

УДК-32.019.51

ОТРАЖЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОВРЕМЕННОГО РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Д.Г.Балуев, Д.И.Каминченко¹

Авторы исследуют общественную и политическую роль современных социальных медиа. В качестве конкретного направления исследования выбрано влияние социальных медиа на сферу общественного и политического сознания. Авторы полагают, что изучение процессов, связанных с распространением в современных социальных медиа общественных и политических ценностей и норм, становится одним из наиболее актуальных и востребованных направлений в рамках исследований политической роли социальных медиа. Используя методику контент-анализа, авторы изучают то, как выражена ценность «порядок» в текстах социальных медиа. Согласно изученным текстам, делаются выводы о плюралистических чертах и тенденциях выражения отмеченной ценности, так как в текстах имеются указания на различные политические идеологии и упоминания различных форм правления. Кроме того, можно утверждать и о персонифицированных чертах выражения данной ценности, ввиду того, что часто упоминаются конкретные главные акторы (политические лидеры) в процессе наведения порядка, что говорит о субъекто-ориентированном отношении пользователей социальных медиа к процессу наведения порядка. Авторы также делают вывод о том, что ценность «порядок» воспринимается русскоязычной аудиторией социальных медиа как универсальная (имеющая наднациональный характер, значимая и для зарубежных государств).

Ключевые слова: социальные медиа; общественное сознание; политическое сознание; ценности; порядок.

¹ Балуев Дмитрий Геннадьевич - доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой прикладного политического анализа и моделирования, Институт международных отношений и мировой истории, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. E-mail: dbaly@yandex.ru.

Каминченко Дмитрий Игоревич - кандидат политических наук, Факультет повышения квалификации и профессиональной переподготовки, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского. E-mail: ert1fg2@rambler.

© Балуев Д.Г., Каминченко Д.И., 2017

Введение

В последние несколько десятилетий Интернет приобрел невероятное значение для общественных и политических процессов и отношений. Выстроенные на различных интернет-платформах современные социальные медиа играют с каждым годом всё более значимую роль в функционировании общества. Они принимают активное участие в различных общественных и политических практиках. В ходе подобных практик решается немало общественно значимых вопросов, когда десятки и сотни пользователей различных платформ социальных медиа выдвигают собственные инициативы и голосуют за ранее предложенные другими пользователями идеи по решению тех или иных общественно значимых вопросов. Всё это характеризует социальные медиа как один из важнейших институтов современного общества, который способствует агрегации и артикуляции общественных интересов. Однако степень воздействия (социальных медиа) и широта охвата отнюдь не ограничиваются исключительно выражением общественных интересов и участием в ходе тех или иных общественных и политических событий.

Крайне необходимым является рассмотрение того, каким именно образом оказывается влияние современными социальными медиа на общественные и политические ценности и нормы, а также, каковы последствия подобного влияния для происходящих в обществе процессов. Именно направление исследований, связанное с изучением нормативного и ценностного взаимодействия в рамках социальных медиа, становится одним из основных в изучении роли указанных медиа в общественных и политических процессах и отношениях. Неслучайно, например, в зарубежной научной литературе социальные медиа стали рассматриваться как «новый орган общественного мнения» [17, 213]. Активно данное направление разрабатывается и в русскоязычных научных работах. В частности, изучается реализация в Интернете конкретных ценностей [15; 16], предлагаются классификации ценностей Интернета [14], отмечается влияние интернет-коммуникации на сложившиеся в обществе ментальные модели [7, 35], исследуются особенности проявления политизации в дискурсе современных платформ поддержки социальных сетей [1], изучается роль культурных аспектов в развитии различных моделей систем поддержки социальных сетей [4], отмечается, например, что пользователи блогосферы вносят в неё свои ценности и нормы [9, 120] и т.д. В одной из предыдущих работ по данной теме также обращалось внимание на то, что особое значение современных социальных медиа и так называемых «новых» СМИ заключается в том, какие навыки, знания и нормы они способны сформировать у пользователя в ходе его политической социализации [5]. Таким образом, изучение влияния социальных медиа на распространение тех или иных ценностей и норм приобретает особую актуальность. Один из возможных путей подобных исследований заключается в изучении текстов социальных медиа.

