

Twitter-дискурс дипломатических представительств при ООН о конфликте в Донбассе (2015–2021)

Р. В. Болгов

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: Болгов Р. В. Twitter-дискурс дипломатических представительств при ООН о конфликте в Донбассе (2015–2021) // Вестник Санкт-Петербургского университета. Международные отношения. 2022. Т. 15. Вып. 4. С. 421–435. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.405>

В статье представлены результаты исследования публичного дипломатического дискурса в социальной сети Twitter о конфликте в Донбассе, сформированного институциональными акторами (постоянными представительствами при ООН) и дипломатическими персонами (представителями, их заместителями и т. д.) стран — постоянных членом Совета Безопасности ООН. Хронологические рамки исследования: с января 2015 г. (эскалация вооруженного конфликта в Донбассе, начиная с обстрела остановки под Волновахой и обострения боев за Донецкий аэропорт) по 2021 г. Исследование проведено в 2021 г. Путем анализа сообщений в Twitter были выявлены некоторые тенденции развития дискурса. Автор обосновывает гипотезу о существовании двух расходящихся вариантов дискурса, которые по-разному характеризуют участников конфликта в Донбассе. Для подтверждения гипотезы мы используем технику для анализа политического дискурса, которая включает в себя два уровня анализа: выявление ключевых концептуальных метафор в обоих предполагаемых вариантах развития дискурса (положительно или отрицательно характеризующих стороны конфликта) и определение семантических оппозиций «мы — они», которые реализуются в рамках метафор. Определены метафорические образы сторон конфликта в целом и используемые понятия, а также концептуальные метафоры, которые они создают. Сделан вывод о том, что в обоих вариантах развития дискурса большинство концептуальных метафор основано на негативных концепциях, обозначающих противоположную сторону конфликта, а также о том, что дискуссия характеризуется повышенным эмоциональным напряжением.

Ключевые слова: политический дискурс, дискурс-анализ, политические метафоры, Twitter, социальные медиа, вооруженный конфликт, ООН, Донбасс.

Введение

Масштабные политические события на международной арене вызывают значительный резонанс на всех уровнях общества, становясь главной темой общественного дискурса. В то же время традиционные СМИ постепенно уступают место интернету в целом и социальным сетям в частности. Социальные сети становятся ведущей площадкой для дискурсивного обсуждения социальных проблем, стирая традиционные границы публичного пространства и лишая крупные СМИ их монополии на формирование общественного мнения. Дипломаты (как и вооб-

ще чиновники [1]), будучи частью общества, также становятся частью онлайн-пространства. Они используют международные организации, в том числе Организацию Объединенных Наций (ООН), как влиятельные платформы для дискуссий [2].

В статье анализируется публичный дипломатический дискурс о конфликте в Донбассе, формируемом в Twitter в рамках ООН. Хронологические рамки исследования: с января 2015 г. (эскалация вооруженного конфликта в Донбассе, начиная с обстрела остановок под Волновахой и обострения боев за Донецкий аэропорт) по 2021 г. Изначально нами была выдвинута гипотеза, что в социальных сетях вокруг вооруженного конфликта в Донбассе формируется два дискурса — дискурс, положительно характеризующий сторонников отделения Донбасса от Украины, и дискурс, характеризующий их отрицательно. Далее представим результаты проведенного исследования, уделив особое внимание разработанной нами и апробированной методике [3], так как, на наш взгляд, она может быть использована в подобных исследованиях в дальнейшем.

Данный конфликт не раз обсуждался в рамках ООН. 28 февраля 2014 г. Украина внесла запрос о проведении срочного заседания Совета Безопасности ООН из-за угрозы «территориальной целостности» страны. 15 марта был вынесен на голосование проект резолюции по Украине, его принятие заблокировала Россия. 28 марта была принята Резолюция Генеральной Ассамблеи ООН A/RES/68/262 о территориальной целостности Украины. 13 апреля Россия запросила проведение консультаций по Украине. В июле 2014 была принята резолюция Совета Безопасности S/RES/2166 в связи с катастрофой самолета MH17 в Донбассе с призывом к расследованию. 15 июня Управление Верховного комиссара ООН по правам человека опубликовало доклад о ситуации с правами человека в Донецкой и Луганской областях. 27 января 2015 г. вышел доклад Миссии по правам человека на Украине A/HRC/28/64/Add.1 о ситуации в стране. 17 февраля 2015 г. Совбез ООН принял резолюцию S/RES/2202 с одобрением мер по выполнению Минских соглашений. В декабре 2015 г., апреле 2016, феврале 2017 и мае 2018 г. прошли встречи в рамках Совбеза ООН по ситуации на Украине.

Дискурс: понятие и методы исследования

В данной статье под термином «дискурс» мы понимаем вслед за Т. А. ван Дейком социальное взаимодействие на базе языковой коммуникации. На первый план в дискурсе выходит не собственно факт «живой» коммуникации и не конкретные лингвистические параметры произведенного в итоге текста: «...важнейшим компонентом процессов построения и восприятия текстов является осмысление стоящих за ними социальных ситуаций и их когнитивная репрезентация» [4, p. 122].

Известно, что окончательно понимание дискурса как вербально опосредованного социального взаимодействия сложилось благодаря Юргену Хабермасу, который в своей теории коммуникативного действия предложил рассматривать коммуникацию, дискурс не просто как взаимодействие «как минимум двух способных говорить и действовать субъектов, вступающих (с помощью вербальных и невербальных средств) в межличностные отношения» [5, p. 11], но взаимодействие, происходящее по поводу важных в общественном и политическом плане вопросов.

