

Научная статья

УДК 070

DOI 10.25205/1818-7919-2024-23-6-63-77

Модели аргументации в текстах общественно-политических телеграм-каналов

Кристина Львовна Зуйкина¹
Ангелина Антоновна Морозова²

^{1,2} Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Москва, Россия

¹ chris-zu@ya.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2199-197X>

² morozova_angelina@bk.ru, <https://orcid.org/0009-0001-3802-0766>

Аннотация

В ходе эмпирического исследования с использованием метода контент-анализа выявлены особенности аргументации в аналитических текстах, посвященных двум разным по масштабу российским событиям – смерти М. Горбачева (событие федерального уровня) и возвращению памятника основателю ВЧК Феликсу Дзержинскому из парка искусств «Музеон» на Лубянскую площадь в Москве (событие локального уровня), в популярных общественно-политических телеграм-каналах. Зафиксированные качественно-количественные характеристики контента позволили сформировать и описать современные модели аргументации в политической сетевой коммуникации: реалистическая, рефлексивная, субъективная и критическая.

Ключевые слова

аргументация, модели аргументации, Telegram, политическая коммуникация, социальные сети

Для цитирования

Зуйкина К. Л., Морозова А. А. Модели аргументации в текстах общественно-политических телеграм-каналов // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2024. Т. 23, № 6: Журналистика. С. 63–77. DOI 10.25205/1818-7919-2024-23-6-63-77

Models of Argumentation in Socio-Political Telegram Channels' Texts

Kristina L. Zuykina¹, Angelina A. Morozova²

^{1,2} Lomonosov Moscow State University
Moscow, Russian Federation

¹ chris-zu@ya.ru, <https://orcid.org/0000-0002-2199-197X>

² morozova_angelina@bk.ru, <https://orcid.org/0009-0001-3802-0766>

Abstract

Political communication on Telegram, one of the most popular platforms in Russia, has become a topic of interdisciplinary research. Telegram channels serve as spaces for political discussion and demonstrations, where various points of view on the same events are broadcasted. In this article, the authors uncover general trends and features of argumentation on the internet. They examine how analytical posts in political Telegram channels express different opinions on ongoing political events. Using content analysis, the authors conducted an empirical study of popular and ranking political Telegram channels. The authors reveal the characteristics of argumentation in analytical texts devoted to two of the most debated political events in recent years: the death of Mikhail Gorbachev (a federal event) and the

© Зуйкина К. Л., Морозова А. А., 2024

ISSN 1818-7919

Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2024. Т. 23, № 6: Журналистика. С. 63–77

Vestnik NSU. Series: History and Philology, 2024, vol. 23, no. 6: Journalism, pp. 63–77

return of the monument to the founder of the PMSC Felix Dzerzhinsky from the Muzeon park of arts to Lubyanka Square in Moscow (a local event). Based on the qualitative and quantitative characteristics of the content, the format of the message transmission, tone of publication, level of event consideration, tactics of argumentation, and other aspects, modern models of argumentation in political network communication are described. The authors identify four models based on the statement's purpose: realistic, reflective, subjective, and critical.

Keywords

argumentation, models of argumentation, Telegram, political communication, social networks

For citation

Zuykina K. L., Morozova A. A. Models of Argumentation in Socio-Political Telegram Channels' Texts. *Vestnik NSU. Series: History and Philology*, 2024, vol. 23, no. 6: Journalism, pp. 63–77. (in Russ.) DOI 10.25205/1818-7919-2024-23-6-63-77

По данным Mediascope Cross Web, в феврале 2023 г. в России Telegram ежедневно пользовались 50,2 млн человек, благодаря чему мессенджер стал третьей по популярности платформой в стране (после VK и YouTube)¹. Однако уже в марте 2023 г. Telegram занял второе место по количеству российских пользователей в день, обогнав популярный видеохостинг². При этом политический сегмент в мессенджере занимает значительную долю: в зависимости от возрастной категории – от 20 до 37 % пользователей читают телеграм-каналы, посвященные политике. Общественно-политические каналы и экспертные в данной области аккаунты занимают первые строки рейтингов и входят в топы TGStat³ и Медиалогии⁴ по общему количеству просмотров и подписчиков. Это говорит о том, что интернет-аудитория платформы проявляет неподдельный интерес к современной общественно-политической повестке.

Telegram-каналам как современному феномену политической коммуникации и способу формирования политической повестки дня уже посвящено немало отечественных исследований (см., например: [Ляховенко, 2022; Зимарин, 2020; Косоруков, Осипов, 2021]). В них подчеркивается важность платформы с точки зрения возможности осуществлять дискуссию на тему актуальных политических вопросов, происходящих процессов и событий. В нашем исследовании мы решили обратиться к изучению подобной дискуссии с точки зрения особенностей аргументации позиции авторов телеграм-каналов относительно знаковых общественно-политических тем, на основании чего выделить современные аргументационные модели.

Различные аспекты интернет-коммуникации активно изучаются отечественными и зарубежными исследователями. Однако исследования особенностей общения пользователей в Сети в контексте в политической коммуникации приобретает особое значение, что отмечает С. В. Володенков [2020]. В связи с этим в исследовательской литературе – к примеру, у М. Постера [Poster, 1997], Л. Дальберга [Dahlberg, 2007] и Е. Лахти [Lahti, 2019] – встречаются крайне негативные оценки Интернета как подходящего пространства для диалога с использованием рациональной аргументации. Эту проблему авторы [Perloff, 2017] также связывают с феноменом «предвзятости предположения» (confirmation bias), который является отдельным полем для междисциплинарного изучения.

Некоторые исследователи (см., например: [Kobayashi, 2016]) отмечают, что суть убеждения как символического процесса не меняется в зависимости от медиаплатформы – аргументация в социальных сетях по своей сути происходит по тем же канонам, что и в межличност-

¹ Аудитория Telegram в России впервые превысила 50 млн человек // Российская Газета. 13.04.2023. URL: <https://rg.ru/2023/04/13/priglashaiu-v-chat.html> (дата обращения 05.05.2023).

² Telegram впервые обошел YouTube по ежедневной аудитории в России // Forbes. 12.04.2023. URL: <https://www.forbes.ru/tehnologii/487489-telegram-vpervye-obosel-youtube-po-vednevnoj-auditorii-v-rossii> (дата обращения 05.05.2023).

³ Рейтинг Telegram-каналов // TGStat. URL: <https://tgstat.ru/ratings/channels?sort=members> (дата обращения 05.05.2023).

