
МЕДИАЛИНГВИСТИКА

2023

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Т. 10, № 1

ЖУРНАЛ «МЕДИАЛИНГВИСТИКА» ВЫХОДИТ В СВЕТ С 2014 ГОДА

СОДЕРЖАНИЕ

ЛИНГВОДИСКУРСОЛОГИЯ

- Голев Н. Д., Ким Л. Г.* Диктумно-модусный плюрализм виртуального диалогического дискурса (на материале интернет-комментариев) 4
- Иванова И.* Векторная вариативность и характер реакций читателей на сообщения в онлайн-медиа 27
- Ван Сюэфэн.* Роль модератора в структурировании медиadiaлога: модели управления темами в аспекте идиостиля (на материале видеоблога) 43
- Земянская Н. Л., Белоусов К. И., Сычев О. А., Галинская Т. Н.* Семантическая организация кликбейт-заголовков и показатели активности интернет-пользователей 66

МЕДИАСТИЛИСТИКА

- Щеглова Е. А.* Этикетность женского сетевого дневника 87
-



© Санкт-Петербургский
государственный
университет, 2023

ГРАММАТИКА МЕДИАРЕЧИ

- Драгичевич Р.* Медiateкст как источник изучения новых словообразовательных и лексико-семантических изменений в современном сербском языке 104
- Чжоу Хайянь.* Русское причастие и его функциональные омонимы в текстах современных российских СМИ о науке и технологиях..... 115

КРИТИКА МЕДИАРЕЧИ

- Колесникова О. И.* Современная художественная словесность в профессиональной медиакритике: прагматилистический анализ..... 128

Учредитель: Санкт-Петербургский государственный университет

На журнал «Медиалингвистика» можно подписаться по каталогу «Пресса России». Подписной индекс 39474

<https://medialing.ru>

Главный редактор *Л. Р. Дускаева*, д-р филол. наук, проф.

Редактор русского текста *О. В. Филиппова*

Корректоры: *Т. В. Хорошавина, Т. В. Иванкова*

Компьютерная верстка *Ю. Ю. Тауриной*

Дата выхода в свет 20.04.2023.

Формат 70 × 100^{1/16}. Усл. печ. л. 11,7. Уч.-изд. л. 11,5. Тираж 35 экз. Заказ № . Цена свободная.

Адрес редакции: 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., д. 7–9.

Адрес Издательства СПбГУ: 199004, С.-Петербург, В. О., 6-я линия, д. 11.

Тел./факс 328-44-22

Типография Издательства СПбГУ. 199034, С.-Петербург, Менделеевская линия, д. 5.

Позиция редакции может не совпадать с позицией авторов.

CONTENTS

DISCOURSEOLOGY OF MEDIA

- Golev N. D., Kim L. G.* Dictum-modus pluralism in virtual dialogic discourse
(based on Internet comments)..... 4
- Ivanova I.* Vector variability of readers' reactions in comments to news articles in
online media..... 27
- Wang Xuefeng.* Speech behavior of the moderator in structuring
the media dialogue: Models of topic management in the aspect of idiostyle
(on the material of the video blog)..... 43
- Zelianskaia N. L., Belousov K. I., Sychov O. A., Galinskaia T. N.* Semantic structure of
clickbait headlines and internet user activities..... 66

MEDIA STYLISTICS

- Shcheglova E. A.* Etiquette of female weblog 87

MEDIA SPEECH GRAMMAR

- Dragicevic R.* Media text as a source for studying new word-formation and
lexical semantic changes in modern Serbian 104
- Zhou Haiyan.* Russian participle and its functional homonyms in the texts of
modern Russian mass media about science and technology..... 115

CRITICISM OF MEDIA SPEECH

- Kolesnikova O. I.* The modern literary prose in professional media criticism:
Pragmastilistic analysis 128

ЛИНГВОДИСКУРСОЛОГИЯ

УДК 81'42

Диктумно-модусный плюрализм виртуального диалогического дискурса (на материале интернет-комментариев)*

Н. Д. Голев, Л. Г. Ким

Кемеровский государственный университет,
Российская Федерация, 650000, Кемерово, ул. Красная, 6

Для цитирования: Голев Н. Д., Ким Л. Г. (2023). Диктумно-модусный плюрализм виртуального диалогического дискурса (на материале интернет-комментариев). *Медиалингвистика*, 10 (1), 4–26. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.101>

Статья посвящена исследованию диктумного и модусного содержания виртуального диалога, который образует новостная публикация в интернете и комментарии участников дискуссии. Проблематика исследования определяется противоречием между единственностью содержательного плана новостной публикации как воплощения замысла автора и диктумно-модусным плюрализмом, выраженным в репликах-комментариях участников интернет-дискуссии. Материалом исследования являются размещенные в социальной сети *maxpark.com* публикации и комментарии к ним участников интернет-дискуссии. Доказывается, что специфика виртуального диалога, образованного совокупностью интернет-комментариев, характеризуется преобладанием высказываний, в которых актуализируются модальные значения на фоне нейтрализации диктумного содержания. В интернет-обсуждении политических новостей устанавливается роль категорий *ожидаемого* и *конфликта интерпретаций*, влияющих на диктумно-модусное развитие диалога. Роль этих категорий заключается в проявлении на поверхностном языко-речевом уровне глубинных (дотекстовых) механизмов, детерминирующих конфликт интерпретаций новостного текста и содержание реплик-комментариев. В процессе исследования виртуального диалога выявляются два типа организации текстового пространства: синтагматический и парадигматический, обуславливающие волнообразный и лучеобразный принципы интернет-обсуждений. Синтагматическая структура диалога проявляется в его развитии от заявленной в публикации конкретной темы к смежным, затем — к глобальным, отражающим ее разноаспектное и полимодусное развитие. Парадигматическая динамика виртуального диалога наблюдается

* Материалы подготовлены при поддержке РФФИ, № 20-412-420004р_а «Лингвистический мониторинг социальной напряженности в Кузбассе».

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

при разновекторном характере обсуждаемых тем. Анализ реплик-комментариев позволяет выявить две модели их взаимодействия: линейно-цепочечную и параллельную. Линейно-цепочечная модель обуславливает развитие диалога в соответствии с центробежными тенденциями, то есть расширяет его диктумно-модусное пространство. Параллельная — отражает развитие диалога в соответствии с центростремительными тенденциями, то есть она реализуется по принципу общности структуры и единого модуса, обеспечивая тем самым стабилизацию и диктумно-модусную целостность интернет-обсуждений. Разрабатываемая в статье теория виртуального диалога, объяснительный потенциал категорий ожидаемого и конфликта интерпретаций могут быть использованы при анализе и прогнозировании ментального состояния общества и становятся отражением социального напряжения и ментальной расколотости или, напротив, его когнитивного единства.

Ключевые слова: виртуальный диалог, диктум, модус, конфликт интерпретаций, категория ожидаемого.

Постановка проблемы

В статье, выполненной в русле коммуникативной и интерпретирующей лингвистики [Демьянков 1990; Демьянков 1994], обсуждается проблема специфики виртуального диалогического взаимодействия, которое представляет собой сложный и противоречивый объект научного изучения — социологического, психологического, когнитологического, лингвистического. В фокусе внимания авторов — конфликт интерпретаций (понятие, введенное П. Рикёром [Рикёр 2008]. — *Н. Г., Л. К.*), который не только формирует причины конфликта и поводы для его возникновения, но и является движущей силой его протекания. В языковом плане конфликт интерпретаций реализуется в разных направлениях: текст₁ — текст₂ — текст_n; комментируемый текст — комментирующий текст; комментарий₁ — комментарий₂ — комментарий_n.

Авторы статьи ставят перед собой задачу проследить движение от когнитивного плана конфликта интерпретаций к его речевому воплощению в диктумно-модусных проявлениях. Считаем, что этот аспект недостаточно исследован в лингвистике, несмотря на очевидную теоретическую и прикладную востребованность. В теории языка и речи он позволяет «без купюр» моделировать речевое общение в направлении от глубинных структур диалогического взаимодействия к поверхностным. На практике это принципиально значимо для понимания стихийных структур воздействия, вырабатываемых в естественном языке, и для возможного специального применения таких структур или противодействия им. Очерченные нами проблемы рассматриваются в статье на материале стихийного интернет-общения. Выбор материала — интернет-комментариев — продиктован прежде всего тем, что он адекватен поставленным задачам.

Интернет-среда является виртуальной коммуникационной площадкой, в сущности не имеющей географических и временных границ. Такая площадка способна не только объединить разные типы дискурса, различные дискурсивные практики, разных участников диалогического взаимодействия, но и реализовать разновекторность дискурсивной коммуникации. В интернет-пространстве отражается столкновение концепций и мнений, диктумно-модусный плюрализм, реализованный в комментируемых и комментирующих текстах и тем самым выводящий на поверхность глубинные проявления конфликта интерпретаций.

Основной аспект рассмотрения интернет-комментариев как формы диалогического взаимодействия — интерпретационный в его адресатоцентрическом преломлении. Проблематика предлагаемого исследования ко всему прочему детерминирована противоречием, которое заключается, с одной стороны, в разной природе онтологии текста, представленной адресату в единственной для него форме и априори (потенциально) предполагающей однозначность результатов его рецептивной деятельности, а с другой — в реальном много- и разнообразии вариантов субъективной интерпретации этого текста в комментариях. Это противоречие коррелирует с идеями Ю. М. Лотмана. В частности, говоря о «тексте в процессе движения», он пишет, что «взаимоотношения текста и аудитории характеризуются взаимной активностью: текст стремится уподобить аудиторию себе, навязать ей свою систему кодов, аудитория отвечает ему тем же» [Лотман 2004: 203], а также выдвигает идею о понимании и непонимании и связывает ее с тем, что «читатель вносит в текст **свою** личность, **свою** культурную память, коды и ассоциации» [Лотман 2004: 219].

Авторы статьи, анализируя реплики-комментарии к виртуальным текстам, поставили перед собой значимые для современной коммуникативной и интерпретирующей лингвистики вопросы. Почему при восприятии одного и того же текста, характеризующегося формально-смысловой целостностью, в комментариях актуализируются различные диктумно-модусные компоненты? Какие факторы обуславливают диктумно-модусные трансформации, характеризующие развитие виртуального диалога?

Формирующийся в ходе обсуждения новостной публикации диалог образует достаточно цельное речевое пространство, которое можно трактовать как единый текст, устроенный по полевому принципу: ядро (исходная публикация) и удаляющиеся волнообразно и лучеобразно реплики. Говоря терминами лингвосинергетики, образующееся поле представляет собой совокупность микрополей, притягивающихся друг к другу под воздействием субъективной энергетики коммуникантов [Буров 2007; Матвеева 2017]. На наш взгляд, такая энергетика заключена прежде всего в модальностях общения. Развивая дискурс лингвосинергетики [Буров 2007; Матвеева 2017], можно говорить, что интернет дает специфические импульсы саморазвитию диалога. Как отмечают исследователи, первым толчком «может стать любое событие общественной, политической, культурной, научной жизни, а также любое общественно значимое речевое событие» [Колокольцева 2011: 129], которое в интернет-общении формирует противоречивое текстовое пространство. С одной стороны, его развитие привязано к исходному тексту, в котором разные участники (а их может быть много — это тоже важная особенность интернет-обсуждений) видят каждый свое проблемное поле и тем самым привлекают разных интернет-пользователей к участию в дискуссии. Таким образом, интернет-комментарии являются ярким проявлением закона диалектики, формулируемого как единство и борьба противоположностей. Обсуждаемый текст как объективный феномен, воплощающий исходный замысел автора, представляет собой субъект, обуславливающий действие центростремительных тенденций. Им противостоят центробежные тенденции, проявлением которых является развитие диалога между пользователями, реализующее субъективное восприятие текста и субъективные когнитивно-речевые реакции.

Сформулированные тезисы определяют направление настоящего исследования, посвященного описанию интернет-комментариев в аспекте интерпретирующей лингвистики и речевому проявлению конфликта интерпретаций. Гипотеза работы заключается в следующем утверждении: фундаментальным фактором диктумно-модусного плюрализма, характеризующего виртуальный диалог, является механизм дотекстовых ожиданий авторов комментариев новостного контента.

История вопроса

Конфликт интерпретаций как результат рецептивной деятельности рядовых участников интернет-коммуникации не подвергался специальному научному исследованию. При этом феномен коммуникации в социальных сетях, как показывают научные изыскания, безусловно, составляет предмет научного интереса мировой лингвистической науки или лингвистики интернета [Marx, Weidacher 2014]. Широкий обзор научных концепций, разрабатываемых зарубежными исследователями, представлен в статье А. Г. Пастухова [Пастухов 2018], а также ряде других публикаций.

В фокусе исследовательского интереса — объекты коммуникации различных медийных каналов [Hutchby 2006; Burger, Luginbühl 2014] и их сетевых реализаций в «новых» медиа [Androutsopoulos et al. 2006; Herring, Stein, Virtanen 2013]. При этом зарубежные исследования социальных сетей сосредоточены на частных вопросах этого феномена. Изучаются медиальные продукты в аспекте выявления и систематизации новых речевых жанров и новых форматов коммуникации [Burger, Luginbühl 2014; Volodina 2013]. Исследуются рецептивные стратегии, а также модели персуазивного знания, которые разработали М. Фристад и П. Райт [Friestad, Wright 1994].

В ряде работ внимание уделяется анализу медийного воздействия на адресата, которое позиционируется как средство формирования идей и мнений для целевых аудиторий, как попытка выяснения побудительной силы медиатекста [Mikos, Wegener 2005].

Исследование интернет-коммуникации выполняется также и в сопоставительном аспекте. Так, в монографии «The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication» [Duskaeva 2022] выявляются общие и этнокультурные закономерности в использовании средств коммуникативного этикета в онлайн-коммуникациях, что позволяет авторам сделать вывод о творческом потенциале сопоставляемых славянских языков. Научный коллектив российских, белорусских, польских, словацких, литовских ученых рассматривает речевой этикет как лингвистический инструмент самоорганизации онлайн-сообществ; делается вывод об этнокультурной специфике онлайн-общения разных славянских народов [Duskaeva 2021].

Таким образом, фокус исследования современной зарубежной лингвистики включает социальные сети и интернет-коммуникацию, однако комментарии интернет-пользователей, реализующие конфликтотенный потенциал новостного текста, не подвергались специальному лингвистическому исследованию.

В настоящей статье речевое взаимодействие в социальных сетях рассматривается нами как часть естественной коммуникативной практики — общение рядовых носителей языка, в то время как в зарубежных исследованиях акцент делается на

профессиональной стороне сетевой коммуникации. Скотт Райт, известный специалист в данной области, отмечает, что исследования сетевой коммуникации связаны в основном с дебатами на сайтах элитарных личностей. Автор высказывает мнение, что хотя исследователи признают значимость изучения общения рядовых граждан, но в социально-гуманитарных науках этому речевому феномену уделяется недостаточно внимания [Wright 2012].

Направление исследования, представленного в этой и ряде других наших статей, с одной стороны, показывает его соотнесенность с общемировой научной повесткой, а с другой — обеспечивает новизну полученных результатов, определяемую комплексным подходом к выделенному объекту исследования и его спецификой — интернет-комментариями рядовых носителей языка, размещенными в социальной сети и рассматриваемыми как виртуальный диалогический дискурс.

На **лингвоинтерпретационном** уровне исследования интернет-комментариев продолжается обсуждение таких неоднократно поднимаемых в лингвистике проблем, как асимметричный дуализм языкового знака [Карцевский 1964], вариативность как проявление системно-структурной природы языка [Солнцев 1984; Степанов 1976], пределы формально-смыслового варьирования языковых единиц [Смирницкий 1998], интерпретируемость как свойство текста и его компонентов [Демьянков 1981].

Интерпретационное функционирование в интернет-среде дискурсивного контента обусловлено как экстралингвистическими, так и лингвистическими факторами. К числу **экстралингвистических** мы относим прежде всего специфику интернет-пространства и особенности виртуальной коммуникации. Стремительное развитие интернета приводит к когнитивной модификации привычных форматов коммуникации, их адаптивному преобразованию с расширением сферы своего существования за счет Сети, изменению сознания личности в интернете, формированию нового, сетевого образа жизни и мышления [Дускаева 2013; Черняк 2018]. О важности и значимости изучения языка интернет-общения свидетельствуют многочисленные публикации последних десятилетий [Агапова, Полоян, 2016; Баркович 2016; Горошко 2016; Ефремов 2014; Колокольцева, Лутовинова 2016 и др.]. Исследователи обозначают такие особенности интернет-коммуникации, как виртуальность, диалогичность, интерактивность, нелинейность, незавершенность, способность к преобразованию информации [Клушина и др. 2018; Морозова 2011; Трофимова, Барабаш 2020].

В интернет-среде формируется новый жанр — **интернет-комментарий**. «Этот жанр развивает сюжет главного материала, подчиняясь законам интернета, раздвигая границы медиатекста и усложняя сюжет с помощью вплетения в него мыслей читателя, причудливо формируя исходный текст» [Клушина и др. 2018: 53]. Интернет-комментарий исследователи называют «реактивным» жанром, ориентированным на дальнейшую коммуникацию; каждый комментарий становится объектом следующего комментария [Дементьев 2018; Дударева, Шпильная 2021; Митягина 2012; Савельева 2021], образуя полидиктумное и полимодусное диалогическое сплетение.

Диалогический текст в русле традиционного системно-структурного подхода, сформировавшегося в середине XX века, «рассматривается как иерархически упорядоченное образование, обеспечиваемое формальной и содержательной связно-

стью структурных элементов, создаваемых разными носителями языка в ситуации обмена мыслями об одном предмете речи» [Шпильная 2018: 11].

В фокусе внимания лингвистов — структура организации внешней формы диалогического текста и ее семантический анализ [Ешке 1980; Шведова 1960 и др.].

В русле постгенеративной лингвистики развивается антроподинамическая модель диалогического текста, в концепции которой его генезис детерминируется внешними условиями — коммуникативным намерением носителя языка. В современной диалогической лингвистике представлены три антроподинамические модели: **коммуникативно-функциональная**, объясняющая тема-рематическую динамику диалогического текста коммуникативными установками носителей языка [Арутюнова 1992 и др.]; **прагматическая**, описывающая иллокутивные намерения продуцентов реплик [Баранов, Крейдлин 1992], **когнитивная**, которая рассматривает диалог через призму ключевых фреймов, обеспечивающих когнитивную когезию [Дейк 1989]. Представленный ряд современных теорий диалогического текста развивает деривационная концепция, согласно которой диалогический текст рассматривается как производно-прагматическая единица; структурообразующим компонентом текстообразования является его внутренняя форма как предтекстовый феномен, определяющий качественное своеобразие производимого текста [Шпильная 2018].

Реализуемый в настоящей работе подход к исследованию виртуального диалога участников интернет-коммуникации основывается на разрабатываемой нами концепции дотекстовых ожиданий адресата как фактора, детерминирующего его рецептивно-интерпретационную деятельность [Ким, Беляева 2019]. Адресат анализирует в интерпретируемом тексте релевантные в данной коммуникативной ситуации компоненты, коррелирующие с его дотекстовыми ожиданиями, оценивает их по сложившейся шкале оценок и репрезентирует в своей интерпретационной деятельности, которая получает воплощение в диктуме и модусе интернет-комментария, выполняющего интерпретирующую функцию.

Анализ диктумно-модусных трансформаций виртуального диалогического дискурса предполагает обращение к этим понятиям. Впервые концепцию двухчастной структуры высказывания предложил Ш. Балли, вычленив диктум и модус, т. е. объективные и субъективные смыслы высказывания [Балли 1955: 44–45]. Идея первичности диктума была позитивно воспринята в российской лингвистике. Детальное исследование истории изучения категории модуса и анализ его функций в данном аспекте представлены в монографии О. Н. Копытова «Модус на пространстве текста» [Копытов 2012]. Во многих других лингвистических работах, освещающих организацию содержательного плана дискурса, диктум и модус рассматриваются в качестве облигаторных содержательных компонентов передаваемой адресату информации [Белошапкина 1989; Колосова 1979; Шмелева 1994; Мишланов, Крижановская, Кузнецова 2021]. Вслед за Ш. Балли их соотношение трактуется в рамках отражательной концепции коммуникативного общения. Отмечается, в частности, что противопоставленность диктума и модуса основана на соотносительности объективного и субъективного смысловых слоев, на противоположности человека и внешнего мира, среды и субъекта. В лингвистической литературе традиционно отмечается, что диктум и модус, будучи самостоятельными, не являются чуждыми друг другу. При этом в единстве функционально-семантиче-

ского пространства предложения-высказывания косвенно или прямо признается определяющая роль диктума.

В работах, посвященных акцентированному исследованию модуса, подчеркивается его влияние на выбор средств выражения диктумного содержания [Нагорный 2002; Тураева 1994; Шмелева 1994]. Согласно реализуемой в настоящей статье концепции, детерминируется следующая релевантность: речь, ситуация, контекст — это не что иное, как дискурс, а коммуникативные намерения, субъективные цели связаны с модусной организацией дискурса и его функционированием. Несмотря на тесную связь диктума и модуса в содержательном и структурном планах текста, их взаимоотношения в функционально-генетическом аспекте, на наш взгляд, носят подчинительный характер, где модус имеет примат над диктумом. Модус первичен в деятельностном плане речепорождения, так как всякая деятельность, в том числе речевая, на первых этапах порождения речи напрямую связана с ее целями и мотивами, наличие которых формирует модус планируемого внешнего высказывания. В спонтанном дискурсе обсуждения новостей интернета это обстоятельство существенным образом актуализируется, и мы полагаем, что настоящее исследование будет значимым обоснованием представленной концепции взаимодействия модусного и диктумного планов диалогической речи. Считаем важным подчеркнуть, что в научной школе «Социально-когнитивное функционирование языка», результаты работы которой представлены в одноименной коллективной монографии [Антипов и др. 2017] и концепцию которой развивает данная статья, модусо- и аксиологический подходы к когнитивно-речевой деятельности и ее результатам постепенно усиливают свои позиции. Так, в «Словаре обыденных толкований политических терминов» (науч. ред. Н. Д. Голев) [Голев 2019] наряду с традиционными вопросами о значении слов-стимулов и об ассоциациях, которые они вызывают, были введены задания на выявление аксиологического отношения к явлениям, обозначаемым этими словами. Например: завершите фразу *На то это и (...коррупция, демократ и т. п.), чтобы...*; *Какой он (...монархист, коррупционер...), если...* По мнению составителей словаря, эти задания позволяют эксплицитировать оценочные смыслы информанта. Полагаем, что такие смыслы во многом определяют будущие дискурсы, так как относятся к категории «ожидаемое», о которой будет подробно сказано далее.

Описание методики исследования

Разработка идеи диктумно-модусных трансформаций в виртуальном диалогическом дискурсе осуществляется на материале публикации «За что будут погибать российские военные в Казахстане?», размещенной 10 января 2022 г. в социальной сети [maхpark.com](https://www.maхpark.com)¹, следующего содержания. *Российские войска под флагом ОДКБ введены в охваченный массовыми беспорядками Казахстан. Подтвержденной информации о боестолкновениях с участием военнослужащих РФ пока нет, но, учитывая напряженную ситуацию, возможны не только активные действия сил ОДКБ, среди которых десантники из РФ составляют более 90 процентов личного состава, но и целенаправленные провокации и террористические акты против них*

¹ [maхpark.com](https://www.maхpark.com) — социальная сеть с собственной блогосферой, ориентированная на зрелую аудиторию. Аудитория пользователей более 5 млн человек. Ссылка на источник приведена в конце статьи.

со стороны вооруженных экстремистов. Все это неминуемо приведет к невозвратным потерям среди личного состава. Как вы считаете, за что будут погибать российские военнослужащие в Казахстане? Эта публикация собрала 155 комментариев участников интернет-дискуссии.

В заголовке и заключительной фразе приведенного выше текста использована форма вопросительного предложения, предполагающая вовлечение читателей в обсуждение проблемы участия российских миротворцев в разрешении социально-политического конфликта на территории Казахстана. Завершается публикация онлайн-опросом читательской аудитории. Пользователям дискуссионного интернет-портала предлагается выразить свою позицию, выбрав один из предложенных вариантов ответа: 1) *за то, чтобы остановить хитрое приближение НАТО к границам РФ через Китай, Иран и состоящую в ОДКБ Киргизию*; 2) *за то, чтобы остановить проникновение в дружественный Казахстан «десятков тысяч террористов» из не менее дружественных соседних стран*; 3) *за то, чтобы казахские элиты помирились и продолжили проводимую политику «мягкой русофобии»*; 4) *за то, чтобы среди казахов русские получили статус «оккупантов», возникла массовая народная русофобия, а за ней повод для возвращения Северного Казахстана в «родную гавань»*; 5) *за то, чтобы предотвратить гражданскую войну и раскол Казахстана, исключив этим возможность возвращения Северного Казахстана «в родную гавань»*; 6) *за принципиальную незыблемость авторитарной власти и святость любого елбасы, вне зависимости от его фамилии*; 7) *за солидную зарплату, социальные выплаты и другие льготы. Военнослужащих и приравненных к ним лиц даже от куаркотов освободили.*

Указанную публикацию, а также прикрепленные к ней вопросы онлайн-анкеты мы рассматриваем как инициальную реплику автора, цель которой — побудить читателей вступить в интернет-дискуссию. Комментарии читателей — это реплики, совокупность которых вместе с интернет-публикацией и онлайн-вопросами образует виртуальный диалог.

При исследовании языкового материала использовались методы: дискурсивного анализа, позволяющего установить диктумное содержание комментирующих реплик; интен-анализа, позволяющего выявить интенциональную (целевую) направленность речевых высказываний, включая модусные смыслы; сравнительного анализа, позволяющего осуществить сопоставление формы и содержания реплик.

Анализ материала и результаты исследования

Диктумно-модусные векторы интернет-комментариев

Обсуждение интернет-публикации «За что будут погибать российские военные в Казахстане?» имеет коммуникативную основу, общую для диалогов многих функциональных разновидностей русской разговорной речи. Считаем важным подчеркнуть наличие интонационно-пунктуационного аспекта модальной вариативности вопросов в названии публикации и в предлагаемой анкете. Формулировки вопросов могут трактоваться и как риторические, а без вопросительного знака и как утвердительные; сам факт модальной неопределенности стимулирует участников обсуждения к выбору модально-диктумной позиции.

