

Ребрина Л. Н. Системно-коммуникативные измерения современного протеста (на материале немецкоязычных онлайн-петиций) / Л. Н. Ребрина, Н. Л. Шамне // Научный диалог. — 2020. — № 3. — С. 151—167. — DOI: 10.24224/2227-1295-2020-3-151-167.

Rebrina, L. N., Shamne, N. L. (2020). Systemic-Communicative Dimensions of Modern Protest (based on German-Language Online Petitions). *Nauchnyi dialog*, 3: 151-167. DOI: 10.24224/2227-1295-2020-3-151-167. (In Russ.).



УДК 811.112.2'42:070

DOI: 10.24224/2227-1295-2020-3-151-167

СИСТЕМНО-КОММУНИКАТИВНЫЕ ИЗМЕРЕНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРОТЕСТА (НА МАТЕРИАЛЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ОНЛАЙН-ПЕТИЦИЙ)

© Ребрина Лариса Николаевна (2020), orcid.org/0000-0003-0512-980X, ResearcherID G-6420-2015, Scopus Author ID 56241972800, доктор филологических наук, ведущий научный сотрудник, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет» (Волгоград, Россия), lnrebrina@volsu.ru.

© Шамне Николай Леонидович (2020), orcid.org/0000-0002-5745-8907, Scopus Author ID 56241492800, доктор филологических наук, директор института филологии и межкультурной коммуникации, федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Волгоградский государственный университет» (Волгоград, Россия), nikolay.shamne@volsu.ru.

В статье представлены результаты исследования характеристик немецкоязычных онлайн-петиций на петиционной платформе openPetition, конституирующих пространственно-временное, предметное, коллективно-личностное системно-коммуникативные измерения протеста; изучения актуальных проявлений медиатизации политики и Net-мышления как атрибута современной медиации в исследуемых коммуникативных практиках протеста. Раскрывается интегративная природа электронных петиций, обусловливаемая их полифункциональностью, дискурсивной гибридностью и стилистическим синкретизмом. Описываются специфика конструирования в онлайн-петициях сложного адресата (индивидуального адресанта и коллективного со-адресанта) и сложного адресата (массового и целевого адресата); релевантные коммуникативные стратегии и тактики массового адресата, индивидуального адресанта и со-адресантов. Определяются закономерности построения повестки дня и дискурсивного конструирования проблемы в онлайн-петициях. Охарактеризованы способы формирования и поддержания интернет-солидарности в исследуемой протестной практике. Выявляются проявления медиатизации политики и личности в анализируемых практиках. Описываются атрибуты и фактическое отражение в онлайн-петициях формируемого нового типа мышления (Net-мышления) как следствия специфики современной медиации протестной коммуникации. Результаты исследования вносят определенный вклад в дальнейшее осмысление взаимосвязи технологических и социокультурных изменений.

Ключевые слова: протест; коммуникация; онлайн-петиции; системно-коммуникативные измерения; медиатизация.

1. Онлайн-петиции в системе протестной коммуникации

Актуальные коммуникативные протестные практики характеризуются как новыми возможностями, так и новыми рисками, связываемыми с электронной демократией как современным форматом политического участия граждан, их диалога с властью [Ребрина, 2018]. Онлайн-петиции — современная мобилизационная, конвенциональная форма политической активности граждан, относящаяся к прямой демократии, характеризуемая по уровню взаимодействия власти и граждан как партиципация, причисляемая по форме реагирования к активному конструктивному протесту (сочетание параметров «высокая активность действий, направленных на изменение ситуации» и «высокая степень осознания ситуации» [Келасьев, Казаков, Лейес, 2006; Ребрина, 2018]. Участники различаются характером использования платформы и мотивацией (потребители активизма, новые лоббисты, активисты хитов, стейкхолдеры [Jungherr, Jürgens, 2011]), соотносятся, в зависимости от активности и ресурсозатрат, с разными уровнями партиципационной пирамиды (от «кликтивистов» до инициаторов протестных акций) [Berg, 2017].

2. Методология исследования системно-коммуникативных измерений онлайн-петиций

Предметом исследования выступают системно-коммуникативные характеристики немецкоязычных онлайн-петиций, рассматриваемые в контексте медиатизации политики и специфики современной медиации политической коммуникации. В рамках широкого коммуникативного подхода протест интерпретируется как особая коммуникативная система [Бараш и др., 2018] со своими пространственно-временным (применительно к языковедческой проблематике — прототипические формы, реализуемые в конкретных дискурсивных практиках с их хронотопическими особенностями); предметным (дискурсивное конструирование реальности: объекты тематизации, закономерности конструирования ситуации как проблемы) и коллективно-личностным (дискурсивное конструирование идентичности адресанта и адресата; коммуникативные стратегии и тактики, коммуникативные аспекты солидаризации) измерениями протеста. Мы исходим также из научных тезисов об активном сопряжении политической сферы и медиа [Казимирич, 2014; Oniszczuk, 2011], «наследовании» современной медиатизированной политической коммуникацией функций СМИ: информирование (представление повестки дня, проблематизация, обеспечение публичности), социализация (трансляция политических стереотипов, мифов и пр.), мобилизация (формирование общественного резонанса,

привлечение сторонников), обеспечение обратной связи (воздействие от лица общественного мнения), «рекреационно-развлекательная» (интерактивный обмен оценками, возможность высказаться для каждого) [Паулов, 2008]; об обусловленной современной медиацией трансформации мышления [Курбатов, 2017; Small, 2009]. Материал исследования — немецкоязычные петиции на петиционной платформе openPetition, обеспечивающей поиск по комплексу фильтров. Каждую петицию сопровождают рубрики: 1) дебаты по петиции; 2) новости (изменения статуса петиции, внешняя посткоммуникация); 3) комментарии подписчиков; 4) подписчики; 5) вопросы адресанту; 6) статистика; 7) репост. Объем выборки — 2200 петиций с разными статусом, адресацией, тематикой, по различным регионам.