⁴ Топ-30 каналов Telegram – сентябрь 2022 // Медиалогия. URL: <https://www.medialogia.com/ratings/socmedia/telegram/11509/> (дата обращения 05.05.2023).

ном общении, или как с помощью кино и телевидения. Однако виртуальные споры выводят из-под контроля традиционные коммуникативные формы, на которых строится такой дискурс [Goodnight, 2009].

В исследовательской литературе отдельный акцент сделан на особенностях аргументации в СМИ [Приходько и др., 2015]. А. А. Тертычным [2016] была разработана единственная классификация, описывающая четыре модели аргументации в медиатекстах. Существуют работы о стратегиях сетевой аргументации [Fishcheva et al., 2021], однако как таковых аргументационных моделей в онлайн-пространстве – по примеру моделей аргументации в медиатекстах А. А. Тертычного – ранее выделено не было. Полагаем, что данное исследование отчасти восполнит пробел.

Для работы были отобраны тексты в телеграм-каналах, посвященные двум событиям, вызвавшим активную дискуссию в Сети. Первое – федерального масштаба – смерть первого президента СССР Михаила Горбачева вечером 30 августа 2022 г. В качестве периода исследования выступили две календарные недели после дня смерти Михаила Горбачева – с 30 августа по 13 сентября 2022 г. Подавляющее большинство постов было опубликовано 30 и 31 августа – после смерти политика.

Вторым событием – уже локального масштаба – стало обсуждение возвращения памятника основателю ВЧК Феликсу Дзержинскому из парка искусств «Музеон» на Лубянской площади в Москве. Согласно законодательству Москвы, перемещение памятников культурного наследия запрещено и допускается только по решению правительства РФ⁵. На восстановлении памятника на Лубянке неоднократно настаивали КПРФ и другие политические силы, но каждый раз звучал отказ. Впервые за 20 лет инициативу решили рассмотреть всерьез после того, как 8 февраля 2021 г. ряд российских деятелей – Захар Прилепин, Владимир Селиванов, Леся Рябцева, Анна Погонина и др. – обратились к правительству и мэрии Москвы с этим предложением, заявив, что оно «не столько об историческом, сколько об историко-культурном значении этого монумента»⁶ и что необходимо прийти к национальному примирению в этом вопросе. Так, второй период для исследования ограничивался тремя календарными неделями – с 8 февраля (дня, когда этот вопрос был поднят культурными деятелями) по 1 марта 2021 г.

На первом этапе исследования, опираясь на рейтинги Медиалогии и сервиса аналитики TGStat, мы отобрали ключевые телеграм-каналы с политической аналитикой. Далее, по ключевым словам («Горбачев», «Памятник на Лубянке», «Дзержинский», «Невский» и др.) и по настроенным временным периодам осуществлялся поиск необходимых аналитических «длинных постов». Отметим, что критерием наличия «аналитичности» в том или ином материале стали объяснение общественной или личной значимости обсуждаемого вопроса, а также реальное представление о ситуации, причинно-следственные связи, инициирование размышления аудитории на заданную тему. Таким образом, было найдено 72 публикации на тему смерти Михаила Горбачева и 65 публикаций, связанных с обсуждением возвращения памятника Феликса Дзержинского и выборами между его кандидатурой и кандидатурой Александра Невского.

В качестве основного метода исследования выступил контент-анализ. Для его реализации был составлен авторский кодификатор, содержащий ряд категорий и соответствующих признаков. При его разработке авторы обращались к классическим работам по теории аргументации [Ивлев, 2009; Трофимова и др., 2020; Волков, 2009; Copi, 1994; Walton, 2006; Toulmin, 2003]. Содержание отдельных категорий было адаптировано под изучение современной коммуникации в Сети.

⁵ Вечное возвращение: история приключений памятника Дзержинскому в Москве // РИА Новости: Недвижимость. 02.03.2020. URL: <https://realty.ria.ru/20150624/405560681.html> (дата обращения 01.03.2023).

⁶ Ряд деятелей культуры призвали вернуть памятник Дзержинскому на Лубянской площади // RT на русском. 08.02.2021. URL: <https://russian.rt.com/nopolitics/news/830160-pamyatnik-kultura-moskva> (дата обращения 02.03.2023).

Так, список основных категорий анализа и признаков включал: тип высказывания (описательное, оценочное); уровень рассмотрения события (личный, групповой, общественный, не определяется); тональность публикации (положительная, нейтральная, негативная); характер аргументации (рациональный, эмоциональный); цель аргументации (доказательство, опровержение, объяснение, подтверждение, критика); тактика аргументации (обращение к традиции и истории, авторитету, интуиции, вере / будущему, здравому смыслу, вкусу, морали, аудитории, личности, массам, силе, незнанию, жалости, статистике / точным данным, Гитлеру); способ аргументации (восходящая, нисходящая, «гомеров порядок», односторонняя, двусторонняя, другое).

Из всего массива проанализированных постов больше половины оказались оценочными, причем в полемике о памятнике на Лубянке этот разрыв оказался еще значительнее. В постах о Горбачеве описательных текстов 33,3 %, а оценочных 66,7 %, в то время как в дискуссии о памятнике это соотношение выглядит так: 66,7 и 83,1 % соответственно. Обсуждение памятника на Лубянской площади ожидаемо стало более дискутируемым событием, вызвавшим яркую полемику с преобладанием оценочных суждений (рис. 1). Если в массиве постов о Горбачеве встречались телеграм-каналы с широкой повесткой – общероссийской и мировой, то вопрос о памятнике Феликсу Дзержинскому обзревала и анализировала каналы, в большей степени занимающиеся региональной повесткой. Так, обсуждение памятника «дестабилизировало консервативный общественный консенсус столицы»⁷, и здесь москвичи были либо «за», либо «против», и нейтральные оценки остались в меньшинстве (в отличие от неоднозначности Горбачева и оценок его эпохи).