Цель данной работы состоит в том, чтобы выявить особенности и черты выражения ценностей российского общества в современных социальных медиа. Конкретная задача – осуществление анализа текстов сообщений современных социальных медиа.

Прежде чем перейти к описанию используемой в работе методологии, следует привести несколько определений некоторых активно используемых понятий. Под социальными медиа целесообразно подразумевать группу «интернет-приложений, строящихся на идеологической и технологической основе Веб 2.0. и позволяющих создавать и обмениваться генерируемым пользователем контентом» [18]. Как пишет Е.Л. Вартанова, «пользователь онлайн-медиа становится отчасти редактором, отчасти даже создателем новых содержательных продуктов» [3, 13]. Существует немало определений того, что такое «ценность». «Ценности – это обобщенные цели и средства их достижения, выполняющие роль фундаментальных норм», - пишет Н.И. Лапин [8, 5]. Для целей данного исследования, как и в одной из предыдущих работ [5], была выбрана такая ценность, как «порядок» (отметим, что в более ранней работе изучалось то, как представлена указанная ценность в русскоязычном сегменте платформы поддержки микроблогов Твиттер в целом, в то время, как в данном исследовании необходимо выявить черты, характерные для выражения указанной ценности (также в русскоязычном сегменте Твиттера), но уже применительно к тем или иным сферам). Выбор данной ценности обоснован тем, что, как отмечает А.В. Селезнева, «порядок» является одной из тех ценностей, на которую наблюдается устойчивый запрос на уровне массового сознания российского общества [13, 163].

Методология

В рамках работы целесообразно применить метод контент-анализа. Такой выбор обоснован необходимостью осуществления анализа текстов сообщений социальных медиа. Как отмечает К.П. Боришполец, контент-анализ проводится в ряд этапов: определение совокупности сообщений; декомпозиция текста; подсчет и квантификация элементов текстового массива; интерпретация результатов; их верификация [2, 60–61]. В качестве части единицы анализа в рамках данной работы использовано слово «порядок». В процессе подсчета из всего текстового массива сообщений будут выбраны те, в которых встречается указанная часть словосочетания. При этом, цель данного исследования, которая заключается в выявлении особенностей и черт выражения ценности «порядок» в социальных медиа, требует подсчета использования не одного, отдельно взятого слова «порядок», как это было сделано в одной из предыдущих работ [6], а подсчета упоминания данного слова в сочетании с другими словами, которые относятся к тем или иным сферам. Среди подобных сфер выделим следующие: порядок в обществе в целом (предполагает внутривнутриполитическую направленность сообщений), международный порядок (подразумевает внешнеполитическую направленность сообщений) и

порядок в экономике. Таким образом, ключевые единицы анализа выглядят следующим образом: «порядок в обществе», «международный порядок» и «порядок в экономике», соответственно. Подобный поиск должен позволить сформулировать более четкие выводы о том, какие черты характерны для выражения ценности «порядок» в русскоязычном сегменте социальных медиа. Для проведения подсчетов текстовых сообщений использована платформа поддержки социальных сетей Твиттер. Временной период, в течение которого осуществлен подсчет: с 10 февраля по 1 мая 2017 г. Как предполагается, данный временной промежуток достаточен для получения необходимых для целей работы результатов.

Результаты

Проведенный подсчет текстового массива сообщений по ключевым единицам анализа («порядок в экономике», «международный порядок», «порядок в обществе») в рамках платформы поддержки микроблогов Твиттер за период с 10 февраля по 1 мая 2017 г. привел к следующим результатам. За весь период подсчета сочетание слов «порядок в экономике» встретилось 13 раз [10], «порядок в обществе» – 5 раз [11], «международный порядок» – 4 раза [12]. Таким образом, с искомыми словосочетаниями было найдено 23 текстовых сообщения, из них сообщения с сочетаниями слов «порядок в экономике» составили 59%, «порядок в обществе» – 23%, «международный порядок» – 18%, соответственно.