3. Онлайн-петиции как гибридная протестная практика

Проделанный анализ указывает на интегративную природу онлайн-петиций, которые характеризуются полифункциональностью, сочетая директивную (см. предписание, решение, поручение, представление, претензия и пр., отличающиеся экспликацией волеизъявления, предписательной / прескриптивной тональностью), информационно-оценочную (см. тексты аргументирующего типа: памфлет, комментарий, очерк, рецензия, фельетон), агитационно-пропагандистскую (см. лозунги, социальная реклама, транспарант, плакат д.р.) функции. Отмеченная гетерогенность находит проявление в следующих признаках электронных онлайн-петиций:

— Множественность коммуникативных целей адресанта: а) представление своей гражданской позиции (характеризует, в первую очередь, агитационно-пропагандистские жанры); б) привлечение внимания к ситуации, проблематизация (свойственно информационно-оценочным и агитационно-пропагандистским жанрам); формирование желательного (отрицательного) отношения пользователей платформы, субъекта власти к проблемной ситуации и воспитательная функция — часто используется противопоставление ценностных концептов (признак информационно-оценочных жанров); в) привлечение сторонников, солидаризация (отличительная черта агитационно-пропагандистских жанров); г) требование решения проблемы, побуждение власти к определенному действию (типично для директивных жанров) [Ребрина, 2018].

— Активное употребление языковых средств с побудительной семантикой (признак директивных жанров): перформативные, модальные конструкции и глаголы; побудительные предложения; оценочные единицы (признак информационно-оценочных, агитационно-пропагандистских жанров); призывающие обращения к массовой аудитории [Ребрина, 2018].

— Апелляции к интересам и ценностям пользователей openPetition, психологическая аргументация (информационно-оценочный, агитационно-пропагандистский жанры); манипулирование фактами — прежде всего, агитационно-пропагандистский, а также информационно-оценочный жанр (следует упомянуть размещенные на платформе отвергнутые петиции с указанием причин; например, петиция «Impfen macht krank» снята из-за неподтвержденных фактов; петиция «Kein generelles Tempolimit 130» — из-за субъективности и дискриминирующего содержания).

Исследуемые петиции характеризуется дискурсивной гибридностью [Ребрина, 2018]: комбинирование характеристик политического (с его персуазивностью, актуальностью, оценочностью и фактологичностью, идеологизацией, высокой критичностью, агитаторством и пропагандизмом, установкой на интеграцию и дифференциацию участников, на контроль, агональность и гармонизацию), публицистического (с его фактографичностью, персуазивностью, оценочностью, сочетанием логической и психологической аргументации, объективного и субъективного, доходчивостью изложения, персонифицированностью, оперативностью, тематическим разнообразием), делового (с его унификацией композиционной структуры, формальным регистром, информационной лаконичностью, сдержанной тональностью) дискурсов и интернет-дискурса (типичны: виртуальность, интерактивность, усиление черт неформального общения, упрощение формы при усложнении pragmatики, гетерогенность участников, высокая проницаемость).

Следующая релевантная черта — стилистический синкретизм (см. [Курьянович, 2016]), обусловленный сочетанием признаков такого жанра публицистики, как открытые письма, а именно, письма протеста / в защиту (признаки: информативно-экспрессивная, фатическая функции, функция социального воздействия, широкая адресация, анализм, сочетание разговорного и официально-делового стилей, этикетные формулы и устойчивая композиционная структура) и жанров деловой коммуникации, например, прошение, ходатайство, жалоба (унифицированная композиционная структура, фактографичность, конкретный адресат, официальный регистр, логическая аргументация, использование клише).

4. Коллективно-личностное системно-коммуникативное измерение протеста (на примере онлайн-петиций)

На фоне гетерогенности пользователей платформы подписанты даже при низкой личной заинтересованности демонстрируют высокую активность и готовность в дальнейшем в какой-либо форме поддержать иници-

тиву. Выявлена корреляция степени личной вовлеченности подписантов в проблематику и их готовности к дальнейшим действиям по поддержке петиции, исходя из оценки ее значимости. Например: согласно статистике по петиции «Rettet die Schleuse in Brienen» с требованием сохранить один из старейших шлюзов в Германии, тема непосредственно касается только 18 % подписантов, может коснуться в будущем — 8 % (большая часть просто интересуется темой — 40 %, многие чувствуют ответственность — 22 %); при этом участники демонстрируют довольно высокую потенциальную активность: 22 % готовы помочь распространению петиции; 18 % — принять участие в совместных акциях; 17 % — убедить других; 4 % — организовать совместные акции. Большая степень вовлеченности обуславливает более высокий уровень активности подписантов. Для сравнения: из подписантов петиции «Deutscher Jugendrat JETZT!» (с требованием создать «Совет молодежи Германии» для обеспечения участия молодежи в принятии важных для будущего решений) 40 % объявили себя лично затронутыми, 10 % — могут быть затронуты в будущем, 37 % — чувствуют ответственность; 9 % — заинтересованы темой; при этом 19 % готовы организовать совместные акции, 29 % — принять участие в акциях, 14 % — убеждать других, 22 % — помочь в распространении, 1 % — финансово поддержать инициативу.