Дискурс в социальных сетях представляет собой совокупность открытых (доступных для изменения и расширения), вербально опосредованных обсуждений неких тем, проводимых равными по статусу акторами. Однако полноценной частью публичного дискурса становятся лишь те обсуждения, которые посвящены важным для всего общества проблемам, уже попавшим в публичную сферу. Дискурс в социальных сетях — часть всеобщего публичного дискурса, с той разницей, что в социальных сетях актором его может стать любой субъект [3].

Компьютерный семантический анализ дискурса социальных сетей и медиаресурсов на сегодняшний день относится к числу наиболее активно развивающихся направлений компьютерной лингвистики и, в частности, компьютерной семантики. Значительный вклад в развитие данного направления вносят многочисленные современные исследования способов использования методов автоматической лингвистической обработки текстов с целью эффективного решения таких задач, как автоматическая классификация сообщений, распознавание именованных сущностей, data-mining, sentiment analysis, автоматическое реферирование и иных, основная сложность решения которых обусловлена многозначностью и многовариантностью естественно-языковых формулировок. В качестве отдельного направления стоит отметить анализ онлайн-дискурса (не обязательно политического) в рамках прикладной лингвистики [6], например, анализ эмоций в речевой коммуникации. Бейкер и Макинери представляют методологию, использующую автоматизированный анализ корпусной лингвистики [7].

Анализ политического дискурса издавна включает в себя контент-анализ, операционное кодирование, когнитивное картирование и т. д. Анализу дискурса посвящен ряд работ [3; 8]. Стоит отметить углубленный контент-анализ политического реализма и политического идеализма Бира и Баллека [9]. Эти авторы даже заявили о начале риторического поворота в международных отношениях. Также есть работы, в которых рассматриваются дискурс Дональда Трампа в частности [10] и популизм / ультраправые движения в целом [11]. Кроме того, некоторые исследователи анализируют опыт политических лидеров и граждан в сравнительной перспективе [12; 13].

Концептуальные метафоры в политическом дискурсе

Политический дискурс — это особый жанр дискурса, который включает в себя социальные и политические субъекты на уровнях, начиная от отдельного человека, местного сообщества, и заканчивая целым государством [14]. Следуя этой линии рассуждений, дискурс рассматривается как возникающий из-за взаимодействия множества сложных динамических контекстов и работает на нескольких временных уровнях [15, p. 674].

Социально-когнитивное направление в лингвистической парадигме изучает политический дискурс как социальное пространство, опосредованное познанием [16, p. 8]. Это посредничество часто связано с механизмом концептуальной метафоры [17].

В отличие от традиционной риторической парадигмы, концептуальные метафоры рассматриваются как фундаментальный аспект человеческого познания [18]. Концептуальные метафоры считаются присутствующими во многих неязыковых

областях повседневного познания [19]. Чтобы уточнить концептуальные метафоры, составляют «механизм категоризации, который... дает более конкретный, яркий образ абстрактного понятия» [17, р. 218]. Метафоры обеспечивают когнитивные рамки для социальных и политических вопросов [20, р. 565]. Концептуальные метафоры являются важным средством изучения политического дискурса [17], поскольку они истолковывают и ограничивают разработку политического повествования, особенно в политическом дискурсе международных отношений.

Политический дискурс в Twitter

Twitter предназначен для публикации 280-символьных текстов в интернете [21, р. 116]. В Twitter есть функция по умолчанию, отображающая количество последователей на странице каждого пользователя. Эта функция позволяет оценить аудиторию и популярность учетной записи Twitter. В то время как Twitter создавался как сервис для обмена неполитической информацией [22; 23], сегодня он широко используется в качестве платформы для онлайн-сообществ по целому ряду политических [24] и социально значимых тем [25]. Twitter стал часто используемым каналом политического дискурса [26]. Политики и общественные деятели имеют свои собственные учетные записи в Twitter, где они публикуют свои сообщения [27; 21]. Twitter используется в политическом дискурсе для распространения политических взглядов и мнений, а также поддержания онлайн-присутствия [28].

Twitter как одна из социальных сетей может быть концептуализирован как общедоступная онлайн-сфера. Баумер и коллеги [29, р. 1437] указывают, что политические микроблоги в Twitter стали все более влиятельными и демократизирующими источниками новостей и информации. Правительственные чиновники, у которых есть собственные учетные записи в Twitter, имеют одинаковые права публикации с непубличными пользователями. Примечательно, что политики в Twitter придерживаются тех же этических принципов, что и все другие пользователи. Twitter вызывает эгалитарный тип онлайн-дискурса, который является демократическим, удобным для пользователей и мультимодальным [30; 31]. В дискурсе Twitter есть уникальные характеристики, такие как связывание сообщений с пользователями, гиперссылки на внешние интернет-источники и хештеггинг [32, р. 292]. Стиль дискурса в Twitter включает в себя текучесть смысла, инновации и творчество [30, р. 49] одновременно с сознательно управляемыми, фиксированными и тщательно контролируемыми представлениями пользователей о внешнем мире [21, р. 115]. Кроме того, дискурс в Twitter чрезвычайно динамичен из-за скорости, с которой тексты публикуются [25, р. 317]. Предположительно, такое дискурсивное пространство включает специфичные для Twitter способы политического дискурса, в частности внешнеполитический дискурс.

Использование Twitter в дипломатическом дискурсе часто упоминается в исследованиях как «твипломатия» или «Twitter-дипломатия» [33]. Одна из отличительных черт твипломатии заключается в использовании в дипломатической службе технологий электронного правительства, связей с общественностью и коммуникаций с иностранными учреждениями [34, р. 19]. Твипломатия может включать в себя правительственные органы, например посольства, министерства иностранных дел, межправительственные организации и т. д., а также отдельных диплома-

тов, например послов и комиссаров [34]. Их учетные записи в Twitter обновляются в связи с текущей политической ситуацией, визитами за границу, отношениями с другими странами.