Выделим тематические особенности и черты выявленных сообщений. Сообщения с ключевым сочетанием слов «порядок в экономике», помимо всего, включают в себя следующие поднаправления: необходимость наведения порядка, персонификация главных субъектов в процессах наведения порядка, связь с другими сферами, такими как политика, причем как внутрироссийская, так и политика другого государства. Сообщения с ключевым сочетанием слов «порядок в обществе», помимо всего, включают в себя следующие подпункты: упоминания монархии и демократии, указание на государственный и политический строй СССР. Сообщения с ключевым сочетанием слов «международный порядок», помимо всего, включают в себя следующие подпункты: упоминания либерализма и коммунизма.

Обсуждения результатов

Полученные результаты позволяют сделать ряд выводов.

Во-первых, следует отметить преобладание среди искомых ключевых словосочетаний такого сочетания слов, как «порядок в экономике». Вместе с тем, следует подчеркнуть, что сообщения в рамках данной группы пересекаются с другими направлениями, такими как внутрироссийская политика и политика зарубежного государства. Следовательно, сообщения из этой группы частично перекликаются с сообщениями из двух других тематических групп, задействованных в исследовании («порядок в обществе» и «международный порядок»).

Во-вторых, следует отметить часто встречающееся указание на необходимость наведения порядка, однако в текстах самих сообщений крайне редко указываются конкретные шаги, которые необходимы для достижения порядка.

В-третьих, в сообщениях зачастую приводятся персонифицированные указания на главных субъектов, которые, по мнению авторов сообщений, могут или должны навести порядок.

В-четвертых, в сообщениях встречаются упоминания различных политических идеологий, например, либеральной и коммунистической.

В-пятых, в текстах сообщений найдены указания на различные формы правления (монархия и демократия), а также на государственный и политический строй СССР.

Данные результаты, с одной стороны, могут говорить о наличии плюралистических черт и тенденций при выражении ценности «порядок» в социальных медиа ввиду того, что имеются указания на различные политические идеологии и упоминания различных форм правления. С другой стороны, отмечаем и частое упоминание конкретных главных акторов (политических лидеров) в процессе наведения порядка, что говорит о субъектоориентированном отношении пользователей социальных медиа к процессу наведения порядка. В качестве подтверждения вышеуказанного может выступать и тот факт, что практически отсутствуют указания на конкретные шаги, которые необходимо сделать для достижения порядка. Одной из черт отражения значимости ценности «порядок» в русскоязычных сообщениях в Твиттере является её выражение как применительно к российскому обществу и внутрироссийской политике, так и к обществу и политике зарубежного государства. Это может говорить о восприятии русскоязычной аудиторией социальных медиа ценности «порядок» как универсальной (имеющей наднациональный характер).

Заключение

Анализ текстовых сообщений современных социальных медиа позволил выявить некоторые черты и особенности выражения их аудиторией тех или иных ценностей, а именно: ценности «порядок». Из выбранных для целей категорий (единиц проведения контент-анализа, ключевых словосочетаний со словом «порядок») чаще других встречается такая совокупность сообщений, как «порядок в экономике». Однако нужно учитывать, что в содержательном плане выражение данного направления перекликается с другими направлениями и сферами, такими, как внутрироссийская политика и политика зарубежного государства. Наблюдались частые указания на необходимость наведения порядка при практически отсутствующем указании на конкретные шаги для его достижения. В изученных текстах встречались указания на различные идеологии (либеральная, коммунистическая), формы правления (монархия, демократия), а также на государственное и политиче-

ское устройство СССР. Отмечаем также и частые указания, присутствующие в изученных текстах, на конкретных главных акторов в процессе наведения порядка. На основании этого можно сделать итоговые выводы о чертах и особенностях выражения ценности «порядок» в социальных медиа. С одной стороны, необходимо обратить внимание на плюралистические черты и тенденции в выражении указанной ценности в текстах социальных медиа. С другой стороны, следует подчеркнуть персонифицированные черты (связанные с конкретными главными акторами (политическими лидерами) в процессе наведения порядка) выражения данной ценности в сообщениях социальных медиа. Кроме того, важно отметить, что эта ценность воспринимается пользователями как универсальная (которая значима и для зарубежных государств).