Адресанты (как правило) — инициаторы одной петиции на платформе, то есть их основная мотивация — индивидуальная заинтересованность, компетентность. Формируемые сообщества характеризуют равностатусность участников, высокая динамичность; взаимодействие 2-х тенденций: рост индивидуализма и значимости солидаризации. OpenPetition для анализа и учета мотивационных и поведенческих признаков пользователей применяет умные данные, представляющие собой «большие данные», собираемые по особой технологии (с помощью Cookies), структурированные по характеристикам аудитории и интерпретированные посредством интеллектуального алгоритма (на openPetition — сервис веб-анализа Matomo). Данные используются не только для формирования разнообразной статистики, но и для рекомендации аутентифицированным пользователям петиций с определенным административным округом, темами, адресатами, для предоставления пользователям возможности прямого общения, отправки новостных рассылок в соответствии с их предпочтениями.

Особенностями исследуемой протестной практики являются сложный адресат (результат двувекторной адресации петиций, обращенных ко всем пользователям петиционной платформы с целью формирования общественного мнения и привлечения подписантов; к субъекту власти

как целевому адресату с целью убеждения в необходимости действия / решения) и сложный адресант (автор петиции и коллективный соадресант — подписанты) [Ребрина, 2018]. Акцентирование одного из двух векторов адресации обусловливает характер используемых аргументов и выбор языковых средств, типичных для публицистических / деловых текстов.

Массовый адресат в тексте петиции получает регулярную экспликацию: 1) в заключительной фразе (*Sorgen Sie, gemeinsam mit uns, für sichere Fluchtwege ...* [Keine Hochhäuser]); 2) в прямых обращениях и призывах (*Auch du findest, dass das Sterben im Mittelmeer beendet werden muss ...?* *Dann werde Teil der Bewegung ...* [Erfurt]); 3) в обозначениях недовольных ситуаций в третьем лице (*Ich bin ... sicher, dass die Mehrheit der Bujadinger Bürger ... mit den Bebauungsplänen ... nicht einverstanden sind* [Keine Hochhäuser]); 4) в солидаризирующих «комплиментах» массовому адресату, приписывающих ему разные добродетели, которые должны побудить его поддержать петицию; 5) (факультативно) в прямых обращениях в «зачине» петиции: *Liebe Bürger & Bürgerinnen, Es ist Zeit zu HANDELN!* [Steuerfreiheit]. Массовый адресат манифестируется также в отрицательных оценках инициативы в аргументах «против» раздела «Дебаты» (например, в выскаживаниях «против» к петиции [Keine Hochhäuser] с требованием отмены строительства базы отдыха на дамбе Бурхавер пользователи указывают на то, что это строительство могло бы стать мощным экономическим фактором развития местности, на дефицит инфраструктуры). Понятийная категория (массового) адресата включает в себя представление адресанта о социальных статусах, качествах, ценностях адресата. Как показывает материал, в представлениях адресантов потенциальные подписанты — неравнодушные, активные, ответственные, разделяющие общечеловеческие ценности, любящие свою страну.

Целевой адресат — субъект власти определенного уровня (район, община, город, округ, федеральная земля, федерация, государство, ЕС) — эксплицируется: 1) в шапке петиции (указание на конкретное лицо / орган власти: *Petition richtet sich an: Bürgermeister Wolfgang Beiergrößlein* [Erfurt]); 2) в ее центральной части при предъявлении требования: *Die Stadt Kronach fordert von der Bundesregierung die Einführung eines Klimaschutzgesetzes ...* [Klimanotstand]; 3) (факультативно) в прямых обращениях в начале петиции (*Sehr geehrter Herr Lionel Souque, wir setzen uns für den Erhalt von ... Ackerboden ein* [Beste Böden]). Релевантные приемы при формировании образа целевого адресата: 1) персонификация органов власти (например: *Die Politik kümmert sich lieber um Äußerlichkeiten* [Öffnet eure Augen]); 2) критическая оценка власти для солидаризации перед лицом общего вра-

га (*Hemmungslos politischer Diebstahl gilt es zu stoppen! [Steuerfreiheit]*). Самый частотный целевой адресат — государство (53,62 % петиций), далее следуют федеральная земля (16,99 %), земельный округ (14,46 %), община / город (11,98 %), что характеризует связываемые с субъектами власти ожидания граждан; сами поводы обращения. Соотношение успешных и потерпевших неудачу петиций отражает лишь частичное подтверждение ожиданий граждан, характеризуя восприимчивость органов власти к критике и их готовность действовать (наилучшие показатели: государство — 1:5,9; муниципальный / городской район и земельный округ — 1:6).