Заданная инициальной репликой тема неизбежной гибели российских военных в Казахстане в структуре диалога развивается разновекторными лучами, образуя полидиктумное и полимодусное текстовое пространство.

Комментарии с преобладающим диктумным содержанием. Языковая организация этих реплик-комментариев характеризуется на синтаксическом уровне преобладанием повествовательно-утвердительных предложений, а на лексическом — наличием как эмоционально окрашенной, так и нейтральной лексики, направленной на выражение обсуждаемой темы.

Комментарии-реакции формально являются ответами на инициальную вопросительную реплику автора публикации: *Деды за коммунизм погибали, сейчас за капитализм* (Прохожий 64)²; *Деды бесплатно за Коммунизм... внуки и правнуки за бабло за капитализм* (АЛЛ); *Деды за Родину погибали, а не за идею немецкого еврея Карла Маркса* (Олег Модестов). В этих и подобных репликах используется заданная инициальным вопросом синтаксическая структура: «за что будут погибать — за коммунизм погибали»; «за бабло за капитализм». Однако в комментариях-репликах происходит трансформация диктумного содержания, обусловленная: а) замещением субъекта действия («российские военные — деды»); б) смещением времени, выраженного предикатом («будут погибать — погибали»); в) заменой актанта со значением 'побудительный мотив' («за что — за бабло — бесплатно»); г) преобразованием сирконстанта («Казахстан — Родина»).

Анализ содержания комментариев участников дискуссии показывает, что они приходят на площадку интернета с потенциальной готовностью проводить **свою** линию и противодействовать **чужой**. Авторы реплик волнуют собственные темы, с необходимостью обсуждения которых они вступают в дискуссию. Поэтому заявленная тема преобразуется в обсуждение проблемы: «за что погибали наши деды в переломные периоды в истории России, за что погибают военные (внуки) в наши дни». Диктумное пространство дискуссии лучеобразно расширяется за счет включения в дискуссионную сферу новых тематических блоков. В комментариях представлена тема «защита интересов России»: *Думать надо не о интересах различных кланов Казахстана, а о интересах России. Вам пример Украины ни о чем не говорит? Там не вмешались наши. И что воров на Украине стало меньше, или больше? А безопасность России понизилась, да и жизнь в ней ухудшилась* (Влад Князев). Эта тема обсуждается параллельно с вектором развития темы «перспективы межгосударственных отношений России и Казахстана», отраженной в репликах: *Казахстан это Россия и пора возвращать его назад во всяком случае северный уж точно иначе эта дырка в азиатский бардак не закроется никогда* (Александр Лебедев); *России этот наполовину родоплеменной, наполовину феодальный анклав не нужен* (Alessandro DelPiero); *А бандитский анклав под боком нужен?* (Влад Князев).

Дискуссионный вектор, направленный на анализ темы «экономическая и политическая ситуация в Казахстане», представляют комментарии участников спора, в которых, с одной стороны, цитированием авторитетных источников представлена близкая к официальной точка зрения, а с другой — «народная», т. е. мнения обывателей, высказываемые в транспорте и на рынках. В своей достаточно пространной реплике один из участников дискуссии цитирует публикацию «Казахстан в огне.

² Здесь и далее орфография и пунктуация авторов комментариев сохранены.

С места событий», размещенную на портале «Царьград», в которой содержится аналитическое освещение социально-экономических и политических процессов, оказавших влияние на ситуацию: *Чтобы было понятнее, что происходит в Казахстане: «Одновременно с этим Токаев начал наступление на привилегии американцев и англичан в стране и потребовал повышения зарплат казахстанцам, занятым в совместных проектах. Также он выдвинул еще ряд требований — в частности, о выдвигении национального менеджмента в руководство совместных компаний, и самое важное — о прекращении вывоза капитала. Собственно, вот эти процессы по ослаблению влияния Запада в Ср. Азии и привели к нынешнему кризису, который можно прямо назвать попыткой реванша со стороны западных стран» («Казахстан в огне. С места событий» на Царьграде) (Николай Петрович).*

«Народное» видение происходящих в Казахстане событий излагает АЛЛ: *Этот анализ, полнейшая чепуха. Утром разговаривал с Ташкентом, спрашивал как смотрят на события в Казахстане, так вот базары гудят, обсуждают, в общественном транспорте обсуждают, на лавочках обсуждают, на работе обсуждают, молодежь кучкуется, и с горячими глазами тоже обсуждают. Основная масса населения, казахов поддерживает и восхищается, и абсолютно всем пох... кто за этим стоит, важен результат, власть дрогнула, начался пересмотр цен, кое где, цены уже рухнули на половину... и это только начало исполнения властью требований протестующих... Версии в то, что за этим стоят исламские радикалы-категорически не принимаются, там народ на этой теме уже тертый, не проведешь, все знают, что исламские радикалы в Азии зачищены еще лет 15 назад, а те которые еще остались, сидят в глубоком подполье, и авторитета в народе не имеют... Версии российских «политологов», что это затеяно против России, и конкретно против Путина, поднимаются на смех... С Алма-Атой общался 5 января утром, к вечеру связи уже не было... Вот появится связь, узнаем конкретно, что там происходило... И вообще, привязывать к событиям религиозных радикалов, это большая тупость, это все равно, что заполнять их корзину сладостями... они же пользуются этим.*

В других комментариях ведется спор, содержащий историко-экономический анализ отношений с республиками, входившими в состав СССР: *В СССР донорами были лишь ТРИ республики, а остальные в том числе и Казахстан подпитывались за счет этих ТРЕХ республик (стас баловень); А кто сказал, что это была верная политика тогдашнего руководства СССР? После устроенного агентами влияния Запада госпереворота в СССР в марте 1953 г. очень многое в стране пошло наперекосяк, в том числе, коснулось это и распределения доходов и ресурсов между республиками, ведь одним из первых действий Хрущева на главном в стране посту была ликвидация союзного Госснаба и передача его функций в Госснабы республиканские, что привело к появлению «толкачей», к сбоям поставок на предприятия выпускаемых той, или иной республикой материалов, деталей или целых агрегатов (а это, как следствие, ненужные нормально действующему производству авралы, штурмовщина и низкое качество продукции), к неравномерному обеспечению республик материальными средствами, что, по моему мнению, делалось осознанно, с дальним прицелом на финал 1991 г. (Николай Петрович).*

Параллельно этому обсуждается проблема финансового обеспечения Москвы за счет бюджетов провинций: *Населения в Казахстане не так уж и много, а ресурсов*

много. Вы бы лучше рассказали, как провинции России за счет своих ресурсов Москву кормят нынче (Влад Князев).

Диктумное пространство диалога расширяется за счет развития вектора обсуждения целесообразности и возможности технического оборудования границы России и Казахстана: *Кто мешал за 30 лет нормально оборудовать границу со степью (михаил комиссаров); А зачем, все равно скоро все вернутся обратно обожравшись западными ценностями колониальных помоек из рабов и их колонизаторов (Кумар Солнцев); Оборудовали. ОДКБ сработал блестяще (Олег Модестов).* Авторы комментариев высказывают полярные мнения, содержащие исторические сведения об оборудовании границы с Казахстаном и взаимные оценки партнеров в степени их осведомленности по этому вопросу: *Михаил, ну я надеюсь, что вы взрослый все-таки человек! Как вообще можно оборудовать две с половиной тысячи километров границы по открытой местности так, чтобы ее и не прорвали, и не просочились? И какие силы держать на ее прикрытии? В свое время засечные черты в степи строили-строили, но толк получился только тогда, когда от обороны перешли к наступлению. И шли на юг начиная с Годунова и кончая Скобелевым, пока не прошли степь (Александр Семёнов); Вы поинтересуйтесь у тех, кто служил в погранвойсках СССР, как была оборудована сухопутная граница Советского Союза — больше 10000 км. Конечно, если вместо борьбы с реальным героиновым трафиком из Средней Азии тратить деньги на мифические угрозы НАТО, то никаких денег не хватит. А уж если отправлять служилый люд в Росгвардию и ФСО вместо защиты границы, то Вы правы (михаил комиссаров).*

Комментарии со смешанным (диктумно-модусным) содержанием. В процессе дискурсивного анализа интернет-комментариев выявляются реплики смешанного (диктумно-модусного) содержания, языковая организация которых характеризуется на синтаксическом уровне преобладанием восклицательных предложений, высказываний, содержащих риторические вопросы, а на лексическом — преобладанием эмоционально-окрашенной лексики, негативно-оценочных слов. Графическое оформление таких высказываний часто включает эмодзи.

Основная тема дискуссии, обозначенная в названии интернет-публикации, замещается обсуждением проблемы, как дорого обойдется России ее участие в конфликте с Казахстаном: *Ты настолько богат, что способен кроме еврейской мафии кормить еще и елбасутую?! Корми из своего кармана, а не из наших! (стас баловень); И откуда такие сведения, что Россия должна кормить «елбасутую» мафию? Что за бред ты несешь, стас баловень? (Николай Петрович).*

Смежный вектор составляет тема профессии военного, рисков и долга. В репликах разных участников виртуальной беседы выражается как позитивное, уважительное отношение к профессии военного, так и обвинения в меркантильности, в готовности воевать только за деньги: *Классическая попытка примитивной манипуляции))). Скорее всего, до серьезных столкновений не дойдет, так что вопрос в принципе не корректен (из арсенала софистов). Но если все же кто-то погибнет — работа у военных такая, она предполагает некоторый риск. Как и у пожарных, полицейских, спасателей на шахте и пр. Они сами выбрали эту работу (Елена Попова); Вот это правильно. Кто хочет подышать за деньги, пусть подышает. Это его личное дело (Валерий Советский); В данном случае и подышать они не собирают-*

ся. И безопасность России укрепляют. И чтобы уметь воевать, они на практике регулярно должны свою подготовку проверять (Влад Князев).

Диктумно-модусный вектор темы: будут или не будут погибать российские военные, в каких горячих точках и каковы перспективы российских военных операций в целом развивается в следующих репликах: *Не будут погибать. Тем паче, все уже устаканилось. А вот провокаторам с их идиотскими опросами головушку открутить не плохо бы!* (Александр Ковшов). Подобные высказывания, выражающие твердую уверенность авторов в успешности военных действий, провоцируют волну реплик, выражающих категоричное несогласие, резкую критику действий военных, негативные перспективы военных операций, а также критику российской власти в целом: *Обязательно будут. Путен еще ни разу не вытащил свой длинный нос оттуда, куда его закинул. Будут. И в Донбассе будут и в Приднестровье и в Абхазии и в Южной Осетии и в Крыму. Скоро непрошенных гостей попрут отовсюду* (Олег Фоминых). В ответных репликах модус категоричного несогласия: *ВЫ имее-те в виду попрут игиловцев* из Казахстана, а бандеровцев с Украины?* (Влад Князев); *Попереть путен никого не в состоянии. Мультиков не боится никто. А вот терроризировать местное население и возить на Родину гробы путен будет, пока не сдохнет* (Олег Фоминых).

Комментарии с метаязыковым содержанием. Отдельный дискуссионный вектор образует метаязыковой уровень общения, когда предметом диалога становится план выражения (а нередко и семантика) языковых высказываний [Дементьев 2018]. Тогда в структуре диалога начинают звучать фразы, призывающие соблюдать культуру ведения дискуссии, использовать этикетные языковые формулы. Заметим, что эти реплики в целом не могут изменить общий характер виртуальной коммуникации, сущность которой — социально-политическое противостояние, выражающееся на языко-речевом уровне: *«Ты настолько богат»... А почему тыкаем, стас, зачем дурость вопроса еще усугублять и хамством? С какого бодуна воссоединение с Казахстаном будет означать чье-то кормление? Чем регулярно спасать подобными нынешней операциями гнилые и коррумпированные режимы не лучше ли поставить их ресурсы, а это минимум нефть и уран в случае с Казахстаном на пользу России, а заодно, кстати, и подобным вашей, увы, дубовым головам?* (Александр Лебедев); *Я не еврей и на вы называю врагов (стас баловень); Вы же не ходите по улицам задом на перед, вот и здесь на публичном полемическом пространстве извольте соблюдать общепринятые правила — не хотите, гуляйте от меня подальше* (Александр Лебедев); *И поэтому можете глупости писать? Правда, есть надежда, что вы не совсем понимаете русский язык, тогда вам простительно* (Влад Князев).

Резюмируем сказанное. Интернет-публикация и совокупность комментариев образуют диалогическое пространство, развивающееся в синтагматическом и парадигматическом направлениях.

Синтагматико-парадигматические модели виртуального диалога

Синтагматическая динамика проявляется в развитии диалога от заявленной в публикации конкретной темы к смежным, представленным в репликах авторов

* ИГИЛ признана террористической организацией и запрещена в России.

обсуждения. При этом каждая последующая реплика является стимулом для развития заявленной в ней темы в следующих репликах-согласиях и репликах-возражениях. Развитие темы в репликах участников обсуждения носит волнообразный характер, она то привлекает к себе интерес, то утрачивает его. Тема, являясь актуальной для обсуждения и получив развитие в нескольких репликах, далее перестает интересовать участников дискуссии, которые направляют свой коммуникативный импульс на обсуждение тем, связанных с исходной языковыми и ассоциативными связями. Вступающий в дискуссию новый участник актуализирует в ином ракурсе заявленную в инициальной публикации проблему, порождая новый всплеск интереса к ней и интенсивность ее обсуждений. По очерченной схеме в большинстве рассмотренных примеров комментирования события происходит разноаспектное и полимодусное развитие темы вширь и вглубь.

Парадигматическая динамика виртуального диалога определяется разновекторным характером обсуждаемых тем. Диктумно-модусное содержание инициальной публикации, ее вопросительно-риторический характер являются стимулом для лучеобразного развития диалога и поднимаемых в обсуждениях проблем, ближе или дальше отстоящих от ядерного диктумно-модусного плана. Совокупность комментариев, содержащих разноплановые обсуждения: от мотивов гибели российских военных до историко-экономического развития Казахстана; от роли Запада в современном геополитическом развитии мира до коммуникативно-этических норм ведения диалога — это полидискурсивное поле, которое составляет парадигматическое пространство виртуального диалога.

Целостность диалогического пространства обусловлена реализацией двух структурных синтагматико-парадигматических моделей — линейно-цепочечной и параллельной, которые противопоставлены по типу связующих единиц (сцепок).

Линейно-цепочечная модель обуславливает развитие диалога в соответствии с центробежными тенденциями, обеспечивая соскальзывание обсуждений в смежные и несмежные темы и расширяя диктумно-модусное пространство виртуального диалога. Эта модель обеспечивает расширение, размывание семантических компонентов диалога, который, начинаясь с обсуждения конкретной проблемы, далее переходит на уровень обсуждения глобальных вопросов общемировой повестки.

Линейно-цепочечная модель обеспечивает связь реплик диалога посредством диктума и/или модуса. Диктумные средства — это языковой поверхностный уровень, который проявляется в использовании повторяющихся в соседних репликах лексических единиц или единиц, принадлежащих одному лексическому ряду (слова одной тематической группы, синонимы, ассоциативно связанные единицы). Например, использование лексического повтора словосочетания «погибать за идею немецкого еврея»: Олег Модестов отвечает на комментарий 10.01.2022: *Деды за Родину **погибали**, а не **за идею немецкого еврея** Карла Маркса*; Влад Князев отвечает на комментарий 11.01.2022: *Вы когда состояли в КПСС, то тоже собирались **за идею немецкого еврея погибать**? Или вообще трусливо от любых опасностей бежали, потому и в компартию пролезли?*

Связь лексических единиц может носить и более сложный гипо-гиперонимический характер: «коммунизм, капитализм — политический строй». Прохожий 64 комментирует материал 10.01.2022: *Деды **за коммунизм** погибали, сейчас **за капитализм***; Влад Князев отвечает пользователю Прохожий 64 на комментарий

11.01.2022: *В данном случае вы бред полный пишете. Политический строй тут ни при чем. Безопасность России они там будут обеспечивать.*

Более частотными являются сцепки реплик на уровне диктума и модуса: вопрос — ответ; призыв — отклик; мнение — согласие; мнение — возражение; информация — оценка и т. д. Приведем некоторые примеры.

Вопрос — ответ: ЛѣтопиЗецъ дҀрманa отвечает на комментарий 10.01.2022: *А почему в опросе нет пункта: РОССИЙСКИЕ ВОЕННЫЕ НЕ БУДУТ ПОГИБАТЬ*; Олег Модестов отвечает на комментарий 10.01.2022: *Потому что публиковал этот текст пропагандон*; Олег Фоминых отвечает на комментарий 11.01.2022: *Потому что такого варианта у путена нет*; андрей ростовский отвечает пользователю НЕ ВЕРЮ ВАМ на комментарий 10.01.2022: *И где ты был, когда воевали у себя дома в Чечне и превратили Грозный в развалины?* НЕ ВЕРЮ ВАМ отвечает пользователю андрей ростовский на комментарий 10.01.2022: *Чеченцев отстреливал в Белоруссии... А где было ТЫ?*

Вопрос — возмущение: Олег Модестов отвечает пользователю Павел Правдин на комментарий 10.01.2022: *А вы за каких воров и чей олигархат?* Павел Правдин отвечает пользователю Олег Модестов на комментарий 10.01.2022: *Вы с ума сошли!!! Как можно биться грудью, как вы, за чей-то олигархат????*

Пожелание — присоединение к пожеланию: Alessandro DelPiero комментирует материал 10.01.2022: *Все же, дай бог, россияне не будут погибать в Казахстане*; Олег Модестов отвечает пользователю Alessandro DelPiero на комментарий 10.01.2022: *Не будут.*

Призыв — ответ: Влад Князев отвечает пользователю с ником 4297677157 на комментарий 10.01.2022: *Вот взяли и победили «повстанцы»... Кто стал богаче и безнаказаннее? Расскажи!* 4297677157 отвечает пользователю Влад Князев на комментарий 11.01.2022: *На стороне погромщиков воров побольше значительно будет. Думать надо не о интересах различных кланов Казахстана, а о интересах России.*

Мнение — согласие: Николай Петрович отвечает на комментарий 10.01.2022: *Если руководство страны болеет за страну, за свой народ, то примет все меры для ограничения увода капиталов из страны, т. е., грубо говоря, предотвратит ее грабеж среди бела дня, а если правительство является соучастником грабежа, то о каких мерах можно говорить*; Олег Фоминых отвечает на комментарий 11.01.2022: *Абсолютно с Вами согласен. Это называется «атмосфера». В Казахстане и России чиновники сами воров, поэтому капитал от них бежит. В частности, эти же самые чиновники размещают наворованное в России на Западе.*

Мнение — возражение: Александр Лебедев комментирует материал 10.01.2022: *Казахстан это Россия и пора возвращать его назад, во всяком случае северный уж точно, иначе эта дырка в азиатский бардак не закроется никогда*; Alessandro DelPiero отвечает пользователю Александр Лебедев на комментарий 10.01.2022: *России этот наполовину родоплеменной, наполовину феодальный анклав не нужен.*

Мнение — обвинение — оскорбление: Николай Петрович отвечает на комментарий 10.01.2022: *И откуда такие сведения, что Россия должна кормить «елбасутую» мафию? Что за бред ты несешь, стас баловень?* Александр Лебедев отвечает на комментарий 10.01.2022: *Дуровень он, а не баловень.*

Информация — оценка: Николай Петрович отвечает на комментарий 10.01.2022: *Я в конце своего комментария сделал ссылку на материал, который*

и послужил основой для моего комментария: «Казахстан в огне. С места событий» на Царьграде; Олег Фоминых отвечает пользователю Николай Петрович на комментарий 11.01.2022: Царьград — заведомо лживый портал. Есть нейтральные казахские порталы. Например, Орда. КЗ. Мне хочется знать больше, поэтому я смотрю материалы.

Как показывает анализ, преимущественно направление использования сцепок осуществляется от диктума к модусу. При этом диктум автора реплики чаще всего «аксиологизируется» адресатом: диктумное содержание предыдущей реплики воспринимается в резко негативном модусе в последующей. Рассмотренные ранее примеры служат иллюстрацией к этому тезису. При этом частотными являются также сцепки от модуса негативного к модусу негативному, т. е. в репликах участников дискуссии преобладающими являются взаимные негативные оценки. Например, Виртувианский кот отвечает на комментарий 10.01.2022: Я за таких мразей, которые публикуют подобные опросы и пишут комментарии подобные вашему — не голосую. Правда есть надежда, что вы не совсем понимаете русский язык, тогда вам простительно; Павел Правдин отвечает на комментарий 10.01.2022: Берегите психику, а то киселевицина-соловьевичина вас доконает... Многие россияне понимают, что такие, как вы, застряли в бандитских 1990-х и не понимают, что происходит в жизни. Идите дальше холопствовать и лобызать причинные места Чубайсу...

Параллельная модель демонстрирует развитие диалога в соответствии с центростремительными тенденциями; она реализуется по принципу общности структурной модели и одинакового модуса, обеспечивая стабилизацию и диктумно-модусную целостность диалога. Например: Прохожий 64 комментирует материал 10.01.2022: Деды за коммунизм погибли, сейчас за капитализм; отвечает пользователь с ником Прохожий 64 на комментарий 10.01.2022: ...и за Путин — Елбасы; пользователь 4297677157 комментирует материал 10.01.2022: за то чтобы воры остались безнаказанны и стали еще богаче; Владимир Баншахфакеев комментирует материал 10.01.2022: За очередное позорище. За нищету дарагих россиянцев, и обогащение упырей, в том числе и на таких вот операциях. Пушечное мясо обыкновенное. Срамота; пользователь Александр Семёнов комментирует материал 10.01.2022: За то же самое, за что погибли, начиная со средних веков: за устранение реальной или потенциальной угрозы со стороны ничем не прикрытой границы со Степью. Куда от географии денешься! Валерий Советский комментирует материал 10.01.2022: За интересы олигархов; Олег Фоминых комментирует материал 10.01.2022: За свою тупость. Сегодня ни один умный мужик в путенскую армию не пойдет; пользователь korsar комментирует материал 10.01.2022: за миллиарды сворованных денег власть имущими, за их собственность и капиталы, за их красивую и сытую жизнь, за то чтобы их дети командовали нами и вытирали о нас ноги; Александр Федоров комментирует материал 11.01.2022: За насилующих их Родину верховных нелюдей; пользователь с ником Gn Li комментирует материал 11.01.2022: За стабильность Казахстана.

Таким образом, развитие виртуального диалога осуществляется под воздействием центробежных и центростремительных тенденций; первая коррелирует с **линейно-цепочечной**, а вторая — с **параллельной моделью** организации текстового пространства. Противопоставление указанных моделей обусловлено типом связующих единиц, используемых при соединении реплик в развернутый полидиктумный и полимодусный диалог.

Конфликт интерпретаций и коммуникативный конфликт

Как ранее было указано, развитие диалога в пространстве интернет-среды осуществляется по модели конфликта интерпретаций не только инициального текста, но и реплик-комментариев коммуникативных партнеров.

Согласно нашей концепции, интерпретация текста адресатом-участником дискуссии осуществляется по конфликтному сценарию. Один и тот же текст, как показано в нашей опубликованной ранее статье, «разные адресаты интерпретируют различным образом, поскольку деятельность адресата — участника обсуждения — носит активный, креативный и продуцирующий характер, представляя собой автономный, в определенном смысле независимый от замысла автора процесс, характеризующийся субъективностью и собственной интенциональностью» [Ким, Беляева 2019]. Эта деятельность детерминирована категорией ожидания, т. е. дотекстовыми презумпциями, идеологическими убеждениями, фоновыми знаниями и другими актантами, обуславливающими ход и результат интерпретационной деятельности [Иванова 2015; Ким, Беляева 2019]. Понятие ожидания (предвосхищения) в литературе рассматривается как средство речевой деятельности при изучении механизмов понимания текста [Фролова 2010].

Предлагаемая нами лингвокогнитивная концепция предвосхищения, на наш взгляд, имеет объяснительный потенциал, который может быть реализован при исследовании рецептивно-интерпретационной деятельности читателя (адресата) всех видов текста, в том числе политического. Это весьма актуально и в практическом плане как важный элемент формирования медиаграмотности и адресата, и адресанта политической коммуникации. Сравните в связи с последним: «Политический дискурс в определенной мере должен не только отражать прямые или косвенные интенции автора, но и соответствовать ожиданиям адресата» [Ким, Беляева 2019: 51]. Далее авторы указывают, что «если текст не соответствует ожиданиям адресата, если процесс предвосхищения прекращается, то рецептивный аспект смещается, и автор теряет “своих” адресатов» [Ким, Беляева 2019: 51].

Возвращаясь к анализу содержания интернет-комментариев, подчеркнем, что каждый участник приходит на дискуссионную площадку готовым вступить в спор с автором обсуждаемого текста и с участниками дискуссии, готовым обвинять «чужих» и находить «своих». Следовательно, ожидание как когнитивная категория является тем движущим механизмом, который запускает процесс конфликта интерпретаций, переводя его с внутреннего — когнитивного — уровня на внешний — речевой.

Проиллюстрируем этот тезис несколькими примерами: пользователь с ником Виртувианский кот комментирует материал 10.01.2022: *Отдал свой голос графе: автор — фуфел*; Павел Правдин отвечает на комментарий 10.01.2022: *Сразу понятно, что голосуете за казахских воров-баев и российский криминальный олигархат...*; Виртувианский кот отвечает пользователю Павел Правдин на комментарий 10.01.2022: *Я за таких мразей, которые публикуют подобные опросы и пишут комментарии подобные вашему — не голосую. Правда есть надежда, что вы не совсем понимаете русский язык, тогда вам простительно.*

Как видим, речевой конфликт детерминирован когнитивными разногласиями участников коммуникации и запущен их ожиданиями. Участники диалога являют-

ся носителями разных убеждений, при этом заранее определили партнера в группу «чужих». Как следствие, противоречия между участниками дискуссии на глубинном уровне достаточно быстро проявляются на внешнем — речевом. Диалог приобретает характер взаимных обвинений и оскорблений.