Общее влияние социальных медиа на политику рассматривают Дж. Берто и соавторы [35]. Общие вопросы использования интернета в дипломатии рассматривали Паммент [36], Сетхи [37], Данкомб [38], Цветкова [39]. Использование Twitter в деятельности государственных ведомств — Уотерс и соавторы [40]. Штраусс и коллеги исследовали использование Twitter посольствами западных стран как часть цифровой дипломатии [41]. Сравнение опыта западноевропейских с восточноевропейскими странами по использованию Twitter посольствами провели Додд и Коллинз [42]. С помощью контент-анализа они исследовали дискурс 41 посольства в Twitter. Применение Facebook* и Twitter в работе 11 министерств иностранных дел было проанализировано Кампфом и его коллегами [43], которые также провели сравнение опыта этих ведомств. Арапов провел фрейм-анализ российско-турецких отношений в Twitter [44]. Кроме того, некоторые исследователи сосредотачивают свое внимание на изучении опыта применения [45] и оценке эффективности [46] Twitter-дипломатии и стратегической коммуникации в целом [47]. Также стоит упомянуть ряд исследований украинского онлайн-дискурса в контексте событий 2014 г. и после [48; 49].

Twitter-дипломатия в ООН

В отчете компании Burson-Marsteller «Международные организации в социальных сетях» [50] исследуется использование Twitter, Facebook* и Instagram* 97 международными правительственными и неправительственными организациями. Оценка проводилась по таким параметрам, как вовлечение (количество ретвитов), активность (количество публикаций в день), эффективность (цитируемость), число подписчиков, связанность с другими организациями. Проводилась оценка и международных организаций самих по себе, и их руководителей. ООН имеет аккаунт в Twitter с марта 2008 г. Twitter стал влиятельным каналом коммуникации во время избирательной кампании генерального директора Всемирной организации здравоохранения Тедроса Аданоме Гебреисуса и Генерального директора ЮНЕСКО Одри Азулай. Большинство кандидатов вели активную агитацию в Twitter. Генеральный секретарь ООН Антониу Гутерриш некоторое время был одним из немногих, кто не присутствовал в социальных сетях, но 1 января 2017 г. он активировал свою личную учетную запись Twitter, которая сейчас имеет около 1,3 млн подписчиков и включена в список число наиболее эффективных (с точки зрения среднего числа ретвитов) аккаунтов лидеров международных организаций в Twitter. Аккаунт @UN_Spokesperson, управляемый Стефаном Дюжарриком и его командой, находится на втором месте среди международных организаций [50]. Многие специализированные учреждения ООН имеют аккаунты на всех шести официальных языках организации.

* Мета признана в РФ экстремистской организацией, и принадлежащие ей социальные сети Facebook и Instagram запрещены в России.

По ряду показателей семья ООН уступает таким организациям, как Всемирный экономический форум или Human Rights Watch. Однако ООН — международная организация с наибольшим числом читателей в Twitter (более 9 млн), опережающая ЮНИСЕФ и Всемирную организацию здравоохранения с 6,3 и 3,8 млн читателей соответственно. В то же время Всемирный экономический форум явно доминирует в рейтинге Twitter по вовлеченности (4 177 022 подписчика плюс ретвиты), что почти в два раза больше, чем @UNICEF и @UN, каждый из которых имеет в два и три раза больше читателей, чем @WEF. Всемирный экономический форум не платит за продвижение своих твитов, и его успех в основном связан с контентом (привлекательными визуальными эффектами и видео). Вероятно, из-за своего размера и гиперактивности у @WEF самый низкий уровень взаимодействия, всего 0,004% среди 10 лучших аккаунтов. У @UN ненамного лучше, с коэффициентом взаимодействия 0,005%, который представляет собой общее количество взаимодействий, разделенное на количество сообщений и среднее количество подписчиков в год. Еще одна интересная статистика об эффективности учетной записи Twitter — это среднее количество ретвитов на один твит. В этом отношении @UNICEF является наиболее эффективным (222), опережает @UN и @WHO (197 и 185, соответственно). Специализированные учреждения ООН часто подписываются друг на друга, что позволяет их командам в социальных сетях общаться через личные прямые сообщения на платформе. @UNDP поддерживает взаимные отношения с 87 другими организациями, аккаунты @UN и @UNGeneva занимают вторую и третью позиции и взаимно связаны с 82 и 81 другими организациями соответственно [50].

Методы и исследовательский материал

В статье проанализирован корпус твитов, созданных институциональными субъектами (постоянные представительства при ООН) и дипломатическими персонами (представители, их заместители и т. д.) государств — постоянных членов Совета Безопасности ООН. Исследованы только текстовые сообщения, принадлежащие участникам, входящим в выборку. Учитывались только официально подтвержденные аккаунты (критерием отбора было наличие прямой ссылки на официальном сайте актора или наличие отметки о подлинности учетной записи на странице в социальной сети). Перенаправления со страниц других участников не включались в корпус текстов.

