

**МЕДИАТИЗАЦИЯ И МАРКИРОВАННОСТЬ ВИРТУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА:  
МАРКЕРЫ КОММУНИКАТИВНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
НА ПРИМЕРЕ «ВКОНТАКТЕ»**

*Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда  
(проект № 16-18-02032)*

*Автор исследует коммуникативную толерантность как составляющую медиатизации виртуального пространства. Автор обращает внимание на необходимость переоценки сложившейся системы маркеров толерантности в контексте медиатизации виртуального пространства, а также на примере социальной сети «ВКонтакте» анализирует смещение вектора маркированности медийного текста.*

**Ключевые слова:** медиатизация; маркированность; коммуникативная толерантность; социальная сеть; медиакультурная личность; ВКонтакте.

Социальные сети привлекают медиаисследователей в качестве современного средства массовой информации и массовой коммуникации. Данный жанр виртуальной коммуникации как СМИ исследуется в работах Л. А. Браславца, М. Ш. Ишматова, И. А. Бобковой и Л. М. Мкртчяна. Именно социальные сети позволяют максимально эффективно интегрировать обычного интернет-пользователя в медиапространство, поскольку передача информации происходит во многом на личностном уровне благодаря политике данного вида интернет-коммуникации, в основе которой лежит установление контакта и поддержание общения (например, социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники»). Регистрируясь в социальной сети, пользователь становится онлайн-личностью, постепенно становясь личностью медиакультурной, благодаря процессу медиатизации виртуального пространства и внедрению СМИ-технологий в ситуации повседневного общения. Будучи эгоцентрированной, онлайн-личность обладает своей точкой зрения (некой определенной позицией по отдельно взятым вопросам), стремясь донести свое мнение до собеседника. Становление медиакультурной личности в медиатизированном пространстве социальных сетей происходит благодаря приобретению способности воспринимать инаковую точку зрения на уровне понимания логики, мотивов и цели ее возникновения, не обязательно принимая ее в качестве своей собственной. Другими словами, становление медиакультурной личности подразумевает отказ от эгоцентрированного выражения собственной значимости и попытку объективного осмысления окружающей действительности, отраженной в продуктах массовой информации. Подобное явление мы определяем как толерантность, основанную на анализе инаковости-чуждости мнения и формировании своего собственного с опорой на медийный материал.

Медиатизация виртуального пространства (и социальных сетей, в частности) способствует развитию толерантности в контексте формирования медиакультурной личности.

Г. Г. Почепцов отмечает, что «...все же самой главной идеей медиатизации следует признать обратное влияние медиа на социальные институты, когда спортсмены и политики начинают, например, культивировать те характеристики, которые важны для медиа, а не для их профессиональной деятельности. Политические ток-шоу или президентские дебаты несут больше примет развлекательности, чем профессионализма. То есть не только жизнь влияет на медиа, но и медиа влияют на реальность.

Все это придает совершенно иной статус медиа и медиареальности. Они отнюдь не являются чем-то факультативным по отношению к реальности. Они удерживают эту реальность в определенных параметрах, а также создают ее при определенных условиях» [4]. Тесная связь между реальностью, виртуальностью и медиатизацией подразумевает также и формирование определенных личностных характеристик, не только внешних поведенческих реакций, но и внутренних персональных черт вплоть до ценностных установок.

Таким образом, проявление толерантности является как необходимой ступенью медиатизации социального (виртуального) пространства, так и результатом процесса становления медиакультурной личности.