Выводы

В проведенном когнитивном и лингвистическом исследовании диктумно-модусного плана совокупности интернет-комментариев одного текста выявлены существенные закономерности его структуры и функционирования. Интернет-обсуждение имеет диалогическую основу, общую для диалогов многих функциональных разновидностей русской разговорной речи, но имеющую ряд специфических черт, связанных прежде всего с усилением влияния модуса на диктум, при этом не только на план его содержания, но и на план выражения — на структуру организации диалога. В интернет-обсуждении политических новостей обнаруживается усиление роли категорий ожидаемого и конфликта интерпретаций, переводящих модальную сторону диалога на глубинный — дотекстовый — уровень детерминации речевой деятельности. Участники дискуссий приходят на площадку интернета с потенциальной готовностью проводить «свою» линию и противодействовать «чужой» линии. По этой причине пространство обсуждения обнаруживает единство и борьбу (конфликт) противоположностей, определяющих принцип его устройства, его синергетику и функционирование.

В исследовании выявлены и описаны две тенденции саморазвития виртуального диалога: центростремительная и центробежная. Центростремительность детерминируется объективным фактором диалога — наличием исходного обсуждаемого текста; центробежность — множеством субъективных центров ожидаемого.

Анализ виртуального диалога выявил два типа организации текстового пространства: синтагматический и парадигматический; и две формы взаимодействия актантов обсуждения: параллельную и линейно-цепочечную. Противопоставление указанных моделей обусловлено типом связующих единиц, используемых при соединении реплик в развернутый полидиктумный и полимодусный диалог. Выявлены типы связей в синтагматических рядах: 1) переход от диктума к модусу; 2) переход от модуса (оценок) к диктуму, которые на диктумном уровне заключаются в использовании повторяющихся в соседних репликах лексических единиц или единиц, принадлежащих одному лексико-семантическому ряду. На уровне модуса сцепки проявляются в закономерностях комбинаторики реплик: вопрос — ответ; призыв — отклик; мнение — согласие; мнение — возражение; информация — оценка и т. д.

Исследование показало эффективность примененной методики анализа текстового материала интернет-обсуждений: оппозиции диктума и модуса, парадигматики и синтагматики; продемонстрировало высокий объяснительный потенциал категорий «ожидаемое» и «конфликт интерпретаций».

Анализ языковых параметров обсуждения выводит на поверхность тот факт, что наличие дотекстового ожидания нацеливает авторов комментариев на квалификацию других участников диалога (в том числе автора обсуждаемой публикации) как «своих» или «чужих», и это обстоятельство существенным образом определяет

модус высказываний комментаторов. Исследовательская реализация объяснительного потенциала названных категорий может быть спроецирована в область анализа и прогностики ментального состояния общества — сильное ожидаемое и готовность к конфликту интерпретаций является отражением социального напряжения, ментальной расколотости или, напротив, когнитивного единства общества.

Литература

- Агапова, С. Г., Полоян, С. Г. (2016). Интернет-дискурс: основные жанры и особенности их исследования. *Известия Южного федерального университета*, 4, 52–58.
- Антипов, А. Г., Базылев, В. Н., Венгранович, М. А., Голев, Н. Д., Жаналина, Л. К., Ким, Л. Г., Киркинская, Т. И., Кишина, Е. В., Колмогорова, А. В., Кондратьева, О. Н., Кошкарлова, Н. Н., Лаврова, А. А., Лебедева, Н. Б., Лесников, С. В., Манаенко, Г. Н., Мельник, Н. В., Осипов, Б. И., Перфильева, Н. П., Рабенко, Т. Г., Савельева, И. В., Сарамотина, Л. Х., Синеокова, Т. Н., Троицкая, Т. С., Чернышова, Т. В., Шкуропацкая, М. Г., Шпильная, Н. Н., Яковлева, Е. А. (2017). *Социально-когнитивное функционирование русского языка*. Кемерово: Кемеровский государственный университет.
- Арутюнова, Н. Д. (1992). Диалогическая модальность и явление цитации. В *Человеческий фактор в языке: Коммуникация, модальность, дейксис* (с. 40–51). Москва: Наука.
- Балли, Ш. (1955). *Общая лингвистика и вопросы французского языка*. Москва: Изд-во иностранной литературы.
- Баранов, А. Н., Крейдлин, Г. Е. (1992). Иллокутивное вынуждение в структуре диалога. *Вопросы языкознания*, 2, 84–99.
- Баркович, А. А. (2016). *Интернет-дискурс. Компьютерно-опосредованная коммуникация*. Москва: Флинта; Наука.
- Белашапкова, В. А. (1989). Синтаксис. В *Современный русский язык* (с. 532–771). Москва: Высшая школа.
- Буров, А. А. (2007). Личностно-энергетический феномен языковой картины мира. *Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета*, 3–4, 145–154.
- Голев, Н. Д. (Ред.). (2019). *Словарь обыденных толкований политических терминов. Лексикографический опыт: 50 слов-стимулов*. Кемерово: Кемеровский государственный университет.
- Горошко, Е. О. (2016). Современная интернет-коммуникация: структура и основные параметры. В *Интернет-коммуникация как новая речевая формация* (с. 9–52). Москва: Флинта.
- Дейк, Т. А. (1989). Когнитивные модели этнических ситуаций. В *Язык. Познание. Коммуникация* (с. 161–189). Москва: Прогресс.
- Дементьев, В. В. (2018). Оценочные метакомментарии в топе новостного браузера. *Политическая лингвистика*, 4 (70), 20–27.
- Демьянков, В. З. (1981). Прагматические основы интерпретации высказывания. *Известия АН СССР*, 4 (40), 368–377.
- Демьянков, В. З. (1990). Интерпретирующая лингвистика. В В. Н. Ярцева (Ред.), *Лингвистический энциклопедический словарь* (с. 197). Москва: Советская энциклопедия.
- Демьянков, В. З. (1994). Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода. *Вопросы языкознания*, 4, 17–33.
- Дударева, Я. А., Шпильная, Н. Н. (2021). Комментарий в социальных сетях как результат реплицирования (на материале интернет-комментариев о вакцинации от ковида). *Политическая лингвистика*, 6 (90), 54–64.
- Дускаева, Л. Р. (2013). Новостной гипертекст сетевых СМИ: трансформационные стилистико-речевые процессы. *Экология языка и коммуникативная практика*, 1, 45–53.
- Ефремов, В. А. (2014). О новых формах наивной лингвистики в эпоху интернета. *Антропологический форум*, 21, 74–81.
- Ешке, Г. и др. (Ред.). (1980). *Диалогическая речь — основы и процесс*. Тбилиси: Изд-во Тбилисского ун-та.
- Иванова, Н. П. (2015). Экспликация ментальной оппозиции «ожидаемое — действительное» в картинах окружающего мира «Путешествия в Арзрум во время похода 1829 года» А. С. Пушкина. В *Пушкинские чтения — 2015. Художественные стратегии классической и новой литературы*:

- жанр, автор, текст (с. 14–24). Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина.
- Карцевский, С. О. (1964). Об асимметричном дуализме лингвистического знака. В В. А. Звезгинцев (Ред.), *История языкознания XIX–XX веков в очерках и извлечениях* (с. 85–93). Москва: Просвещение.
- Ким, Л. Г., Беляева, Е. С. (2019). Дотекстовые ожидания адресата как фактор вариативности интерпретации политического текста. *Вестник Томского государственного университета*, 57, 48–62.
- Клушина, Н. И., Смирнова, Н. В., Касперова, Л. Т., Иванова, М. В., Барышева, С. Ф. (2018). Сетевые жанры: новость и комментарий в пространстве Интернета. *Верхневолжский филологический вестник*, 3, 50–54.
- Колокольцева, Т. Н. (2011). Диалог и диалогичность в интернет-коммуникации. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 8, 128–133.
- Колокольцева, Т. Н., Лутовинова, О. В. (2016). *Интернет-коммуникация как новая речевая формация*. Москва: Флинта; Наука.
- Колосова, Т. А. (1979). О диктуме и модусе в сложном предложении. *Научные доклады высшей школы*, 2, 47–53.
- Копытов, О. Н. (2012). *Модус на пространстве текста*. Хабаровск: Изд-во ХГИИК.
- Лотман, Ю. М. (Ред.). (2004). Внутри мыслящих миров. В *Семиосфера* (с. 150–390). Санкт-Петербург: Искусство — СПб.
- Матвеева, Т. В. (2017). Измерить энергию текста. *Quaestio Rossica*, 5 (3), 838–850.
- Митягина, В. А. (2012). Интернет-комментарий как коммуникативное действие. В *Жанры и типы текста в научном и медийном дискурсе* (с. 88–197). Орел: Орловский государственный институт культуры.
- Мишланов, В. А., Крижановская, Е. М., Кузнецова, Ю. М. (2021). К интерпретации имплицитного модуса: семиотические маркеры речевых интенций в текстах сетевой коммуникации. *Медиалингвистика*, 8 (4), 366–378.
- Морозова, О. Н. (2011). Политическая интернет-коммуникация: ее роль, функции и формы. *Политическая лингвистика*, 1 (35), 156–161.
- Нагорный, И. А. (2002). К вопросу о статусе модально-персуазивной квалификации. В *Русский литературный язык: номинация, предикация, экспрессия* (с. 194–197). Москва: МАНПО.
- Пастухов, А. Г. (2018). Медиалингвистика в Германии. *Медиалингвистика*, 5 (2), 174–198.
- Рикёр, П. (2008). *Конфликт интерпретаций. Очерки о герменевтике*. Москва: Академический проспект.
- Савельева, И. В. (2021). *Непрофессиональный политический дискурс: лингвопрагматический и лингвоперсонологический аспекты*. Санкт-Петербург: Научное издание технологии.
- Смирницкий, А. И. (1998). *Лексикология английского языка*. Москва: Изд-во МГУ.
- Солнцев, В. М. (1984). Вариативность как общее свойство языковой системы. *Вопросы языкознания*, 2, 31–42.
- Степанов, Г. В. (1976). Об особенностях языковой вариативности. В М. П. Алексеев (Ред.), *Теория языка. Англистика. Кельтология* (с. 125–133). Москва: Наука.
- Трофимова, Г. Н., Барабаш, В. В. (2020). *Языковое послевкусие интернет-эпохи в России*. Москва: РУДН.
- Тураева, З. Я. (1994). Лингвистика текста: категория модальности. *Вопросы языкознания*, 3, 105–114.
- Фролова, А. В. (2010). Специфика исследования антиципации в речевой деятельности. *Вестник Татарского государственного гуманитарно-педагогического университета*, 20, 325–331.
- Черняк, М. А. (2018). *Проза цифровой эпохи: традиции, жанры, имена*. Москва: Флинта.
- Шведова, Н. Ю. (1960). *Очерки по синтаксису русской разговорной речи*. Москва: Изд-во Академии наук СССР.
- Шмелева, Т. В. (1994). *Семантический синтаксис: текст лекций из курса «Современный русский язык»*. Красноярск: Изд-во КГУ.
- Шпильная, Н. Н. (2018). *Диалогический текст: Деривационная концепция*. Москва: Ленанд.
- Androutsopoulos, J., Runckel, J., Schlobinski, P., Siever, T. (2006). *Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung* (Germanistische Linguistik 186/87). Hildesheim: Olms.
- Burger, H., Luginbühl, M. (2014). *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* (4. Aufl.). Berlin; Boston: de Gruyter.
- Duskaeva, L. (Ed.). (2021). *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*. London: Palgrave Macmillan Ltd.
- Duskaeva, L. (Ed.). (2022). *The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication*. Taylor & Francis.

- Friestad, M., Wright, P. (1994). The Persuasion Knowledge Model: How People Cope with Persuasion Attempts. *Journal of Consumer Research*, 21 (1), 1–31.
- Herring, S., Stein, D., Virtanen, T. (2013). *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Berlin; New York: de Gruyter.
- Hutchby, I. (2006). *Media Talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*. New York: Open University Press.
- Marx, K., Weidacher, G. (2014). *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Gunter Narr.
- Mikos, L., Wegener, Cl. (2005). *Qualitative Medienforschung: ein Handbuch*. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft.
- Volodina, M. (Ed.). (2013). *Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich*. Mannheim: Inst. für Deutsche Sprache.
- Wright, S. (2012). From “Third Place” to “Third Space”: Everyday Political Talk in Non-political Online Spaces. *Javnost — The Public*, 19 (3), 5–20. <https://doi.org/10.1080/13183222.2012.11009088>

Источники

maxpark.com. Электронный ресурс <https://maxpark.com/user/4296647982/content/7534215?ysclid=larw4fpl8s198607816>.

Статья поступила в редакцию 25 августа 2022 г.;
рекомендована к печати 30 ноября 2022 г.

Контактная информация:

Голев Николай Данилович — д-р филол. наук, проф.; ngolevd@mail.ru
Ким Лидия Густовна — д-р филол. наук, доц.; kimli09@mail.ru

Dictum-modus pluralism in virtual dialogic discourse (based on Internet comments)*

N. D. Golev, L. G. Kim

Kemerovo State University,
6, ul. Krasnaia, Kemerovo, 650000, Russian Federation

For citation: Golev N. D., Kim L. G. (2023). Dictum-modus pluralism in virtual dialogic discourse (based on Internet comments). *Media Linguistics*, 10 (1), 4–26. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.101> (In Russian)

The article explores the dictum and modus content of the virtual dialogue, formed by news published on the Internet and comments by the discussion participants. The problematics of the study is determined by the contradiction between the uniqueness of the content plane for the news publication as the embodiment of the author’s intention and the dictum-modus pluralism expressed in the comments of the participants in the Internet discussion. The study involves 155 comments of internet discussion to the news “What will the Russian soldiers die in Kazakhstan for?” posted on the maxpark portal. The Internet discussion of political news establishes the role of the categories of the expected and the conflict of interpretations that influence the dictum-modus content of the dialogue. While researching a virtual dialogue, we revealed two types of text space organization: syntagmatic and paradigmatic, which set up the undulating and radial principles of virtual dialogue development. The syntagmatic structure of the dialogue is manifested when the latter develops from a specific topic stated in the publication to related ones, then to global ones, which determines its multidimensional and polymodal development. The paradigmatic dynamics of the virtual dialogue is determined

* The materials were prepared with the support of the Russian Foundation for Basic Research, no. 20-412-420004r_a “Linguistic monitoring of social tension in Kuzbass”.

by the multi-vector nature of the topics discussed. The analysis of comments discovered two models of their interaction: linear-chain and parallel. The linear-chain model determines the development of a dialogue in accordance with centrifugal tendencies, expanding its dictum-modus space. The parallel model ensures the development of a dialogue in accordance with centripetal tendencies; it is implemented according to the principle of a common structural model and the same mode, providing the stabilization and dictum-modus integrity of the virtual dialogue. The theory of Internet dialogue developed in the article, the explanatory potential of the categories of the expected and the conflict of interpretations can be used in the analysis and forecasts of the mental state of the society.

Keywords: virtual dialogue, dictum, modus, conflict of interpretations, the expected as a category.

References

- Agapova, S. G., Poloian, S. G. (2016). Internet Discourse: Main Genres and Features of their Research. *Izvestiia Iuzhnogo federal'nogo universiteta*, 4, 52–58. (In Russian)
- Androutopoulos, J., Runkehl, J., Schlobinski, P., Siever, T. (2006). *Neuere Entwicklungen in der linguistischen Internetforschung*. Hildesheim: Olms.
- Antipov, A. G., Bazylev, V. N., Vengranovich, M. A., Golev, N. D., Zhanalina, L. K., Kim, L. G., Kirinskaya, T. I., Kishina, E. V., Kolmogorova, A. V., Kondrat'eva, O. N., Koshkarova, N. N., Lavrova, A. A., Lebedeva, N. B., Lesnikov, S. V., Manaenko, G. N., Mel'nik, N. V., Osipov, B. I., Perfil'eva, N. P., Rabenko, T. G., Saveleva, I. V., Saramotina, L. H., Sineokova, T. N., Troickaya, T. S., Chernyshova, T. V., Shkurpackaya, M. G., Shpil'naya, N. N., Yakovleva, E. A. (2017). *Socio-cognitive functioning of the Russian language*. Kemerovo: Kemerovskii gosudarstvennyi universitet Publ. (In Russian)
- Arutiunova, N. D. (1992). Dialogical Modality and the Phenomenon of Citation. In *Chelovecheskii faktor v iazyke: Kommunikatsiia, modal'nost', deiksis* (pp. 40–51). Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Balli, Sh. (1955). *General Linguistics and French Language Issues*. Moscow: Izd-vo inostrannoi literatury Publ. (In Russian)
- Baranov, A. N., Kreidlin, G. E. (1992). Illocutionary Compulsion in the Structure of the Dialogue. *Voprosy iazykoznanii*, 2, 84–99. (In Russian)
- Barkovich, A. A. (2016). *Internet Discourse. Computer-mediated Communication*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ. (In Russian)
- Beloshapkova, V. A. (1989). Syntax. In *Sovremennyi russkii iazyk* (pp. 532–771). Moscow: Vysshaia shkola Publ. (In Russian)
- Burger, H., Luginbühl, M. (2014). *Mediensprache. Eine Einführung in Sprache und Kommunikationsformen der Massenmedien* (4. Aufl.). Berlin; Boston: de Gruyter.
- Burov, A. A. (2007). Personal Energy Phenomenon of the Language Picture of the World. *Vestnik Piatigorskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 3–4, 145–154. (In Russian)
- Cherniak, M. A. (2018). *Prose of the Digital Age: Traditions, Genres, Names*. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Deik, T. A. (1989). Cognitive Models of Ethnic Situations. In *Iazyk. Poznanie. Kommunikatsiia* (pp. 161–189). Moscow: Progress Publ. (In Russian)
- Dement'ev, V. V. (2018). Evaluative Metacomments at the Top of the News Browser. *Politicheskaiia lingvistika*, 4 (70), 20–27. (In Russian)
- Dem'iankov, V. Z. (1981). Pragmatic Foundations for Interpreting an Utterance. *Izvestiia AN SSSR*, 4 (40), 368–377. (In Russian)
- Dem'iankov, V. Z. (1990). Interpretive Linguistics. In V. N. Iartseva (Ed.), *Lingvisticheskii entsiklopedicheskii slovar'* (p. 197). Moscow: Sovetskaia entsiklopediia Publ. (In Russian)
- Dem'iankov, V. Z. (1994). Cognitive linguistics as a kind of interpretive approach. *Voprosy iazykoznanii*, 4, 17–33. (In Russian)
- Dudareva, Ia. A., Shpil'naia, N. N. (2021). Comment on Social Networks as a Result of Replication (Based on Internet Comments about Covid Vaccination). *Politicheskaiia lingvistika*, 6 (90), 54–64. (In Russian)
- Duskaeva, L. R. (2013). News Hypertext of Network Media: Transformational Stylistic and Speech Processes. *Ekologiia iazyka i kommunikativnaia praktika*, 1, 45–53. (In Russian)
- Duskaeva, L. (Ed.). (2021). *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*. London: Palgrave Macmillan Ltd.
- Duskaeva, L. (Ed.). (2022). *The Ethics of Humour in Online Slavic Media Communication*. Taylor & Francis.

- Efremov, V. A. (2014). On New Forms of Naive Linguistics in the Internet Age. *Antropologicheskii forum*, 21, 74–81. (In Russian)
- Eshke, G. et al. (Ed.). (1980). *Dialogic Speech — Basics and Process*. Tbilisi: Izd-vo Tbilisskogo un-ta Publ. (In Russian)
- Friestad, M., Wright, P. (1994). The Persuasion Knowledge Model: How People Cope with Persuasion Attempts. *Journal of Consumer Research*, 21 (1), 1–31.
- Frolova, A. V. (2010). The Specificity of the Study of Anticipation in Speech Activity. *Vestnik Tatarskogo gosudarstvennogo humanitarno-pedagogicheskogo universiteta*, 20, 325–331. (In Russian)
- Golev, N. D. (Ed.). (2019). *Dictionary of everyday interpretations of political terms: Lexicographic experience. 50 Stimulus Words*. Kemerovo: Kemerovskii gosudarstvennyi universitet Publ. (In Russian)
- Goroshko, E. O. (2016). Modern Internet Communication: Structure and Main Parameters. In *Internet-kommunikatsiia kak novaia rechevaia formatsiia* (pp.9–52). Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Herring, S., Stein, D., Virtanen, T. (2013). *Pragmatics of Computer-Mediated Communication*. Berlin; New York: de Gruyter.
- Hutchby, I. (2006). *Media Talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*. New York: Open University Press.
- Ivanova, N. P. (2015). Explication of the Mental Opposition “Expected — Actual” in the Pictures of the Surrounding World “Journey to Arzrum during the Campaign of 1829” by A. S. Pushkin. In *Pushkinskie chteniia-2015. Khudozhestvennye strategii klassicheskoi i novoi literatury: zhanr, avtor, tekst* (pp.14–24). St Petersburg: Leningradskii gosudarstvennyi universitet imeni A. S. Pushkina Publ. (In Russian)
- Kartsevskii, S. O. (1964). On the Asymmetric Dualism of the Linguistic Sign. In V. A. Zvegintsev (Ed.), *Istoriia iazykoznaniiia XIX–XX vekov v ocherkakh i izvlecheniiaakh* (pp.85–93). Moscow: Prosveshchenie Publ. (In Russian)
- Kim, L. G., Beliaeva, E. S. (2019). Pre-text Expectations of the Addressee as a Factor of Variability in the Interpretation of a Political Text. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 57, 48–62. (In Russian)
- Klushina, N. I., Smirnova, N. V., Kasperova, L. T., Ivanova, M. V., Barysheva, S. F. (2018). Network Genres: News and Commentary in the Space of the Internet. *Verkhnevolzhskii filologicheskii vestnik*, 3, 50–54. (In Russian)
- Kolokol'tseva, T. N. (2011). Dialogue and Dialogism in Internet Communication. *Izvestiia Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 8, 128–133. (In Russian)
- Kolokol'tseva, T. N., Lutovinova, O. V. (2016). *Internet Communication as a New Speech Formation*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ. (In Russian)
- Kolosova, T. A. (1979). On Dictum and Modus in a Compound Sentence. *Nauchnye doklady vyshei shkoly*, 2, 47–53. (In Russian)
- Kopytov, O. N. (2012). *Modus on Text Space*. Khabarovsk: Izd-vo KhGIIK Publ. (In Russian)
- Lotman, Iu. M. (Ed.). (2004). Inside the thinking worlds. In *Semiosfera* (pp.150–390). St Petersburg: Iskusstvo — SPB Publ. (In Russian)
- Marx, K., Weidacher, G. (2014). *Internetlinguistik. Ein Lehr-und Arbeitsbuch*. Tübingen: Gunter Narr.
- Matveeva, T. V. (2017). Measuring the Energy of a Text. *Quaestio Rossica*, 5 (3), 838–850. (In Russian).
- Mikos, L., Wegener, Cl. (2005). *Qualitative Medienforschung: ein Handbuch*. Konstanz: UVK-Verlagsgesellschaft.
- Mishlanov, V. A., Krizhanovskaia, E. M., Kuznetsova, Iu. M. (2021). Interpretation of the implicit modality: Semiotic markers of the speech intentions in the texts of online communication. *Media Linguistics*, 8 (4), 366–378. (In Russian)
- Mitiagina, V. A. (2012). Internet Commentary as a Communicative Action. *Zhanry i tipy teksta v nauchnom i mediinom disurse* (pp.88–197). Orel: Orlovskii gosudarstvennyi institut kul'tury Publ. (In Russian)
- Morozova, O. N. (2011). Political Internet Communication: its Role, Functions and Forms. *Politicheskaiia lingvistika*, 1 (35), 156–161. (In Russian)
- Nagornyi, I. A. (2002). To the Question of the Status of Modal-persuasive Qualification. In *Russkii literaturnyi iazyk: nominatsiia, predikatsiia, ekspressiia* (pp.194–197). Moscow: MANPO Publ. (In Russian)
- Pastukhov, A. G. (2018). Media Linguistics in Germany. *Media Linguistics*, 5 (2), 174–198. (In Russian)
- Riker, P. (2008). *Interpretation conflict. Essays on hermeneutics*. Moscow: Akademicheskii prospekt Publ. (In Russian)
- Savel'eva, I. V. (2021). *Unprofessional Political Discourse: Linguopragmatic and Linguopersonological Aspects*. St Petersburg: Naukoemkie tekhnologii Publ. (In Russian)
- Shmeleva, T. V. (1994). *Semantic syntax: text of lectures from the course “Modern Russian”*. Krasnoyarsk: Izd-vo KGU Publ. (In Russian)

- Shpil'naia, N. N. (2018). *Dialogic Text: Derivational Concept*. Moscow: Lenand Publ. (In Russian)
- Shvedova, N. Iu. (1960). *Essays on the Syntax of Russian Colloquial Speech*. Moscow: Izd-vo Akademii nauk SSSR Publ. (In Russian)
- Smirnitskii, A. I. (1998). *Lexicology of the English Language*. Moscow: Lomonosov Moscow University Press. (In Russian)
- Solntsev, V. M. (1984). Variation as a General Property of the Language System. *Voprosy iazykoznanii*, 2, 31–42. (In Russian)
- Stepanov, G. V. (1976). About the Features of Linguistic Variability. In M. P. Alekseev (Ed.), *Teoriia iazyka. Anglistika. Kel'tologiiia* (pp. 125–133). Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Trofimova, G. N., Barabash, V. V. (2020). *Linguistic Aftertaste of the Internet Era in Russia (Current Processes in Russian-language Digital Media Communication)*. Moscow: RUDN Publ. (In Russian)
- Turaeva, Z. Ia. (1994). Text Linguistics: The Category of Modality. *Voprosy iazykoznanii*, 3, 105–114. (In Russian)
- Volodina, M. (Ed.). (2013). *Mediensprache und Medienkommunikation im interdisziplinären und interkulturellen Vergleich*. Mannheim: Inst. für Deutsche Sprache.
- Wright, S. (2012). From “Third Place” to “Third Space”: Everyday Political Talk in Non-political Online Spaces. *Javnost — The Public*, 19 (3), 5–20. <https://doi.org/10.1080/13183222.2012.11009088>

Sources

maxpark.com. Retrieved from <https://maxpark.com/user/4296647982/content/7534215?ysclid=larw4fpl8s198607816>.