Выбор Twitter как социально-сетевой платформы дискурса обусловлен его открытостью для всех участников, лаконичностью сообщений, а также простотой обмена и тегирования информации. Кроме того, участники часто повторяют информацию во всех социальных медиа, чтобы увеличить охват аудитории. Следовательно, анализ только этой платформы представляется достаточным для анализа дискурса в социальных медиа. Как правило, именно Twitter в качестве платформы выбирают, в частности, для исследования социальных движений, протестов и выборных кампаний [24; 51; 52]. Так, С. Хонг и Д. Надлер изучали технологии применения социальных медиа кандидатами в президенты США [53], в частности число упоминаний того или иного кандидата в микроблоге Twitter. Результаты проведенного исследования показали, что с появлением социальных медиа увеличивается количество каналов для транслирования информации аудитории. Выяснилось, что

высокий уровень активности кандидатов в социальных медиа в результате оказывает минимальное воздействие на уровень внимания общественности в онлайн-среде.

После окончательного формирования выборки был отобран эмпирический материал для анализа дискурса. Он представляет собой корпус созданных в социальных сетях текстов (высказываний, сообщений), где в той или иной форме упоминается вооруженный конфликт в Донбассе. В общей сложности корпус составил 165 текстов, сформированных 13 акторами (табл. 1).

Таблица 1. Выборка исследования

Акторы	Аккаунты в Twitter	Количество публикаций по теме
Институциональные субъекты — представительство при ООН		
Россия, с августа 2011	@russiaun	18
США, с февраля 2011	@usun	5
Великобритания, с мая 2010	@ukun_newyork	23
Франция, с января 2010	@franceonu	10
Китай, с апреля 2015	@chinamission2un	0
Дипломатические персоны (имя, должность)		
Никки Хейли, постоянный представитель США при ООН, 2017–2018	@nikkihaley	20
Саманта Пауэр, постоянный представитель США при ООН, 2013–2017	@AmbPower44	39
Карен Пирс, постоянный представитель Великобритании при ООН, с 2018	@karenpierceun	1
Джонатан Аллен, зам. постоянного представителя Великобритании при ООН	@ambassadorallen	0
Мэтью Райкрофт, постоянный представитель Великобритании при ООН, 2015–2018	@matthewrycroft1	12
Марк Лайал Грант, постоянный представитель Великобритании при ООН, 2009–2015	@lyallgrant	2
Анн Теген, заместитель постоянного представителя Франции при ООН, с 2016	@anngueguen	1
Дмитрий Полянский, первый зам. постоянного представителя России при ООН, с 2017	@Dpol_un	34

Для подтверждения исследовательской гипотезы используется методика анализа политического дискурса, разработанная автором совместно с О. Филатовой и А. Тарнавским [3], включающая два уровня анализа: выявление ключевых концептуальных метафор в обоих предполагаемых вариантах дискурса (позитивно или негативно ха-

рактизирующих стороны конфликта) и идентификацию семантической оппозиции «мы — они», реализованной в рамках метафор. Идентифицируются метафорические образы сторон конфликта в целом и используемые понятия, а затем и концептуальные метафоры, создаваемые ими. Таким образом, нами была сформирована методика, которая, на наш взгляд, является оптимальной для дискурс-анализа в политических исследованиях, не связанных напрямую с лингвистикой.

Первым компонентом нашего анализа дискурса является определение ключевых концептуальных метафор, генерируемых в обоих дискурсах. Использование концептуальных метафор в дискурсе позволяет придать объекту отрицательные или положительные качества, которыми обладает субъект именованного, даже не называя их (а в некоторых случаях избегая прямого именованного). Все это делает метафору инструментом формирования акторами дискурса желаемого отношения адресатов к тем или иным проблемам, явлениям, личностям.

Второй этап нашего дискурсивного анализа заключался в выявлении семантической позиции «мы — они», которая была встроена в рамки выявленных метафор. Понятие семантической оппозиции в исследовании дискурса было использовано ван Дейком [4]. Особенностью такого дискурса является особый структурный параметр — противопоставление «мы — они» («друг или враг»). Это противостояние отражает конфликт между этническими группами, большинством и меньшинством и одновременно определяет разные оценки ситуации («взгляд»). Здесь рассматриваются стиль повествования, наличие специфических местоимений, различных риторических приемов и структуры повествования, а также других языковых средств выражения оппозиции и соответствующих точек зрения [54].

Наличие оппозиции, в которой мы, или «друзья», всегда «хорошие», а они, или «враги», априори «плохие», является обязательным компонентом любого дискурса. Это противопоставление реализуется на разных уровнях дискурса: не только на структурном (т. е. на макроуровне) (что характерно для более или менее больших связанных текстов), но и на его микроуровне с использованием различных речевых средств. Специфика этого противостояния — возвышение «друзей» и унижение «врагов» на всех текстовых уровнях.

Результаты исследования

1. Изначально выдвинутая нами гипотеза о наличии в социальных сетях двух разнонаправленных дискурсов, по-разному характеризующих вооруженный конфликт в Донбассе, полностью подтвердилась: в рамках нашей выборки обнаружилось, что единого дискурса относительно данных событий нет, в дискурсе есть два четко выделенных образа — конфликта в целом и его сторон в частности. Первый дискурс можно иносказательно описать как «хорошие ополченцы против плохих украинцев», второй — «плохой конфликт, который затеяло российское руководство». Данный вывод подтверждается анализом концептуальных метафор дискурса и анализом реализуемых в данных метафорах семантических оппозиций.

2. В концептуальных метафорах первого дискурса все положительные концепты принадлежат к метафорам, означающим сторонников отделения Донбасса от Украины, а все отрицательные — к метафорам, означающим украинскую сто-

рону конфликта, что придает сторонникам отделения Донбасса от Украины и их борьбе (т. е. конфликту как таковому) положительную окраску (табл. 2).