В современной отечественной трактовке понятия «толерантность» также невозможно найти единое мнение. П. В. Степанов выделяет три составляющих элемента толерантности: признание, принятие и понимание, где «признание – способность видеть в человеке иной культуры носителя иных ценностей, иных взглядов, иного образа жизни, а также осознание его права быть иным; принятие – положительное отношение к его инаковости; понимание – способность взглянуть на мир его глазами с его точки зрения» [7]. Толерантность базируется на признании, уважении универсальных прав и основных свобод человека. Терпимость предполагает доброжелательность, дружелюбность, готовность к уважительному диалогу и сотрудничеству. Важным компонентом толерантности является понимание воззрений, нравов, привычек, чувств, способов действий, отличных от собственных. Следование в быту толерантным моральным установкам может способствовать созданию для человека комфортных условий существования, нейтрализации агрессивных, конфликтных взаимоотношений. В то же время подобное поведение является показателем интеллектуального уровня человека, готового обогащать и совершенствовать свой кругозор, нрав и манеру поведения путем контактов с иными воззрениями и практическими действиями. Толерантность является признаком уверенности человека в надежности своих позиций, отсутствия боязни сравнения и конкуренции с другими воззрениями, боязни утратить свойственные ему различия. Философия толерантности исключает индифферентность, равнодушие.

Согласно И. И. Просквирниной, к качествам личности, обуславливающим наличие толерантных навыков речевого общения, можно отнести следующие: социальная зрелость, сочувствие, независимость, гибкость мышления, стремление к эффективному достижению взаимопонимания, ответственность, чувство психологического благополучия, отсутствие личностной тревожности, высокий самоконтроль [5]. Для успешной реализации навыков толерантности у человека должны быть сформированы механизмы межличностного взаимодействия.

Формирование толерантного отношения медиакультурной личности в рамках медиатизации социальных сетей происходит в биполярном взаимоотношении двух векторов: вертикальном и горизонтальном. Вертикальный вектор подразумевает признание Интернета как СМИ органами государственной власти и разработку соответствующего законодательства, основанного на платформе терпимости. В частности, Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 14.06.2006 г. указывает в качестве обязанности блогера «...не допускать использование сайта или страницы сайта в сети Интернет в целях совершения уголовно наказуемых деяний, для разглашения сведений, составляющих государственную или иную специально охраняемую законом тайну, для распространения материалов, содержащих публичные призывы к осуществлению террористической деятельности или публично оправдывающих терроризм, других экстремистских материалов, а также материалов, пропагандирующих порнографию, культ насилия и жестокости, и материалов, содержащих нецензурную брань...», а также запрещает «...распространение информации с целью опорочить гражданина или отдельные категории граждан по признакам пола, возраста, расовой или национальной принадлежности, языка, отношения к религии, профессии, места жительства и работы, а также в связи с их политическими убеждениями» (ст. 10, ч. 2).

Горизонтальный вектор включает регулятивность коммуникативно-информационного процесса самими пользователями либо посредством установления внутренних правил администрацией сайта, либо посредством социально-коммуникативного взаимодействия пользователей, осуждающих интолерантное отношение к обсуждаемому вопросу. Например, правила социальной сети «ВКонтакте» запрещают «...загружать, хранить, публиковать, распространять и предоставлять доступ или иным образом использовать любую информацию, которая <...> пропагандирует и/или способствует разжиганию расовой, религиозной, этнической ненависти или вражды, пропагандирует фашизм или идеологию расового превосходства; содержит экстремистские материалы» (п. 6.3.4 Правил пользования сайтом «ВКонтакте»).

Если медиакультурная личность является активным участником коммуникативного процесса и формирует толерантное отношение (свое и собеседника) к обсуждаемому вопросу, то очевидна необходимость маркеров определения нетолерантного речевого поведения коммуниканта.

Медиатизация социально-виртуального пространства, подразумевающая активную интеракцию между пользователями социальной сети (потребителями информационного контента), создает объективные возможности комментирования медийного материала, при этом существует опасность спровоцировать агрессивное речевое поведение в попытке следования толерантным нормам общения.

Важность умелого распознавания интолерантного поведения и умения реагировать терпимостью на агрессию приводит нас к мысли о существовании определенных признаков на медийно-текстуальном уровне, способных служить своеобразными указателями интолерантности по отношению к обсуждаемому предмету или к другим собеседникам. Другими словами, медийно-текстуальное пространство является маркированным на языковом, речевом и лингвокультурном уровнях.