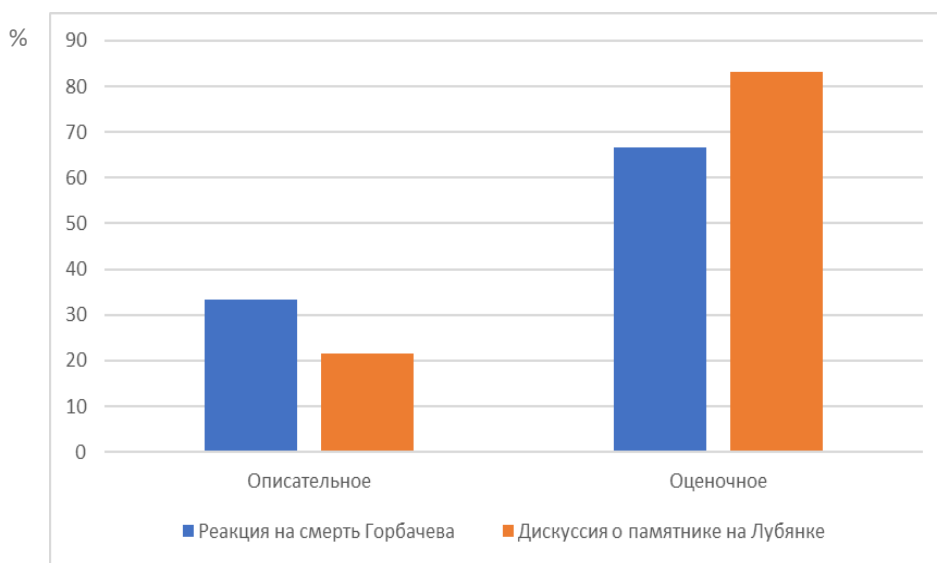


Рис. 1. Тип высказывания

Fig. 1. Type of proposition

Тональность позволяет понять, какие высказывания на тему двух событий – положительные, негативные или нейтральные – наиболее востребованы в общественно-политическом сегменте Telegram. К «положительным» мы отнесли посты, в которых личность Горбачева и его правление, а также кандидатуры на памятник на Лубянской площади имели яркую позитивную лексико-стилистическую окраску, к категории «негативные» – наоборот, негатив-

⁷ Публикация в телеграм-канале ПЛЮС МИНУС от 26.02.2021. URL: https://t.me/plus_or_minus/2214 (дата обращения 02.03.2023).

ную окрашенность. «Нейтральными» стали те посты, в которых нет факторов, позволяющих отнести их к первой или второй группе.

Таким образом, негативная реакция стала преобладающей (рис. 2): 44,4 % постов о смерти Горбачева и 56,9 % постов о памятнике. На втором месте оказались «нейтральные» посты (43,1 и 32,3 % соответственно).

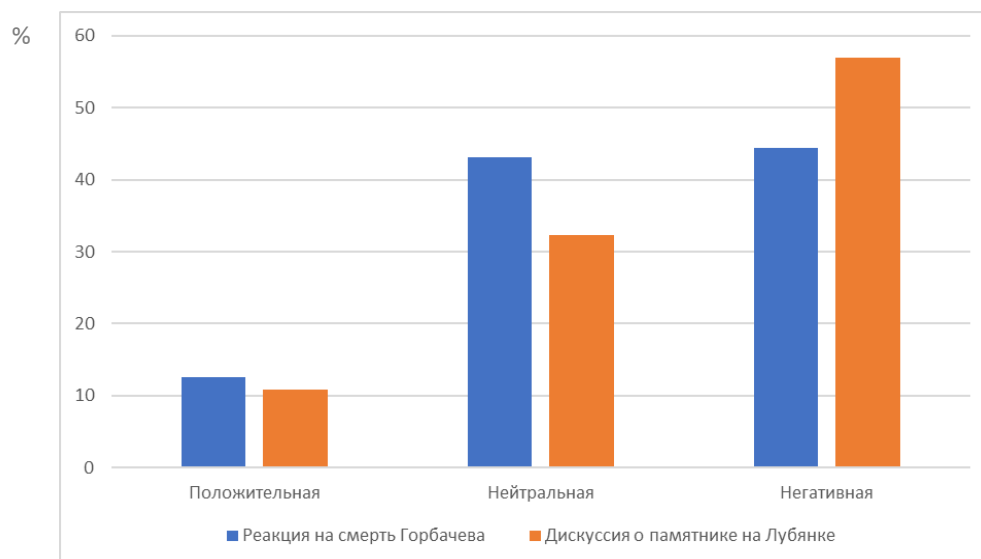


Рис. 2. Тональность публикации

Fig. 2. Tone of publication

Сравнивая тональность публикации в оценочных и описательных постах, мы обнаружили, что в описательных публикациях на обе темы ожидаемо преобладала «нейтральная» позиция (табл. 1). В то же время среди всего массива оценочных постов в большей степени авторы выражали негативную оценку (речь идет о 60,4 % в публикациях о Горбачеве и 64,8 % о памятнике).

Тональность публикации в описательных и оценочных постах, %

Таблица 1

Table 1

Tone of publication in descriptive and evaluative posts, %

Реакция	Смерть Горбачева		О памятнике на Лубянке	
	описательные посты	оценочные посты	описательные посты	оценочные посты
Положительная	16,7	10,4	0	13
Нейтральная	70,8	29,2	81,8	22,2
Негативная	12,5	60,4	18,2	64,8

По характеру аргументации выделяются эмоциональный и рациональный типы. Первый опирается на чувства и эмоции, вызывает у читателя определенные ассоциации и образы (часто на подсознательном уровне), используя средства интенсификации (риторические приемы, имплицитность, модальность и др.) [Трофимова и др., 2020]. В связи с этим эмоциональную аргументацию могут рассматривать как манипулятивный прием. Рациональная же

аргументация, напротив, основана на фактах и не содержит эмоциональной оценки явлений или действий (строится на приведении логических аргументов, объективных доводов, реальных оснований).

Согласно результатам исследования, в большинстве постов о смерти Горбачева (62,5 %) использовалась рациональная аргументация, а о памятнике на Лубянке чаще говорилось в эмоциональном ключе (58,5 %) (рис. 3). Такие показатели в очередной раз демонстрируют, насколько дискуссионной и провокационной оказалась вторая тема. При сравнении характера аргументации в описательных и оценочных постах ожидаемым стало отсутствие эмоциональности в описательных постах (табл. 2). В оценочных постах о смерти Горбачева характер аргументации поделился примерно пополам, а в 70,4 % оценочных постов о памятнике наблюдалась эмоциональная окрашенность высказываний и аргументации.