Received: August 25, 2022
Accepted: November 30, 2022

Authors' information:

Nikolay D. Golev — Dr. Sci. in Philology, Professor; ngolevd@mail.ru
Lidiya G. Kim — Dr. Sci. in Philology, Associate Professor; kimli09@mail.ru

Векторная вариативность и характер реакций читателей на сообщения в онлайн-медиа

И. Иванова

Шуменский университет им. Константина Преславского,
Республика Болгария, 9700, Шумен, ул. Университетска, 115

Для цитирования: Иванова И. (2023). Векторная вариативность и характер реакций читателей на сообщения в онлайн-медиа. *Медиалингвистика*, 10 (1), 27–46.
<https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.102>

В статье прослеживается направленность и специфика реакций читателей на сообщения политического характера и высказывания политических лидеров в онлайн-новостях. С одной стороны, рассматриваются реакции, направленные на исходный текст — его содержание или форму, на личность политиков, с другой — обращается внимание на иной вектор коммуникации — между читателями, реагирующими на предыдущие комментарии, в результате чего возникают разновекторные диалоги и даже конфликты между участниками дискуссии. Новая направленность коммуникации реализуется, когда исходный текст становится поводом для изложения собственных позиций комментирующего, зачастую не имеющих ничего общего с тематикой публикации. При помощи контент-анализа исследовательского корпуса из популярных болгарских онлайн-СМИ выделяются возможные типы комментариев и обсуждается их частотность и генерирующий потенциал для поддержания дискуссии между читателями. Анализ показывает, что не существует единой классификации реакций и что их направленность находится в тесной зависимости от ряда факторов, таких как тематика сообщений, ее актуальность, отношение комментирующего, количество, качество и направленность предыдущих комментариев и проявление эмоций при выражении мнения. Наибольшей частотностью отличаются комментарии по теме статьи и реакции на предыдущие мнения. Значительно меньше представлены негативные реакции на менталитет народа, позиции других комментирующих и на качество самого текста. Меньшим или нулевым генерирующим потенциалом отличаются реакции на изображения, на действия политиков и политику в целом, на журналистов, модераторов и на темы, не связанные со статьей.

Ключевые слова: онлайн-медиа, реакции читателей, векторы коммуникации, генерирующий потенциал комментариев.

Постановка проблемы

Появление онлайн-версий популярных газет и самостоятельных новостных порталов, которые предоставляют читателям возможность комментировать онлайн-публикации, радикально изменило специфику коммуникации между создателями новостей и их реципиентами. В результате у создателей информационных сообщений появилась информация о том, как их тексты воздействуют на читателей. В отличие от традиционных однонаправленных (от автора к читателю) информационных текстов, онлайн-новости создают предпосылки для возникновения

нового типа журналистики — participatory journalism [Bowman, Willis 2003; Chung 2008; Гатилин 2022] и нового типа газетной статьи — participatory news article [Bruce 2011], которые предполагают активное общение авторов текстов и их реципиентов. В дополнение к этому типу общения возникает и параллельная коммуникация, ее участники — читатели, чьи реакции на изначальный текст, приобретая смысл самостоятельных сообщений, в свою очередь, провоцируют ответы других читателей. В своих комментариях такие участники диалога могут корректировать или дополнять информацию, представленную в оригинальной статье, выражать несогласие с написанным или выступить в поддержку автора, делиться наблюдениями и даже анекдотами, давать ссылки на другие источники информации [Schuth, Marx, de Rijke 2007]. Такого рода интерактивная журналистика (interactive journalism) реализуется в двух планах — содержательном (content interactivity) и межличностном (interpersonal interactivity) [Santana 2011]. Иными словами, коммуникация, осуществляемая через комментарии, может быть направлена как на содержание статьи, так и на общение между читателями. Интерактивная газетная статья рассматривается некоторыми авторами как комплексное явление с ядерным и периферийным компонентами, причем комментарии могут относиться как к ядру, так и к периферии в зависимости от их отношения к теме статьи [Гималетдинова 2012].

Настоящее исследование ставит своей целью определить векторную вариативность читательских комментариев по их возможной направленности: на исходный текст и его содержание (темы, события, личности); на его авторов — журналистов; на других читателей и их мнения; на проблемы, не имеющие непосредственной связи с текстом статьи. Необходимость исследования мотивирована тем, что, хотя комментарии читателей являются наиболее популярными и широко используемыми формами пользовательского контента в рамках партиципаторной журналистики, им до сих пор уделялось мало внимания со стороны исследователей [Reich 2011], особенно это касается возникновения новых смыслов и интерпретаций, создаваемых читателями. Систематический обзор новейших материалов по данной тематике [Reimeret et al. 2021] также показал, что исследования в основном концентрируются на изучении комментариев в англо-американской онлайн-прессе, игнорируя при этом СМИ из других частей мира. Исследуются чаще всего разжигание ненависти, общая невежливость и мнения пользователей по конкретным вопросам, в то время как комментарии в социальных сетях, пропаганда и конструктивные комментарии остаются вне фокуса внимания ученых.

История вопроса

Как правило, наличие комментариев к некоему информационному сообщению является индикатором читательского интереса и может использоваться создателями газетных статей в качестве информации о востребованности данного типа новостей. Интерактивная журналистика развивается благодаря тому, что содержит контент, создаваемый пользователями в ответ на новостные статьи профессиональных журналистов [Greer, Mensing 2006; Ye, Li 2004; Rosenberry 2005; Raycheva 2006]. По мнению Е. Ю. Пановой и В. В. Федорова, такая возможность приводит к возникновению нового типа коммуникации — спиралевидного типа, при которой, в отличие от традиционной горизонтальной коммуникативной цепи, каждая

единица коммуникации может являться порождающим текстом для новых, иных направлений дискуссии [Панова, Федоров 2015]. Е. В. Выровцева и А. А. Малышев считают, что любая медиакоммуникация представляет собой ответную коммуникацию, в которой субъект речи, вступая в диалог с современной действительностью, другими субъектами речи или с самим собой, всегда отвечает на уже сформулированный или потенциальный вопрос [Выровцева, Малышев 2020].

Гипертекстуальность онлайн-комментариев рассматривалась рядом ученых, выделивших следующие особенности этого типа текста: фрагментарность, нелинейность, бесконечность, разнородность и интерактивность [Дускаева 2014; Лутвинова 2009; Имбер 2019]. Л. Р. Дускаева также подчеркивает поливекторность (разнонаправленность) гипертекста новостей, которая проявляется в выборе вариантов прочтения и логики освещения событий [Дускаева 2014].

Благодаря своей непосредственности, анонимности и отсутствию цензуры онлайн-комментарии часто отличаются большей импульсивностью, поверхностностью и агрессивностью, чем традиционные формы общения авторов новостей с аудиторией. По этой причине исследователи общественных настроений могут использовать читательские реакции как индикатор общественного мнения. Исследования реакций свидетельствуют о том, что они способны оказывать влияние на мнения и поведение читающей аудитории, даже если они не представляют мнение большинства и не являются репрезентативными [Lee, Yoon 2010; Park, Lee, Han 2007]. Таким образом создаются новые массивы информации и знания — явление, которое в исследовательской литературе обозначается как *collaborative knowledge generation* [Shanahan 2010]. По мнению И. В. Савельевой, интернет-комментарий следует воспринимать как результат вторичной текстовой деятельности личности, которую можно рассматривать с позиций лингвоперсонологического и лингвосомиотического подходов к текстопорождению [Савельева 2019].

Рассматривая жанр компьютерно-опосредованной коммуникации, М. А. Егорова считает термин «комментарий к посту» неудачным для научного обозначения исследуемого жанра, так как соответствующие тексты и их отдельные части «существенно варьируются по линии коммуникативной функции, которая далеко не всегда сводится именно к комментированию поста» [Егорова 2014: 16]. Она отдает предпочтение термину «отклик», так как при огромном жанровом разнообразии самих постов отклики на них имеют общие ядерные жанрообразующие признаки. Большинство исследователей, однако, предпочитает использовать термин «комментарий», рассматриваемый как субжанр интернет-коммуникации. Этот термин присутствует в обзорной статье Г. К. Гималетдиновой и Э. Х. Довтаевой, посвященной сентимент-анализу читательского комментария к политическому тексту, где предпочтение этого термина мотивируется наличием смысловых, структурных и семантических связей между газетными статьями и читательскими реакциями, позволяющими рассматривать газетную статью и читательский комментарий как единое целое [Гималетдинова, Довтаева 2020].

Согласно общепринятым правилам в журналистике, хорошие или правильные комментарии не отклоняются от заданной журналистами темы и не претендуют на смену повестки дня [Robinson 2010]. Контент-анализ комментариев, однако, показывает, что выдвижение новых тем или проблем является результатом неудовлетворенности или несогласия читателей с предлагаемыми для обсуждения тема-

ми, и это в конечном итоге ведет к возникновению на их месте новых тем. Таким образом, читатели заявляют свои претензии на право иметь собственный взгляд и на определение повестки дня (*agenda setting*). Эти претензии относятся и к другой основной роли журналистики — контролю доступа (*gatekeeping*), включающему в себя выбор, написание, редактирование, позиционирование, планирование появления, повторение и иное преобразование информации, направленное на то, чтобы она приобрела статус новостного сообщения [Shoemaker, Vos, Reese 2008].

По отношению к другому типу общения — между читателями — наиболее доступная и простая форма реакции, не предполагающая дополнительной аргументации, — это возможность оценить комментарий при помощи плюсов или минусов. Большинство читателей довольствуется именно этой возможностью, так как она позволяет выразить свою позицию, оставаясь при этом внешним наблюдателем обмена идеями. В тех случаях, когда требуется регистрация на сайте, эта реакция является удобной возможностью остаться анонимным. Однако, несмотря на то что рейтинг конкретной статьи определяется количеством реакций на ее содержание, довольно часто комментарии к ней оказывают большее влияние на читателей, чем само содержание статьи [Yang 2008]. Этот факт подтверждает, что, несмотря на сближение между создателями новостей и их читателями, последние все еще не могут считаться полноправными участниками так называемого *participatory journalism*, что они не создают совместный продукт и что в действительности мнение читателей не может оказывать большого влияния на создание новостей и принятие решений. Даже группы или сообщества читателей, которые комментируют политические новости, не могут оказывать влияние на политические процессы или провоцировать перемены [Christensen 2011]. Осознание этого факта читателями обуславливает тенденцию к смещению их коммуникации в сторону тем и проблем, более важных для них самих, нежели для авторов журналистских публикаций. Такой тип онлайн-дискуссии рассматривается Д. В. Волковским и О. Г. Филатовой [Волковский, Филатова 2019] как форма электронного участия читателей в политике.

В исследовательской литературе анализ типологии реакций, присутствующих в комментариях к новостным сообщениям, занимает особое место, так как они выявляют не только интерес читающей публики, но и раскрывают возможности влияния читателей друг на друга. По мнению E. Manosevitch и D. Walker, комментарии читателей являются аналитическими, критическими, основанными на фактах и рациональными по отношению к социальному порядку сообщениями, которые подталкивают к обсуждению и размышлению (*deliberation*) [Manosevitch, Walker 2009]. Читатели отвечают друг другу, делятся дополнительными ссылками на информацию и провоцируют обсуждение.

Особый интерес для исследователей представляет прагматический аспект онлайн-коммуникации и способы проявления вежливости при выражении и защите личного мнения. Относительная свобода, предоставляемая онлайн-общением, дает возможность читателям исправлять предоставленную информацию, добавлять информацию и делиться знаниями, основанными на фактах [Schuth, Marx, de Rijke 2007]. По ходу этого процесса возникает особая форма коммуникации, так называемый полилог — способ обсуждения проблемы с участием трех и более сторон, имеющих разные точки зрения на нее, обычно представленные разными дискуссионными тредами (*threads*), которые могут пересекаться или частично совпадать.

Изучению полилога в условиях онлайн-общения посвящено множество работ, включая исследования М. Marcoccia [Marcoccia 2004], Р. Bou-Franch и Р. Garcés-Conejos Blitwisch [Bou-Franch, Garcés-Conejos Blitwisch 2014] и др. Объектами исследования становятся реализация речевых актов, типы соседних пар (adjacency pairs) и выражение или нарушение вежливости.

Ряд исследователей обращает внимание на проявление агрессии в комментариях. М. Burke и R. Kraut считают, что вежливость на онлайн-форумах часто связана с темой, которую затрагивают эти форумы [Burke, Kraut 2008]. Согласно N. Diakopoulos и M. Naaman, оскорбительный характер комментариев читателей в свою очередь вызывает ответную реакцию и оскорбления. Эти исследователи обнаружили взаимосвязь между актуальностью, протяженностью во времени (периодом, в котором доступ к комментариям открыт), настроением и качеством комментариев, а также выявили корреляцию между негативом и долей удаленных комментариев [Diakopoulos, Naaman 2011]. Их наблюдения предполагают, что такие показатели настроений читателей в комментариях, как негативные реакции, могут информировать модераторов сайтов о темах или проблемах, которые требуют дополнительного внимания и большего присутствия их в повестке дня.

Специальное внимание при анализе онлайн-коммуникации уделяется нарастанию агрессии и причинам ее возникновения. В ряде статей рассматривается явление сознательного разгорания страстей, так называемый флейминг (flaming), представляющий чрезмерное выражение негативных эмоций. Причина его возникновения — эмоциональное заражение (emotional contagion), определяемое как процесс, в котором человек или группа людей воздействуют на эмоции или поведение другого человека или группы посредством сознательного или бессознательного вызывания эмоциональных состояний и поведенческих установок [Schoenewolf 1990; Kramer, Guillory, Hancock 2014]. Как правило, флейминг появляется в комментариях к сообщениям, противоречащим первоначальной установке читателя и идущим вразрез с его взглядами по конкретной теме. Негативные комментарии других читателей также способствуют усилению флейминга. Различия во мнениях могут привести к более поляризованным ситуациям, побуждающим людей использовать агрессивный язык для выражения своей точки зрения вместо того, чтобы участвовать в вежливом дискурсе. Результаты исследования J. Petit, С. Li и К. Ali показали, что при различии во мнениях между авторами статей и читателями, а также при наличии даже небольшого объема негативных комментариев неискушенные читатели с большей вероятностью поддаются флеймингу [Petit, Li, Ali 2020].

В масштабном исследовании популярных греческих онлайн-средств массовой информации D. Milioni, K. Vadratsikas, V. Papa выделили несколько типов комментариев читателей [Milioni, Vadratsikas, PAPA 2012]. Первый тип вводит в обсуждение новые, побочные темы, тем самым расширяя повестку дня, предложенную журналистом. Таким образом в обсуждение вводятся важные для комментирующих темы, которые смещают фокус и направленность обсуждения. Второй тип комментариев исследователи назвали неприложимым (not applicable), так как комментирующий отклоняется существенно от темы обсуждения, комментарий лишен смысла или непонятен (incomprehensible) и относится к организации дискуссий (metacommunication). Комментирующие обращаются друг к другу, обсуждая личные проблемы (personal communication), или приводят ссылки разного характера

других сайтов, такие как стихи, песни, музыкальные клипы и т. д., или просто занимаются болтовней (smalltalk) с целью поддержания контакта и коммуникации. Комментарии также различаются в зависимости от того, поддерживают они позицию журналистов или отрицают ее. Авторы исследования показывают, что 73 % комментариев напрямую относятся к теме журналистской публикации. Из остальных комментариев 9 % поднимают к обсуждению новые темы, а 18 % предпочитают обсуждение личных проблем, других читателей или просто незначительную болтовню для поддержки коммуникации [Miloni, Vadratsikas, Papa 2012].

Иную классификацию реакций предлагают J. Richardson и J. Stanyer, которые сравнивают интерактивные возможности британской качественной прессы и таблоидов [Richardson, Stanyer 2011]. Авторы выделяют четыре типа комментариев: направленные на предмет конкретной статьи, направленные на более общую тему, реакция на комментарии других читателей и представляющие комбинацию черт трех предыдущих типов. Первый тип комментариев обычно краткий по форме и представлен чаще в таблоидах, чем в качественной прессе. Он довольно жесткий и является немедленной реакцией на прочитанное; в таком типе комментария прочитанное не нуждается в объяснении или пересказе. Комментарии на более широкую тему обсуждения отличаются симптоматической аргументацией, которая основана на отношениях совпадения, ассоциации или связи. Коммуникация между самими комментирующими присутствует исключительно среди читателей качественной прессы, а львиную долю в этом отношении занимают «Гардиан» и «Телеграф онлайн», хотя дискуссия читателей не отличается особым качеством и обычно содержит отсылки к предыдущим комментариям, риторические вопросы и искривленные выводы. Чаще всего комментирующие демонстрируют свои твердо сформировавшиеся мнения, которые не поддаются изменению по ходу дискуссии и не нуждаются в доказательствах.

Отдельное внимание в исследованиях отводится отношению комментирующих к выраженной журналистами позиции. Здесь выявляются две противоположные позиции — положительное или отрицательное отношение к теме или объекту сообщения, например к определенному политику или к управляющему классу в целом. По наблюдениям Е. Ю. Пановой и В. В. Федорова, преобладающей тенденцией является индифферентность массовой аудитории по отношению к какой-либо идеологии, и диалог с властью строится не в поле политики, а по линии быта и решения повседневных проблем [Панова, Федоров 2015]. Выражение отношения к конкретным социокультурным нормам и правилам, группам и индивидам осуществляется через определенные коммуникативные стратегии. Первая из них — агрессивно-иррациональное восприятие власти, не зависящее от политических и идейных ориентаций, а вторая — ирония-провокация по отношению ко всему, что связано с деятельностью власти, часто проявляющаяся в форме так называемого троллинга, через создание условно абсурдных квазисобытий, параллельных настоящим событиям, или через языковую игру. Созданию и восприятию комического эффекта в форумных комментариях к медиатекстам посвящены исследования Л. Р. Дускаевой и Е. А. Щегловой [Дускаева, Щеглова 2020] и Е. В. Стояновой [Стоянова 2022].

Исследователи выделяют три типа коммуникантов в зависимости от их комментариев: «эксперт» — приводит конкретные факты, специальные сведения;

«логик» — использует логические доказательства, обращается к рации; «эмоциональный критик» — апеллирует к личному опыту, в его высказываниях преобладает иррациональное начало [Панова, Федоров 2015: 48]. А. А. Малышев [Малышев 2020], со своей стороны, выделяет следующие интенциональные типы комментаторов: эмпаты, советчики, антагонисты, оппозиционеры и тролли.

Классификация комментариев-реакций проводится и по отношению к их формальной структуре или грамматике. Е. В. Выровцева и А. А. Малышев определяют интенциональное распределение векторов читательской рефлексии и выделяют пять групп комментариев: 1) выражение сочувствия; 2) советы; 3) полемика; 4) протест против государственного устройства; 5) троллинг [Выровцева, Малышев 2020].

Анализ исследовательской литературы показывает, что не существует единой классификации реакций читателей на онлайн-статьи, чаще всего типы реакций находятся в тесной зависимости от целого ряда факторов, таких как тематика сообщений, отношение комментирующего к обсуждаемой тематике, количество существующих комментариев и их характер, а также от степени проявления эмоций при выражении мнения.

На основании анализа перечисленных взглядов на классификацию комментариев настоящее исследование ставит перед собой три задачи:

- 1) составить детальное описание существующего спектра вариативности читательских реакций в зависимости от их направленности;
- 2) определить, какие типы комментариев обладают большей частотностью;
- 3) исследовать генерирующий потенциал комментариев, то есть их способность провоцировать продолжение дискуссии между читателями.

Описание методики исследования

Комментарии читателей — это тексты или выражения, предназначенные для того, чтобы их видели, читали, интерпретировали и реагировали на их значения, поэтому основным способом анализа этих комментариев является контент-анализ [Krippendorff 2004]. Контент-анализ состоит из качественной и количественной методологии и понимается как подход к эмпирическому методологическому контролируемому анализу текстов в контексте их коммуникации без обязательной количественной оценки [Mauring 2014]. Рассматривая комментарии читателей в контексте их общения, мы разделяем их по категориям, которые анализируются с точки зрения их направленности.

Сбор данных для настоящего исследования основан на целенаправленном извлечении комментариев читателей из форумов общественного обсуждения, представленных в четырех болгарских новостных онлайн-изданиях, а именно: *dnes.bg*, *dir.bg*, *vesti.bg*, *novini.bg*. Эти веб-сайты были выбраны из-за их популярности среди интернет-пользователей в Болгарии и из-за того, что они предоставляют читателям возможность комментировать публикации.

Для данного исследования проанализированы 10 онлайн-статей на политические темы, связанные с деятельностью последнего по времени коалиционного правительства Болгарии, находящегося у власти в период с ноября 2021 по январь 2022 г. Темы большинства статей — это решения правительства и меры борьбы

с коррупцией и коронавирусом. Для подбора статей были использованы два критерия — близость тематики реакции на решения и действия правительства и политиков и количество комментариев. Как упоминалось выше, количество комментариев является важным индикатором интереса читающей публики и предпосылкой к возникновению дискуссии между комментирующими. К каждой из статей имеется не менее 15 комментариев, а максимальное зарегистрированное количество откликов достигает 38 (см. приложение¹). В целом проанализированы 217 отдельных комментариев. Комментарии рассматривались как реакции на исходный текст, но также учитывался и их потенциал для появления нового комментария, направленного уже не на исходный текст, а на сам комментарий, т. е. рассматривался их генерирующий потенциал с точки зрения порождения нового витка дискуссии (new discussion thread).

Анализ материала и результаты исследования

В результате проведенного анализа материала выявлено 17 типов комментариев в зависимости от их направленности, частотности и их генерирующего потенциала (таблица). Общее количество комментариев и их процентное соотношение показывает сравнительно равномерное распределение разных типов реакций. В приложении к настоящей статье приводится пример онлайн-материала с относящимися к нему комментариями. Он приводится на болгарском языке в том виде, в каком его можно найти на сайте dnes.bg².

Материал посвящен обсуждению в парламенте Болгарии двух особенно актуальных тем — отмене зеленого ковид-сертификата и повышению цен на электричество. Под текстом помещен его перевод на русский язык, а также комментарии читателей в оригинальном виде³, на болгарском языке. Производит впечатление большое количество неграмотных или нарочито неграмотных комментариев, а также наличие циничных выражений и нецензурной лексики. Трудно судить, в каких случаях это результат сознательного искажения речи, а в каких — персональной неграмотности пишущих, поэтому комментарии не поддаются переводу. Комментарии пронумерованы в соответствии с предложенной классификацией. Номера даны параллельно с хронологическим номером комментария и никнеймом потребителя, например комментарий «33. Читател — 13» означает, что комментарий под номером 33, написанный пользователем с никнеймом Читател, относится к типу реакции под номером 13, т. е. направлен на качество статьи и выявляет в ней языковые или стилистические ошибки. Некоторые из комментариев имеют больше чем одну направленность, например реакции под номерами 8 и 9.

Данные подтверждают, что значительное количество (11,05 %) читательских комментариев относятся непосредственно к информации в том виде, в котором она представлена в статье. Это означает, что читатели, как правило, следуют повестке дня и акцентам, поставленным журналистами, что можно интерпретировать как добросовестное желание идти по направлению, заданному исходным текстом. Такое поведение предполагает продолжение дискуссии через ответные комментарии,

¹ Приложение доступно по ссылке: <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.102>

² Ссылка на источник приведена в конце статьи.

³ Сохранены орфография и пунктуация авторов комментариев.

**Типы комментариев в зависимости от направленности реакции,
их количество и генерирующий потенциал**

Направленность реакции	Количество, шт. (%)	Генерирующий потенциал
На тему статьи и ее интерпретацию	24 (11,05)	да
На тему в принципе, независимо от ее интерпретации в статье	17 (7,83)	да
На изображения к тексту статьи	15 (6,91)	нет
На конкретных политиков, упомянутых в статье	13 (5,99)	да
На действия этих политиков, обсуждаемые в статье	14 (6,45)	да
На внешность политиков	10 (4,60)	да
На предыдущие действия этих политиков — дополнительные сведения	11 (5,06)	нет
На политику в принципе — негативная оценка	11 (5,06)	нет
На конкретный предыдущий комментарий	19 (8,75)	да
На конкретного комментирующего — оценочность: одобрение, солидаризация, насмешка, унижение, сарказм, угроза	15 (6,91)	да
На уровень знаний и менталитет комментирующих статью в целом — упрек, унижение, насмешка	9 (4,14)	да
На журналиста — автора статьи и на его взгляды, позицию, образованность	12 (5,52)	нет
На качество статьи — языковые и стилистические ошибки	7 (3,22)	нет
На модераторов сайта — за удаление комментариев	10 (4,60)	нет
На другие актуальные темы, не имеющие ничего общего с содержанием статьи	11 (5,06)	нет
На продвижение собственных идей, взглядов и мнений, не связанных с темой статьи	8 (3,68)	да
На сознательное пропагандирование определенных идей и искривление правды, троллинг	11 (5,06)	да

но очень часто реакция имеет противоположную направленность, что связано и с предоставленной сайтом возможностью выразить свое отношение к комментарию при помощи плюса или минуса. Причем если положительная реакция не нуждается в дополнительном пояснении, то отрицательная требует объяснения, это и побуждает к написанию комментария. В этом случае можно провести параллель с поведением читателей качественной британской прессы [Richardson, Stanyer 2011], которые интересуются политикой и, как правило, более информированы и сдержанны в своих реакциях. Однако очень часто из-за анонимности дискуссия снижает свое качество как в плане содержания, так и в отношении языка, и это ведет к нарастанию агрессии и нетолерантности, которую проявляют комментирующие (см. комментарии 13, 14, 16 в приложении). Это, в свою очередь, ведет или к прекращению нити коммуникации, или к ее профанации.

После каждой из статей есть комментарии на тему публикации в принципе (7,83%), независимо от ее интерпретации в статье (комментарии 34, 35, 36, 37). Чаще всего они создаются людьми, которые или не читают статью вообще и реагируют только на заголовок, или не вникают в ее смысл. Такие комментарии, как правило, пристрастны, отражают радикальные мнения по теме и в этом смысле

напоминают плюсы или минусы под статьей, не нуждающиеся в обосновании или в доказательствах. В таких комментариях часто используются призывы, радикальные мнения или цитаты (комментарии 31 и 37).