Согласно М. Хаспельмату, маркированность обладает рядом следующих функций, которые ученый называет «ролями»:

1. Маркированность представлена ментально на уровне отдельных грамматик, т.е. маркированность присуща грамматике определенного индивида или культуры;

1.2. Маркированность доступна в когнитивном коде, что соответствует определению отклонения от изначально заданных параметров;

1.3. Маркированность – это метаграмматическое понятие, используемое лингвистами для удобства;

1.4. Маркированность представляет собой объяснительную теорию, состоящую из ряда утверждений относительно структурных предпочтений в языке;

1.5. Маркированность служит общим свойством проявления человеческой культуры.

М. Хаспельмат отмечает проявление маркированности в ее различных пониманиях на фонетическом, морфологическом, лексическом, грамматическом, синтаксическом уровнях; однако, анализируя маркированность как отклонение от определенных норм, он заявляет о «рамках параметра», при этом не допуская неконвенциональность параметра. Таким образом, параметр может быть любым – фонемой, морфемой, словом, предложением или же концептом [8].

Анализируя текстовый материал социальной сети «ВКонтакте», А. А. Селютин рассматривает различные уровни организации текстового пространства, выделяя маркеры коммуникативной толерантности, присущие различным уровням: фонетико-графическому, морфологическому, лексическому и синтаксическому [6]. Таким образом, медиатизация виртуального пространства социальных сетей сопровождается перестройкой языковой (преимущественно на лексическом и синтаксическом уровнях) и стилистической системы (стремительный рост словаря и новой фразеологии, распространение лексики ограниченного употребления, различного вида жаргонов, детабуизация инвективной лексики, экспансии разговорной лексики и разговорного синтаксиса, стирание жестких границ между стилями речи), что, в свою очередь, приводит к переоценке маркированности медийно-текстуального пространства. «Канонические» маркеры, индикаторы вежливости, превращаются из единственно возможной толерантной реакции в одну из вероятных в контексте изменения речевого сознания медиакультурной личности, которая способна активно использовать табуизированную лексику для одобрения или восхищения.

Проявление толерантности может быть основано на восприятии речи пользователя другими пользователями в контексте «понимания-непонимания-расценивания как агрессии», а также на восприятии изменений самим пользователем в контексте «принятия-отторжения». Например, традиционно табуизированная лексика воспринимается как следствие неуважения, хамства, проявления речевой агрессии. Однако медиатизация вызывает смещение полюса маркированности социально-коммуникативного пространства, что приводит к переосмыслению системы маркеров той или иной речевой реакции (включая толерантность). На наш взгляд, интеграция в медийную культуру (медиатизация) заключается не в «слепом» принятии и использовании новоустановленных канонов маркированности медийного текста, а в признании их права на существование.

В качестве материала для исследования мы выбрали контент социальной сети «ВКонтакте», поскольку в ней зарегистрировано наибольшее количество российских пользователей.

Рис. 1 демонстрирует новость, размещенную пользователем «ВКонтакте». Эмоциональный фон данной новости можно охарактеризовать как позитивный, приподнятый, радостный, востор-

женный; при этом ключевыми лексемами-маркерами, выражающими эмоциональное состояние пользователя, разместившего новость, являются табуированные слова и просторечия, оформленные в виде хэш-тегов («п\*здатый», «ах\*енные», «братва», «банда»).

С точки зрения «канонического» восприятия маркированности текста данные лексемы должны вызвать негативное отношение собеседника, поскольку не соответствуют классическому представлению о вежливости и культуре общения. Однако в данном случае, вероятно, реакция большинства собеседников будет толерантной, поскольку подобные лексемы используются для выражения позитивного настроения в общении и направлены на гармонизацию коммуникативной составляющей.

Своеобразное одобрение пользователей получает новость об обвинении российской прыгуньи с шестом Е. Исинбаевой в применении допинга (рис. 2). Просторечные слова и выражения «балаболка», «очень сексуальна», «да норм, чо» служат маркерами толерантности по отношению к предмету и объекту обсуждения. С одной стороны, это заключается в использовании комментаторами юмора в отношении, на первый взгляд, новости, носящей негативный окрас. С другой стороны, в употреблении негативно или нейтрально окрашенных слов в положительном контексте.