Сложный адресант также получает разнообразную экспликацию в исследуемых протестных практиках:

1. Персональный адресант (его индивидуальное «Я») получает экспликацию: а) в форме развернутого самопредставления (например, в тексте петиции «Appell: Wieder Krieg in Europa? ...»); б) посредством индивидуальной подписи в конце петиции; в) при представлении собственной позиции (маркер — личное, притяжательное, возвратное местоимение 1 лица единственного числа, соответствующая личная форма глагола: *Ich bin beinahe sicher, dass ...; Ich bin der Meinung ... [Keine Hochhäuser]*).
2. «Я-социальное» персонального адресанта как проводника позиции сограждан эксплицируется: а) посредством приемов идентификации с массовым адресатом (*Die Stadt Kronach fordert ... [Klimanotstand]*); б) в безличных, неопределенno-личных конструкциях с семантикой необходимости, долженствования, желательности: *Deshalb ist es wichtiger denn je schnell zu handeln! [Klimanotstand]*. в) в самом спектре социально значимых тем.
3. Подписанты превращаются в соавторов, коллективного со-адресанта, от имени которого петиция представляется субъекту власти. Изменение статуса отражается: а) в «Комментариях», где подписанты объясняют причины поддержки инициативы; б) в разделе «Дебаты» в высказываниях «За»; в) в наглядной статистике к петиции (графики и диаграммы с указанием количества подписчиков, их локации, динамики подписей, оценки ими значимости проблемы и степени готовности к дальнейшим действиям); г) в собирательных обозначениях в петиции (*Wir Unterzeichner fordern die Bundesregierung auf ... [Aufruf]*).

В онлайн-петициях получают экспликацию специфика формирования и характеристики особого типа солидарности — интернет-солидарности: 1) реализация в петиции и посредством интерактивного инструментария «мы-концепции», виртуальные способы выражения поддержки (описанные приемы идентификации, солидаризирующие комплименты, собирательные обозначения и обращения к массовому адресату, подпись, ком-

ментарии, высказывания «За» в «Дебатах», анкетирование и статистика подписчиков); 2) свобода участия, открытость и отсутствие жестких границ группы (динамика состава участников; широкие возможности расширения их круга посредством реестров; возможность присоединиться в любое время к петиции со статусом «идет сбор подписей»; нет ограничений участия (кроме технологических)); 3) нерелевантность территориальных и (частично) языковых границ (предлагаются переводные версии на 16 языках) 4) равнотатуность, одинаковый «вес» голосов; 5) прозрачность процедуры (см. статистику к петициям; раздел «Снятые петиции» с указанием причин отклонения); 6) оптимизация и публичный характер обмена информацией, оценками, продуктами и результатами солидарности (интерактивный инструментарий платформы, раздел «Новости по петиции»); 7) комбинирование онлайн- и офлайн-активности (см. рубрику «Nebenan» / «Рядом», посредством которой подписчики могут контактировать, организовывать офлайн-встречи и -мероприятия). Интернет-солидарность характеризуется теми же этапами, что и офлайн-солидарность, ее угасание наступает с окончанием «жизненного цикла» петиции.

Наиболее частотными тактиками адресанта, реализующими доминирующую стратегию аргументирования (61,8 %), являются тактики фактической и психологической (этическая и эмоциональная) аргументации (45,98 % и 42,2 % соответственно); логическая аргументация используется редко, что указывает на одинаковую релевантность установок адресанта на убеждение целевого адресата и на привлечение сторонников. Стратегия самопрезентации (20,7 %) актуализируется тактиками идентификации с массовым адресатом (42,72 %), демонстрации осведомленности / компетентности (29,61 %), противопоставления неодобряемому оппоненту — субъекту власти (12,9 %), представления субъективного мнения (11,07 %), полноценного самопредставления (3,8 %). Фатическую стратегию (17,5 %) реализуют тактики консолидирующего призыва к массовому адресанту (44,75 %); прямого / косвенного призыва к целевому адресату (41,05 %); обвинения целевого адресата (12,01 %); (тактика комплимента массовому адресату — малочастотная).

Спектр используемых массовым адресатом коммуникативных стратегий и тактик (см. «Дебаты» и «Комментарии») уже: а) доминирующая стратегия аргументирования (85,5 %) реализуется тактиками этической (48,3 %) и фактической (44,76 %) аргументации (апелляция к индивидуальному опыту — собственному / пользователей платформы — малочастотна (5,01 %)); б) стратегия самопрезентации актуализируется посредством солидаризующей идентификации с участниками сообщества (65,7 %) или

неодобрительного противопоставления оппоненту (33,01 %) (случаи само-представления и широких прямых призывов единичны).

5. Предметное системно-коммуникативное измерение протестной практики (на примере онлайн-петиций)

Наибольшее количество петиций (по состоянию на 16.02.2020), включая отклоненные платформой, инициированы по темам: «образование» (10,49 %), «транспорт» (10,14 %), «социальная сфера» (9,07 %), «культура» (7,39 %), «экология» (7,24), что указывает на сосредоточение беспокоящих активных граждан проблем в данных сферах. Больше всего отклоненных петиций приходится на темы «права граждан» (4,9 %), «безопасность» (4,56 %), семья (2,33 %), что свидетельствует о чрезмерно эмоциональном отношении адресантов к данным сферам или о высоком манипулятивном потенциале последних. Самая высокая доля успешных петиций, указывающая на совпадение интереса массового адресата и «восприимчивости» к данным проблемам и готовности действовать целевого адресата, характеризует темы: «культура» (13,77 %), «экология» (10,14 %), «образование» (10,07 %), «строительство» (9,59 %), социальная сфера» (8,07 %), «транспорт» (7,99 %). Наиболее «благополучное» соотношение успешных и потерпевших неудачу петиций отличает сферы «наука» (1:3,9), «экология» (1:5,7), «культура» (1:5,9).