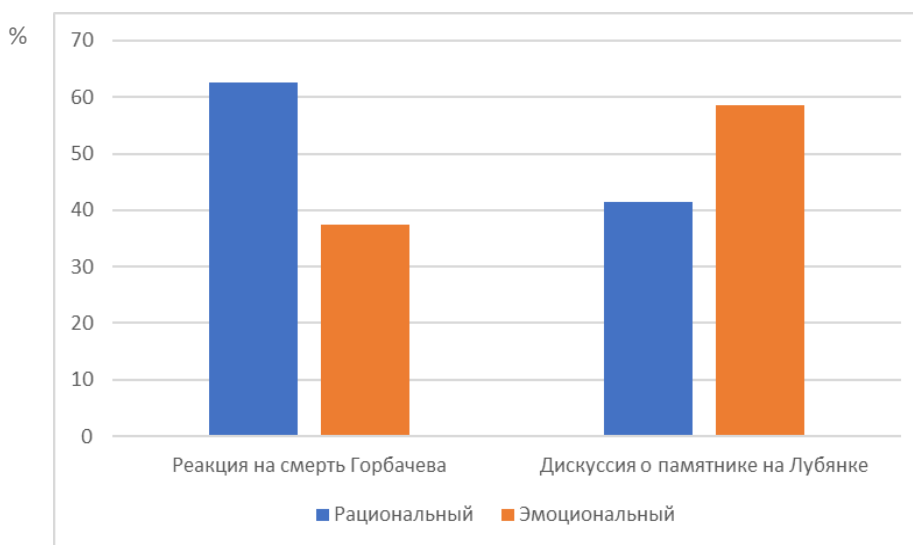


Рис. 3. Характер аргументации
Fig. 3. Nature of argumentation

Характер аргументации в описательных и оценочных постах, %

Таблица 2

Nature of argumentation in descriptive and evaluative posts

Table 2

Характер аргументации	Смерть Горбачева		О памятнике на Лубянке	
	описательные посты	оценочные посты	описательные посты	оценочные посты
Рациональный	100	43,8	100	29,6
Эмоциональный	0	56,2	0	70,4

Тактика аргументации представляет, пожалуй, наибольший интерес для выявления моделей аргументации в политической коммуникации в Telegram. В рамках данного исследования мы обратились к контекстуальным видам аргументации [Ивин, 1997], поскольку они позволяют учитывать контекст или ситуацию, в которой аргументы представляются или оцениваются. Контекст, в свою очередь, включает в себя различные аспекты (социокультурные, политические, этические, коммуникативные и др.), которые могут влиять на эффективность аргументов. Такая аргументация учитывает особенности аудитории, цели коммуникации и другие факторы, а также подразумевает адаптацию аргументов к конкретной ситуации.

Исследование показало, что наиболее популярными тактиками аргументации в исследуемых постах стали аргументы, апеллирующие к традициям и истории (55,5 % в текстах о первом событии и 53,9 % – о втором) и к здравому смыслу (47,2 и 49,2 %) (рис. 4).

Аргументы, апеллирующие к личности и к массам, были более присущи реакции на смерть Горбачева: негативная оценка личности умершего политика как аргументация авторов телеграм-каналов встретила в 40,3 % постов. Более того, как указывает А. А. Ивин, суждения *ad hominem* могут использоваться в качестве дополнительной аргументации, но исследование показало, что в политической коммуникации в Сети чаще их используют как полноценную и единственную аргументацию в посте. Второй характерной для постов о Горбачеве стала аргументация, апеллирующая к массам, – 31,9 %. В постах с негативной оценкой личности первого президента авторы ссылаются на мнение масс о Горбачеве как о предателе, подразумевая, что, если так думает большинство сограждан, переживших его эпоху, значит не может быть по-другому. В постах с позитивной риторикой о Горбачеве в качестве мнения масс рассматриваются «люди во всем остальном, цивилизованном мире», где Горбачева «боготворили», в отличие «от обиженных граждан бывшего Советского Союза». Такие два мнения нередко встречались сразу в одном посте именно в виде двусторонней аргументации, апеллирующей к массам, – как, например, в Telegram-канале Депутатские будни⁸.

Наиболее характерной тактикой аргументации для постов о памятнике на Лубянке стало обращение к морали (41,5 %). В сравнении с дискуссией о Горбачеве этот показатель особенно выделяется (лишь в 9,7 % постов о Горбачеве нам встретила аргументация, апеллирующая к морали). В контексте моральной аргументации наиболее часто звучали мысли о том, что сегодня общество должно не «полировать» собственное прошлое, а принимать его целиком, даже если в нем было мало хорошего и героического. Наиболее яркий пример аргументации, апеллирующей к морали, представлен телеграм-каналом МАРДАН, автор пишет: «...гораздо хуже тщеславия, когда монументы превращаются в средство идеологической борьбы»⁹.

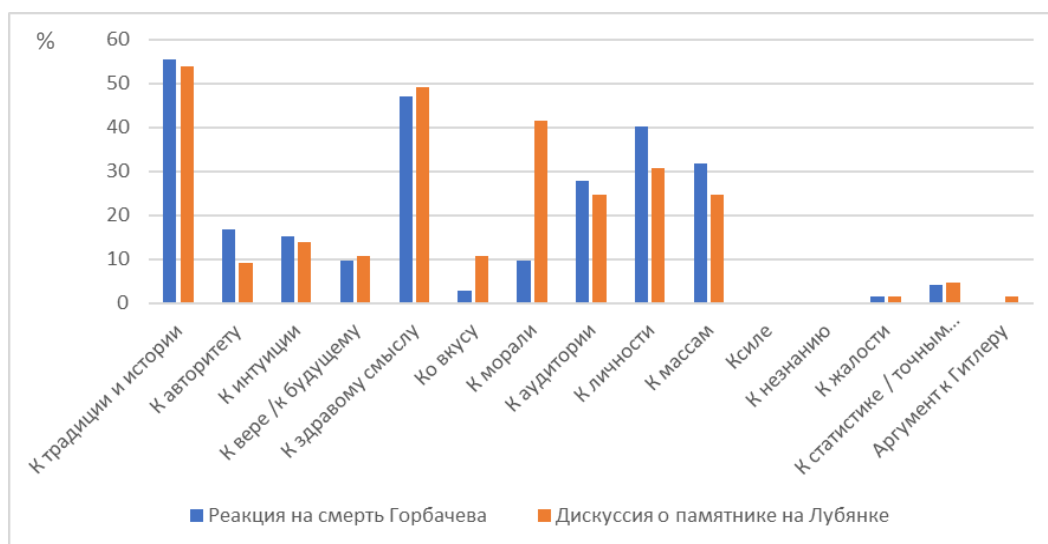


Рис. 4. Тактика аргументации
Fig. 4. Tactics of argumentation

⁸ Публикация в телеграм-канале Депутатские будни от 31.08.22. URL: <https://t.me/deputatdumy/4378> (дата обращения 02.03.2023).