Характерным явлением становится использование транслитерированных английских слов как элементов разговорного стиля. Например, слово «извините» довольно часто заменяется словом «сори» (от англ. sorry – сожалеть), как мы это видим на рисунке 3.

В диалоге пользователь стремится избежать конфликта и сохранить гармонию общения, прибегая к разговорному стилю в сочетании с лексемой «сори» («ну тогда сори»).

Таким образом, мы полагаем, что на сегодняшний день является актуальной переоценка сложившейся системы маркеров толерантности в контексте медиатизации виртуального пространства (в том числе, сайтов социальных сетей). При этом становление медиакультурной личности подразумевает умение правильно распознавать маркеры толерантности и находить адекватное коммуникативное решение в обстоятельствах конкретных речевых ситуаций.

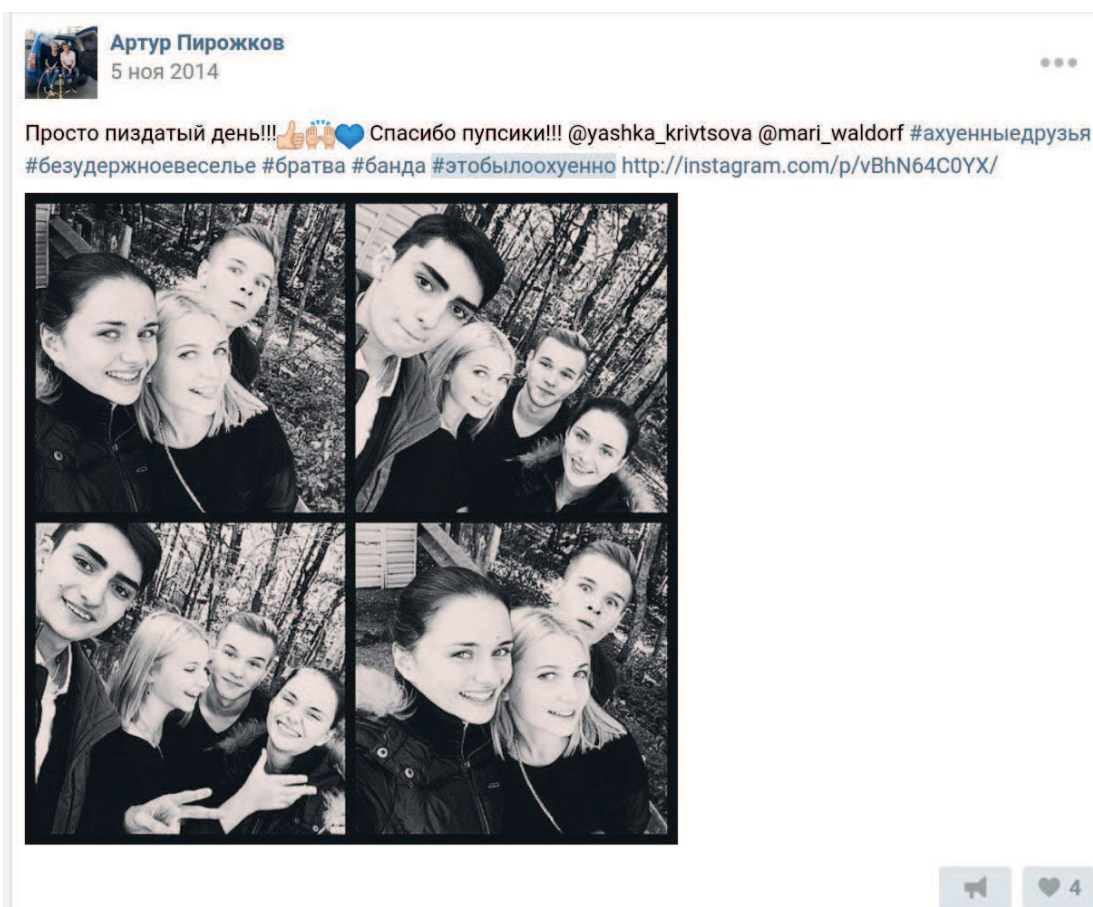


Рис. 1.