Таблица 2. Концептуальные метафоры, положительно характеризующие сторонников отделения Донбасса от Украины

Метафора	Источник означивания (концепт)	Содержание концепта +/-	Цель означивания
УКРАИНСКАЯ СТОРОНА — ЭТО ВОЕННЫЕ ПРЕСТУПНИКИ	Военные преступления	-	Украина
УКРАИНСКАЯ СТОРОНА — ЭТО ФАШИСТЫ	Фашизм	-	Украина
ДЕЙСТВИЯ УКРАИНЫ — ЭТО ТЕРРОРИЗМ	Терроризм	-	Украина
КОНФЛИКТ В ДОНБАССЕ — ЭТО БОРЬБА ЗА НЕЗАВИСИМОСТЬ	Независимое государство	+	ДНР/ЛНР
КОНФЛИКТ В ДОНБАССЕ — ЭТО ПРОЯВЛЕНИЕ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ	Холодная война	-	Запад

Таблица 3. Концептуальные метафоры, отрицательно характеризующие сторонников отделения Донбасса от Украины

Метафора	Источник означивания (концепт)	Содержание концепта +/-	Цель означивания
КОНФЛИКТ В ДОНБАССЕ — ЭТО ВОЕННАЯ АГРЕССИЯ РОССИИ	Военная агрессия	-	Россия
ОСВЕЩЕНИЕ КОНФЛИКТА В РОССИЙСКИХ СМИ — ЭТО ПРОПАГАНДА	Пропаганда	-	СМИ России
СЕПАРАТИСТЫ И ИХ ПОКРОВИТЕЛИ — ЭТО МАРГИНАЛЫ	Маргинальность	-	ДНР/ЛНР; власти России

Концептуальные метафоры второго дискурса строятся исключительно на базе отрицательных концептов, которые означивают как конфликт сам по себе, так и сторонников отделения Донбасса от Украины, отождествляемых при этом с российской властью в целом и лично с президентом РФ (табл. 3).

3. В семантических оппозициях первого дискурса в качестве «своих» номинируются сторонники отделения Донбасса от Украины (жители республики как таковые) и российская сторона (включая Россию и нацию в целом). В качестве «чужих» номинируются украинская сторона (власти, войска, нация и Украина как таковая) и Запад (табл. 4).

В трех из десяти семантических оппозиций четкая артикуляция «своих» отсутствует, в четырех «своими» являются сторонники отделения Донбасса от Укра-

ины в целом, в одной — «русские» в целом (и сторонники отделения Донбасса от Украины в их числе), в двух (в метафоре о холодной войне) — Россия как таковая и Россия вместе с Европой. Таким образом, на стороне «своих» оказываются только

Таблица 4. Семантические оппозиции, положительно характеризующие сторонников отделения Донбасса от Украины

Метафора (количество оппозиций)	Артикуляция «МЫ»	Артикуляция «ОНИ»
УКРАИНСКАЯ СТОРОНА — ЭТО ВОЕННЫЕ ПРЕСТУПНИКИ (2)	Мирные жители Донбасса	Украинская власть
	Мирные жители Донбасса	Украинские войска
УКРАИНСКАЯ СТОРОНА — ЭТО ФАШИСТЫ (2)	Отсутствует	Украинская власть
	Отсутствует	Украинские войска
ДЕЙСТВИЯ УКРАИНЫ — ЭТО ТЕРРОРИЗМ (1)	Отсутствует	Украина
СТОРОННИКИ ОТДЕЛЕНИЯ ДОНБАССА ОТ УКРАИНЫ — ЭТО БОРЦЫ ЗА НАЦИОНАЛЬНУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ (1)	Русские	Украинцы
КОНФЛИКТ В ДОНБАССЕ — ЭТО БОРЬБА ЗА НЕЗАВИСИМОСТЬ (2)	ДНР и ЛНР	Украина
	Я + ДНР и ЛНР	Украина
КОНФЛИКТ В ДОНБАССЕ — ЭТО ПРОЯВЛЕНИЕ ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ (2)	Россия	Запад
	Россия + Европа	США

самопровозглашенные республики и Россия. В число «чужих» включены: в двух оппозициях — «украинские войска», в двух — «украинская власть», в трех — «Украина», в одной — «украинцы», в одной — «Запад» и в одной — «США». Таким образом, на стороне «чужих» оказываются только противники сторонников отделения Донбасса от Украины — украинская сторона и критикующие ее западные страны.

Это позволяет нам сделать вывод о том, что в общем дискурсе Twitter относительно конфликта в Донбассе присутствует дискурс, положительно характеризующий сторонников отделения Донбасса от Украины.

В семантических оппозициях второго дискурса не номинируются «свои» (только в одной из оппозиций есть предельно широкая номинация «народ»), в качестве «чужих» номинируются сторонники отделения Донбасса от Украины и российская сторона (включая сюда Путина, власти России и российских участников боевых действий). Украинская сторона во втором дискурсе не упоминается. В дискурсе насчитывается восемь семантических оппозиций, в двух из них «чужим» является «Путин», в двух — «власти России», в одной — «сепаратисты», в одной — «российские СМИ», в одной — «российские комбатанты», в одной — «Путин и сепаратисты» (табл. 5).

В подавляющем большинстве текстов упоминается фамилия президента России. Таким образом, данный дискурс является не столько дискурсом, негативно ха-

рактизирующим «сепаратистов», сколько дискурсом, негативно характеризующим «развязанный президентом России конфликт в Донбассе».

4. В обоих дискурсах большинство текстов апеллирует к эмоциям аудитории, также для текстов характерно сгущение красок.