Невнимательное прочтение текста статьи или его сознательное игнорирование может объяснить смещение фокуса направленности комментария с текста статьи на сопутствующие ей изображения — чаще всего это фотографии группы лиц или событий (комментарий 26). В исследуемом корпусе такие типы комментариев не вызывают последующих реакций, воспринимаясь, вероятно, как нерелевантные и как несознательное нарушение норм кооперативного общения. Однако если статьи сопровождаются изображением конкретного политического деятеля, то эти изображения активно комментируются, причем комментарии направлены как на деятельность данного лица, обсуждаемого в статье, так и на его внешность, которая часто высмеивается, а недостатки преувеличиваются (комментарии 1, 8). Интересно, что реакция на внешность довольно часто генерирует новые комментарии на эту же тему: к высмеиванию или присоединяются, или, наоборот, — в случае положительного отношения пишущего к данному политику — высмеивающего осуждают и призывают посмотреть на самого себя. Если же комментирующий предоставляет дополнительную информацию о данном политике, она просто принимается к сведению без обсуждения и не провоцирует продолжение дискуссии (комментарии 21, 25).

Не вызывают дополнительную дискуссию и негативные комментарии о политике вообще, такого типа комментарии обычно не привязаны к конкретному событию (29, 31). Они тоже считаются читателями нерелевантными по отношению к теме дискуссии.

Высокой частотностью отличаются комментарии, реагирующие не на статью, а на непосредственно предшествующий или близко расположенный комментарий (19, 21). Такие реакции чаще всего возникают у читателей, которые внимательно просматривают все комментарии к данной статье и вступают в полемику с другими участниками дискуссии. Реакция при этом может быть адресована конкретному участнику дискуссии, тогда ее содержание составляют обвинения в глупости, невежестве, непонимании (34), или всем комментирующим статью в целом, в этом случае оценивается интеллектуальный уровень и менталитет (18, 30). Чаще всего наблюдаются проявления агрессии в комментариях, направленных на конкретных людей, как анонимных, так и пишущих под своим именем или никнеймом (28, 35). Агрессия проявляется в обзывании, в унижении достоинства комментирующих, вплоть до употребления циничных выражений и вульгаризмов. Сарказм и угрозы присутствуют по отношению к конкретным адресатам и встречаются реже в комментариях, направленных на всех комментирующих.

Унижающие и агрессивные комментарии, в свою очередь, вызывают ответную реакцию, ведущую к возникновению цепочек взаимных перепалок между комментирующими. Удаление модераторами комментариев, нарушающих правила сайта, служит поводом для возмущенных реакций читателей, чьи посты были удалены.

Отдельная группа комментаторов занимается качеством журналистских публикаций, они обвиняют авторов статей в некомпетентности, пристрастии или неграмотности, причем эти комментарии, как правило, не способствуют продолжению дискуссии (33).

Почти под каждой статьей присутствуют комментарии, которые не имеют ничего общего с содержанием статьи (23, 25). Они могут быть связаны с другими актуальными или широко обсуждаемыми темами, не затронутыми в статье или на сайте данной газеты, и указывают на желание комментирующего поменять повестку дня и привлечь внимание комментирующих к другим, более актуальным, по его мнению, проблемам. Часто такие комментарии используются для продвижения собственных идей, взглядов и мнений или сознательно пропагандируют определенные идеи, искривляют правду или осуществляют троллинг читателей.

Выводы

В результате проведенного исследования при помощи контент-анализа выявлено 17 типов читательских комментариев в зависимости от их направленности. Анализ материала показывает сложную картину векторной вариативности комментариев, при которой в одном случае читатель может реагировать на исходную статью, ее тему и ее автора и одновременно с этим реагировать на мнения других комментирующих, соглашаясь или вступая с ними в полемику.

Анализ материала подтвердил, что не существует единой классификации реакций читателей и что чаще всего их направленность находится в тесной зависимости от ряда факторов, таких как тематика сообщений, ее актуальность, отношение комментирующего к этой тематике, количество, качество и направленность предыдущих комментариев, а также от степени проявления эмоций при выражении мнения. Общее количество комментариев и их процентное соотношение показывают сравнительно равномерное присутствие разных типов реакций, хотя их распределение зависит от конкретной исходной статьи. Наибольшей частотностью отличаются комментарии по общей теме статьи, а также реакции на конкретные предыдущие мнения читателей. Значительно меньше представлены негативные реакции на менталитет народа и позиции других комментирующих, а также на качество самого текста. Меньшим или нулевым генерирующим потенциалом характеризуются комментарии на изображения к тексту статьи, на предыдущие действия конкретных политиков или на политику в целом, на журналистов, модераторов, на качество статьи и на темы, не связанные с конкретной статьей.

Нужно уточнить, что наши выводы следует воспринимать как относящиеся к конкретному материалу и в этом смысле ограниченные. Исследование материала большего объема и тематики, естественно, может выявить и другие особенности читательских комментариев.

Литература

- Волковский, Д. В., Филатова, О. Г. (2019). Дискуссии в интернете как форма электронного участия в политике: региональный аспект. *PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект*, 20–21, 6–16.
- Выровцева, Е. В., Малышев, А. А. (2020). Грамматика ответной комментирующей речи в массмедиа. В Л. Р. Дускаева (Ред.), *Медиалингвистика славянских стран* (с. 93–124). Москва: Флинта.
- Гатилин, А. С. (2022). *Социальные проекты СМИ как инструмент развития местных сообществ*. Дис. ... канд. филол. наук. Москва.
- Гималетдинова, Г. К. (2012). Лингвистические основы интерактивной газетной статьи: к постановке проблемы. *Политическая лингвистика*, 3 (41), 143–148.

- Гималетдинова, Г. К., Довтаева, Э. Х. (2020). Сентимент-анализ читательского интернет-комментария к политическому тексту. *Политическая лингвистика*, 1 (79), 42–51.
- Дускаева, Л. Р. (2014). Речевая структура новостных текстов сетевых изданий. *Вестник Пермского университета*, 1 (25), 179–183.
- Дускаева, Л. Р., Щеглова, Е. А. (2020). Восприятие комического текста-пранка в диалоге сетевого общения: постановка проблемы. *Медиалингвистика*, 7 (2), 238–249.
- Егорова, М. А. (2014). Отклики и оценочные комментарии при компьютерно-опосредованной коммуникации. *Вестник ВГУ*, 1, 15–20.
- Имбер, С. Ю. (2019). Комментарии в социальной сети как гипертекст: на примере новостной группы Spiegel Online на Facebook*. *Вестник МГЛУ*, 13 (829), 21–34.
- Лутовинова, О. В. (2009). Гипертекст: понятие, основные характеристики, возможные подходы к лингвистическому анализу. *Известия ВГПУ*, 5 (39), 4–7.
- Малышев, А. А. (2020). Интенциональные типы комментаторов как проявление реакции аудитории на редакционные изменения: случай газеты «Ведомости». В *Медиалингвистика. Вып. 7. Язык в координатах массмедиа, этики и права: матер. IV Междунар. науч. конф. (Санкт-Петербург, 9–12 ноября 2020 г.)* (с. 136–140). Санкт-Петербург: Медианапир.
- Панова, Е. Ю., Федоров, В. В. (2015). Глас народа: комментарии к новостям городского портала как мониторинг социальной напряженности. *Знак. Проблемное поле медиаобразования*, 2 (16), 46–51.
- Савельева, И. В. (2019). Интернет-комментарий как вторичный текст: семиотическая модель текстопорождения. *Вестник Кемеровского государственного университета*, 21 (3), 839–849.
- Стоянова, Е. В. (2022). Комический эффект при включении лингвокультурных феноменов в форумных комментариях к медиатекстам. *Медиалингвистика*, 9 (3), 254–272.
- Bou-Franch, P., Garcés-Conejos Blitwisch, P. (2014). Conflict management in massive polylogues: A case study from YouTube. *Journal of Pragmatics*, 73, 19–36.
- Bowman, S., Willis, C. (2003). *We media: how audiences are shaping the future of news and information*. Reston, VA: The Media Center at the American Press Institute. Электронный ресурс https://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.
- Bruce, I. (2011). Evolving Genres in Online Domains: the Hybrid genre of the participatory news article. In A. Mehler, S. Sharoff, M. Santini (Eds), *Genres on the Web. Computational Models and Empirical Studies* (pp. 323–348). Dordrecht: Springer.
- Burke, M., Kraut, R. (2008). Mind Your Ps and Qs: The Impact of Politeness and Rudeness in Online Communities. In *CSCW' 08: Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work* (pp. 281–284). Электронный ресурс <https://thoughtcrumbs.com/publications/328-burke.pdf>.
- Christensen, H. S. (2011). *Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means*. Электронный ресурс <http://firstmonday.org/article/view/3336/2767>.
- Chung, D. (2008). Interactive features of online newspapers: Identifying patterns and predicting use of engaged readers. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13 (3), 658–679.
- Diakopoulos, N., Naaman, M. (2011). *Towards Quality Discourse in Online News Comments*. Hangzhou: Rutgers University.
- Greer, J., Mensing, D. (2006). Evolution of online newspapers: A longitudinal content analysis, 1997–2003. In X. Li (Ed.), *Internet Newspapers: The Making of a Mainstream Medium* (pp. 13–32). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kramer, A. D. I., Guillory, J. E., Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *PNAS Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111 (24), 8788–8790.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. London: Sage Publication.
- Lee, E. J., Yoon, J. J. (2010). What Do Others' Reactions to News on Internet Portal Sites Tell Us? Effects of Presentation Format and Readers' Need for Cognition on Reality Perception. *Communication Research*, 37 (6), 825–846.
- Manosevitch, E., Walker, D. (2009). *Readers comments to online opinion journalism: A space of public deliberation*. Электронный ресурс <https://isoj.org/wp-content/uploads/2018/01/ManosevitchWalker09.pdf>.
- Marcoccia, M. (2004). On-line polylogues: Conversation structure and participation framework in internet newsgroups. *Journal of Pragmatics*, 36 (1), 115–145.

* Деятельность компании Meta признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis. Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt, Austria. Электронный ресурс https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/39517/ssoar-2014-mayring-Qualitative_content_analysis_theoretical_foundation.pdf.
- Milioni, D., Vadratsikas, K., Papa, V. (2012). "Their two cents worth": Exploring user agency in readers' comments in online news media. *Observatorio Journal*, 6 (3), 21–47.
- Park, D.-H., Lee, J., Han, I. (2007). The Effect of On-line Consumer Reviewson Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11 (4), 125–148.
- Petit, J., Li, C., Ali, K. (2020). Fewer people, more flames: How pre-existing beliefs and volume of negative comments impact online news readers' verbal aggression. *Telematics and Informatics*, 56: 101471. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101471>
- Raycheva, L. (2006). Parameters of Interactivity in Online Newspapers. In L. Stoyanova (Ed.), *Newspaper and Society* (pp.125–145). Varna: The Chernorizetz Hrabar Free University.
- Reich, Z. (2011). User Comments: The Transformation of Participatory Space. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, M. Vujnonic (Eds), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp.96–117). Malden MA: Wiley-Blackwell.
- Reimer, J., Haring, M., Loosen, W., Maalej, W., Merten, L. (2021). Content Analyses of User Comments in Journalism: A Systematic Literature Review Spanning Communication Studies and Computer Science. *Digital Journalism*. Электронный ресурс https://www.researchgate.net/publication/350533465_Content_Analyses_of_User_Comments_in_Journalism_A_Systematic_Literature_Review_Spanning_Communication_Studies_and_Computer_Science.
- Richardson, J., Stanyer, J. (2011). Reader opinion in the digital age: Tabloid and broadsheet newspaper websites and the exercise of political voice. *Journalism*, 12 (8). Электронный ресурс https://www.researchgate.net/publication/239775322_Reader_opinion_in_the_digital_age_Tabloid_and_broadsheet_newspaper_websites_and_the_exercise_of_political_voice.
- Robinson, S. (2010). Traditionalists vs. Convergents: Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist — Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16 (1), 125–143.
- Rosenberry, J. (2005). Few papers use online techniques to improve public communication. *Newspaper Research Journal*, 26 (4), 61–73.
- Santana, A. (2011). Online readers' comments represent new opinion pipeline. *Newspaper Research Journal*, 32 (3), 66–81.
- Schuth, A., Marx, M., de Rijke, M. (2007). Extracting the discussion structure in comments on news-articles. In 9th ACM International Workshop on Web Information and Data Management (pp.97–104). Электронный ресурс https://www.researchgate.net/publication/220759116_Extracting_the_discussion_structure_in_comments_on_news-articles.
- Shanahan, M. (2010). Changing the meaning of peer-to-peer? Exploring online comment spaces as sites of negotiated expertise. *Journal of Science Communication*, 9 (1). Электронный ресурс [https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/jcom0901\(2010\)A01.pdf](https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/jcom0901(2010)A01.pdf).
- Shoemaker, P. J., Vos, T. P., Reese, S. D. (2008). Journalists as Gatekeepers. In K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch (Eds), *Handbook of Journalism Studies* (pp. 73–87). New York: Routledge.
- Schoenewolf, G. (1990). Emotional contagion: Behavioral induction in individuals and groups. *Modern Psychoanalysis*, 1 (15), 49–61.
- Yang, H. S. (2008). The effects of the opinion and quality of user postings on Internet news readers' attitude toward the news issue. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 2 (52), 254–281.
- Ye, S., Li, X. (2004). *Internet Newspapers' Public Forum and User Involvement*. Toronto: Association for Education in Journalism and Mass Communication.

Источники

dnes.bg Электронный ресурс: <https://www.dnes.bg/politika/2021/12/22/shefyt-na-ns-ne-dopusna-dobsjydane-otpadaneto-na-zeleniia-sertifikat.514827>.

Статья поступила в редакцию 10 сентября 2022 г.;
рекомендована к печати 30 октября 2022 г.

Vector variability of readers' reactions in comments to news articles in online media

I. Ivanova

Konstantin Preslavsky University of Shumen,
115, ul. Universitetska, Shumen, 9700, Republic of Bulgaria

For citation: Ivanova I. (2023). Vector variability of readers' reactions in comments to news articles in online media. *Media Linguistics*, 10 (1), 27–46. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.102> (In Russian)

The article discusses readers' comments to online news articles in terms of their orientation and specifics. On the one hand, readers' comments could be directed at the source article, its content or form, and the personality of the politicians mentioned in the text. Another vector of communication arises between readers who react to previous readers' comments, which might lead to multi-vector dialogues and even conflicts between participants in online communication. In addition, a new communication channel is opened when the original text becomes a trigger for presenting commenter's own positions which is not related to the main topic of the publication. Data excerpted from four popular Bulgarian online media were processed by means of content analysis. Seventeen different types of readers' comments were identified and discussed in terms of their direction, frequency of occurrence and potential for provoking further comments and sustaining discussion among readers. Analysis showed that there is no single classification of readers' reactions, and their direction depends on a number of factors, such as the topic of message, its relevance, commenter's attitude to the topic, the number, quality and direction of previous comments, and thereader's emotional involvement. Most numerous are comments on article topic, followed by reactions to previous readers' opinions. Significantly fewer are negative reactions to people's mentality and other commentators' opinions, and to the article quality. Comments on images accompanying the text, on individual polititians, politics in general, journalists, moderators, and topics not directly related to the article, have smaller or zero generating potential.

Keywords: online media, readers' reactions, communication vectors, comments' generating potential.

References

- Bou-Franch, P., Garcés-Conejos Blitwisch, P. (2014). Conflict management in massive polylogues: A case study from YouTube. *Journal of Pragmatics*, 73, 19–36.
- Bowman, S., Willis, C. (2003). *We media: how audiences are shaping the future of news and information*. Reston, VA: The Media Center at the American Press Institute. Retrieved from https://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf.
- Bruce, I. (2011). Evolving Genres in Online Domains: the Hybrid genre of the participatory news article. In A. Mehler, S. Sharoff, M. Santini (Eds), *Genres on the Web. Computational Models and Empirical Studies* (pp. 323–348). Dordrecht: Springer.
- Burke, M., Kraut, R. (2008). Mind Your Ps and Qs: The Impact of Politeness and Rudeness in Online Communities. In *CSCW' 08: Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work* (pp. 281–284). Retrieved from <https://thoughtcrumbs.com/publications/328-burke.pdf>.
- Christensen, H. S. (2011). *Political Activities on the Internet: Slacktivism or Political Participation by Other Means*. Retrieved from <http://firstmonday.org/article/view/3336/2767>.
- Chung, D. (2008). Interactive features of online newspapers: Identifying patterns and predicting use of engaged readers. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13 (3), 658–679.

- Diakopoulos, N., Naaman, M. (2011). *Towards Quality Discourse in Online News Comments*. Hangzhou: Rutgers University.
- Duskaeva, L. R. (2014). Speech structure of news texts of online publications. *Vestnik Permskogo univesiteta*, 1 (25), 179–183. (In Russian)
- Duskaeva, L. R., Shcheglova, E. A. (2020). Perception of a comic text-prank in the dialogue of network communication: Creating a problem. *Media Linguistics*, 7 (2), 238–249. (In Russian)
- Egorova, M. A. (2014). Feedback and evaluative comments in computer-mediated communication. *Vestnik VGU*, 1, 15–20. (In Russian)
- Gatilin, A. S. (2022). *Massmedia social projects as a tool for developing local communities*. PhD thesis. Moscow. (In Russian)
- Gimaletdinova, G. K. (2012). Linguistic Foundations of an Interactive Newspaper Article: Toward a Problem Statement. *Politicheskaja lingvistika*, 3 (41), 143–148. (In Russian)
- Gimaletdinova, G. K., Dovtaeva, E. Kh. (2020). Sentiment analysis of a reader's Internet commentary on a political text. *Politicheskaja lingvistika*, 1 (79), 42–51. (In Russian)
- Greer, J., Mensing, D. (2006). Evolution of online newspapers: A longitudinal content analysis, 1997–2003. In X. Li (Ed.), *Internet Newspapers: The Making of a Mainstream Medium* (pp. 13–32). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Imber, S. Iu. (2019). Social Network Comments as Hypertext: Case Study of the Spiegel Online Facebook* Newsgroup. *Vestnik MGLU*, 13 (829), 21–34. (In Russian)
- Kramer, A. D. L., Guillory, J. E., Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. *PNAS Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 111 (24), 8788–8790.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to its Methodology*. London: Sage Publication.
- Lee, E. J., Yoon, J. J. (2010). What Do Others' Reactions to News on Internet Portal Sites Tell Us? Effects of Presentation Format and Readers' Need for Cognition on Reality Perception. *Communication Research*, 37 (6), 825–846.
- Lutovinova, O. V. (2009). Hypertext: concept, main characteristics, possible approaches to linguistic analysis. *Izvestiia VGPU*, 5 (39), 4–7. (In Russian)
- Malyshev, A. A. (2020). Intentional types of commentators as a manifestation of the audience's reaction to editorial changes: the case of "Vedomosti" newspaper. In *Media Linguistics. Vyp. 7. Iazyk v koordinatakh massmedia, etiki i prava: mater. IV Mezhdunar. nauch. konf. (Sankt-Peterburg, 9–12 noiabria 2020 g.)* (pp. 136–140). St Petersburg: Mediapapir Publ. (In Russian)
- Manosevitch, E., Walker, D. (2009). *Readers comments to online opinion journalism: A space of public deliberation*. Retrieved from <https://isoj.org/wp-content/uploads/2018/01/ManosevitchWalker09.pdf>.
- Marcoccia, M. (2004). On-line polylogues: Conversation structure and participation framework in internet newsgroups. *Journal of Pragmatics*, 36 (1), 115–145.
- Mayring, P. (2014). *Qualitative Content Analysis. Theoretical Foundation, Basic Procedures and Software Solution*. Klagenfurt, Austria. Retrieved from https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/39517/ssoar-2014-mayring-Qualitative_content_analysis_theoretical_foundation.pdf.
- Milioni, D., Vadratsikas, K., Papa, V. (2012). "Their two cents worth": Exploring user agency in readers' comments in online news media. *Observatorio Journal*, 6 (3), 21–47.
- Panova, E. Iu., Fedorov, V. V. (2015). Voice of the people: comments on the news of the city portal as a monitoring of social tension. *Znak. Problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 2 (16), 46–51. (In Russian)
- Park, D.-H., Lee, J., Han, I. (2007). The Effect of On-line Consumer Reviewson Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement. *International Journal of Electronic Commerce*, 11 (4), 125–148.
- Petit, J., Li, C., Ali, K. (2020). Fewer people, more flames: How pre-existing beliefs and volume of negative comments impact online news readers' verbal aggression. *Telematics and Informatics*, 56: 101471. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101471>
- Raycheva, L. (2006). Parameters of Interactivity in Online Newspapers. In L. Stoyanova (Ed.), *Newspaper and Society* (pp. 125–145). Varna: The Chernorizetz Hrabar Free University.
- Reich, Z. (2011). User Comments: The Transformation of Participatory Space. In J. B. Singer, A. Hermida, D. Domingo, A. Heinonen, S. Paulussen, T. Quandt, Z. Reich, M. Vujnonic (Eds), *Participatory Journalism: Guarding Open Gates at Online Newspapers* (pp. 96–117). Malden MA: Wiley-Blackwell.

* Meta is recognized in Russian Federation as an extremist organization.

- Reimer, J., Haring, M., Loosen, W., Maalej, W., Merten, L. (2021). Content Analyses of User Comments in Journalism: A Systematic Literature Review Spanning Communication Studies and Computer Science. *Digital Journalism*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/350533465_Content_Analyses_of_User_Comments_in_Journalism_A_Systematic_Literature_Review_Spanning_Communication_Studies_and_Computer_Science.
- Richardson, J., Stanyer, J. (2011). Reader opinion in the digital age: Tabloid and broadsheet newspaper websites and the exercise of political voice. *Journalism*, 12 (8). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/239775322Reader_opinion_in_the_digital_age_Tabloid_and_broadsheet_newspaper_websites_and_the_exercise_of_political_voice.
- Robinson, S. (2010). Traditionalists vs. Convergents: Textual Privilege, Boundary Work, and the Journalist — Audience Relationship in the Commenting Policies of Online News Sites. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 16 (1), 125–143.
- Rosenberry, J. (2005). Few papers use online techniques to improve public communication. *Newspaper Research Journal*, 26 (4), 61–73.
- Santana, A. (2011). Online readers' comments represent new opinion pipeline. *Newspaper Research Journal*, 32 (3), 66–81.
- Savel'eva, I. (2019). Internet commentary as a secondary text: a semiotic model of text generation. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 21 (3), 839–849. (In Russian)
- Schuth, A., Marx, M., de Rijke, M. (2007). Extracting the discussion structure in comments on news-articles. In *9th ACM International Workshop on Web Information and Data Management* (pp. 97–104). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/220759116_Extracting_the_discussion_structure_in_comments_on_news-articles.
- Shanahan, M. (2010). Changing the meaning of peer-to-peer? Exploring online comment spaces as sites of negotiated expertise. *Journal of Science Communication*, 9 (1). Retrieved from [https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/Jcom0901\(2010\)A01.pdf](https://jcom.sissa.it/sites/default/files/documents/Jcom0901(2010)A01.pdf).
- Shoemaker, P. J., Vos, T. P., Reese, S. D. (2008). Journalists as Gatekeepers. In K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch (Eds), *Handbook of Journalism Studies* (pp. 73–87). New York: Routledge.
- Schoenewolf, G. (1990). Emotional contagion: Behavioral induction in individuals and groups. *Modern Psychoanalysis*, 1 (15), 49–61.
- Stoyanova, E. V. (2022). Humorous effect when linguocultural phenomena are included in forum comments to media texts. *Media Linguistics*, 9 (3), 254–272. (In Russian)
- Volkovskii, D. V., Filatova, O. G. (2019). Internet discussions as a form of e-participation in politics: regional aspect. *PR i reklama v izmeniaiushchetsia mire: regional'nyi aspekt*, 20–21, 6–16. (In Russian)
- Vyrov'tseva, E. V., Malyshev, A. A. (2020). Grammar of the response commentary speech in the mass media. In L. R. Duskaeva (Ed.), *Medialingvistika slavianskikh stran* (pp. 93–124). Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Yang, H. S. (2008). The effects of the opinion and quality of user postings on Internet news readers' attitude toward the news issue. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 2 (52), 254–281.
- Ye, S., Li, X. (2004). *Internet Newspapers' Public Forum and User Involvement*. Toronto: Association for Education in Journalism and Mass Communication.

Sources

dnes.bg Retrieved from <https://www.dnes.bg/politika/2021/12/22/shefyt-na-ns-ne-dopusna-do-obsyjdane-otpadaneto-na-zeleniia-sertifikat.514827>.

Received: September 10, 2022

Accepted: October 30, 2022

Author's information:

Irina N. Ivanova — PhD in Pedagogy, Associate Professor; irina.ivanova@shu.bg

Роль модератора в структурировании медиadiaлога: модели управления темами в аспекте идиостиля (на материале видеоблога)

Ван Сюэфэн

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

Для цитирования: Ван Сюэфэн (2023). Роль модератора в структурировании медиadiaлога: модели управления темами в аспекте идиостиля (на материале видеоблога). *Медиалингвистика*, 10 (1), 43–65. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.103>

Диалог как исследовательский объект отражается в работах не только русских, но и западных исследователей. Данная базовая форма речевого общения широко применяется в медийном пространстве, что определяет необходимость его изучения. Цель нашего исследования — выявление моделей управления динамикой медиadiaлога как индивидуального проявления модератора. В статье комплексно используются анализ и синтез — коммуникативно-функциональный анализ, сопоставительно-сравнительный анализ, метод структурирования и анализа моделей. В качестве эмпирического материала выбраны выпуски видеоблога «вДудь»* с разными представителями общественных сфер, продолжительность которых составляет 560 минут 54 секунды. Медийный диалог как полуинституциональная коммуникация в новых коммуникативных условиях приобретает новые особенности. Его структурирование в большинстве случаев зависит от речевого поведения модератора, который занимает лидирующее место в данном виде коммуникации. На основе анализа эмпирического материала выявляются три основные модели управления темами модератора: дедуктивная модель «от общего к частному», которая эффективна при раскрытии событийной информации, индуктивная модель — «предварительная подготовка + выдвижение основной темы», максимально раскрывающая информацию о мировоззрении, жизнепонимании и ценностях приглашенных гостей, и модель «прямой ввод», имеющая большой коммуникативный потенциал. Помимо того, выявленные модели приобретают индивидуальные особенности в процессе общения видеоблогера с гостями. Для раскрытия событийной информации первая модель используется Ю. Дудем* в гармоничной ситуации. Для получения истинной информации о мировоззрении, жизнепонимании и ценностях приглашенных гостей вторая модель применяется в конфликтной коммуникативной среде. Третья модель в зависимости от ситуации может носить и кооперативно-гармоничный, и некооперативно-конфликтный характер.