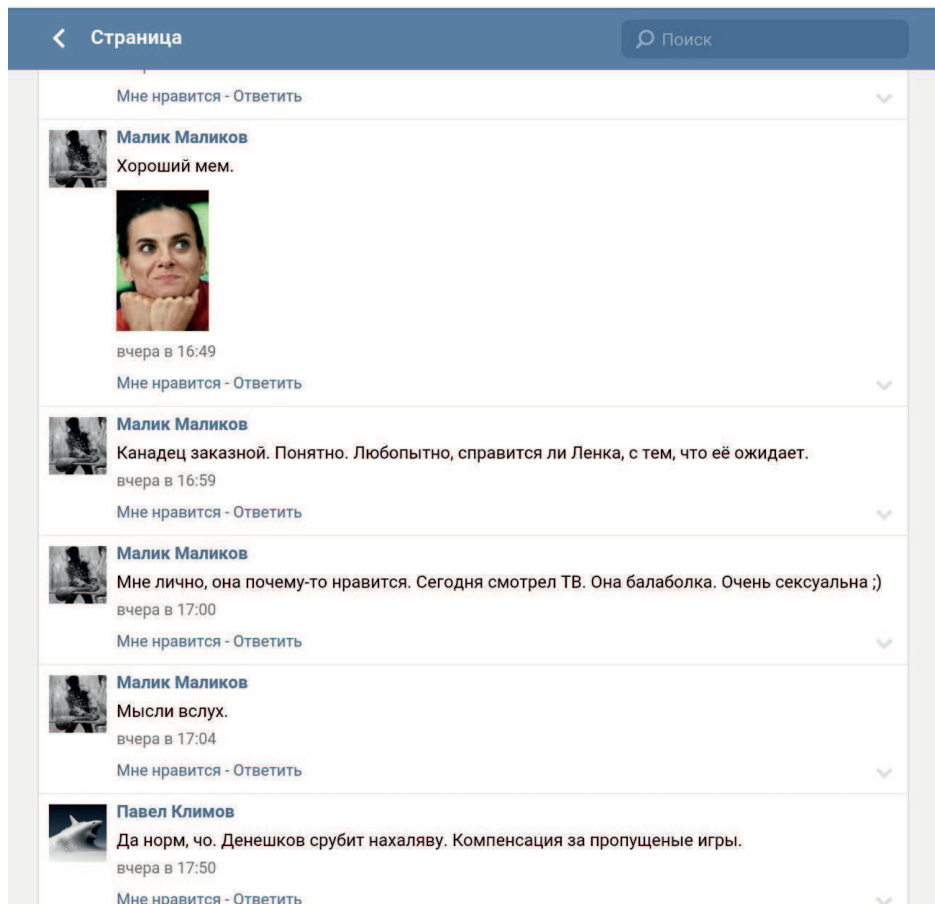


Рис. 2.



Рис. 3.

## Список литературы

1. Браславец, Л. А. Социальные сети как средство массовой информации: к постановке проблемы [Текст] / Л. А. Браславец // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2009. – № 1. – С. 125–132.
2. Ишматов, М. Ш. Новости СМИ в социальных сетях: перспективы успешного распространения [Текст] / М. Ш. Ишматов, А. В. Пустовалов // Вестник пермского университета: Российская и зарубежная филология. – Вып. 4 (24) – 2013. – С. 227–239.
3. Землянова, Л. М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике [Текст] / Л. М. Землянова // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. – 2002. – № 5. – С. 83–97.
4. Почепцов, Г. Г. Медиатизация и ее последствия для социального управления [Электронный ресурс] / Г. Г. Почепцов. – URL: <http://psyfactor.org/lib/media25.htm>.
5. Просвиркина, И. А. Толерантная речевая коммуникация: лингводидактическая теория и практика : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.02 [Текст] / И. И. Просвиркина. – М., 2007.
6. Селютин, А. А. Коммуникативная толерантность в виртуальном пространстве (на примере анализа текстов социальных сайтов) : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.19 [Текст] / А. А. Селютин. – Челябинск, 2009. – 247 с.
7. Степанов, П. В. Феномен толерантности [Текст] / П. В. Степанов // Классный руководитель. – 2004. – № 3. – С. 5–14.
8. Haspelmath, M. Against markedness (and what to replace it with) [Electronic resource] / M. Haspelmath. – URL: [http://www.academia.edu/3452962/Against\\_markedness\\_and\\_what\\_to\\_replace\\_it\\_with\\_](http://www.academia.edu/3452962/Against_markedness_and_what_to_replace_it_with_).