Таблица 5. Семантические оппозиции, отрицательно характеризующие сторонников отделения Донбасса от Украины

Метафора (количество оппозиций)	Артикуляция «МЫ»	Артикуляция «ОНИ»
КОНФЛИКТ В ДОНБАССЕ — ЭТО АГРЕССИЯ РОССИИ (3)	Отсутствует	Путин
	Отсутствует	Путин и сепаратисты
	Отсутствует	Российские комбатанты
ОСВЕЩЕНИЕ КОНФЛИКТА В ДОНБАССЕ — ЭТО ПРОПАГАНДА (1)	Отсутствует	Российские СМИ
СЕПАРАТИСТЫ И ИХ ПОКРОВИТЕЛИ — ЭТО МАРГИНАЛЫ (2)	Отсутствует	Власти России
	Отсутствует	Сепаратисты

Заключение

Главный вывод работы — дипломатам, использующим Twitter для общения, приходится использовать метафоры, которые не могут быть нейтральными по своей природе. Следовательно (и здесь можно согласиться с А. Гуменским [55]), мы видим парадокс: традиционно миссия дипломатов заключалась в сглаживании острых углов в конфликтных ситуациях. Но в Twitter дипломаты зачастую, напротив, обостряют споры и разрушают коммуникацию.

Данная работа может служить примером междисциплинарного исследования, которое, изучая публичный дискурс в социальных сетях, концентрируется именно на лингвистических аспектах исследования. Во многих работах в политических науках исследования дискурсивных процессов зачастую, на наш взгляд, очень поверхностно затрагивают конкретно лингвистические параметры, являющиеся первостепенными для исследований дискурсов, ограничиваясь лишь подсчетом количественных показателей, что, таким образом, превращает заявленный в названиях исследования анализ дискурса в контент-анализ. Также нужно отметить и то, что в российской науке проблема концептуальной метафоризации в публичном политическом дискурсе занимает сравнительно мало места, оставаясь уделом чистой лингвистики. Проведенное исследование, не претендуя на всеобъемлющий статус, призвано в какой-то мере восполнить данные пробелы.

Литература/References

1. Bolgov, R., Ermolina, M. and Vasilyeva, N. (2016), Open Budget Effects for Urban Development: Russia's Cases, in: *ACM International Conference Proceeding Series. 3rd International Conference on Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia, EGOSE 2016*, pp. 184–188. <https://doi.org/10.1145/3014087.3014116>
2. Bolgov, R., Filatova, O. and Yag'ya, V. (2018), The United Nations and Russian initiatives on international information security, in: *Proceedings of the 13th International Conference on Cyber Warfare and Security, ICCWS 2018*, pp. 31–38.
3. Bolgov, R., Filatova, O. and Tarnavsky, A. (2016), Analysis of public discourse about Donbas conflict in Russian social media, in: *Proceedings of the 11th International Conference on Cyber Warfare and Security, ICCWS 2016*, pp. 37–46.
4. Dijk, T. A. van (1985), Cognitive Situation Models in Discourse Production: The Expression of Ethnic Situations in Prejudiced Discourse, Language and Social Situations, *Springer Series in Social Psychology*.
5. Habermas, J. (2008), Relationship to the world and rational aspects of action in four sociological concepts of action, *Sociological Review*, vol. 7, no. 1, pp. 3–24.
6. Potapova, R. K. (2014), Social network discourse as an object of interdisciplinary research, in: *Proceedings of the 2nd international conference "Discourse as social activity: Priorities and prospects"*, Moscow, pp. 20–22. (In Russian)
7. Baker, P. and McEnery, T. (2005), A corpus-based approach to discourses of refugees and asylum seekers in UN and newspaper texts, *Journal of Language and Politics*, vol. 4, no. 2, pp. 197–226.
8. Bodrunova, S. S., Litvinenko, A. A., Gavra, D. P. and Yakunin, A. V. (2015), Twitter-Based Discourse on Migrants in Russia: The Case of 2013 Bashings in Biryulyovo, *International Review of Management and Marketing*, vol. 5, no. 1S, pp. 97–104.
9. Beer, F. and Balleck, B. (1994), Realist/Idealist Texts: Psychometry and Semantics, *Peace Psychology Review*, vol. 1, no. 1, pp. 38–44.
10. Yakoba, I. A. (2017), Deconstruction of Donald Trump's discourse (cases of his 2016 elections speeches). *Diskurs Pi*, no. 1(26), pp. 164–169. (In Russian)
11. Stavrakakis, Y. (2017), Discourse theory in populism research, *Journal of Language and Politics*, vol. 16, iss. 4, pp. 523–534.
12. Aharony, N. (2012), Twitter use by three political leaders: An exploratory analysis, *Online Information Review*, vol. 36, no. 4, pp. 587–603. <https://doi.org/10.1108/14684521211254086>
13. Bolgov, R., Chugunov, A., Filatova, O. and Misnikov, Y. (2014), Electronic identification of citizens: Comparing perspectives and approaches. *ACM International Conference Proceeding Series. 8th International Conference on Theory and Practice of Electronic Governance, ICEGOV 2014*, pp. 484–485. <https://doi.org/10.1145/2691195.2691245>
14. Schmidt, V. and Radaelli, C. (2004), Policy Change and Discourse in Europe: Conceptual and Methodological Issues, *West European Politics*, vol. 27, iss. 2, pp. 183–210.
15. Cameron, L. and Degnan, A. (2006), The Emergence of Metaphor in Discourse, *Applied Linguistics*, vol. 27, iss. 4, pp. 671–690.
16. Wodak, R. (2002), What CDA is About. A Summary of its History, Important Concepts and Developments, in: Wodak, R. and Meyer, M. (eds), *Methods of Critical Discourse Analysis: Introducing Qualitative Methods*, Thousand Oaks and New Delhi: Sage Publications, pp. 1–13.
17. Musolf, A. (2004), *Metaphor and Political Discourse: Analogical Reasoning in Debates across Europe*, London: Palgrave Macmillan.
18. Gibbs, R. W. (2014), Conceptual Metaphor in Thought and Social Action, in: Landau, M. J., Robinson, M. D. and Meier, B. P. (eds), *The Power of Metaphor: Examining Its Influence on Social Life*, Washington: American Psychological Association, pp. 17–40.
19. Semino, E. (2008), *Metaphor in Discourse*, Cambridge: Cambridge University Press.
20. Charteris-Blac, J. (2006), Britain as a Container: Immigration Metaphors in the 2005 Election Campaign, *Discourse and Society*, vol. 17, iss. 5, pp. 563–581.
21. Marvick, A. and Boyd, D. (2010), I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience, *New Media and Society*, vol. 13, iss. 1, pp. 114–133. <https://doi.org/10.1177/1461444810365313>
22. Munson, S. and Resnik, P. (2010), The Prevalence of Political Discourse in Non-Political Blogs. *Fifth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*, Menlo Park, Ca: AAAI Press, pp. 233–240.