Ключевые слова: медиadiaлог, модератор, видеоблогер, модель управления темами, идиостиль.

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

Постановка проблемы

Диалог как классическая форма речевого общения [Бахтин 1997: 173] используется во всех видах человеческой коммуникации. Диалог как сфера существования и функционирования языка есть подлинное бытие языка [Щерба 1915]. Будучи сложным и многогранным явлением, диалог вызывает интерес исследователей разных наук — филологической, философской, социологической, психологической и т. п. Так, изучение диалога как речевой формы отражается во многих работах русских лингвистов, что обозначает его важность и актуальность как исследовательского объекта [Щерба 1915; Шведова 1956; Валюсинская 1979; Балаян 1981; Якубинский 1986; Земская 1987; Баранов, Крейдлин 1992а, 1992б; Бахтин 1997; Хундснуршер 1998; Колокольцева 2000; Хисамова 2008; Шарафан 2008; Борисова 2009; Арутюнова 2010; Дускаева 2012; Прохвятилова 2020, 2021; Болотнова 2021; Романова 2021; Хутиыз, Петренко 2021; Шпильная 2021; Подъяпольская 2022]. Кроме того, немало западных исследователей рассматривают лингвистический и социологический феномен диалога в рамках теории конверсационного анализа [Searle 1969; Sacks, Schegloff, Jefferson 1974; Grice 1975; Goffman 1981; Heritage 2011; Heritage, Stivers 2012; Heritage 2013; Roseano et al. 2016; Clayman, Heritage 2021].

Публичный характер медиапродукции определяет в коммуникативном процессе присутствие массового адресата, ориентировка на которого является важнейшим признаком любого профессионального текста массовой коммуникации [Каминская 2008]. Разумеется, ключевым критерием при оценке удачности медийной продукции является удовлетворенность массового адресата, эксплицирующая антропоцентричность коммуникации данного вида. Диалог, определяемый как общение лицом к лицу, по сути, вносит антропоцентричность [Колокольцева 2000] и поэтому широко применяется в разных медиатекстах, распространяется в разных видах медиапродукции [Пивоварчик 2019; Дускаева, Щеглова 2020, Оргонова, Кожарнович 2022]. При этом диалог получает новые особенности — полунституционность, меньшую спонтанность, структурированность и предметную ориентированность [Шарафан 2008]. Так, например, в проблемном и портретном интервью, игровых программах модератор (журналист/ведущий), сообщая кому-то что-то, оценивая что-то, побуждая кого-то к чему-то, обращается к предполагаемому прямому или косвенному адресату. Модератор, таким образом, управляя динамикой медиadiaлога, определяет его коммуникативные особенности. Форма диалога проникает не только в традиционные СМИ, но и в новые медиа, обладающие новыми особенностями структурирования. Поэтому исследование структурирования диалога в новом коммуникативном пространстве, разумеется, является актуальным.

Объект нашего исследования — медиadiaлог.

Предмет исследования — соотношение речевого поведения модератора с коммуникативным режимом ведения диалога (термин И. Н. Борисовой) на примере видеоблога «ВДудь»*.

В рамках нашего исследования выдвигается следующая гипотеза. Структурирование диалога обусловлено речевым поведением модератора, отраженным в моделях управления динамикой диалога. Соотношение определенного типа речевого

* Ведущий видеоблога «ВДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

поведения с определенным режимом ведения диалога составляет индивидуальный стиль этого модератора.

Цель нашего исследования — выявить соотношение речевого поведения модератора с построением динамики диалога, раскрыть индивидуальные особенности адаптации моделированного речевого поведения с коммуникативным режимом.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи: 1) изучить теоретическую основу исследования диалога и определить его теоретические положения; 2) провести анализ моделей развития темы; 3) описать индивидуальный стиль Ю. Дудя* через анализ адаптированности выявленных моделей с коммуникативным режимом диалога.

Эмпирический материал — расшифровка выпусков видеоблога «вДудь»*, продолжительность которых составляет 560 минут 54 секунды. При выборе выпусков автор особое внимание уделял отбору разнообразных коммуникативных ситуаций. В материал исследования включены семь выпусков, где гостями журналиста стали представители разных общественных сфер. Выбранные выпуски, показывающие ход общения интервьюера с артистом, певцом, журналистом, политиком, кино-критиком и комиком, позволяют обобщить индивидуальные особенности моделей управления темами, свойственные видеоблогеру Ю. Дудю*.

В результате были отобраны следующие выпуски.

1. «Антон Лапенко. Новая звезда русского интернета». Гость Антон Лапенко — артист и видеоблогер, дата выпуска — 3 марта 2020 г., продолжительность — 80 мин 53 с.

2. «Леонид Агутин. О пьянстве, мемах и доме в Америке». Гость Леонид Агутин — певец, дата выпуска — 27 февраля 2018 г., продолжительность — 63 мин 11 с.

3. «Александр Гордон. От “Закрытого показа” до “Мужское/Женское”». Гость Александр Гордон — журналист, актер и телеведущий, дата выпуска — 3 августа 2022 г., продолжительность — 98 мин 40 с.

4. «Жириновский. О драках, мемах и фашизме». Гость Владимир Жириновский — политик, дата выпуска — 29 августа 2017 г., продолжительность — 72 мин 50 с.

5. «Антон Долин**. Стыдные вопросы про кино». Гость Антон Долин** — кинокритик. Дата выпуска — 2 декабря 2020 г., продолжительность — 144 мин 43 с.

6. «Нурлан Сабуров. Семья. Страх. Что было дальше?». Гость Нурлан Сабуров — комик и юморист, дата выпуска — 8 октября 2019 г., продолжительность — 47 мин 44 с.

7. «Дмитрий Маликов. О Хованском, Версусе и жизни после славы». Гость Дмитрий Маликов — певец и артист, дата выпуска — 31 мая 2017 г., продолжительность — 52 мин 53 с.

История вопроса

Диалог как сложное коммуникативное явление, как классическая форма речевого общения [Бахтин 1997: 173] достаточно хорошо изучен. Исследование диалога у русских ученых прежде всего сопровождается сопоставлением с монологом. В от-

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

** Антон Долин признан в РФ иностранным агентом.

личие от монолога, который обладает искусственностью, диалог характеризуется естественностью и быстрой сменой реплик, реализуемой через реплицирование или перебивание [Якубинский 1986]. Однако диалог может быть искусственно обработан и широко используется в литературном творчестве, публицистической, деловой и научной сферах. Монологические жанры также обнаруживают в коммуникации диалогичный характер [Дускаева 2020: 28–29].

Исследователи по-разному классифицируют диалог: бытовой, интимный, фамильярный, светский, салонный, деловой, научный и т. д. [Бахтин 1997: 288], диалоги-сообщения, диалоги-обсуждения, диалоги-беседы [Шаройко 1969], диалог-противоречие и диалог-синтез [Галкина-Федорук 1953], диктальный и модальный диалог [Балаян 1971], диалог-спор, диалог — конфиденциальное объяснение, диалог — эмоциональный конфликт и диалог-унисон [Соловьева 1965], информативный диалог, прескриптивный диалог, диалог установления и регулирования отношений, праздноречевые жанры [Арутюнова 1992: 52], аффилятивный диалог, диалог-интервью, интерпретационный и инструментальный диалог [Сухих 1998], непринужденный и актуальный диалог [Борисова 2009: 55], кооперативный и конфликтный диалог [Колокольцева 2012].

Помимо того, членение диалога на коммуникативные замкнутые единицы считается общепризнанным в теории его изучения [Баранов, Крейдлин 1992б]. В связи с этим для эффективного анализа диалога исследователи разрабатывают разные структурные единицы. Так, под диалогическим единством понимается сочетание взаимосвязанных на смысловой и структурно-языковой основе двух и более реплик [Шведова 1956]. Разрабатывается минимальная диалогическая единица, начинающаяся с абсолютно независимого речевого акта и кончающаяся абсолютно зависимым речевым актом, которая характеризуется взаимосвязанностью, тематической целостностью и смысловой законченностью [Баранов, Крейдлин 1992а]. Рассматривается коммуникативный эпизод, включающий в себя речевые поступки коммуникантов, которые понимаются как речевые акты, имеющие разговорную импликацию в разных коммуникативных случаях [Борисова 2009].

Феномен диалога также часто исследуется в работах западных ученых. Первоначально изучение диалога проводилось в русле социологического направления. В теории разговорного анализа (*conversation analysis*) рассматривается, прежде всего, порядок во взаимодействии участников коммуникации. Разрабатываются адъядцентные пары (*adjacent pairs*), вокруг которых учеными определяются предварительное расширение (*pre-expansion*), вставное расширение (*insert-expansion*) и пострасширение (*post-expansion*) [Sacks, Schegloff, Jefferson 1974]. В ходе изучения этих механизмов раскрывается особенность секвенции (*sequence*) определенного речевого феномена, т. е. принцип последовательности в смене реплик [Goffman 1981; Drew, Heritage 1992]. Рассматривались перебивание и корректировка в речевой коммуникации [Schegloff 1992], обратные каналы, обозначающие участие и понимание речи собеседников, и паралингвистические средства регулирования речи [Psathas 1995]. Помимо того, теория речевых актов J. Searle, принцип вежливости, принцип релевантности и принцип кооперации P. Grice раскрывают общие принципы в диалогической коммуникации, что обогащает и совершенствует данный метод анализа.

Таким образом, можно обобщить следующие теоретические положения в исследовании диалога.

1. Несмотря на естественный или искусственный характер, диалог как речевая форма структурирован. Структурная единица диалога характеризуется тематической законченностью и смысловой завершенностью. При анализе диалога важно определить тематическую границу, разделяющую диалог на некоторые коммуникативные части.

2. По характеристике взаимодействия участников в диалоге определяются кооперативный и конфликтный коммуникативные режимы.

3. В каждой диалогической тематической единице можно выявить специфические модели, введенные участниками в диалоге и рассматриваемые как проявление индивидуальных особенностей речевого поведения участников.

Внимание современных исследователей к изучению семантических закономерностей реплик в разных типах диалога показывает переход от структурно-функционального изучения диалога к новому этапу — функционально-семантическому. Признавая социальную сущность диалога, исследователи отмечают тот факт, что диалогичность — важнейшее конструктивное и онтологическое свойство медиаречи [Дускаева, Щеглова 2020]. Представляется, что для речи в диалоговом видеоблоге, который рассматривается исследователями как важный жанр блога [Лушиков, Терских 2018; Шестерина 2020], также характерны приведенные выше теоретические положения. В зависимости от характера коммуникативной среды медиатексту свойственны гипертекстуальность, мультимедийность, интерактивность, синхронность/асинхронность общения, полисубъектность [Попова 2018]. Кроме того, ключевым показателем монетизации считается количество подписчиков видеоблога-проекта. Таким образом, типичными коммуникативными особенностями стиля видеоблогера исследователями считаются запланированность, то есть наличие определенных стратегий и тактик, эксплицитная целенаправленность на массовую аудиторию, свободное использование богатых вербальных и невербальных средств, публичность речи с разговорностью, повышенная модальность и гиперсубъективность речи [Текутьева 2016; Ибраева 2018; Петрова 2019; Королькова 2020; Балакай 2021; Грушевская 2021; Медведева 2021; Шестерина 2021]. В итоге можно сказать, что видеоблогер как модератор, управляющий динамикой диалогового видеоблога, демонстрирует в ходе общения определенные модели управления темами, привычное и устойчивое использование которых в определенных ситуациях составляет индивидуальный стиль конкретного видеоблогера.

Описание методики исследования

Наше исследование включает два этапа. Первый этап представляет собой расшифровку выбранных выпусков видеоблога «вДудь»*. Второй этап — изучение признанных особенностей видеоблогов и функциональный анализ диалогических тематических единиц, выделенных на основе расшифрованного материала, с целью выявления применяемых моделей управления темами и их адаптированности к определенным коммуникативным режимам. Коммуникативный стиль определя-

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

ется как устойчивые особенности коммуникативного поведения личности в разных ситуациях, включая проявляющиеся типовые стратегии и тактики в коммуникативном процессе [Болотнов 2015]. В нашей статье учтены фактор адресата и поликодовость коммуникации в медиа [Добросклонская 2016; Васильева 2019], комплексно использована методика изучения коммуникативного стиля видеоблогера в аспекте моделей управления развитием тем.

Методы исследования включают анализ и синтез — коммуникативно-функциональный анализ, сопоставительно-сравнительный анализ, метод структурирования и анализа моделей.

Анализ материала и результаты исследования

С нашей точки зрения, построение динамики медиadiaлога, характеризующегося полуинституционностью, тесно связано с речевым поведением модератора, занимающего лидирующий коммуникативный статус. Модели управления развитием тем у модератора напрямую отражают коммуникативные режимы диалога — кооперативный и конфликтный, помимо того, адаптированность моделей с определенным коммуникативным статусом, то есть частотность использования моделей в разных коммуникативных режимах (в кооперативном и конфликтном), составляет важный признак индивидуального стиля конкретного модератора.

Далее рассмотрим использованные модели управления темами, свойственные видеоблогеру в проекте «вДудь»^{*} и закономерности использования моделей в разных коммуникативных случаях.

Модель «от общего к частному». Рассмотрим вариант реализации данной модели на конкретном примере. В выпуске «Антон Лапенко. Новая звезда русского интернета» от 3 марта 2020 г. состоялась встреча с актером из «Электротеатра» Станиславского Антоном Лапенко. Его ролики из серии «Внутри Лапенко» на ноябрь 2022 г. имели охват 3,09 млн подписчиков на YouTube.

В начале разговора ведущий предлагает гостю для выбора тематический спектр: *Давай для начала / чтобы восстановить / попробуй вспомнить / что было год назад / как ты встречал весну 2019 года / кем ты был / и что делал?* Видеоблогер, не определяя конкретную тему разговора, заставляет гостя самостоятельно выбрать тематическое направление. В ответ на вопросы журналиста гость активно рассказывает: *Я был артистом «Электротеатра»... но практически не работал... ну и снимал ролики... снимал несколько лет.* Таким образом, общая тема «съемка роликов» по-настоящему определяется через побуждение видеоблогера, построенное в виде императива («давай...» и «попробуй...»), и активный рассказ гостя — в виде модели «субъект + его действие». Далее ведущий конкретизирует основную тему, определяя три связанных с ней направления: 1) причина популяризации видеороликов; 2) откуда брать образы для героев роликов; 3) какова причина использования черно-белого экрана и выбора 1980–1990-х годов для фона съемки.

Для объяснения первой темы, инициированной репликой видеоблогера, — *Почему поперло именно в прошлом году?* — гость приводит факт и объясняет: *Потому что ролики репостнула Ирка Горбачева.* А затем выражает благодарность: *И ей за*

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

это вообще нереальный респект... // Я ей написал / сказал ей / спасибо / конечно / большое // мне очень приятно. Здесь Ю. Дудь раскрывает новую тему 1-1 по ответной реплике гостя: Почему она это сделала? — и сомневается: Она сначала репостнула, и ты ей написал / или ты ей написал и попросил (репостнуть). Гость объясняет: Я никогда не просил никого репостить там // Никакие деньги там не платил // Ну / то есть / это все само по себе. Тема 1-1 закачивается молчанием видеоблогера, который этим показывает удовлетворенность ответом и исчерпанность интереса к данной теме.*

Перед началом второй темы на экране появляются все исполненные гостем в своих роликах образы. Ведущий, задавая вопрос, определяет вторую тему: *Откуда все эти герои?* Гость объясняет: *...Это все интуитивно / и само по себе как-то возникало // Сам я не понимаю до сих пор откуда // Ну / просто где-то изнутри как-то наблюдаю / что-то там примеряю на себя какие-то образы.* Не получив желательный подробный ответ, журналист предлагает конкретную тему 2-1: *Ну / давай прям вот по очереди // Инженер.* На экране появляется снятый гостем ролик, в котором он предстает в роли инженера советского времени. Далее видеоблогер спрашивает: *Где ж ты нашел вот этого наивного / замечательного человека?* В ответ на этот вопрос гость начинает подробный рассказ, включающий характеристику инженера советского времени и процесс создания образа: *Это такой собирательный образ // Я когда увлекся документалкой про время советское / и обнаружил... / что у них есть какая-то удивительная / непонятная / ну / странная и конкретная интонация... // Я так примерил эту интонацию // ...Я якобы делал это интуитивно // ...А потом уже какие-то шапочки / костюмчики... // И как-то он так появился.* Тема 2-1, как и тема 1-1, закачивается молчанием видеоблогера, показывающим его удовлетворение полученной информацией и исчерпанность интереса к данной теме.

Далее журналист начинает тему третьим вопросом: *Почему ретровселенная?* (Экран превращается в черно-белый.) *Почему это 80–90-е?* Гость объясняет: *Я не знаю // Мне нравится это время почему-то.* Ответ гостя показывает неудачность попытки ведущего узнать причину выбора советской эпохи. Затем он переводит разговор на обсуждение легкой темы — возраста гостя, возможно, связанной с выбором советского времени как фона творчества: *Какого ты года?* Легкий вопрос делает рассказ гостя свободным и подробным: *86-го / как ни странно // То есть это намного раньше, типа, я должен был родиться / чтобы во все это успеть влюбиться // Но не знаю / какое-то оно интересное / оно такое страшное / ну / вот это там 90-е / и все дела // 80-е / я так думаю / что там у меня речь идет о там середине 80-х / и может / начало 90-х / где-то вот этот период // Какой-то он интересный / там много чего можно взять именно в плане творчества.* Видеоблогер, как управляющая личность в этом коммуникативном процессе, меняя тематическую заправку, побуждает гостя к подробному рассказу, включающему немало дополнительной информации.

Пространственное и временное отношения данного варианта управления темами строятся по схеме, показанной на рис. 1.

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

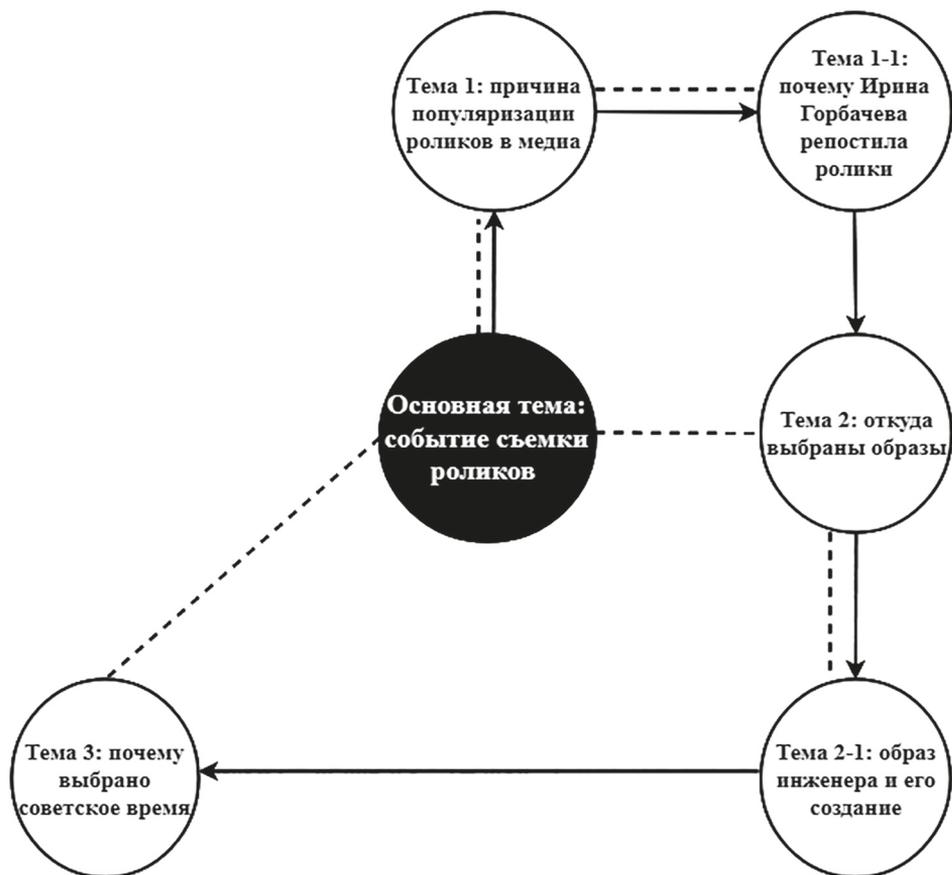


Рис. 1. Пример временного и пространственного отношений тем в выпуске «Антон Лапенко. Новая звезда русского интернета»: сплошная линия со стрелкой показывает временное отношение тем, пунктирная линия — пространственно-структурное

Охарактеризуем коммуникативный вариант данной модели.

1. Кооперативный характер. В ходе рассказа гостя видеоблогер реализует интенцию речевой поддержки, осуществляемой через использование уточняющего вопроса: *Она сначала репостнула, и ты ей написал / или ты ей написал и попросил?* — и обратных каналов, показывающих удивление и обозначающих активное участие в понимании речи гостя, что определяет кооперативное коммуникативное состояние диалога.

2. Информативность и политематичность. Как показано на рис. 1, для интерпретации основной темы видеоблогер часто осуществляет топикализацию. Так, например, он выдвигает три подтемы основной темы, и у подтем 1 и 2 образуются темы 1-1 и 2-1. Таким образом, видеоблогер всесторонне показывает массовому адресату основную тему — причины популяризации, причины выбора образов в роликах и причины выбора советского времени.

Очевидно, данная модель, обладающая гармоничностью и политематичностью, эффективна для всестороннего раскрытия предметной информации, т. е. со-

бытийной информации, что обеспечивает массового адресата информационным доступом.

Аналогичная модель наблюдается и в других исследованных выпусках. Так, в выпуске «Александр Гордон. От “Закрытого показа” до “Мужское/Женское”» видеоблогер в начале разговора как основную выдвигает тему о доме: *Мы находимся у вас дома*. Далее по ходу разговора побуждает гостя к описанию процесса постройки дома через некоторые подтемы, инициированные вопросами: 1) подтема «время, затраченное на строительство дома» — *Сколько вы строили этот дом?* 2) подтема «дизайн дома» — *Это ваш проект?* 3) подтема «получение участка для строительства дома» — *Как вам достался этот участок?* 4) подтема «расходы на строительство дома» — *Сколько стоит построить дом?*

В выпуске «Жириновский. О драках, мемах и фашизме» также частотно встречается данная модель. Например, Ю. Дудь* просит: *Три последних раза / когда вы были против Путина // Ну, жестко*. Гость перечисляет: *Допустим / укрупнение территорий // Они шесть убрали и остановились // Это ошибка // Надо было продолжать... Я имею в виду внутри страны укрупнение территорий // До Крыма это было*. Журналист обобщает и просит вспомнить второй случай своего несогласия: *Хорошо / укрупнение // Второй*. Гость далее указывает, когда второй раз он был против Путина: *...Нужно было брать всю Украину / и русские были готовы поддержать // А теперь это практически трудная проблема // Теперь все боятся...* Получив подробный рассказ, ведущий напоминает: *Третий пункт / где вы не согласны с Путиным*. В ответ гость дополняет: *Еще малый бизнес* — и начинает подробное объяснение. — *Не получается с малым бизнесом...* Очевидно, показанная интерпретация этих фрагментов позволяет автору статьи сказать, что благодаря данной модели информация о событии показана во всех направлениях.

Модель «предварительная подготовка + выдвигание основной темы». Данная модель начинается с одной или нескольких вступительных тем, с помощью которых выдвигается основная тема. Проанализируем ее коммуникативные варианты.

Рассмотрим сначала первый вариант данной модели. Пример взят из выпуска «Леонид Агутин. О пьянстве, мемах и доме в Америке» от 27 февраля 2018 г., где приглашенный гость — певец и композитор Леонид Агутин. Фрагмент начинается с просьбы видеоблогера: *Можете вы сформулировать сколько угодно методов / как 20 лет прожить с женой... // В общем / продолжать испытывать друг к другу интерес*. В ответ гость реализует поддерживающий акт в виде дополнения: *И продолжать еще обижаться / да?* Данный акт показывает активность гостя в разговоре. Первая тема в таком случае по-настоящему определяется. Гость далее начинает рассказывать о своей жене: *Наверное... это твой человек... которому ты постоянно говоришь про себя / вот ты что-то репетируешь / доказываешь / объясняешь / ...которым ты любишься / там ты гордишься и которого тебе очень нравится трогать*. Во время рассказа журналист, давая обратную связь в виде реплик типа *Угу* для поддерживания рассказа гостя, уточняет: *Трогать?* Затем просит гостя конкретизировать тему: *Давайте чуть конкретизируем!* Далее, очертив тематический круг, ведущий выдвигает подтему 1-1: *Расскажите о самом офигенном свидании...*

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

// ...*Очень хочется.* Гость рассказывает о незабываемом свидании с женой. Во время рассказа журналист также подает поддерживающие реплики, как и в ведении первой темы. На этом заканчивается подготовительная часть данного фрагмента, которая максимально побуждает гостя к рассказу и создает гармоничную атмосферу, и начинается основная тема.

Приступая к основной теме, видеоблогер прежде всего выражает свое согласие, реализованное в акте восхищения: *То / как вы рассказываете об Анжелике (имя жены гостя) как о женщине / это восхитительно // То есть / прямо этому хочется верить / этому веришь абсолютно.* Затем при случае переводит разговор на оценку жены как певицы: *Но просто вопрос // Считаете ли вы Анжелику хорошей певицей?* В дальнейшем ходе диалога наблюдаются раунды наступления и обороны (табл. 1), наступательные акты реализует ведущий, а оборонительные — гость.