Рассматривая коммуникативная практика проактивно формирует проблему и предстает в своих самоописаниях как реактивная, решающая ее. Факт конструирования реальности как некой проблемы подтверждается совпадением ответной реакции адресата и целей адресанта (предъявляемое = воспринимаемое). В онлайн-петициях комбинируются два уровня формирования повестки дня: а) общественный (тематизируются объекты, оцениваемые обществом как значимые); б) медийный (повестка задается в средствах массовой коммуникации). Релевантные стратегии — стратегия обоснования статуса «проблема» (то есть представление основания интерпретации некоторого факта /ситуации как угрозы, нарушения); стратегия (подкрепленного / неподкрепленного) предъявления оценки. Первая стратегия базируется на тактиках: а) указание на негативные последствия имеющей место ситуации / обстоятельства (28,03 %); б) обвинение оппонента (субъекта власти, его сторонников) как доказательство неблагоприятности ситуации (26,63 %); в) позитивная оценка предлагаемого решения, его последствий (20,11 %); г) отрицательная оценка современного состояния (13,31 %); д) указание на длительность современного неблагоприятного состояния (7,89 %); е) контрастирующая позитивная оценка предыдущего состояния (4,03 %). Вторая стратегия реализуется тактиками

представления оценки как разделяемой многими (37,92 %), как моральной аксиомы (33,74 %), как разделяемой авторитетом (18,33 %), как индивидуальной оценки адресанта (10,01 %); то есть адресант стремится заручиться как можно более широкой поддержкой.

6. Современная протестная коммуникация в контексте медиатизации политики и личности (на примере немецкоязычных онлайн-петиций)

Современная политика характеризуется как медиатизированная; политическая сфера для массового адресата — продукт восприятия виртуальных образов, стереотипов, симуляков; политика редуцируется до контроля медиареальности [Казимирчик, 2014; Степанов, 2016; Lundby, 2014]. Логика медиа определяет коды и релевантные признаки информации. Медиатизация как метаконцепт, учитывающий смену моделей коммуникации и результирующую трансформацию социума, раскрывает взаимосвязи технологических и социокультурных изменений. К ее медиатизации в онлайн-петициях относятся следующие факты:

1) Симплификация / редукция социальной реальности, установка на формирование простых, привлекающих образов как отражение потребности индивидов в ответ на растущие потоки информации, фрагментарность и противоречивость картины мира (например: выведение из коммуникативного фокуса аргументов субъекта власти, позитивных аспектов его стратегий, рисков и сложностей реализации предлагаемых адресантом решений, альтернативных возможностей). С данным явлением сопряжена возрастающая роль эмоциональной приверженности (с чем связано функционирование феномена «постправда»).

2) «Имплозия социального» [Бодрийяр, 2006], в рамках которой коммуникация замыкается на себе (как циклическая ссылка), отправитель становится тождественным адресату (трансформация массового адресата в коллективного со-адресанта). Ее атрибуты — виртуальность, сетевой индивидуализм, интернет-солидарность, сетевые структуры, где каждый может стать центром / адресантом или управляемым объектом / массовым адресатом, смещение границ публичного и приватного. Публичная субъективность, однако, для онлайн-петиций — периферийное явление (сдерживающий фактор — отклонение платформой петиций, нарушающих должное соотношение объективного и субъективного; степень субъективности адресанта коррелирует с выбирайемой установкой на привлечение сторонников / убеждение субъекта власти).

3) Умножение субъекта политической коммуникации, когда любой может создать адресованный социуму «продукт» (потребность индивида

быть услышанным) в независимости от его медийного опыта и компетентности в соответствующей сфере (объясняет симплификацию и наличие отклоненных петиций). Усложнение адресата и адресанта (см. выше).

4) Разрешение конфликтов в русле концепции «мягкой силы» (функция медиации платформы, где петиции функционируют как «мягкий» аналог «юридических практик» для разрешения конфликтов с присущими им обвиняемыми (власть), истцами (граждане), требованиями).

5) Трансгрессивность — характеристика коммуникативного поведения и конечного продукта, обусловливаемая ускорением темпа жизни, спецификой современной медиации, результирующая повышение целенаправленной «силы текста» и «коммуникативной воли» адресанта (проявляется на уровне структуры, композиции, языковых, стилистических средств текста) [Степанов, 2016; Lundby, 2014]. Исследуемый материал включает (при стабильной композиционной структуре) инородные по отношению к тексту элементы с высоким трансгрессивным потенциалом: а) картинки и видео, выполняющие функцию визуализации и комплементации (практически все петиции сопровождаются фотографиями, некоторые — видео); б) хештеги, включающие петиции в группу схожих по тематике сообщений, реализующие их смысловое расширение, дополнительное привлечение сторонников (присутствуют в заголовках); в) гиперссылки, повышающие смысловую глубину текста, позволяющие индивидуально интегрировать разрозненные смысловые блоки.

7) Персонализация политики (объективизация: конкретный адресант и целевой адресат, идентифицируемые подписанты, статистика подписантов, индивидуальные выбор тем и рекомендации петиций платформой).

Глобализация информационных процессов и коммуникации, дополнительность усиливающихся коллективных процессов и индивидуализации, рост информационных потоков и воздействия обусловливают необходимость адаптивного механизма сознания, в качестве которого выступает Net-мышление как одно из следствий современной медиации и медиатизации протестных практик. Исследователи указывают на следующие атрибуты формируемого Net-мышления: нелинейное, узловое / сетевое, много-векторное [Курбатов, 207; Пронина, 2001; Small, 2009]. Исследуемые практики протеста иллюстрируют данное явление.