⁹ Публикация в телеграм-канале МАРДАН от 25.02.21. URL: <https://t.me/mardanaka/4576> (дата обращения 02.03.2023).

При сравнении тактик аргументации в описательных и оценочных постах были замечены интересные закономерности. Наиболее распространенной тактикой во всех видах постов стала аргументация к здравому смыслу (табл. 3). В описательных постах наиболее часто встречалось обращение к традиции и истории (75 % – о Горбачеве, 63,6 % – о памятнике), а также к массам (45,8 и 45,5 %). В оценочных постах активнее всего использовалась аргументация, апеллирующая к личности, причем именно при разговоре о смерти Горбачева эта тактика стала наиболее используемой и составила 50 % (в сравнении с 33,3 % о памятнике). В оценочных же постах о памятнике на Лубянке наблюдалось обилие аргументов, апеллирующих к морали – 50 %, против 14,6 % моральной аргументации в реакциях на смерть Горбачева.

Таблица 3

Тактика аргументации в описательных и оценочных постах, %

Table 3

Tactics of argumentation in descriptive and evaluative posts, %

Тактика аргументации	Смерть Горбачева		О памятнике на Лубянке	
	описательные посты	оценочные посты	описательные посты	оценочные посты
Обращение к традиции и истории	75	45,8	63,6	53,7
Обращение к авторитету	20,8	14,6	0	9,3
Обращение к интуиции	8,3	18,8	9,1	14,8
Обращение к вере /к будущему	8,3	10,4	18,2	9,3
Обращение к здравому смыслу	58,3	41,7	45,5	51,9
Обращение ко вкусу	4,2	2,1	9,1	11,1
Обращение к морали	0	14,6	0	50
Обращение к аудитории	16,7	33,3	9,1	27,8
Обращение к личности	20,8	50	18,2	33,3
Обращение к массам	45,8	25	45,5	20,4
Обращение к силе	0	0	0	0
Обращение к незнанию	0	0	0	0
Обращение к жалости	8,3	2,1	0	1,9
Обращение к статистике / точным данным	4,2	4,2	0	3,7
Обращение к Гитлеру	0	0	0	1,9

Таким образом, исследование показало, что контекстуальная аргументация в целом более распространена в политической коммуникации в Telegram, чем некорректная, даже если сравнивать отдельно описательные и оценочные посты. При анализе событий и при выражении реакции на них даже в более эмоциональных текстах авторы склоняются к тактикам аргументации, которые строятся на логике и рациональном мышлении.

После изучения тактики аргументации в политической коммуникации в Telegram нам необходимо было понять, какую схему (или форму) используют авторы каналов для придания большей убедительности используемым аргументам.

В результате изучения постов в политических телеграм-каналах не обнаружилось закономерностей, которые явно преобладали бы в политической коммуникации в контексте усиления или ослабления аргументов (рис. 5).

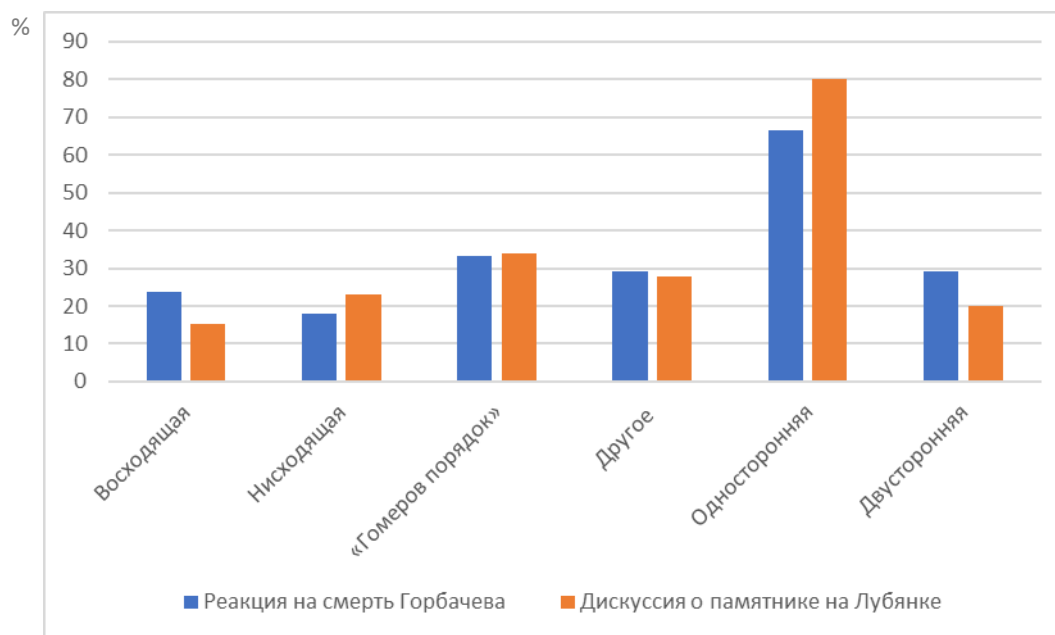


Рис. 5. Способ аргументации
Fig. 5. Method of argumentation

Восходящий и нисходящий типы встречались с примерно одинаковой частотой (в постах о Горбачеве: 23,6 % постов с восходящей аргументацией и 15,4 % – с нисходящей, а в постах о памятнике – 18 и 23,1 % соответственно). «Гомеров порядок» оказался более распространенным – 33,3 и 33,8 % постов. По количеству предлагаемых позиций авторы постов о смерти Горбачева и о памятнике на Лубянке использовали одностороннюю аргументацию в три раза чаще, чем двустороннюю (табл. 4).

При более детальном рассмотрении способов аргументации в описательных и оценочных постах было выявлено, что в первых с большим отрывом закономерно фигурирует двусторонняя аргументация, в то время как во вторых – односторонняя. Эти результаты можно расценивать как одну из основных особенностей политической коммуникации на этой платформе, что доказывает ее фрагментированность: авторы телеграм-каналов чаще всего продвигают свою точку зрения и занимаются аналитикой событий через призму этого мнения.