Таблица 1. Реплицирующие акты ведущего и гостя при обсуждении темы «Является ли жена хорошей певицей»

Ведущий (наступательные акты)	Гость (оборонительные акты)
<i>Считаете ли вы Анжелику хорошей певицей? (Побуждение к оценке)</i>	<i>Да / причем очень хорошей певицей считаю. (Оценочный акт)</i>
<i>Как вы можете это аргументировать? (Побуждение к аргументированию)</i>	<i>У Анжелики абсолютный музыкальный слух... // Она знает, как спеть песню... // У нее есть свое лицо вокальное... // ...она прекрасная певица. (Аргументирование)</i>
<i>...Одним из наших гостей был Нейромонах Феофан (музыкальный проект из Санкт-Петербурга, артист, исполняющий музыку в стиле драм-н-бэйс) ...показал пару доказательств того / что в двух песнях Анжелики Варум за нее поете вы... (Вставка видео, показывающего аргументы из выступления Нейромонаха Феофана) ...Как вы это прокомментируете? (Опровержение аргументирования и побуждение к комментарию)</i>	<i>Ну / очень просто ...во-первых / песня «Художник, что рисует дождь» была записана в 91 году // дорогие мои друзья / я даже не знал этого человека в 91 году... // В 91 году не существовало никаких компьютеров, никаких протуссов... // Как это можно было сделать тогда? // Это — второе // Третье — Анжелика Варум за всю свою жизнь отработала не менее 5 000 живых концертов... // Спел бы я / а дальше что? // А как она работает на концертах? // Без меня же? (Комментирование и аргументирование)</i>
<i>Фонограмма (Опровержение и дополнение того, что концерты могут работать под фонограмму)</i>	<i>То есть я спел все песни за Анжелику Варум... // Их всего штук 300... // Конечно / нет // Они все по-разному. (Объяснение)</i>

После раундов наступления и обороны для ослабления напряженной ситуации журналист переводит разговор на легкое направление: *Когда до вас это (т.е. слухи о том, что в песнях Анжелики Варум за нее поет Агутин и Анжелика Варум поет под фонограмму) добило / вы с Анжеликой рассмеялись? // Как вы отреагировали?* Далее начинается рассказ гостя о реакции жены, которым и заканчивается тема данного фрагмента. Схема первого варианта данной модели показана на рис. 2.

Охарактеризуем данный вариант модели.

1. Конфликтность. Разговор участников начинается и заканчивается гармонией. Конфликт появляется в середине разговора, где наблюдаются некоторые раунды наступления и обороны между участниками коммуникации.

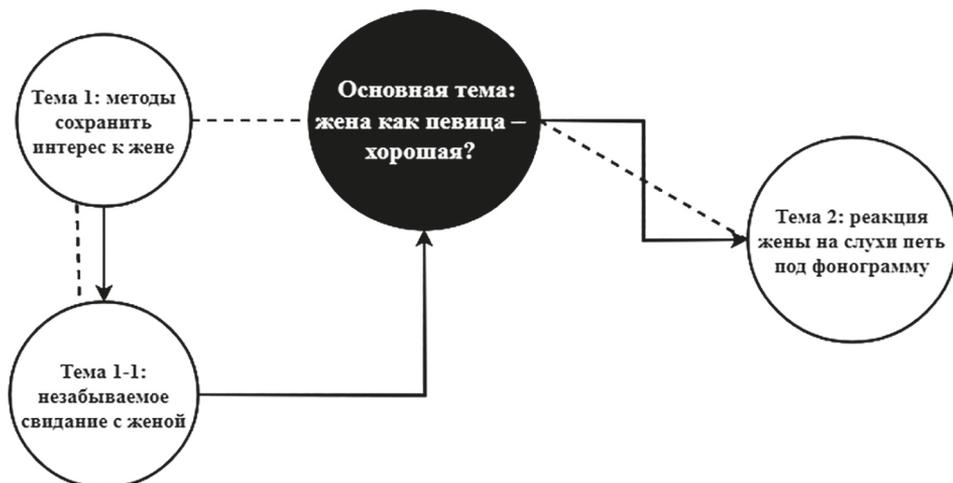


Рис. 2. Пример временного и пространственного отношений тем в выпуске «Леонид Агутин. О пьянстве, мемах и доме в Америке»: сплошная линия со стрелкой показывает временное отношение тем, пунктирная — пространственно-структурное

2. Стратегия индуктированного характера. Сначала выдвигается легкая тема, чтобы создать гармоничную атмосферу и побудить гостя к рассказу о событии, затем предлагается напряженная тема, приводящая гостя к оценивающему речевому поведению. В этом случае легкая тема служит затравкой конфликта, возникновение которого заключается в несогласованности оценок участников обсуждаемого события. Следует отметить, что в этой ситуации начало, развитие и конец конфликта находятся в середине динамики, где идет основная тема. В конце разговор часто переводится на легкое направление, смягчающее напряженное противостояние.

Пример из выпуска «Антон Долин*. Стыдные вопросы про кино» также соответствует данной модели построения диалога. Неуместность главного вопроса заставляет журналиста начинать тему с легких вопросов: *Сколько лет вы вместе со своей женой?* Гость не отказывается от разговора на эту тему: *...В середине ноября у нас есть интимная своя дата — будет 30 лет // ...вместе 14 лет.* Ю. Дудь** задает основной (неудобный), с его точки зрения, странный вопрос: *Я понимаю / что этот вопрос немного странно звучит для человека / который женился в 20 лет и до сих пор вроде бы счастлив // ...Поэтому простой вопрос / Как?* Гость отвечает: *На простой такой вопрос нет никакого простого ответа // То есть простой ответ / можно сказать / это любовь...* Первая тема, приводящая гостя к желаемому для ведущего направлению, служит подготовкой для следующей темы, которая уже не так уместна. В этом случае гость, не желая, все-таки вынужден отвечать на вопрос.

В выпуске «Дмитрий Маликов. О Хованском, Версусе и жизни после славы» также присутствует такой пример. Певец Дмитрий Маликов привлекает внимание интернет-пользователей не своими качественными песнями и фильмами, а скорее хайпом, который вокруг него возникает. Для обсуждения причин заигрывания с массами видеоблогер сначала просит гостя пояснить такое явление, как «хайпо-

* Антон Долин признан в РФ иностранным агентом.

** Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

жор»: Дмитрий / вы знаете / что такое хайпжор? Гость отвечает: Нет / я знаю только / что такое хайп // А хайпжор / может / это тот / кто ухаживает за кем-то / жрет хайп. Ведущий соглашается и далее задает острый вопрос: Да / все правильно // Не кажется ли вам / что вы потихонечку превращаетесь в хайпжора? Гость оправдывается: А дело в том / что вообще наша вся профессия... она нацелена на то / чтобы поиметь успех // ...Успех и хайп — это почти одно и то же. Журналист соглашается: Поиметь успех / это прям в заповеди артиста можно. Гость продолжает: Да / конечно / вот поэтому... успех — это мерило популярности и востребованности / и всяческого другого благополучия // Вот в том числе и финансового... Переход от обсуждения хайпжора к оцениванию действий гостя в интернете служит примером использования тактики от легкого вопроса к трудному. Таким образом, гость бессознательно переходит в установленное ведущим разговорное русло.

Рассмотрим второй коммуникативный вариант данной модели. Возьмем для анализа фрагмент из выпуска «Леонид Агутин. О пьянстве, мемах и доме в Америке» от 27 февраля 2018 г. Подготовительная часть фрагмента состоит из двух тем. Videоблогер прежде всего затрагивает щепетильную тему: ...Почему ваша дочь всю жизнь живет в Америке // Зачем рожать ребенка для того / чтобы 90 % времени он был вдали от тебя? Гость оправдывается и дает подробное объяснение: ...В свое время это так произошло // Мы же с ребенком посидели полгода и потом поехали на гастроли... // ...Мы уже поехали работать / ...иначе у нас выхода не было // ...У нас две большие семьи / мы вдвоем только работаем / надо было ребенка на что-то поднимать // ...У Юры (тестя гостя) был сахарный диабет... // ...Ему там (в Америке) сделали операцию / отняли полноги... // ...Проблема начиналась уже со второй ногой... // ...Нам сказали / можно спасти вторую ногу / но он должен быть здесь (в Америке) / и мы будем его год обследовать... // ...Мы все максимально сможем для него сделать // ...Остался там (в Америке) Юра / ...осталась там семья... / и осталась с ними Лиза (дочь гостя) / потому что Лиза там / где они. Получив обратные каналы в поддержку, гость продолжает свое объяснение: Лиза не могла поехать с нами в Россию... // Стоили мы мало // Работали мы очень много // Мы не могли не работать // Это было единственное // Анжелика (жена гостя) из обычной семьи музыканта / я из обычной семьи // У нас нету ни богатых родственников... // Все что мы в этой жизни заработали / мы заработали с проволочными заграждениями... Ведущий уточняет: Я правильно понимаю / по сути, выбор стоял / между потерять тестя или оставить дочь / вы просто выбрали меньшее из зол / если строго говорить. Гость медлит и дает согласие: Да! Таким образом, образуется первая тема — «увезти тестя в США для лечения из-за того, что в России нет хороших условий». Журналист предлагает новую тему: Вы за последние 18 лет участвовали в каких-нибудь музыкально-политических сейшенах? // В поддержку кого-то по политическим мотивам? // В инаугурации чьей-нибудь? Гость рассказывает: Я пел один раз на площади / когда были выборы президента... // Мы не поем за Путина / а мы поем вообще за всех кандидатов. Вторая тема «петь за Россию» также устанавливается. Между первой и второй темами образуется яркая антитеза, обозначающая две позиции «Россия — Америка», или, иначе говоря, «свое — чужое».

Далее между видеоблогером и гостем начинается переход от наступления к обороне. Стоит отметить, что в данной части наступательная тактика применена как ведущим, так и гостем (табл. 2).

Таблица 2. Реплицирующие высказывания ведущего и гостя

Реплики ведущего	Реплики гостя
<p>Вы увезли своего тестя в Соединенные Штаты / потому что там его могли спасти / а в России не могли // При этом вы выступали на / вполне себе / государственных историях для людей / которые / по идее / должны были наладить в государстве все так / чтобы вы своего тестя не должны были никуда увозить // Нет ли здесь противоречия? (Наступление: высказывает сомнение)</p>	<p>Ну / это и время было давно очень. (Оборона: уходит от ответа)</p>
<p>А что-то изменилось сейчас? (Наступление: побуждает к ответу)</p>	<p>...Везде есть свои преимущества / свои недостатки... // ...И вот так хочется быть просто гражданином мира... и получить там то / что здесь нет / а потом с таким удовольствием вернулся домой... // ...Моему отцу сделали одну операцию / ...очень неудачно в Москве... // В Штатах очень удачно ему провели операцию // А потом через год... в Москве / в ту же клинику / в которой это сделали плохо / нам сказали / у нас теперь есть это оборудование / мы теперь то же самое можем сделать // И теперь сделали здесь / здесь сделали лучше... (Оборона: объясняет)</p>
<p>Правильно ли это / когда вся наша эстрада... становится доверенными лицами действующего президента / сейчас Владимира Путина... // Они его доверенные лица... говорят, что Путин — красавчик // Но при этом значительную часть времени они проводят на другом конце света // Да еще и в стране / с которой у нас сейчас / у человека / которого поддерживают / есть противостояние? (Наступление: указывает на противоречие и заставляет обозначить позицию)</p>	<p>Слушай / ...сам Горький тоже говорил / что Ленин красавчик / но тем не менее / он говорил это из Италии... (Оборона: оправдание, приводит в пример Горького, уходит от ответа)</p>
<p>Горький не дожил до появления нашей программы / и поэтому ему невозможно задать вопрос / а вам хочется его задать... (Наступление: указывает на неуместность примера)</p>	<p>Ты хочешь узнать, почему Горький это делал? (Оборона: шутит и переводит разговор на другую тему, уходит от ответа)</p>
<p>...Почему это делают звезды русского шоу-бизнеса? (Наступление: пытается вернуть разговор к первоначальной теме)</p>	<p>Давай так / это противозаконно? // Я имею право это делать / правильно? (Наступление: контрвопрос)</p>
<p>Это лицемерие / когда ты поддерживаешь Путина и говоришь то / что жизнь в России налаживается / но при этом значительную часть времени ты живешь не в России // А еще и в стране / с которой у Путина / за которого ты топиться / большие разногласия. (Наступление: оценка)</p>	<p>Ну / ...ты очень максимизируешь это сейчас / очень как-то / я понимаю / что это провокационное. (Наступление: указывает на неуместность высказанной видеоблогером оценки)</p>
<p>Не-не / ...я прям логику хочу понять // Здесь никаких провокаций. (Оборона: объясняет и оправдывается)</p>	

Далее гость объясняет: ...Когда не было такого скандала между Америкой и Россией / у нас были совершенно другие отношения... // Я почему море с детства люблю / я морской человек... // ...И плюс то / что дочь там (в США) уже учится / и там есть какие-то дела... // Я думаю / что ...имею на это право / как гражданин вообще... правильно же? // ...Америка и Россия в таких отношениях сейчас / включая Украину / не я эту ситуацию сделал / и очень надеюсь / что она каким-то образом разрешится и рассосется... // ...Понимаешь / наверху потом договорятся, а я себе все испорчу. Смягчая напряженную ситуацию, журналист больше не задает острые вопросы и переводит разговор на легкое направление: *A green card уйдет*. Гость пренебрегает: *Да и зачем? // И какой смысл?* На этом заканчивается этот фрагмент.

Схема временного и пространственного отношений развития тем в данном фрагменте показана на рис. 3.

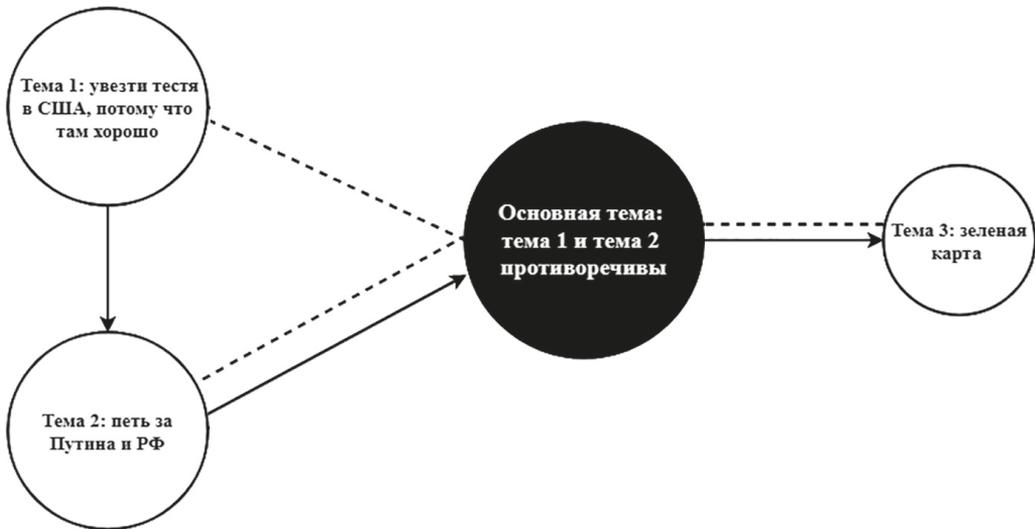


Рис. 3. Временное и пространственное отношения тем: сплошная линия со стрелкой показывает временное отношение тем, пунктирная линия — пространственно-структурное

Охарактеризуем второй конфликтный вариант данной модели.

1. **Конфликтность.** Конфликтность появляется в результате антитезы двух тем, показывающих противоречие в высказываниях гостя. Судя по реакции гостя, можем сказать, что конфликт в этом случае приближается к рациональной ссоре. Конфликтное положение отличается от первого варианта, в котором лишь видеоблогер занимает наступательную позицию, а гость — оборонительную, неопределенностью позиционирования, поскольку в зависимости от ситуации гость, как и видеоблогер, применяет речевое поведение наступательного характера.

2. **Стратегия сопоставительного характера.** Видеоблогер сначала выдвигает первую тему, в ходе которой выясняет у гостя один факт из его жизни. Получив нужный ответ, он далее предлагает вторую тему, в которой содержится другой факт, противоречащий первому. Это образует конфликтное начало, переводящее разговор на моральные суждения. Участники, не уступая друг другу, приближают

разговор к ссоре. Попытка смягчения напряженного положения коммуникации, реализуемая видеоблогером при смене направления темы, показывает законченность данного фрагмента. Оба варианта этой модели носят конфликтный характер и эффективны для раскрытия информации оценочного и морального характера.

Фрагмент из выпуска «Жириновский. О драках, мемах и фашизме» также подтверждает наше наблюдение. Ю. Дудь* с гостем обсуждает его отношения с Путиным: *Бойтесь ли вы Путина?* (Первая тема.) Гость говорит с уверенностью: *Я никого не боялся / ни Горбачева / ни Ельцина / ни Путина / никого.* Ведущий сомневается: *Если вы никого не бойтесь / Владимир Вольфович / расскажите нам / пожалуйста / в 1999 году о вашем выступлении в Думе.* (Вторая тема.) Гость признает факт: *Да. Видеоблогер продолжает описывать ситуацию: Вы говорите, ловите Селезнева на дикой, чудовищной оговорке (вставка ролика с выступлением гостя в Думе)... Как это понимать?* Образуется противоречие между первой и второй темами. Гость объясняет и оправдывает свое поведение: *Видимо / ему позвонили / кто-то сказал / что совершен теракт / и назвали Волгодонск // Здесь планировались теракты... // Обстановка была ненормальная // Теракты, естественно, могли быть ближе к Кавказу // Ростовская область / Волгодонск / потому что там / по-моему / атомная станция или завод...* Противоречие между речью и реальным выступлением в Думе, показанным в ролике, заставляет гостя объяснять и оправдывать свою позицию. Стоит отметить, что демонстрация ролика, как и речь Ю. Дудя*, служат аргументом и частью второй темы. Данный вариант эффективно реализован ведущим и направлен на то, чтобы гость бессознательно раскрыл больше информации.

Модель «прямой ввод». Данная модель включает только одну тему, в зависимости от речевого поведения модератора в медиadiaлоге варьируются кооперативный и конфликтный варианты. Эта модель в коммуникативном ходе может присутствовать как отдельная, так и в качестве элементов выявленных выше первой и второй моделей. Несмотря на простую структурированность, эта модель имеет большой коммуникативный потенциал.

Рассмотрим кооперативный вариант этой модели: «выдвижение темы — рассказ гостя — поддержка модератора — обобщение модератора». Приведем фрагмент из выпуска «Леонид Агутин. О пьянстве, мемах и доме в Америке» от 27 февраля 2018 г. Журналист сначала называет факт: *Вы / так или иначе / несмотря на то / что ассоциируетесь с эстрадой / с телевидением / в интернете вы известны довольно давно / как минимум двумя мемами // Для начала вот этот мем про доширак...* Далее видеоблогер спрашивает: *Когда вы его увидели // Как вы отреагировали на это?* Гость рассказывает: *Ну все не зря // Фотограф Максим / мы давно с ним работаем / сотрудничаем // Подходит он... // Я вот такое сделал движение // Эта фотография осталась // Я просто помню / как это было.* Затем ведущий уточняет: *Это постановка / оказывается.* Гость подтверждает: *Это постановка.* Ю. Дудь* обобщает: *Вот это тайна открывается.* Обобщение видеоблогера показывает удовлетворение от рассказа гостя.

Рассмотрим аналогичный пример из выпуска «Нурлан Сабуров. Семья. Страх. Что было дальше?». Видеоблогер задает вопрос: *Ты помнишь первый эфир?* (Определение темы.) Гость уточняет: *Первый «Что было дальше?» («Что было дальше?» —*

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

интернет-шоу гостя.) Ю. Дудь* выясняет: *Да, первый уже настоящий // Кто пришел первым / и какие сложности вы испытали в связи с этим... // Тоже с известными людьми?* (Уточнение.) Гость шутит: *С полуизвестными // Не буду называть...* — и продолжает: — *Да / ладно / назову // Там был Косяков // Там был Шпак...* (рассказ и объяснение.) Ведущий: *Ага (поддержка).* Гость продолжает рассказ: *...В общем на проверочных было вообще кайфово // Мы веселились / кайфовали... И первый гость был Аза Азамат // И мы прямо волновались // Это прямо чувствовалось // Аза чувствовал / я чувствовал...* (рассказ). Журналист перебивает: *И зрители чувствовали* (поддержка). Гость продолжает рассказ: *И зрители точно это чувствовали...*

Далее приведем конфликтный вариант данной модели, протекающий по схеме: «выдвижение темы — рассказ/суждение гостя — опровержение/сомнение модератора — оправдание/объяснение гостя — уступка модератора». Пример взят из выпуска «Леонид Агутин. О пьянстве, мемах и доме в Америке». Тема начинается с озвучивания факта: *Вы же, как и все / пели под фанеру в 90-х.* Гость обещает и рассказывает: *...Рассказываю про фанеру // Я никогда в своей жизни... не выступал под фонограмму перед людьми / которые купили билеты и пришли на концерт // ...«Песня года»... в которой все выступают под фонограмму / потому что это закон этой телевизионной программы и технически по-другому сделать невозможно // ...В телевизионных программах / потому что есть такое / как бы / это снимается как музыкальный клип / скажем.* Опровергая утверждение собеседника (см. реплику Агутина: *Я никогда в своей жизни не выступал под фонограмму перед людьми*), видеоблогер приводит доказательство: *Но в «Песне года» в зале люди сидят.* Гость объясняет: *В «Песне года» в зале люди сидят // Это телевизионная программа / которая снимается под фонограмму всю жизнь... // ...Такой закон: ты либо в ней снимаешься / либо не снимаешься... один раз ты можешь это сделать (т. е. не петь под фонограмму) / тебя больше не пригласят.* Затем ведущий дает оценку ситуации и требует от гостя высказать свое отношение — согласие или несогласие: *Так это же круто // ...Разве не круто быть этим человеком?* Замечая молчание гостя, он повторяет: *Разве не круто быть этим человеком?* Вопрос, имеющий сильную иллокутивность, вынуждает гостя отвечать: *Ты говоришь красиво, как тебе положено.* Осознавая уклонение от ответа на вопрос, видеоблогер побуждает: *Подожди / давай / если бы здесь сидел Стас Михайлов / я бы не втирал ему это / потому...* Гость реагирует комплиментами: *Ты талантливый / умный молодой человек // Ты обязан быть революционером / просто обязан...* — и затем объясняет: — *Я еще раз объясню / чтоб было ясно // ...«Песня года» / я думаю / что у меня это не получится // Поэтому я сказал / что нужно было одно из двух: либо принимать участие / либо не принимать.* На этом этапе ведущий осознает информативную исчерпанность и тематическую законченность, он достигает договоренности с гостем: *Хорошо.* Далее журналист начинает новую тему: *Тогда просто вопрос...*

Первый вариант ориентирован на раскрытие событийной информации, второй — на раскрытие оценочной информации — мнений, взглядов и т. д. В первом случае для реализации цели видеоблогер осуществляет поддерживающее речевое поведение — обратные каналы, обозначающие участие и понимание речи говорящего и уточнение, часто появляющееся в виде вопросов. Во втором случае благодаря

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь в РФ признан иностранным агентом.

чередованию тактики наступления и обороны между коммуникантами мировоззрение, непонимание и ценностные воззрения гостя максимально раскрываются.

Выводы

В изучении моделей управления темами раскрывается индивидуальный стиль речевого поведения модератора-видеоблогера. На основе анализа материала выявлены три модели управления диалогом, которые используются видеоблогером: дедуктивная модель «от общего к частному», индуктивная модель «предварительная подготовка + выдвижение основной темы» и модель «прямой ввод». Видеоблогер Ю. Дудь* применяет первую модель при кооперативном режиме ведения диалога. Он постоянно выдвигает некоторые подтемы вокруг основной темы, чтобы всесторонне раскрыть основное направление. При использовании первой модели постоянно наблюдается речевая поддержка, например уточнение и обратные каналы. Вторая модель имеет варианты развития: либо гармоничная тема сменяется конфликтной темой, либо для образования конфликтности выдвигаются ярко контрастные темы. При реализации второй модели речевого поведения постоянно наблюдается высокая частотность наступательных речевых актов: опровержение, сомнение, цитирование, оправдание и оценивание с вопросительной интонацией. Третья модель используется видеоблогером как для развития гармоничного, так и для конфликтного диалога в зависимости от ситуативных целей. Коммуникативное использование видеоблогером этих моделей, частотность и соотнесенность моделей с коммуникативными ситуациями, таким образом, составляют индивидуальный стиль видеоблогера, маркирующий его коммуникативную практику.

Прослеживается связь каждой модели ведения темы с типом информации, раскрываемой в ответе собеседника. Первая модель — «от общего к частному» — эффективна при раскрытии событийной информации. Вторая модель — «предварительная подготовка + выдвижение основной темы» — позволяет максимально раскрыть информацию о мировоззрении, непонимании и ценностях человека. Третья модель — «прямой ввод» — варьируется в зависимости от целей модератора-видеоблогера.

В итоге следует отметить, что изучение моделей управления темами, свойственных яркой языковой личности, знакомит нас с правилами эффективного построения диалогической коммуникации, позволяет нам исследовать динамичное идиостилевое проявление этой личности, что является перспективным лингвистическим направлением.

Литература

- Арутюнова, Н. Д. (1992). Диалогическая модальность и явление цитации. В Н. Д. Арутюнова, Т. В. Булыгина, А. А. Кибрик и др. (Ред.), *Человеческий фактор в языке. Коммуникация, модальность, дейксис* (с. 52–79). Москва: Наука.
- Арутюнова, Н. Д. (Ред.). (2010). Слово о диалоге. В *Лингвистический анализ языка. Моно-, диа- и полилог в разных языках и культурах* (с. 5–16). Москва: Индрик.
- Балакай, А. А. (2021). Активные процессы словообразования в речи современного видеоблогера (на материале русскоязычных вышивальных видеоблогов YouTube). *Вестник Северного (Арктического) федерального университета*, 4, 22–30.