А) проявления Net-мышления, характеризующие тексты петиций:

— умелое обращение с синкретизмом симультанной разноформатной информации, синкретизмом языковых манифестаций (предложение апелляции к другим ресурсам / базам данных и «синкретичный дизайн», дискурсивная и жанровая интеграция;

— преобладание «комбинаторики над силлогистикой» (размещение элементов композиции, сочетание аргументов при дефиците логических построений, содержащих логические связи, выводы) [Курбатов, 2017];

— гибкий / вариативный алгоритм проработки информации, его независимость от структуры сообщения в условиях принципиально открытого текста, индивидуальной траектории информирования (гипертекст предполагает разную последовательность развертывания, дополнения информации, то есть множество динамических потенций, сам текст индивидуален для каждого, вариативен / альтернативен, реализует новое движение информации, «свободу воли» гипертекста);

— особая рациональность: а) готовность работать с неполной или, наоборот, чрезмерной информацией, толерантность к неопределенности (отклонение от последовательности / логичности / объективности; на данные «отклонения» указывается и в ряде комментариев, например, к петиции «*Öffnet eure Augen...*»; характерно также для дебатов и комментариев); б) принятие равнозначности эмоционального и логического, субъективного и объективного (см. тактики аргументирования, конструирования проблемы) [Пронина, 2001; Small, 2009];

Б) характеризующие преимущественно «Дебаты» и «Комментарии:

— избегание избыточности и лаконизм, например: использование номинативных структур, парцелляции, эллипсисов, тезисного стиля (в комментариях: «*Aus Selbstverständnis.*» [Erfurt]; в дебатах: «*Weil die Schleuse zum Niederrhein gehört.*» [см. Rettet die Schleuse]);

— ориентация на полифоничность: близость к внутренней речи (но не самокоммуникация, а публичный полилог с собой и другими), одновременное обращение ко многим и к одному; интерактивность; установка на дополнение со стороны других пользователей и функций (см. конструирование адресата; обмен оценками в комментариях, дебатах, опросы пользователей) [Курбатов, 2017; Пронина, 2001; Small, 2009].

7. Выводы

Онлайн-петиции характеризуются интегративной природой, обусловливаемой их полифункциональностью, дискурсивной гибридностью и стилистическим синкретизмом. Онлайн-петиции отличаются сложным адресатом (массовый адресат / пользователи платформы и целевой адресат / субъект власти) и сложным адресантом (инициатор петиции, подписанты / коллективный со-адресант). Превалирование одной из двух установок (привлечение сторонников / убеждение субъекта власти) определяет доминирование черт публицистического / делового стиля.

Массовый и целевой адресат, комплексный адресант (индивидуальное и социальное «Я» персонального адресанта, коллективный со-адресант) получают регулярную экспликацию. Определяемые ожиданиями активных граждан и характером поднимаемых проблем частотные целевые адресаты — государство (чаще всего), федеральная земля, земельный округ. Онлайн-петиции иллюстрируют формирование интернет-солидарности. Массовый адресат активно использует (в комментариях и дебатах) стратегию аргументирования, как правило, доводы к этосу и фактам; его самопрезентация реализуется преимущественно посредством солидаризирующей идентификации с пользователями платформы. Адресант действует фактическую и психологическую аргументацию, воздействуя на оба типа адресата. Формируемая им собственная идентичность (преимущественно) — результат идентификации с массовым адресатом и акцентирования своей осведомленности; фактическую стратегию актуализируют, в первую очередь, прямые / косвенные призывы к массовому и целевому адресату. Сфера «образование», «транспорт», «социальное», «культура», «экология» характеризуются наибольшим сосредоточением проблем, затрагивающих интересы граждан; сферы «культура», «экология», «образование» — совпадением интересов граждан и «восприимчивости» субъектов власти. Тематизация ситуации как проблемы осуществляется посредством указания на ее негативные последствия, обвинения оппонента, позитивной оценки требуемых изменений; оценка предъявляется, чаще всего, как разделяемая многими или как моральная аксиома. Онлайн-петиции отражают медиатизацию и виртуализацию политики (проявления: симплифицирующая редукция реальности; значимость эмоциональной приверженности; «имплозия социального»; умножение и усложнение субъекта коммуникации, трансгрессивность; персонализация политики). В онлайн-петициях манифестируется формируемое Net-мышление как следствие специфики современной медиации, характеризуемое как нелинейное, сетевое, многовекторное (его проявления: умелое обращение с синкретизмом симультанной разноформатной информации, преобладание «комбинаторики над силлогистикой», вариативный алгоритм проработки информации, особая рациональность, ориентация на полифоничность).

8. Acknowledgments

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-012-00193 [The reported study was funded by RFBR, project number 20-012-00193].

