедительны для большинства граждан.

Заимствуемые дискурсивные техники – обилие цитат, упоминание инициаторов законопроекта и разъяснение, объяснение ожидаемых социальных выгод от законопроекта вместе с теми, кому благополучатели должны быть благодарны за появление этого проекта. Изобилие таких дискурсивных инструментов, как формальный стиль описания (буквально дублирующий пресс-релиз на официальном сайте Государственной Думы), говорит об ограниченной автономии в создании контента у ответственных за ведение аккаунта в социальных сетях, так как эта автономия, выраженная даже в возможности переформулировок или выбора сопровождающих изображений, вела бы, возможно, к созданию новых смыслов.

Анализ показал, что властные институты используют патримониальную тенденцию. Несмотря на то, что идеологически дискурсивная стратегия во многом повторяет советскую идеологию, основанную на базе авторитарной политической системы и оригинальной интерпретации марксистских идей, используемая при этом лексика отличается. Хотя присутствует противопоставление классовых ценностей, для их описания используются конструкции «люди», «банковское сообщество» и «экономическая выгода банков».

Отношения между участниками коммуникации строятся иерархичным способом, повторяя их структуру в социальных пространствах офлайн. Аудитория социальных сетей не является субъектом дискурса, ее только информируют, разъясняют и объясняют суть законопроекта, необходимость его принятия для всех.

Наконец, использование вариативных возможностей различных социальных сетей по созданию и трансляции смыслов, не является осознанной стратегией данного института. Однако из-за невозможности избегания этих условий производства, создания и распространения контента, задаваемых политикой социальных сетей, сообщения оказались наполнены различным смысловым содержанием, а значит, обладают отличными друг от друга убеждающими и легитимирующими возможностями. Например, «ВКонтакте» позволяет создавать и размещать большие тексты, объединяя их с видеоматериалами, тогда как в Twitter сообщение может быть ограничено количеством знаков и для получения более подробной информации пользователям необходимо перейти по ссылке, то есть совершить дополнительное действие. В Instagram, где не распространено создание и потребление информации в текстовом формате, а превалирует коммуникация с помощью визуальных средств, авторы поста стараются визуально

организовать текст таким образом, чтобы он был более доступен для восприятия аудитории сети, но не работают с ним на содержательном уровне.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Можно резюмировать, что коммуникация Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в социальных сетях инициируется с целью информирования пользователей о принятии законопроекта, но не его обсуждения. Подтверждаются выводы предыдущих исследований о том, что социальные медиа используются, главным образом, для информирования, но не задействуются их возможности для двухсторонней коммуникации с гражданами.

В ходе онлайн-коммуникации используются конструкции и содержательные элементы, а также дискурсивные техники, которые понятны и убедительны для большинства пользователей социальных сетей. С их помощью авторы сообщения стараются легитимировать и разъяснить информацию, содержащуюся в сообщении.

Социальная сеть как коммуникативное пространство создает режим производства, распространения и потребления контента, и в этом режиме уже осуществляется коммуникация в данной среде. В силу специфических особенностей каждой сети, мы можем говорить о том, что они создают разные дискурсивные пространства. Роль этих особенностей и инструментов в создании транслируемого смысла ощутима и видна.

При условии наличия более широких возможностей социальных сетей по созданию и трансляции смыслов, эти возможности используются для демонстрации и выстраивания иерархии между потребителями контента и авторами инициатив, о которых идет речь в сообщении.

В целом, можно отметить, что дискурсивные условия и возможности различных социальных медиа влияют на содержание создаваемого в рамках их экосреды смыслов. Однако, это, скорее обусловлено особенностями и ограничениями самих сетей, чем желанием использовать эти возможности авторами сообщений.

Говоря об ограничениях настоящей работы, необходимо отметить, что в силу ее разведывательного характера результаты анализа не могут быть перенесены на весь дискурс Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в социальных сетях. Цель этой работы состояла скорее в демонстрации теоретико-методологического подхода для кроссплатформенного анализа дискурса в социальных медиа, который при желании может быть расширен на большем массиве данных, с учетом результатов качественного критического дискурс анализа представленного кейса.

Слабые стороны и ограниченность критического дискурс-анализа хорошо известны, поэтому нередко этот подход усложняется или комбинируется с другими методами. В нашем случае продуктивным развитием проведенного анализа было бы выяснение того, каким образом ответственные за размещение