Таблица 4

Способ аргументации в описательных и оценочных постах, %

Table 4

Method of argumentation in descriptive and evaluative posts, %

Способ аргументации	Смерть Горбачева		О памятнике на Лубянке	
	описательные посты	оценочные посты	описательные посты	оценочные посты
Восходящая	16,7	27,1	27,3	13
Нисходящая	20,8	18,8	27,3	22,2
«Гомеров порядок»	29,2	35,4	36,4	33,3
Другое	37,5	25	9,1	31,5
Односторонняя	50	75	63,6	83,3
Двусторонняя	45,8	18,8	36,4	16,7

Для выделения более четких способов и тактик аргументации, которые могут описать особенности именно политической аргументации в Telegram, в «другом» (29,2 и 27,7 %) мы выделили несколько наиболее ярких схем и способов, которые мы обнаружили в ходе контент-анализа, что может быть использовано в дальнейших исследованиях.

1. *Несколько сильных аргументов* – невозможно причислить аргументацию ни к «нисходящей», ни к «восходящей», ни к «Гомерову порядку», поскольку в посте вся аргументация является сильной.

2. *Аргументация привязана к выходу на современность* – аргументы, апеллирующие к истории, вне зависимости от порядка возрастания или убывания их силы ведут к финальному и наиболее яркому аргументу, привязанному к современности.

3. *Сначала даны аргументы, а затем главный тезис в финале* – тактика, при которой позиция автора эксплицитно не выражается в посте до самого его финала.

4. *Аргументация двух сторон, далее – мнение автора* – разновидность двусторонне-односторонней аргументации, при которой автор представляет аргументы «за» и «против», при этом называет, к какому мнению склоняется больше (и даже приводит дополнительные аргументы – к примеру, привязанные к его собственному опыту).

5. *Чередование «тезис – аргумент»* – выражается в виде графического выделения основной мысли, а далее – подкреплении ее аргументацией. В посте такая схема повторяется несколько раз.

6. *Единственный аргумент, остальное – «ругательная» оценка*. Такой способ аргументации основывается на обращении к аудитории или к личности, а затем сопровождении эмоционально окрашенными оценками автора (в том числе с использованием бранной лексики).

7. *Описание проблемы + аргументация в поддержку мнения автора*. Посты с такой схемой аргументации начинаются с вводной информации с описанием события или проблемы – своеобразной подготовки аудитории к тому, что будет обсуждаться. После вступления автор переходит к выражению своего мнения и односторонней аргументации.

8. *Сильнейшая аргументация, апеллирующая к аудитории*. Центральным приемом в данном способе аргументации становится «заигрывание» с мнениями, чувствами и настроениями аудитории. Обращение к аудитории – единственная используемая автором тактика аргументации.

9. *Чередование нескольких тактик аргументации*. Определенные тактики аргументации сменяются по одной схеме.

В постах с реакцией на смерть Горбачева и на дискуссии о памятнике наиболее популярными способами аргументации, выделенными нами в «другом», стали 1) использование нескольких сильных аргументов (37,5 и 50 % соответственно) и 2) привязка аргументов к выходу на современность (37,5 и 31,8 %). «Аргументация двух сторон, далее – мнение автора» оказалась значительно популярнее в постах о Горбачеве (31,3 %), а «сильнейшая аргументация, апеллирующая к аудитории» (27,3 %) и «чередование двух конкретных тактик аргументации» (13,6 %) встречались лишь в постах о памятнике. Стоит отметить, что сравнение этих способов и тактик аргументации в описательных и оценочных постах не позволило выявить явные тенденции.

Полученные в ходе проведения контент-анализа результаты позволяют далее представить авторскую классификацию аргументационных моделей в Сети, которую мы смогли составить на основе выявления наиболее характерных особенностей аргументации в постах по двум выбранным событиям. Нами были выделены четыре модели, каждая из которых соответствует конкретной цели, которую может преследовать автор: 1) объяснить суть события; 2) обратиться к аудитории, чтобы подвести ее к определенным мыслям о событии; 3) представить глубоко субъективное (личное) отношение к событию; 4) раскритиковать противоположное мнение о событии. Возможны и гибридные форматы, когда в одном посте встречаются основные элементы нескольких моделей. Кратко опишем четыре основные модели.

Первую модель аргументации в политическом дискурсе в Telegram, призванную наиболее объективно описать политическое событие, условно предлагаем назвать *реалистической*. В рамках данной модели в описательных постах наблюдается нейтральная тональность, и события рассматриваются либо на общественном уровне, либо уровень рассмотрения в таких текстах не определяется. Жанр данных постов можно отнести к традиционно аналитическому.

Полагаем, что автор обращается к *реалистической* модели аргументации, когда перед ним стоит задача доступно представить аудитории (в том числе не «подкованной» в политических вопросах) предпосылки, мотивы, расстановку сил, тенденции, прогнозы и т. п. Для этого авторы используют двухстороннюю и рациональную аргументацию, представляя обе точки зрения на реакционное событие. «Реалистическая» модель аргументации предполагает текстовый формат, но с использованием жирного шрифта в заголовке, курсива и прочих приемов для расстановки основных смысловых акцентов и придания посту структуры. В таких постах авторы чаще всего используют рациональную аргументацию (в том числе в обосновании собственной точки зрения, что не исключается в данной модели): аргументы, апеллирующие к традиции и истории, к статистике и точным данным и, что наиболее характерно, к здравому смыслу.

Вторая модель – *рефлексивная*. Используется авторами для анализа событий с намерением предложить аудитории конкретный ракурс видения политического события. Описательные посты могут быть «нейтральными» и могут подразумевать некоторую оценку автора (положительную или негативную). Уровень рассмотрения события может как не определяться, так и быть общественным или групповым (вероятнее всего в данных постах уровень рассмотрения события будет смешанным). Что касается тактики аргументации, в рамках «рефлексивной» модели авторы используют корректную аргументацию: обращение к традиции и истории, к морали и, что является главным индикатором данной модели, к вере / будущему. В свои посты авторы закладывают мысль о том, что лучше всего «рассудит (или покажет) время». Однако наибольший акцент сделан на конкретной ошибочной тактике аргументации – обращению к аудитории. «Рефлексивные» посты, оформленные риторическими вопросами и жирным шрифтом, обращены к аудитории и концентрируются на аргументации с выходом на современность, заставляя читателей рассматривать событие с точки зрения прошлого, настоящего или будущего. Более того, авторами активно используется обобщение «мы», с помощью которого стирается четкая граница с аудиторией.