Источники и принятые сокращения

1. Aufruf — *Aufruf* an die Bundesregierung: Keine Unterzeichnung des UN Migrationspaktes! [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.openpetition.de/petition/online/aufruf-an-die-bundesregierung-keine-unterzeichnung-des-un-migrationspaktes>.
2. Beste Böden — *Beste Böden brauchen Schutz!* [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.openpetition.de/petition/online/beste-boeden-brauchen-schutz>.
3. Erfurt — *Erfurt zum sicheren Hafen!* [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.openpetition.de/petition/online/erfurt-zum-sicheren-hafen-offener-brief-der-seebuecke-erfurt>.
4. Keine Hochhäuser — «*Keine Hochhäuser am Burhaver Deich*» [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.openpetition.de/petition/online/keine-hochhaeuser-am-burhaver-deich#petition-main>.
5. Klimanotstand — *Ausrufung* des Klimanotstands in der Stadt Kronach [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.openpetition.de/petition/online/ausrufung-des-klimanotstands-in-stadt-kronach>.
6. *Öffnet* eure Augen, statt um Burkas, kümmert euch um Palästina! [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.openpetition.de/petition/online/politik-oeffnet-eure-augen-statt-um-burkas-kuemmert-euch-um-palaestina>.
7. Rettet die Schleuse — *Rettet* die Schleuse in Brienens, erbaut 1656 bis 1688 [Electronic resource]. — Access mode: https://www.openpetition.de/petition/statistik/rettet-die-schleuse-in-brienens-erbaut-1656-bis-1688?language=de_DE.utf8#petition-main.
8. Steuerfreiheit — *Steuerfreiheit* für Rentner [Electronic resource]. — Access mode: <https://www.openpetition.de/petition/online/steuerfreiheit-fuer-rentner-2>.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баращ Р. Э. Системно-коммуникативное исследование радикальных движений, или как возможна научная теория протеста / Р. Э. Баращ, А. Ю. Антоновский // Философский журнал. — 2018. — № 11 (2). — С. 91—105. — DOI: 10.21146/2072-0726-2018-11-2-91-105.
2. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть / Ж. Бодрийяр. — Москва : КДУ, 2006. — 389 с.
3. Казимирчик Л. В. Феномен медиатизации публичной политики : теоретико-методологический аспект / Л. В. Казимирчик // Политические науки. Теория и практика общественного развития. — 2014. — № 11. — С. 99—103.
4. Келасьев О. В. Специфика коммуникации власти и населения в контексте массового публичного протesta / О. В. Келасьев, С. В. Казаков, А. Ю. Лейес // Журнал социологии и социальной антропологии. — 2006. — Том 9, № 1 (34). — С. 103—122.
5. Курбатов В. И. NET-мышление: новые реалии информационной эры / В. И. Курбатов // Гуманитарий юга России. — 2017. — Том 6, № 6. — С. 173—181. — DOI: 10.23683/2227-8656.2017.6.14.
6. Курьянович А. В. Полипарадигмальность жанра в зеркале предпочтений современной лингвистики (из опыта анализа online-петиций как особой разновидности эпистолярных текстов) / А. В. Курьянович // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. — 2016. — № 2 (30). — С. 150—159. — DOI: <http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1602.13>

7. Паулов С. В. Медиатизация политики и место СМИ в системе политической коммуникации / С. В. Паулов // Вестник Читинского государственного университета. — 2008. — № 1 (46). — С. 26—30.
8. Пронина Е. Е. «Живой текст»: четыре стилевых признака Net-мышления / Е. Е. Пронина // Вестник Московского университета. Серия. 10, Журналистика. — 2001. — № 6. — С. 74—80.
9. Ребрина Л. Н. Онлайн-петиции как форма протестной коммуникации в условиях электронной демократии / Л. Н. Ребрина // Мир науки, культуры, образования. — 2018. — № 3 (70). — С. 478—483.
10. Степанов В. Н. Трансгрессивность как сущностная характеристика современного медиатекста в мировой сети / В. Н. Степанов // Актуальные проблемы стилистики. — 2016. — № 2. — С. 149—158.
11. Berg J. Political Participation in the Form of Online Petitions: A Comparison of Formal and Informal Petitioning / J. Berg // International journal of e-politics. — 2017. — № 8 (1). — P. 14—29.
12. Jungherr A. E-Petitionen in Deutschland: Zwischen niedrigschwelligem Partizipationsangebot und quasi-plebisizitärer Nutzung / A. Jungherr, P. Jürgens // Zeitschrift für Parlamentsfragen. — 2011. — Heft 1. — S. 521—534.
13. Lundby K. Mediatization of Communication / K. Lundby. — Berlin : De Gruyter. — 2014. — 752 p.
14. Oniszczuk Z. Mediatisation of Politics and Politicisation of the Media. Two Dimensions of the Relationship / Z. Oniszczuk // Studiów Medioznawczych. — 2011. — № 4 (47). — P. 1—15.
15. Small G. I-Brain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind / G. Small, G. Vorgan. — New York : Harper-Collins, 2009. — 256 p.

SYSTEMIC-COMMUNICATIVE DIMENSIONS OF MODERN PROTEST (BASED ON GERMAN-LANGUAGE ONLINE PETITIONS)

© Larisa N. Rebrina (2020), orcid.org/0000-0003-0512-980X, ResearcherID G-6420-2015, SPIN 3971-1615, Scopus Author ID 56241972800, Doctor of Philology, Leading Researcher, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Volgograd State University” (Volgograd, Russia), lnrebrina@volsu.ru.

© Nikolay L. Shamne (2020), orcid.org/0000-0002-5745-8907, SPIN 8921-6595, Researcher ID S-8228-2016, Scopus Author ID 56241492800, Doctor of Philology, Director of the Institute of Philology and Intercultural Communication, Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Volgograd State University” (Volgograd, Russia), nikolay.shamne@volsu.ru.

The results of a study of the characteristics of German-speaking online petitions on the openPetition platform, constituting a spatio-temporal, substantive, collective-personal systemic-communicative dimension of protest; studying the current manifestations of the mediation of politics and Net-thinking as an attribute of modern mediation in the studied communicative practices of protest are presented in the article. The integrative nature of electronic

petitions is revealed, which is determined by their multifunctionality, discursive hybridity and stylistic syncretism. The design features in online petitions of a complex addressee (individual addressee and collective co-addressee) and complex addressee (mass and target addressee); relevant communication strategies and tactics of the mass addressee, individual addressee and co-addressees are described. The regularities of the agenda and discursive construction of the problem in online petitions are determined. The methods of forming and maintaining Internet solidarity in the studied protest practice are described. The manifestations of mediation of politics and personality in the analyzed practices are revealed. Attributes and actual reflection in online petitions of a new type of thinking (Net-thinking) as a consequence of the specifics of modern mediation of protest communication are described. The results of the study make a certain contribution to further understanding of the relationship between technological and sociocultural changes.

