

## **Секция «Журналистика»**

### **Бинарные оппозиции как инструмент воздействия на установки аудитории в социальных медиа**

***Кулагина Татьяна Николаевна***

*Студент*

*Государственный университет - Высшая школа экономики, медиакоммуникаций,  
Москва, Россия*

*E-mail: Tatyanaikulagina@yandex.ru*

Работа посвящена проявлению бинарных оппозиций и их воздействию на социальные установки аудитории в социальных медиа. Под бинарной оппозицией мы понимаем “универсальное средство рационального описания мира, где одновременно рассматриваются два противоположных понятия, одно из которых утверждает какое-либо качество, а другое — отрицает”[1]. Бинарная оппозиция считается неотъемлемым качеством дискурсивного мышления, противопоставляемого различным формам интуиции. Исследование проведено на примере бинарной оппозиции “знаток — профан”, которая воплощена в социальных медиа в форме учитель (тот, кто обладает знанием) и ученик (тот, кто получает знание).

Предметом исследования выступает механизм воздействия бинарных оппозиций на социальные установки через взаимодействие потребителя с платформой (в данном случае — социальными медиа) и выразительными средствами этой платформы, а также изменение самой бинарной оппозиции “знаток-профан”.

Согласно гипотезе, чем очевиднее оппозиция проявляется в контенте социальных медиа, чем понятнее считываемые символы, тем проще для аудитории соотнести ценности авторов (производителей) и свои собственные взгляды. А это повышает эффективность воздействия, которая в данном случае выражается в успешности обучения.

Взаимоотношения “учитель-ученик” выступают как частный случай бинарной оппозиции “знаток-профан” в образовательной коммуникации. Оппозиция “учитель-ученик” является одной из фундаментальных бинарных оппозиций в устройении общества, так как именно учитель передаёт ученику знание о мире и системе вещей в нём, об иерархии в обществе.

На примере этого частного случая можно проследить трансформацию бинарной оппозиции “знаток-профан” в обществе. Ранее бинарная оппозиция в массовой коммуникации проявлялась в главенстве “знатока” над “профаном”. На данном этапе развития общество находится в ССМК-5, где “массовая коммуникация СМИ уступает место персонализированной коммуникации социальных сетей” [2]. Социальные медиа — это инструменты взаимодействия пользователей между собой, основанные на общении, копродукции контента, где каждый человек может выступать в нескольких ролях: комментатора, создателя, редактора, вырабатывая конечный продукт, который пользователем и потребляется.

Целевая установка социальных медиа — отказ от односторонних способов коммуникации в пользу интерактивных. Возможность каждого быть “знатоком” (то есть создавать, редактировать и управлять контентом) в корне меняет иерархию в бинарной оппозиции. В аналоговую эпоху “знаток” всегда обладал знанием, “профан” всегда занимал подчинительную позицию. Теперь же у “знатоков” появилось альтернативное

мнение. Пример этого — феномен сетевых “лидеров мнений”[3]. Это “знатоки”, которые распространяют идеи на своих последователей - “профанов”.

Современная бинарная оппозиция перерастает в сотрудничество и совместное взаимодействие, однако иерархия по-прежнему сохраняется. Бинарная оппозиция “знаток-профан” реализуется в социальных медиа через взаимодействие “лидер мнений — подписчики”. Подписчики могут знать больше и что-то подсказать “лидеру мнений”, который, обладая большим социальным капиталом, распространяет его на своей медиaplощадке.

Власть лидера мнений подкрепляется также через влияние авторитета “друзей”. Социальные медиа очень персонализированны, в друзьях у людей - их настоящие друзья в жизни, поэтому в них высок уровень доверия[4]. У каждого человека, вовлечённого в социальные медиа, формируется свой “социальный круг” - круг людей, новостям которых он доверяет. Если его социальный круг поддерживает этого лидера мнений, то человек также будет демонстрировать лояльность к этому лидеру.

Таким образом, бинарная оппозиция “знаток-профан” на данный момент не лежит на поверхности и не считается сразу как иерархизированная связь, но она остается по-прежнему в обществе, и сила её влияния на социальные установки даже возрастает в виду высокого уровня доверия, который присутствует в социальных медиа.

### **Литература**

1. В.П.Руднев. Словарь культуры XX века. Ключевые понятия и тексты. М., 1997.
2. Буданцев Ю.П. В контексте жизни: Системный подход и массовая коммуникация. М., 1986.
3. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Модели влияния в социальных сетях / Управление большими системами. Выпуск 27. М.: ИПУ РАН, 2009. С.205-281.
4. Сергеев В.М., Кузьмин А.С., Нечаев В.Д., Алексеенкова Е.С. Доверие и пространственное взаимодействие социальных сетей // Журнал Полис, 2007. №2