информации в официальных аккаунтах Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации производят тексты, выбирают изобразительные средства для постов, а также то, как этот материал воспринимается пользователями.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- Chouliaraki L. (2006). Towards an analytics of mediation//*Critical Discourse Studies*. Vol. 3 (2). Pp. 153–178.
- Dijk J. van and Poell T. (2013). Understanding Social Media Logic//*Media and Communication*. Vol. 1 (1). Pp. 2–14.
- Dijk T. van (1993). Principles of critical discourse analysis//*Discourse & Society*. Vol. 4 (2). Pp. 249–283.
- Fairclough N. (1996). A reply to Henry Widdowson’s discourse analysis: a critical view//*Language and Literature*. Vol. 5 (1). Pp. 49–56.
- Herring S.C. (2004). Computer-mediated discourse analysis: an approach to researching online behaviour//*Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*. New York: Cambridge University Press. Pp. 338–376.
- Iveson M. (2017). Gendered dimensions of Catalan nationalism and identity construction on Twitter//*Discourse & Communication*. Vol. 11 (1). Pp. 51–68.
- Machin D. (2016). The need for a social and affordance-driven multimodal critical discourse studies//*Discourse & Society*. Vol. 27 (3). Pp. 322–334.
- Neverov K. and Budko D. (2017). Social Networks and Public Policy: Place for Public Dialogue?//*Proceedings of the 2017 International Conference on Internet and Modern Society, IMS 2017*. Saint Petersburg, June 21–24, 2017. Saint Petersburg: Association for Computing Machinery. Pp. 189–194.
- Sanina A. (2014). Visual political irony in Russian new media//*Discourse, Context & Media*. Vol. 6. Pp. 11–21.
- Spaiser V., Chadeffaux T., Donnay K., Russmann F. and Helbing D. (2017). Communication power struggles on social media: A case study of the 2011–12 Russian protests//*Journal of Information Technology & Politics*. Vol. 14 (2). Pp. 132–153.
- Titscher S., Meyer M., Wodak R. and Vetter E. (2000). *Methods of Text and Discourse Analysis*. London: SAGE. Pp. 120–124.
- Toolan M. (1997). What is critical discourse analysis and why are people saying such terrible things about it?//*Language and Literature*. Vol. 6 (2). Pp. 83–103.

REFERENCES

- Chouliaraki L. (2006), “Towards an analytics of mediation”, *Critical Discourse Studies*, vol. 3 (2), pp. 153–178.
- Dijk J. van and Poell T. (2013), “Understanding Social Media Logic”, *Media and Communication*, vol. 1 (1), pp. 2–14.
- Dijk T. van (1993), “Principles of critical discourse analysis”, *Discourse & Society*, vol. 4 (2), pp. 249–283.
- Fairclough N. (1996), “A reply to Henry Widdowson’s discourse analysis: A critical view”, *Language and Literature*, vol. 5 (1), pp. 49–56.
- Herring S.C. (2004), “Computer-Mediated Discourse Analysis: An Approach to Researching Online Behavior”, *Designing for Virtual Communities in the Service of Learning*, Cambridge University Press, New York, USA, pp. 338–376.
- Iveson M. (2017), “Gendered dimensions of Catalan nationalism and identity construction on Twitter”, *Discourse & Communication*, vol. 11 (1), pp. 51–68.
- Machin D. (2016), “The need for a social and affordance-driven multimodal critical discourse studies”, *Discourse & Society*, vol. 27 (3), pp. 322–334.
- Neverov K. and Budko D. (2017), “Social Networks and Public Policy: Place for Public Dialogue?”, *Proceedings of the 2017 International Conference on Internet and Modern Society, IMS 2017, Saint Petersburg, Russia, June 21–24, 2017*, Association for Computing Machinery, Saint Petersburg, Russia, pp. 189–194.
- Sanina A. (2014), “Visual political irony in Russian new media”, *Discourse, Context & Media*, vol. 6, pp. 11–21.
- Spaiser V., Chadeffaux T., Donnay K., Russmann F. and Helbing D. (2017), “Communication power struggles on social media: A case study of the 2011–12 Russian protests”, *Journal of Information Technology & Politics*, vol. 14 (2), pp. 132–153.
- Titscher S., Meyer M., Wodak R. and Vetter E. (2000), *Methods of Text and Discourse Analysis*, SAGE, London, UK, pp. 120–124.
- Toolan M. (1997), “What is critical discourse analysis and why are people saying such terrible things about it?”, *Language and Literature*, vol. 6 (2), pp. 83–103.

TRANSLATION OF FRONT REFERENCES

¹ “The State Duma adopted in the first reading a bill on “mortgage vacations” for citizens in difficult life situations” [“Gosudarstvennaya Duma prinyala v pervom chtenii zakonoproekt ob “ipotechnykh kanikulakh” dlya grazhdan, okazavshikhsya v trudnoi zhiznennoi situatsii”]. Available at: https://vk.com/duma?w=wall-138347372_453231 (accessed 15.07.2019).

² “The State Duma adopted in its first reading a bill on “mortgage vacations” for citizens who find themselves in a difficult life situation” [“Gosudarstvennaya Duma prinyala v pervom chtenii zakonoprojekt ob “ipotechnykh kanikulakh” dlya grazhdan, okazavshikhsya v trudnoi zhiznennoi situatsii”]. Available at: <https://www.instagram.com/p/BvRBKaFg7tI/> (accessed 15.07.2019).

³ “Adopted on first reading a bill on “mortgage vacations” [“Prinyat v pervom chtenii zakonoproekt ob “ipotechnykh kanikulakh”]. Available at: <https://twitter.com/dumagovru/status/1108666014475173893> (accessed 15.07.2019).