Библиографический список

1. *Абрамов А.В., Федорченко С.Н.* Политизация современного российского общества и патриотизм граждан: контент-анализ социальных сетей // Вестник Омского университета. Сер. Исторические науки. 2016. № 1 (9). С. 115–120. [*Abramov A.V., Fedorchenko S.N.* Politicization of the modern Russian society and the patriotism of citizens: content analysis of social networks. *Herald of Omsk University. Series "Historical studies"*. 2016. No. 1 (9). P. 115–120].
2. *Боришполец К.П.* Методы политических исследования; 2-е изд., испр. и доп. М., 2010. 230 с. [*Borishpolets K.P.* Methods of political studies. Moscow, 2010. 230 p.].
3. *Вартанова Е.Л.* К чему ведёт конвергенция СМИ? // Информационное общество. 1999. № 5. С. 11–14. [*Vartanova E.L.* What does the convergence of the mass media lead to? *Information Society*. 1999. No. 5. P. 11–14].
4. *Ефимов Е.Г., Небыков И.А.* Роль культуры в развитии социальных сетей // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2015. № 2–2. (52) С. 76–81. [*Efimov E. G., Nebykov I.A.* Role of culture in social networks development. *Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice*. 2015. No. 2–2 (52). P. 76–81].
5. *Каминченко Д.И.* Понимание «новых» СМИ: от технологий Веб 2.0 к политическому значению // Вестник Пермского университета. Сер. Политология. 2013. № 4. С. 127–135. [*Kaminchenko D.I.* Understanding of “New” media: from Web 2.0 technologies to political meaning. *Review of Political Science*. 2013. No. 4. P. 127–135].
6. *Каминченко Д.И.* Порядок как ценность в текстах современных социальных медиа // Информационное общество. 2016. № 2. С. 39–42. [*Kamin-*

- chenko D.I.* Order as the value in texts of modern social media. *Information Society*. 2016. No. 2. P. 39–42].
7. *Коблова Ю.А.* Эволюция ментальных моделей в информационно-сетевом обществе // Информационное общество. 2015. № 2–3. С. 32–38. [*Koblova Yu. A.* Evolution of Mental Models in the Network Information Society. *Information Society*. 2015. No. 2–3. P. 32–38].
 8. *Лавин Н.И.* Модернизация базовых ценностей россиян // Социологические исследования. 1996. № 5. С. 3–19. [*Lavin N.I.* Modernization of the basic values of Russians. *Sociological Studies*. 1996. No. 5. P. 3–19].
 9. *Небыков И.А., Ефимов Е.Г.* Блоги как вид социальных интернет-сетей (социальные аспекты) // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7. Философия, социология и социальные технологии. 2012. № 2. С. 119–124. [*Nebykov I.A., Efimov E. G.* Blogs as a kind of social networking (social aspects). *Science Journal of Volgograd State University. Philosophy. Sociology and Social Technologies*. 2012. No. 2. P. 119–124]
 10. Результаты поиска по ключевому сочетанию «порядок в экономике» в системе поддержки микроблогов Твиттер. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/search?q=%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA%20%D0%B2%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20until%3A2017-05-01&src=typd> (дата обращения: 05.06.2017). [Search results for the keyword combination "order in the economy" on Twitter. Available at: <https://twitter.com/search?q=%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA%20%D0%B2%20%D1%8D%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%B8%D0%BA%D0%B5%20until%3A2017-05-01&src=typd> (accessed 05.06.2017)].
 11. Результаты поиска по ключевому сочетанию «порядок в обществе» в системе поддержки микроблогов Твиттер. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/search?q=%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA%20%D0%B2%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%20until%3A2017-05-01&src=typd> (дата обращения: 05.06.2017). [Search results for the keyword combination "order in society" on Twitter. Available at: <https://twitter.com/search?q=%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA%20%D0%B2%20%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%20until%3A2017-05-01&src=typd> (accessed 05.06.2017)].
 12. Результаты поиска по ключевому сочетанию «международный порядок» в системе поддержки микроблогов Твиттер. [Электронный ресурс]. URL: <https://twitter.com/search?q=%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%B>