* Мета признана в РФ экстремистской организацией, и принадлежащие ей социальные сети Facebook и Instagram запрещены в России.

23. Page, R. (2012), The Linguistics of Self-Branding and Micro-Celebrity in Twitter: The Role of Hashtags, *Discourse and Communication*, vol. 6, iss. 2, pp. 181–210. <https://doi.org/10.1177/1750481312437441>
24. Woolley, J., Limperos, A. and Oliver, M. (2010), The 2008 presidential election, 2.0: A content analysis of user-generated political Facebook* groups, *Mass Communication and Society*, vol. 13, iss. 5, pp. 631–652. <https://doi.org/10.1080/15205436.2010.516864>
25. Yardi, S. and Boyd, D. (2010), Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization Over Time on Twitter, *Bulletin of Science, Technology and Society*, vol. 30, iss. 5, pp. 316–327.
26. Tumasjan, A., Sprenger, T., Sandner, P. and Welpe, I. (2011), Election Forecast with Twitter: How 140 Characters Reflect the Political Landscape, *Social Science Computer Review*, vol. 29, iss. 4, pp. 402–418. <https://doi.org/10.1177/0894439310386557>
27. Fischer, E. and Reuber, R.A. (2011), Social Interaction via New Social Media: (How) Can Interactions on Twitter Affect Effectual Thinking and Behavior?, *Journal of Business Venturing*, vol. 26, iss. 1, pp. 1–18. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2010.09.002>
28. Spina, S. and Cancila, J. (2013), Gender Issues in the Interactions of Italian Politicians on Twitter: Identity, Representation and Flows of Conversation, *International Journal of Cross-Cultural Studies and Environmental Communication*, vol. 2, iss. 2, pp. 147–157.
29. Baumer, E., Sinclair, J. and Irvine, B. (2010), 'America Is Like Metamucil': Fostering Critical and Creative Thinking about Metaphor in Political Blogs, *CHI 2010: Expressing and Understanding Opinions in Social Media*, pp. 1437–1446. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753541>
30. Gillen, J. and Merchant, G. (2013), Contact Calls: Twitter as a Dialogic Social and Linguistic Practice, *Language Science*, vol. 35, pp. 47–58. <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2012.04.015>
31. Zappavigna, M. (2013), Enacting Identity in Microblogging through Ambient Affiliation, *Discourse and Communication*, vol. 8, iss. 2, pp. 209–228. <https://doi.org/10.1177/1750481313510816>
32. Ausserhofer, J. and Maireder, A. (2013), National Politics on Twitter, *Information, Communication and Society*, vol. 16, iss. 3, pp. 291–314. <https://doi.org/10.1080/1369118x.2012.756050>
33. Kapranov, A. (2016), Conceptual Metaphors in British Foreign Secretary's Twitter Discourse Involving Ukraine, *Respectus Philologicus*, vol. 29, iss. 34, pp. 75–86.
34. Su, S. and Xu, M. (2015), Twiplomacy: Social Media as a New Platform for Development of Public Diplomacy, *International Journal of E-Politics*, vol. 6, iss. 1, pp. 16–29.
35. Bertot, J. C., Jaeger, P. T. and Hansen, D. (2012), The impact of polices on government social media usage: Issues, challenges, and recommendations, *Government Information Quarterly*, vol. 29, iss. 1, pp. 30–40.
36. Pamment, J. (2014), The Mediatization of Diplomacy, *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 9, iss. 3, pp. 253–280.
37. Sethi, A. (2018), Media Diplomacy and Its Evolving Role in the Current Geopolitical Climate, *The age of the internet: A tech savvy world and new diplomacy*, IGI Global, pp. 138–153.
38. Duncombe, C. (2017), Twitter and transformative diplomacy: social media and Iran-US relations, *International Affairs*, vol. 93, iss. 3, pp. 545–562.
39. Tsvetkova, N. (2020), Russian Digital Diplomacy: A Rising Cyber Soft Power?, in: Velikaya, A. and Simons, G. (eds), *Russia's Public Diplomacy. Studies in Diplomacy and International Relations*, Cham: Palgrave Macmillan, pp. 103–117. https://doi.org/10.1007/978-3-030-12874-6_6
40. Waters, R. D. and Williams, J. M. (2011), Squawking, tweeting, cooing, and hooting: Analyzing the communication patterns of government agencies on Twitter, *Journal of Public Affairs*, vol. 11, iss. 4, pp. 353–363.
41. Strauss, N., Kruikemeier, S., van der Meulen, H. and van Noort, G. (2015), Digital diplomacy in GCC countries: Strategic communication of Western embassies on Twitter, *Government Information Quarterly*, vol. 32, iss. 4, pp. 369–379.
42. Dodd, M. D. and Collins, S. J. (2017), Public relations message strategies and public diplomacy 2.0: An empirical analysis using Central-Eastern European and Western Embassy Twitter accounts, *Public Relations Review*, vol. 43, iss. 2, pp. 417–425.
43. Kampf, R., Manor, I. and Segev, E. (2015), Digital Diplomacy 2.0? A Cross-national Comparison of Public Engagement in Facebook* and Twitter, *The Hague Journal of Diplomacy*, vol. 10, iss. 4, pp. 331–362.
44. Arapov, Sh. (2017), The use of digital diplomacy as a tool for symbolic violence: Framing analysis of Russian-Turkish relations on Twitter, *Cambridge Journal of Eurasian Studies*, 1, pp. 1–16. <https://doi.org/10.22261/UZV32B>