### MEDIATIZATION AND MARKEDNESS OF VIRTUAL SPACE: MARKERS OF COMMUNICATIVE TOLERANCE IN SOCIAL NETS BY THE EXAMPLE OF “VKONTAKTE”

*Morozova A. A., Chelyabinsk State University, Chelyabinsk, roxfan@rambler.ru*

*The author of the article researches the communicative tolerance as a component of mediatization of virtual space. The author pays attention to the necessity of reevaluation of the existing system of markers of tolerance in the context of mediatization of virtual space and analyzes the shift of the marking vector of mediatext by the example of the social net “Vkontakte”.*

**Keywords:** mediatization; markedness; communicative tolerance; social net; mediacultural personality; VKontakte.

## References

1. Braslavets, L. A. (2009) Sotsial'nye seti kak sredstvo massovoy informatsii: k postanovke problemy [=Social nets as mass media: to the problem statement], in: *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* [=VGU Herald. Series: Philology. Journalism], Volume 1, pp. 125–132. (In Russ.).
2. Ishmatov, M. Sh. and Pustovalov (2013) Novosti SMI v sotsial'nykh setyakh: perspektivy uspeshnogo rasprostraneniya [=Mass media news in social nets: perspectives of successful spread], in: *Vestnik permskogo universiteta: Rossiyskaya i zarubezhnaya filologiya* [=Herald of Perm University: Russian and foreign philology], Volume 24, Issue 4, pp. 227–239. (In Russ.).
3. Zemljanova, L. M. (2002) Mediatizatsiya kul'tury i komparativizm v sovremennoj kommunikativistike [=Mediatization of Culture and Comparativism in Contemporary Communicative Theory], in: *Vestnik Moskovskogo universiteta: Seriya 10. Zhurnalistika* [=Herald of Moscow University. Issue 10. Journalism], Volume 5, pp. 83–97. (In Russ.).
4. Pohepcov, G. G. *Mediatizatsiya i ee posledstviya dlja social'nogo upravlenija* [=Mediatization and Its Consequences for Social Management], available at: <http://psyfactor.org/lib/media25.htm>, accessed 15.10.2016. (In Russ.).

5. Prosvirkina, I. A. (2007) *Tolerantnaja rechevaja komunikacija: lingvodidaktičeskaja teorija i praktika* [=Tolerant speech communication: didactic theory and practice], Moscow. (In Russ.).
6. Seljutin, A. A. (2009) *Kommunikativnaja tolerantnost' v virtual'nom prostranstve (na primere analiza tekstov social'nyh sajtov)* [=Communicative Tolerance in Virtual Space (by the Example of Analyses of Texts of Social Nets)], Cheljabinsk, 247 p. (In Russ.).
7. Stepanov, P. V. (2004) Fenomen tolerantnosti [=Phenomenon of Tolerance], in: *Klassnyj rukovoditel'* [= Head Teacher], Volume 3. pp. 5–14. (In Russ.).
8. Haspelmath, M. *Against markedness (and what to replace it with)*, available at: [http://www.academia.edu/3452962/Against\\_markedness\\_and\\_what\\_to\\_replace\\_it\\_with\\_](http://www.academia.edu/3452962/Against_markedness_and_what_to_replace_it_with_), accessed 12.10.2016.

Морозова Анна Анатольевна – кандидат филологических наук, директор учебно-научного центра медиаобразования, доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Челябинский государственный университет, Челябинск.

roxfan@rambler.ru