Третья модель – *субъективная* – раскрывает суть события через личное отношение автора. Такие посты содержат черты аналитических текстов, однако по жанру больше напоминают эссе – из-за субъективного подхода к раскрытию темы, а также иногда особой атмосферы доверительного отношения к аудитории. В оценочных постах содержится негативная или позитивная лексика (в зависимости от личного отношения автора к событию, вытекающего из личного опыта). Субъективный уровень рассмотрения события либо преобладает, либо является весомым в сочетании с элементами общественного или группового уровня. В «субъективных» постах авторы используют как эмоциональный, так и рациональный характер аргументации: в большей степени это обращение к личности, аудитории, интуиции и вере / будущему. Данные посты чаще всего представлены в текстовом виде с делением на небольшие логические части.

Наконец, четвертую модель аргументации в политической онлайн-коммуникации мы обозначили как *критическая*: авторы используют ее для опровержения иной точки зрения с целью критики. В рамках данной модели наиболее часто встречаются текстовые посты, которые могут содержать репосты или ссылки на другие посты. Для них характерно использование небольших абзацев и риторических вопросов. В «критических» постах авторы могут рассматривать события на всех трех уровнях. Отметим, что для аргументации своего мнения в подавляющем большинстве постов авторы обращаются к некорректной аргументации: к личности (на грани личных оскорблений), массам, традиции и истории (но с искажениями).

Общественно-политические каналы занимают отдельную нишу в русскоязычном Telegram и являются ценным объектом изучения как данной платформы, так и сетевой аргументации в целом.

В предыдущих работах, посвященных тактикам убеждения в Сети, авторы единогласно отмечали преобладание эмоциональной аргументации как ключевой характеристики общения в онлайн-пространстве [Poster, 1997; Аникина, Хруль, 2015]. Однако для политических дискуссий в Telegram такие выводы оказались не актуальны. Несмотря на преобладание оценочных постов, авторы в большей степени доказывают свою точку зрения через рациональную аргументацию – обращение к традиции и истории, здравому смыслу и т. д. Обе описанные выше тенденции в отношении формата и содержания постов характерны лишь для текстов политической онлайн-коммуникации, которые в разговоре об интернет-аргументации необходимо рассматривать как отдельный феномен, не подчиненный общим правилам интернет-коммуникации.

Наиболее эффективной аргументацией в политических дискуссиях в Telegram, тем не менее, является односторонняя эмоциональная аргументация – обращение к личности, массам и т. д. Таким образом, авторы постов обращаются к корректной аргументации в ущерб эффективности, но не качества материалов. Наше исследование подтвердило гипотезу о том, что особую популярность среди пользователей имеют посты, которые поддерживают определенную точку зрения [Perloff, 2017].

Для сетевой политической коммуникации актуальны четыре модели аргументации: реалистическая, рефлексивная, субъективная и критическая. Эти модели впервые выделены в контексте сетевой аргументации. В зависимости от цели автора все модели в разной степени подразумевают оценку автора и использование ошибочной аргументации в порядке возрастания. Наиболее эффективными моделями оказались реалистическая и критическая.

Классификация моделей аргументации в Сети открывает новые возможности для перспективных исследований сетевого убеждения – к примеру, для сравнительного анализа моделей политической аргументации с аргументацией в других сферах, выстраивания параллелей между политической аргументацией онлайн и оффлайн или в рамках сравнения политической аргументации на разных платформах с учетом особенностей аудитории, а также в свете грядущих общественно-политических событий.

Список литературы

- Аникина М. Е., Хруль В. М.** Особенности аргументации в текстах массовой интернет-коммуникации: опыт структурного и содержательного анализа // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2015. № 3. С. 3–23.
- Волков А. А.** Теория риторической аргументации. М.: Изд-во Моск. ун-та, 2009. 396 с.
- Володенков С. В.** Трансформация современных политических процессов в условиях цифровизации общества: ключевые сценарии // Контуры глобальных трансформаций: политика, экономика, право. 2020. Т. 13, № 2. С. 6–24.
- Зимарин О. А.** Альтернативные каналы коммуникации как новый тренд получения политической информации (на примере политических Telegram-каналов) // Социально-гуманитарные знания. 2020. № 4. С. 250–257.
- Ивлев Ю. В.** Теория и практика аргументации. М.: Проспект, 2009. 288 с.
- Косоруков А. А., Осипов В. С.** Механизмы социально-политической мобилизации молодежи на примере российских, белорусских и китайских Телеграм-каналов // Право и политика. 2021. № 9. С. 176–197.
- Ляховенко О. И.** Телеграм-каналы в системе экспертной и политической коммуникации в современной России // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2022. № 1. С. 114–144.

- Приходько А. И.** Специфические черты в медиа // Научные ведомости. Серия: Гуманитарные науки. 2015. № 18 (215). С. 25–30.
- Тертычный А. А.** Модели аргументации в современных медиатекстах // Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2016. № 6. С. 46–69.
- Трофимова Н. А., Манукян Я. А., Мегрешвили Т. Г., Рязановский Л. М., Шустова С. В., Сюткина Н. П.** Радио и эмоция в повседневной коммуникации. СПб.: Изд-во РХГА, 2020. 170 с.
- Copi I. M.** Introduction to Logic. N. Y.: Macmillian, 1994. 290 p.
- Dahlberg L.** Rethinking the fragmentation of the cyberpublic: from consensus to contestation // New Media & Society. 2007. Vol. 9, no. 5. P. 827–847.
- Fishcheva I. N., Goloviznina V. S., Kotelnikov E. V.** Traditional Machine Learning and Deep Learning Models for Argumentation Mining in Russian Texts // Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Proceedings of the International Conference “Dialogue 2021”. Moscow, 2011. P. 1–13.
- Goodnight G. T.** Critical Thinking in a Digital Age: Argumentation and the projects of new media literacy // OSSA Conference Archive. 2009. No. 58. P. 1–12.
- Kobayashi K.** Relational Processing of Conflicting Arguments: Effects on Biased Assimilation // Comprehensive Psychology. 2016. No. 5. P. 1–13.
- Lahti E.** The rhetorics of the immigration debate. Helsinki: Uni. of Helsinki Press, 2019. 262 p.
- Perloff M. R.** The dynamics of persuasion communication and attitudes in the 21st century. 6th ed. N. Y.: Routledge, 2017. 627 p.
- Poster M.** Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere // Porter D. (ed.) Internet Culture. L.: Routledge, 1997. P. 201–218.
- Toulmin S.** The Uses of Argumentation. Cambridge: Cambridge Uni. Press, 2003. 247 p.
- Walton D. N.** Fundamentals of critical argumentation. Cambridge: Cambridge Uni. Press, 2006. 343 p.