* Мета признана в РФ экстремистской организацией, и принадлежащие ей социальные сети Facebook и Instagram запрещены в России.

45. Dolinskiy, A. (2011), Discourse on Public Diplomacy, *Mezhdunarodnye protsessy*, vol. 9, no. 1, pp. 45–55. (In Russian)
46. Kersaint, M. (2014), *Exploring Public Diplomacy 2.0. A Comparison of German and U.S. Digital Public Diplomacy in Theory and Practice*, PhD Thesis, Faculty for Cultural Studies, European University Viadrina Frankfurt.
47. Bolgov, R. and Filatova, O. (2018), Strategic communication in the context of modern information confrontation: EU and NATO vs Russia and ISIS, *Proceedings of the 13th International Conference on Cyber Warfare and Security, ICCWS 2018*, pp. 208–218.
48. Etling, B. (2014), Russia, Ukraine, and the West: Social Media Sentiment in the Euromaidan Protests, *Berkman Center Research Publication No. 2014–13*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2501761>
49. Minakov, M. (2017), Novorossiya and the Transnationalism of Unrecognized Post–Soviet Nations. In: *Transnational Ukraine?*, in: Beichelt, T. and Worschech, S. (eds), *Networks and Ties that Influence(d) Contemporary Ukraine*, Stuttgart: Ibedem, pp. 68–88.
50. *International Organisations on Social Media. Burson Marsteller* (2017). Available at: <https://www.burson-marsteller.com/what-we-do/our-thinking/international-organizations-on-social-media/> (accessed: 10.08.2022).
51. Doroshenko, L., Schneider, T., Kofanov, D., et al. (2019), Ukrainian nationalist parties and connective action: An analysis of electoral campaigning and social media sentiments, *Information, Communications & Society*, vol. 22, iss. 10, pp. 1376–1395. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1426777>
52. Demirel, S., Kahraman, E. and Gündüz, Ü. (2022), A text mining analysis of the change in status of the Hagia Sophia on Twitter: the political discourse and its reflections on the public opinion, *Atlantic Journal of Communication*, June, pp. 1–29. <https://doi.org/10.1080/15456870.2022.2093354>
53. Hong, S. and Nadler, D. (2012), Which candidates do the public discuss online in an election campaign? The use of social media by 2012 presidential candidates and its impact on candidate salience, *Government Information Quarterly*, vol. 29, iss. 4, pp. 455–461.
54. Dijk, T. A. van (2000), *Language, cognition, communication*, Blagoveshchensk: BGK im. I. A. Boduena de Kurtene Publ. (In Russian)
55. Gumensky, A. (2016), Trolls on the March, *Russia in Global Affairs*, vol. 1, pp. 155–166.

Статья поступила в редакцию 21 августа 2022 г.,
рекомендована к печати 12 октября 2022 г.

Контактная информация:

Болгов Радомир Викторович — канд. полит. наук, доц.; r.bolgov@spbu.ru

Twitter discourse of diplomatic missions to the UN on the conflict in Donbas (2015–2021)

R. V. Bolgov

St Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Bolgov R. V. Twitter discourse of diplomatic missions to the UN on the conflict in Donbas (2015–2021). *Vestnik of Saint Petersburg University. International Relations*, 2022, vol. 15, issue 4, pp. 421–435. <https://doi.org/10.21638/spbu06.2022.405> (In Russian)

The article reflects the results of a study of public political discourse about the conflict in the Donbass, formed by Twitter institutional actors (permanent missions to the UN) and political figures (representatives, their deputies, etc.) of countries — permanent members of the UN Security Council. Chronological scope of the study: from January 2015 (escalation of the armed conflict in the Donbass, starting with the shelling of the stop near Volnovakha and the aggravation of the fighting for the Donetsk airport) to the present (2021). By analyzing the messages in Twitter, some trends in the development of discourse have been revealed.

We prove the hypothesis about the existence of two divergent variants of discourse, which in different ways characterize the participants in the conflict in the South-East of Ukraine. To confirm the hypothesis, we use a technique for analyzing political discourse, which includes two levels of analysis: the identification of key conceptual metaphors in both discourse options (positively or negatively characterizing the parties of the conflict) and the identification of the semantic opposition “we — they” realized within the metaphors. We identify the metaphorical images of the conflict parties as a whole and the concepts used, and then the conceptual metaphors they create. We conclude that in both variants of discourse, most conceptual metaphors are based on negative concepts that designate the opposite side of the conflict, and that the discussion is characterized by increased emotional tension.

Keywords: political discourse, discourse analysis, political metaphors, Twitter, social media, armed conflict, UN, Donbass.

Received: August 21, 2022
Accepted: October 12, 2022

Author's information:

Radomir V. Bolgov — PhD in Political Sciences, Associate Professor; r.bolgov@spbu.ru