A%20until%3A2017-05-01&src=typd (дата обращения: 05.06.2017). [Search results for the keyword combination "international order" on Twitter. Available at:

<https://twitter.com/search?q=%D0%BC%D0%B5%D0%B6%D0%B4%D1%83%D0%BD%D0%B0%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B9%20%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%8F%D0%B4%D0%BE%D0%BA%20until%3A2017-05-01&src=typd> (accessed 05.06.2017)].

13. Селезнева А.В. Российское общество сегодня: anomия, ценностный раскол или консенсус? // Идеи и ценности в политике. Политическая наука: Ежегодник 2015 / Российская ассоциация политической науки; гл. ред. А.И. Соловьев. М., 2015. С. 156–163 [Selezneva A.V. Russian society today: anomie, value split or consensus? *Ideas and values in politics. Political Science: Yearbook 2015*. Moscow, 2015. P. 156–163].
14. Южанинова Е.Р. Классификация ценностей всемирной компьютерной сети // Наука и мир. 2013. № 2 (2). С. 117–120. [Yuzhaninova E.R. Classification of values of the World Wide Web. *Science and world*. 2013. No. 2 (2). P. 117–120].
15. Южанинова Е.Р. Реализация ценности свободы в пространстве Интернета // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 4 (20). С. 214–218. [Yuzhaninova E.R. The implementation of the value of freedom in the Internet space. *Historical and Social-Educational Idea*. 2013. No. 4 (20). P. 214–218].
16. Южанинова Е.Р. Самореализация личности в Интернете: Возможности и опасности // Проблемы современной науки. 2013 № 8–2. С. 212–220. [Yuzhaninova E.R. Personality self-realization on the Internet: Possibilities and dangers. *Problems of modern science*. 2013. No. 8–2. P. 212–220].
17. Anstead N., O'Loughlin B. Social media analysis and public opinion: The 2010 UK General Election. *Journal of computer-mediated communication*. 2015. 20. P. 204–220.
18. Kaplan A.M., Haenlein M. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*. 2010. P. 59–68.

THE REFLECTION OF THE VALUES OF MODERN RUSSIAN SOCIETY IN SOCIAL MEDIA

D.G. Baluev

Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Department of Applied Political Analysis and Modeling, Institute of International Relations and World History, Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

D.I. Kaminchenko

Candidate of Political Sciences, Faculty of Professional Development, Lobachevsky State University of Nizhni Novgorod

The paper considers the public and political role of modern social media. It focuses on studying social media influence on public and political consciousness. The study of the processes associated with the dissemination of public and political norms and values in contemporary social media is becoming one of the currently central lines of research concerning the political role of social media. The authors have studied the expression of such value as “order” in social media texts using content analysis. According to the studied texts, they state the pluralistic features and trends of the expression of the analyzed value because the texts contain an indication of different political ideologies and forms of government. Furthermore, the authors demonstrate personified features of its expression due to the frequent mention of concrete general actors (political leaders) in the processes of establishing order. It indicates the subject-oriented attitude of social media users to those processes. The authors conclude that the “order” value is perceived by the Russian-speaking audience of social media as universal (having a supranational character and significant for foreign countries as well).

Keywords: social media; public consciousness; political consciousness; values; order.