References

- Anikina M. E., Khroul V. M.** Osobennosti argumentatsii v tekstakh massovoi internet-kommunikatsii: opyt strukturnogo i sodержatel'nogo analiza [The Specifics of Argumentation in Mass Communication Texts: The Results of Structural and Content Analysis]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika* [Moscow University Bulletin. Series 10: Journalism], 2015, no. 3, pp. 3–22. (in Russ.)
- Copi I. M.** Introduction to Logic. New York, Macmillian, 1994, 290 p.
- Dahlberg L.** Rethinking the Fragmentation of the Cyberpublic: From Consensus to Contestation. *New Media & Society*, 2007, vol. 9, no. 5, pp. 827–847.
- Fishcheva I. N., Goloviznina V. S., Kotelnikov E. V.** Traditional Machine Learning and Deep Learning Models for Argumentation Mining in Russian Texts. In: Computational Linguistics and Intellectual Technologies: Proceedings of the International Conference “Dialogue 2021”. Moscow, 2011, pp. 1–13.
- Goodnight G. T.** Critical Thinking in a Digital Age: Argumentation and the Projects of New Media Literacy. *OSSA Conference Archive*, 2009, no. 58, pp. 1–12.
- Ivlev Yu. V.** Teoriya i praktika argumentatsii [Theories and Practice of Argumentation]. Moscow, Prospect Publ., 2009, 288 p. (in Russ.)
- Kobayashi K.** Relational Processing of Conflicting Arguments: Effects on Biased Assimilation. *Comprehensive Psychology*, 2016, no. 5, pp. 1–13.
- Kosorukov A. A., Osipov V. S.** Mekhanizmy sotsial'no-politicheskoi mobilizatsii molodezhi na primere rossiiskih, belorusskikh i kitaiskikh Telegram-kanalov [The Mechanisms of Sociopolitical Mobilization of Youth on the Example of Russian, Belarusian and Chinese Telegram Channels]. *Pravo i politika* [Law and Politics], 2021, no. 9, pp. 176–197. (in Russ.)

- Lyakhovenko O. I.** Telegram-kanaly v sisteme ekspertnoi i politicheskoi kommunikatsii v sovremennoi Rossii [Telegram Channels in the System of Expert and Political Communication in Modern Russia]. *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 2022, no. 1, pp. 114–144. (in Russ.)
- Lahti E.** The Rhetorics of the Immigration Debate. Helsinki, Uni. of Helsinki Press, 2019, 262 p.
- Perloff M. R.** The Dynamics of Persuasion Communication and Attitudes in the 21st Century. 6th ed. New York, Routledge, 2017, 627 p.
- Poster M.** Cyberdemocracy: Internet and the Public Sphere. In: Porter D. (ed.) *Internet Culture*. London, Routledge, 1997, pp. 201–218.
- Prikhodko A. I.** Spetsificheskie cherty v media [The specific features of the argumentation in media]. *Nauchnye vedomosti. Seriya: Gumanitarnye nauki [Belgorod State University Scientific Bulletin. Philology Journalism Pedagogy Psychology]*, 2015, no. 18 (215), pp. 25–30. (in Russ.)
- Tertychny A. A.** Modeli argumentatsii v sovremennykh mediatekstakh [Models of Reasoning in Modern Media Texts]. *Vestnik Moskovskogo universiteta Seriya 10: Zhurnalistika [Moscow University Bulletin. Series 10: Journalism]*, 2016, no. 6, pp. 46–69. (in Russ.)
- Toulmin S.** The Uses of Argumentation. Cambridge, Cambridge Uni. Press, 2003, 247 p.
- Trofimova N. A., Manukyan Ya. A., Megreshvili T. G., Ryazanovsky L. M., Shustova S. V., Syutkina N. P.** Ratsio i emotsio v povsednevnoi kommunikatsii [Ratio and Emotio in Everyday Communication]. St. Petersburg, RHGA Press, 2020, 170 p. (in Russ.)
- Volkov A. A.** Teoriya ritoricheskoi argumentatsii [Theory of Rhetorical Argumentation]. Moscow, Moscow State Uni. Press, 2009, 396 p. (in Russ.)
- Volodenzov S. V.** Transformatsiya sovremennykh politicheskikh protsessov v usloviyakh tsifrovizatsii obshchestva: klyuchevye stsennarii [The Contemporary Political Processes Transformation in the Context of Society Digitalization: Key Scenarios]. *Kontury global'nykh transformatsii: politika, ekonomika, pravo [Outlines of Global Transformations: Politics, Economics, Law]*, 2020, vol. 13, no. 2, pp. 6–24. (in Russ.)
- Walton D. N.** Fundamentals of Critical Argumentation. Cambridge, Cambridge Uni. Press, 2006, 343 p.
- Zimarin R. A.** Al'ternativnye kanaly kommunikatsii kak novyi trend polucheniya politicheskoi informatsii (na primere politicheskikh Telegram-kanalov) [Alternative Communication Channels as a New Trend in Obtaining Political Information (Using Political Telegram Channels as an Example)]. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya [Social and Humanitarian Knowledge]*, 2020, no. 4, pp. 250–257. (in Russ.)

Информация об авторах

Кристина Львовна Зуйкина, кандидат филологических наук
Ангелина Антоновна Морозова

Information about the Authors

Kristina L. Zuykina, Candidate of Sciences (Philology)
Angelina A. Morozova

Вклад авторов:

К. Л. Зуйкина – разработка концепции исследования, формулирование выводов, доработка текста.

А. А. Морозова – отбор и анализ материала, формулирование выводов, подготовка первой версии текста.

Contribution of the Authors:

Kristina L. Zuykina developed the methodology and approach, making conclusion, preparing the final draft of the article.

Angelina A. Morozova selected and analyzed the material, making conclusion, preparing the first draft of the article.

*Статья поступила в редакцию 19.06.2023;
одобрена после рецензирования 24.07.2023; принята к публикации 28.07.2023
The article was submitted on 19.06.2023;
approved after reviewing on 24.07.2023; accepted for publication on 28.07.2023*