Key words: protest; communication; online petitions; systemic-communicative measurements; mediation.

MATERIAL RESOURCES

- aufruf — *Aufruf an die Bundesregierung: Keine Unterzeichnung des UN Migrationspaktes!* Available at: <https://www.openpetition.de/petition/online/aufruf-an-die-bundesregierung-keine-unterzeichnung-des-un-migrationspaktes>.
- Beste Böden — *Beste Böden brauchen Schutz!* Available at: <https://www.openpetition.de/petition/online/beste-boeden-brauchen-schutz>.
- Erfurt — *Erfurt zum sicheren Hafen!* Available at: <https://www.openpetition.de/petition/online/erfurt-zum-sicheren-hafen-offener-brief-der-seebuecke-erfurt>.
- Keine Hochhäuser — *«Keine Hochhäuser am Burhaver Deich».* Available at: <https://www.openpetition.de/petition/online/keine-hochhaeuser-am-burhaver-deich#petition-main>.
- Klimanotstand — *Ausrufung des Klimanotstands in der Stadt Kronach.* Available at: <https://www.openpetition.de/petition/online/ausrufung-des-klimanotstands-in-stadt-kronach>.
- Öffnet eure Augen, statt um Burkas, kümmert euch um Palästina! Available at: <https://www.openpetition.de/petition/online/politik-oeffnet-eure-augen-statt-um-burkas-kuemmert-euch-um-palaestina>.
- Rettet die Schleuse — *Rettet die Schleuse in Brienen, erbaut 1656 bis 1688.* Available at: https://www.openpetition.de/petition/statistik/rettet-die-schleuse-in-brienen-erbaut-1656-bis-1688?language=de_DE.utf8#petition-main.
- Steuerfreiheit — *Steuerfreiheit für Rentner.* Available at: <https://www.openpetition.de/petition/online/steuerfreiheit-fuer-rentner-2>.

REFERENCES

- Barash, R. E., Antonovskiy, A. Yu. (2018). Sistemno-kommunikativnoye issledovaniye radikalnykh dvizheniy, ili kak vozmozhna nauchnaya teoriya protesta. *Filosofskiy zhurnal*, 11 (2): 91—105. DOI: 10.21146/2072-0726-2018-11-2-91-105. (In Russ.).
- Berg, J. (2017). Political Participation in the Form of Online Petitions: A Comparison of Formal and Informal Petitioning. *International journal of e-politics*, 8 (1): 14—29.
- Bodriyyar, Zh. (2006). *Simvolicheskiy obmen i smert'*. Moskva: KDU. (In Russ.).

- Jungherr, A., Jürgens, P. (2011). E-Petitionen in Deutschland: Zwischen niedrigschwelligem Partizipationsangebot und quasi-plebiszitärer Nutzung. *Zeitschrift für Parlamentsfragen*, 1: 521—534.
- Kazimirchik, L. V. (2014). Fenomen mediatizatsii publichnoy politiki: teoretiko-metodologicheskiy aspect. *Politicheskiye nauki. Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya*, 11: 99—103. (In Russ.).
- Kelasyev, O. V., Kazakov, S. V., Leyes, A. Yu. (2006). Spetsifika kommunikatsii vlasti i naseleniya v kontekste massovogo publichnogo protesta. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*, 9/1 (34): 103—122. (In Russ.).
- Kurbatov, V. I. (2017). NET-myshleniye: novyye realii informatsionnoy ery. *Gumanitariy yuga Rossii*, 6/6: 173—181. DOI: 10.23683/2227-8656.2017.6.14. (In Russ.).
- Kuryanovich, A. V. (2016). Poliparadigmalnost' zhanra v zerkale predpochteniy sovremennoy lingvistiki (iz opyta analiza online-petitsiy kak osoboy raznovidnosti epistolarnykh tekstov). *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2 (30): 150—159. DOI: <http://dx.doi.org/10.15293/2226-3365.1602.13>. (In Russ.).
- Lundby, K. (2014). *Mediatization of Communication*. Berlin: De Gruyter.
- Oniszczuk, Z. (2011). Mediatisation of Politics and Politicisation of the Media. Two Dimensions of the Relationship. *Studiów Medioznawczych*, 4 (47): 1—15.
- Paulov, S. V. (2008). Mediatizatsiya politiki i mesto SMI v sisteme politicheskoy kommunikatsii. *Vestnik Chitinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 1 (46): 26—30. (In Russ.).
- Pronina, E. E. (2001). «Zhivoy tekst»: chetyre stilevyykh priznaka Net myshleniya. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya. 10, Zhurnalistika*, 6: 74—80. (In Russ.).
- Rebrina, L. N. (2018). Onlayn-petitsii kak forma protestnoy kommunikatsii v usloviyakh elektronnoy demokratii. *Mir nauki, kultury, obrazovaniya*, 3 (70): 478—483. (In Russ.).
- Small, G. (2009). *I-Brain: Surviving the Technological Alteration of the Modern Mind*. New York: Harper-Collins.
- Stepanov, V. N. (2016). Transgressivnost' kak sushchnostnaya kharakteristika sovremennoy mediateksta v mirovoy seti. *Aktualnyye problemy stilistiki*, 2: 149—158. (In Russ.).