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

- Балаян, А. Р. (1971). *Основные коммуникативные характеристики диалога*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Москва.
- Балаян, А. Р. (1981). Еще один монолог о диалоге (и полилоге). *Русский язык за рубежом*, 4, 62–66.
- Баранов, А. Н., Крейдлин, Г. Е. (1992а). Иллокутивное вынуждение в структуре диалога. *Вопросы языкознания*, 2, 84–99.
- Баранов, А. Н., Крейдлин, Г. Е. (1992б). Структура диалогического текста: лексические показатели минимальных диалогов. *Вопросы языкознания*, 3, 84–93.
- Бахтин, М. М. (1997). *Собрание сочинений. Т. 5. Работы 1940-х — начала 1960-х годов*. Москва: Русские словари.
- Болотнов, А. В. (2015). *Текстовая деятельность как отражение коммуникативного и когнитивного стилей информационно-медийной языковой личности*. Томск: Томский ЦНТИ.
- Болотнова, Н. С. (2021). Категория диалогичности медиатекста как отражение идиостиля автора. *Вестник ВолГУ*, 2, 16–25.
- Борисова, И. Н. (Ред.). (2009). *Русский разговорный диалог: структура и динамика*. Москва: Либроком.
- Валюсинская, З. В. (1979). Вопросы изучения диалога в работах советских лингвистов. В *Синтаксис текста* (с. 299–314). Москва: Наука.
- Васильева, В. В. (2019). Медиалингвистический подход к выявлению признаков социальной группы (к вопросу о методах лингвистической экспертизы медиатекста). *Медиалингвистика*, 6 (2), 230–241.
- Галкина-Федорук, Е. М. (1953). О некоторых особенностях языка ранних драматических произведений Горького. *Вестник Московского государственного университета*, 1 (1), 103–124.
- Грушевская, В. Ю. (2021). Дискурсивные особенности молодежных видеоблогов в российском сегменте YouTube. *Дискурс-Пи*, 3, 160–175.
- Добросклонская, Т. Г. (2016). Методы анализа видео-вербальных текстов. *Медиалингвистика*, 2 (12), 13–25.
- Дускаева, Л. Р. (2012). *Диалогическая природа газетных речевых жанров*. Санкт-Петербург: Филол. факультет СПбГУ.
- Дускаева, Л. Р. (2020). *Стилистика и литературное редактирование: в 2 т. Том 1: учебник для вузов*. Москва: Юрайт.
- Дускаева, Л. Р., Щеглова, Е. А. (2020). Восприятие комического текста-пранка в диалоге сетевого общения: постановка проблемы. *Медиалингвистика*, 7 (2), 238–249.
- Земская, Е. А. (1987). *Русская разговорная речь: лингвистический анализ и проблемы обучения*. Москва: Русский язык.
- Ибраева, А. Ф. (2018). Языковые особенности текстов англоязычной и русскоязычной блогосферы. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 8–2 (886), 333–336.
- Каминская, Т. Л. (2008). Автор и адресат в современных медиатекстах. *Вестник Санкт-петербургского университета*, 2, 314–319.
- Колокольцева, Т. Н. (2000). Роль диалога и диалогичности в современном коммуникативном пространстве. В *Проблемы речевой коммуникации* (с. 50–57). Саратов: Саратовский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского.
- Колокольцева, Т. Н. (2012). Современная диалогическая коммуникация и проблемы типологии диалогических дискурсов. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*, 2 (66), 74–78.
- Королькова, А. С. (2020). Способы передачи негативной прагматической оценки концептуальной сферы «здоровый образ жизни» в блогосфере. *Медиалингвистика*, 7 (1), 83–94.
- Лушиков, В. А., Терских, М. В. (2018). Жанрово-тематические и языковые особенности видеоблогов. *Вестник Тамбовского университета*, 14, 57–75.
- Медведева, Е. В. (2021). Специфика аудитории видеоблога и ее влияние на процесс ретивальной коммуникации. *Медиалингвистика*, 8 (3), 261–272.
- Оргонева, О., Кожарнович, М. П. (2022). Диалог в словацких социальных сетях. *Медиалингвистика*, 9 (3), 237–253.
- Петрова, М. В. (2019). Тактики речевой контрманипуляции в российских политических видеоблогах. *Вопросы теории и практики журналистики*, 3, 625–639.
- Пивоварчик, Т. А. (2019). Статусно-ролевая репрезентация участников сетевого сообщества в диалогах интернет-форума. *Медиалингвистика*, 6 (3), 402–413.

- Подъяпольская, О. Ю. (2022). Коммуникативно-прагматические и лингвистические особенности интернет-форума как жанра сетевой коммуникации (на материале немецкоязычных форумов для детей и молодежи). *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 1 (43), 76–85.
- Попова, Т. И. (2018). Актуальные направления исследования медийного интернет-пространства. *Медиалингвистика*, 5 (3), 258–272.
- Прохватилова, О. А. (2020). Внутренняя диалогичность современной медиаречи. *Вестник Волгоградского государственного университета*, 2, 150–158.
- Прохватилова, О. А. (2021). Виды и функции диалогичности научно-популярного текста. *Международный научно-исследовательский журнал*, 11–4 (113), 177–180.
- Романова, Л. Н. (2021). Диалогичность в повествовательной структуре поэзии А. Е. Кулаковского. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 7, 1999–2005.
- Соловьева, А. К. (1965). О некоторых общих вопросах диалога. *Вопросы языкознания*, 6, 103–110.
- Сухих, С. А. (1998). *Прагмалингвистическое измерение коммуникативного процесса*. Автореф. дис. ... д-ра филол. наук. Краснодар.
- Текутьева, И. А. (2016). Жанрово-тематическая классификация видеоблогинга. *Медиасреда*, 11, 107–113.
- Хисамова, Г. Г. (2008). Исследование диалога с позиции теории речевых жанров. *Вестник ЧелГУ*, 21, 164–169.
- Хундснуршер, Ф. (1998). Основы, развитие и перспективы анализа диалога. *Вопросы языкознания*, 2, 38–50.
- Хутыз, И. П., Петренко, Ю. А. (2021). Дискурсивные категории оценки и диалогичности в академическом дискурсе. *Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева*, 3 (112), 120–129.
- Шарафан, И. В. (2008). Публичный диалог: к построению модели коммуникативной ситуации. *Вестник ВГУ*, 2, 80–85.
- Шаройко, О. И. (1969). *Структура простого предложения в диалогической речи*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Одесса.
- Шведова, Н. Ю. (1956). К изучению русской диалогической речи. Реплики-повторы. *Вопросы языкознания*, 2, 67–83.
- Шестерина, А. М. (2020). Жанровый аспект формирования экранного имиджа видеоблогера. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 1 (35), 140–146.
- Шестерина, А. М. (2021). Тенденции влияния видеоблогинга на современный телевизионный контент. *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 3 (41), 118–123.
- Шпильная, Н. Н. (2021). Диалогическая лингвистика в России: история становления и современное состояние. *Культура и текст*, 1 (44), 159–173.
- Щерба, Л. В. (1915). *Восточнолужицкое наречие*. Петроград: Тип. А. Э. Колинея.
- Якубинский, Л. П. (1986). О диалогической речи. В *Язык и его функционирование: Избранные работы*. Москва: Наука.
- Clayman, E., Heritage, J. (2021). Conversation Analysis and the Study of Sociohistorical Change. *Research on Language and Social Interaction*, 54 (2), 225–240.
- Drew, P., Heritage, J. (1992). *Talk at work*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Goffman, E. (1981). *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and Semantics*, 3, 41–58.
- Heritage, J. (2011). *Conversation analysis: Practices and methods*. In D. Silverman (Ed.), *Qualitative research: Theory, method and practice*. London: Sage.
- Heritage, J. (2013). Action Formation and Its Epistemic (and Other) Backgrounds. *Discourse Studies*, 15 (5), 551–578.
- Heritage, J., Stivers, T. (2012). Conversation Analysis and Sociology. In J. Sidnell, T. Stivers (Eds), *The Handbook of Conversation Analysis*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Psathas, G. (1995). *Conversation analysis: the study of talk-in-interaction*. London: Sage Publications.
- Roseano, P., González, M., Borràs-Comes, J., Prieto, P. (2016). Communicating Epistemic Stance: How Speech and Gesture Patterns Reflect Epistemicity and Evidentiality. *Discourse Processes*, 53 (3), 135–174.
- Sacks, H., Schegloff, E. A., Jefferson, G. A. (1974). Simplest systematics for the organization of turn-taking in conversation. *Language*, 4 (50), 696–735.
- Schegloff, E. A. (1992). Repair after next turn: The last structurally provided defense of intersubjectivity in conversation. *American Journal of Sociology*, 97 (5), 1295–1345.
- Searle, J. (1969). *Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Источники — выпуски видеоблога «в Дудь»*

- Александр Гордон. От «Закрытого показа» до «Мужское/Женское» (03.08.2022). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=wCCvi-LRQrM&t=158s>.
- Антон Долин**. Стыдные вопросы про кино (02.12.2020). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=91yZNamfNII>.
- Антон Лапенко. Новая звезда русского интернета (03.03.2020). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=Uzu9clzaLvg>.
- Дмитрий Маликов. О Хованском, Версусе и жизни после славы (31.05.2017). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=tRVyA5LrOEA&t=23s>.
- Жириновский. О драках, мемах и фашизме (29.08.2017). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=OTVDu2rrG90&t=25s>.
- Леонид Агутин. О пьянстве, мемах и доме в Америке (27.02.2018). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=d-Dп2UFOM70&t=19s>.
- Нурлан Сабуров. Семья. Страх. Что было дальше? (08.10.2019). Электронный ресурс <https://www.youtube.com/watch?v=uMR9gTPhVHo&t=34s>.

Статья поступила в редакцию 5 сентября 2022 г.;
рекомендована к печати 20 ноября 2022 г.

Контактная информация:

Ван Сюэфэн — аспирант; daniil.van2016@yandex.ru

Speech behavior of the moderator in structuring the media dialogue: Models of topic management in the aspect of idiostyle (on the material of the video blog)

Wang Xuefeng

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

For citation: Wang Xuefeng (2023). Speech behavior of the moderator in structuring the media dialogue: Models of topic management in the aspect of idiostyle (on the material of the video blog). *Media Linguistics*, 10 (1), 43–65. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.103> (In Russian)

Dialogue as a research object is reflected in the works of not only Russian researchers, but also western researchers. Dialogue as a basic form is widely used in the media space, which determines the need for its study. The aim of our study is to identify the models of dynamics management in media dialogue as an individual manifestation of the moderator. The article comprehensively uses analysis and synthesis, communicative and functional analysis, comparative analysis, method of structuring and model analysis. The 560-minute 54 seconds episodes of the video blog “vDud”^{*} were used as empirical material. The media dialogue as a semi-institutional communication under the new communicative conditions acquires new features. Its structuring largely depends on the speech behavior of the moderator, who occupies the leading place in this type of communication. On the basis of the analysis of the empirical material three basic models of the moderator’s management of the themes are revealed: the model “from general to the parts” which is effective for the disclosure of event information, the model “preliminary preparation + main topic putting forward” shows the information about the guests’ world outlook, life philosophy and values, and the model “direct input” which has a great communicative potential. In addition, the identified models acquire individual features

* Ведущий видеоблога «вДудь» Юрий Дудь признан в РФ иностранным агентом.

* Yuri Dud’ is recognized as a foreign agent in Russian Federation.

** Антон Долин признан в РФ иностранным агентом.

in the process of their application by the video-blogger Y. Dud’*. For the disclosure of event information, the first model of Y. Dud’* in a harmonious situation was used. To obtain true information about the worldview, life understanding and values of the invited guests the second model is constantly applied in a conflict communicative environment. The third model by the situation can be both cooperative-harmonious and non-cooperative-conflict nature.

Keywords: media dialogue, moderator, video blogger, topic management model, idiostyle.

References

- Arutiunova, N. D. (1992). Dialogical modality and the phenomenon of citation. In N. D. Arutiunova, T. V. Bulygina, A. A. Kibrik et al. (Eds), *Chelovecheskii faktor v iazyke. Kommunikatsiia, modal'nost', deiksis* (pp. 52–79). Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Arutiunova, N. D. (Ed.). (2010). A word about dialogue. In *Lingvisticheskii analiz iazyka. Mono-, dia- i polilog v raznykh iazykakh i kul'turakh* (pp. 5–16). Moscow: Indrik Publ. (In Russian)
- Bakhtin, M. M. (1997). *Collected works. Vol. 5. Works of the 1940s — early 1960s*. Moscow: Russkie slovari Publ. (In Russian)
- Balaian, A. R. (1971). *The main communicative characteristics of the dialogue*. PhD abstract. Moscow. (In Russian)
- Balaian, A. R. (1981). Another monologue about dialogue (and polylogue). *Russkii iazyk za rubezhom*, 4, 62–66. (In Russian)
- Balakai, A. A. (2021). Active processes of word formation in the speech of a modern video blogger (on the basis of Russian-language YouTube video blogs). *Vestnik Severnogo (Arkticheskogo) federal'nogo universiteta*, 4, 22–30. (In Russian)
- Baranov, A. N., Kreidlin, G. E. (1992a). Illocutionary compulsion in the structure of the dialogue. *Voprosy iazykoznanii*, 2, 84–99. (In Russian)
- Baranov, A. N., Kreidlin, G. E. (1992b). Dialogic Text Structure: Lexical Indicators of Minimal Dialogues. *Voprosy iazykoznanii*, 3, 84–93. (In Russian)
- Bolotnov, A. V. (2015). *Text activity as a reflection of the communicative and cognitive styles of information and media language personality*. Tomsk: TsNTI Publ. (In Russian)
- Bolotnova, N. S. (2021). The category of media text dialogism as a reflection of the author's idiostyle. *Vestnik VolGU*, 2, 16–25. (In Russian)
- Borisova, I. N. (Ed.). (2009). *Russian colloquial dialogue: structure and dynamics*. Moscow: Librokombizn Publ. (In Russian)
- Clayman, E., Heritage, J. (2021). Conversation Analysis and the Study of Sociohistorical Change. *Research on Language and Social Interaction*, 54 (2), 225–240.
- Dobrosklonskaia, T. G. (2016). Methods of analysis of video-verbal texts. *Media Linguistics*, 2 (12), 13–25. (In Russian)
- Drew, P., Heritage, J. (1992). *Talk at work*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Duskaeva, L. R., Shcheglova, E. A. (2020). Perception of a comic prank text in an online dialogue: posing the problem. *Media Linguistics*, 7 (2), 238–249. (In Russian)
- Duskaeva, L. R. (2012). *The dialogical nature of newspaper speech genres*. St Petersburg: Filol. fakul'tet SPbGU Publ. (In Russian)
- Duskaeva, L. R. (2020). *Stylistics and literary editing in two volumes. Vol. 1: a textbook for universities*. Moscow: Iurait Publ. (In Russian)
- Galkina-Fedoruk, E. M. (1953). On some features of the language of Gorky's early dramatic works. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta*, 1 (1), 103–124. (In Russian)
- Goffman, E. (1981). *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Grice, H. P. (1975). Logic and conversation. *Syntax and Semantics*, 3, 41–58.
- Grushevskaiia, V. Iu. (2021). Discursive features of youth video blogs in the Russian segment of YouTube. *Diskurs-Pi*, 3, 160–175. (In Russian)
- Heritage, J. (2011). *Conversation analysis: Practices and methods*. In D. Silverman (Ed.), *Qualitative research: Theory, method and practice*. London: Sage.
- Heritage, J. (2013). Action Formation and Its Epistemic (and Other) Backgrounds. *Discourse Studies*, 15 (5), 551–578.

* Yuri Dud' is recognized as a foreign agent in Russian Federation.

- Heritage, J., Stivers, T. (2012). Conversation Analysis and Sociology. In J. Sidnell, T. Stivers (Eds), *The Handbook of Conversation Analysis*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Iakubinskii, L. P. (1986). On Dialogic Speech. In *Iazyk i ego funktsionirovanie: Izbrannye raboty*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Ibraeva, A. F. (2018). Linguistic features of the texts of English- and Russian-speaking blogosphere. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 8–2 (886), 333–336. (In Russian)
- Kaminskaia, T. L. (2008). Author and addressee in modern media texts. *Vestnik Sankt-peterburgskogo universiteta*, 2, 314–319. (In Russian)
- Khisamova, G. G. (2008). The study of dialogue from the standpoint of the theory of speech genres. *Vestnik ChelGu*, 21, 164–169. (In Russian)
- Khundsnursher, F. (1998). Fundamentals, development and perspectives of dialogue analysis. *Voprosy iazykoznanii*, 2, 38–50. (In Russian)
- Khutyz, I. P., Petrenko, Iu. A. (2021). Discursive categories of evaluation and dialogicality in academic discourse. *Vestnik ChGPU im. I. Ia. Iakovleva*, 3 (112), 120–129. (In Russian)
- Kolokol'tseva, T. N. (2000). The role of dialogue and dialogueness in the modern communicative space. In *Problemy rechevoi kommunikatsii* (pp. 50–57). Saratov: Saratovskii gosudarstvennyi universitet im. N. G. Chernyshevskogo Publ. (In Russian)
- Kolokol'tseva, T. N. (2012). Modern dialogic communication and the problems of typology of dialogic discourses. *Izvestia Volgogradskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 2 (66), 74–78. (In Russian)
- Korol'kova, A. C. (2020). Ways of conveying negative pragmatic evaluation of the conceptual sphere “healthy lifestyle” in the blogosphere. *Media Linguistics*, 7 (1), 83–94. (In Russian)
- Lushchikov, V. A., Terskikh, M. V. (2018). Genre-thematic and linguistic features of video blogs. *Vestnik Tambovskogo universiteta*, 14, 57–75. (In Russian)
- Medvedeva, E. V. (2021). Specificity of video blog audience and its influence on the process of retinal communication. *Media Linguistics*, 8 (3), 261–272. (In Russian)
- Orgoneva, O., Kozharnovich, M. P. (2022). Dialogue in Slovak social networks. *Media Linguistics*, 9 (3), 237–253. (In Russian)
- Petrova, M. V. (2019). Tactics of speech countermanipulation in Russian political video blogs. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki*, 3, 625–639. (In Russian)
- Pivovarchik, T. A. (2019). Status-role representation of online community participants in online forum dialogues. *Media Linguistics*, 6 (3), 402–413. (In Russian)
- Pod'apol'skaia, O. Iu. (2022). Communicative-pragmatic and linguistic features of Internet-forum as a genre of network communication (on the material of German-language forums for children and youth). *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 1 (43), 76–85. (In Russian)
- Popova, T. I. (2018). Actual directions of research of the media Internet space. *Media Linguistics*, 5 (3), 258–272. (In Russian)
- Prokhvatilova, O. A. (2020). Intrinsic dialogicality of modern media speech. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2, 150–158. (In Russian)
- Prokhvatilova, O. A. (2021). Types and functions of dialogicality of popular science text. *Mezhdunarodnyi nauchno-issledovatel'skii zhurnal*, 11–4 (113), 177–180. (In Russian)
- Psathas, G. (1995). *Conversation analysis: the study of talk-in-interaction*. London: Sage Publications.
- Romanova, L. N. (2021). Dialogicality in the narrative structure of A. E. Kulakovskiy's poetry. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 7, 1999–2005. (In Russian)
- Roseano, P., González, M., Borràs-Comes, J., Prieto, P. (2016). Communicating Epistemic Stance: How Speech and Gesture Patterns Reflect Epistemicity and Evidentiality. *Discourse Processes*, 53 (3), 135–174.
- Sacks, H., Schegloff, E. A., Jefferson, G. A. (1974). Simplest systematics for the organization of turn-taking in conversation. *Language*, 4 (50), 696–735.
- Schegloff, E. A. (1992). Repair after next turn: The last structurally provided defense of intersubjectivity in conversation. *American Journal of Sociology*, 97 (5), 1295–1345.
- Searle, J. (1969). *Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sharafan, I. V. (2008). Public dialogue: to the construction of a model of a communicative situation. *Vestnik VGU*, 2, 80–85. (In Russian)
- Sharoiko, O. I. (1969). *The structure of a simple sentence in dialogic speech*. PhD abstract. Odessa. (In Russian)
- Shcherba, L. V. (1915). *Eastern Lusatian dialect*. Petrograd: Tipografii A. E. Kolineia. (In Russian)

- Shesterina, A.M. (2020). Genre aspect of the formation of the screen image of a video blogger. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 1 (35), 140–146. (In Russian)
- Shesterina, A.M. (2021). Trends in the influence of video blogging on contemporary television content. *Znak: problemnoe pole mediaobrazovaniia*, 3 (41), 118–123. (In Russian)
- Shpil'naia, N.N. (2021). Dialogical linguistics in Russia: history of formation and current state. *Kul'tura i tekst*, 1 (44), 159–173. (In Russian)
- Shvedova, N.Iu. (1956). To the study of Russian dialogical speech. Replicas-repetitions. *Voprosy iazykoznaniiia*, 2, 67–83. (In Russian)
- Solov'eva, A.K. (1965). On some general questions of dialogue. *Voprosy iazykoznaniiia*, 6, 103–110. (In Russian)
- Sukhikh, S.A. (1998). *Pragmalinguistic dimension of the communicative process*. PhD abstract. Krasnodar. (In Russian)
- Tekut'eva, I.A. (2016). Genre-thematic classification of video blogging. *Mediasreda*, 11, 107–113. (In Russian)
- Valiusinskaia, Z.V. (1979). Questions of the Study of Dialogue in the Works of Soviet Linguists. In *Sintaksis teksta* (pp. 299–314). Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Vasileva, V.V. (2019). Medialinguistic approach to identifying the signs of a social group (to the question of methods of linguistic expertise of a media text). *Media Linguistics*, 6 (2), 230–241. (In Russian)
- Zemskaja, E.A. (1987). *Russian colloquial speech: linguistic analysis and learning problems*. Moscow: Russkii iazyk Publ. (In Russian)

Sources — video blogs “vDud”**

- Alexander Gordon. From Closed Show to Men's and Women's Show (03.08.2022). Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=wCCvi-LRQrM&t=158s>.
- Anton Dolin**. Embarrassing questions about cinema (02.12.2020). Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=91yZNamfN1I>.
- Anton Lapenko. The new star of the Russian Internet (03.03.2020). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Uzu9clzaLvg>.
- Dmitry Malikov. About Khovansky, Versus and life after fame (31.05.2017). Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=tRVyA5LrOEA&t=23s>.
- Leonid Agutin. About drinking, memes and home in America (27.02.2018). Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=d-Dn2UFOM70&t=19s>.
- Nurlan Saburov. Family. Fear. What happened next? (08.10.2019). Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=uMR9gTPhVHo&t=34s>.
- Zhirinovskiy. About fights, memes and fascism (29.08.2017). Retrieved from <http://www.youtube.com/watch?v=OTVDu2rrG90&t=25s>.

Received: September 5, 2022
Accepted: November 20, 2022

Author's information:

Wang Xuefeng — Postgraduate Student; daniil.van2016@yandex.ru

* Yuri Dud' is recognized as a foreign agent in Russian Federation.

** Anton Dolin is recognized as a foreign agent in Russian Federation.

Семантическая организация кликбейт-заголовков и показатели активности интернет-пользователей*

Н. Л. Зелянская¹, К. И. Белоусов¹, О. А. Сычев¹, Т. Н. Галинская²

¹ Пермский государственный национальный исследовательский университет, Российская Федерация, 614068, Пермь, ул. Букирева, 15

² Оренбургский государственный педагогический университет, Российская Федерация, 460014, Оренбург, ул. Советская, 19

Для цитирования: Зелянская Н. Л., Белоусов К. И., Сычев О. А., Галинская Т. Н. (2023). Семантическая организация кликбейт-заголовков и показатели активности интернет-пользователей. *Медиалингвистика*, 10 (1), 66–86. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.104>

В статье обсуждается проблема связи кликабельности, выраженной в показателях CTR, с системой смыслов заголовка. Авторы используют графосемантический подход к анализу заголовков в контексте вариативности их кликабельности. В работе представлен кейс, включающий в себя реконструкцию системы смыслов, репрезентированных новостными заголовками российских СМИ в интернет-пространстве, с учетом фактора популярности у читателя — коэффициента CTR. Материалом кейса послужили 4900 заголовков новостей российских СМИ, взятых за май 2019 г., предоставленных новостным агрегатором СМИ2. Авторы рассматривают кликбейт-заголовки в качестве самостоятельных текстов, которые транслируют информацию, лишь опосредованно связанную с озаглавленным материалом. Исходя из этого тезиса были выявлены частотные семантические поля, репрезентирующие наиболее актуальные смыслы, переданные в заголовках СМИ. Кроме того, на основании анализа показателей роста/убывания CTR авторы определили наиболее и наименее популярные у пользователей семантические поля, отражающие актуальные смысловые векторы развития новостного медиапространства. Система смыслов, отражающая представления профессиональных медиаагентов (издательств, журналистов), оказалась очень шаблонизированной, построенной на риторических манипулятивных приемах (поля «Россия», «Обещание ответа в заголовке», «Речевая деятельность», «Новое и неожиданное»). Субъекты же и действие уходят на второй план. Для пользователей стали актуальными такие образы, как герой, событие и хронотоп (поля «Деятели культуры», «Путин», «Происшествия», «Новости», «Смерть», «Казахстан», «Донбасс», «Крым» и т. д.). Исследование коэффициентов CTR демонстрирует рост самоосознания пользователей в качестве активных субъектов медиасреды: через интерес к сферам журналистики, через PR в качестве экспертов, способных вынести суждение, а не пассивных объектов воздействия.

Ключевые слова: кликбейт-заголовки, семантические поля, новостной контент.

Постановка проблемы

Кликбейт-заголовки в современном цифровом пространстве давно стали важным компонентом медиакommunikации, занимающим самостоятельное место в ее

* Работа выполнена в рамках государственного задания Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (проект FSNF-2020-0023).

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

структуре. Кликбейт не просто сообщение, которое привлекает внимание пользователей и несет информацию, часто только опосредованно связанную с озаглавленной статьей. В современной медиареальности кликбейт-заголовок — это сообщение, параллельное основному тексту по целеполаганию. Можно сказать, постепенно наличие такого сообщения становится обязательным в медиакommunikациях разных типов.

Самой важной целью кликбейта является вовлечение адресата в многоэтапную коммуникацию таким образом, чтобы вызванной энергии внимания хватило сначала для чтения заголовочного комплекса, потом — озаглавленного текста.

Данная целеустановка в кликбейте сосуществует с целью озаглавленного материала, она всегда присутствует одновременно с ней, если рассматривать заголовок традиционно как часть текста. В этом случае успешность в достижении собственной цели кликбейта возвращается в виде реакции оправданного или обманутого ожидания читателя — обратная связь в виде комментариев пользователей, посвященных не столько статье, сколько заголовку.

Но наличие собственной целеустановки сообщает кликбейт-заголовку черты самостоятельного текста, что отражается даже на особенностях лексико-семантической, структурной, стилистической организации. В кликбейте конструируется история, ориентированная на продолжение в других кликбейтах, связанных с этой темой.

«Параллельное» кликбейт-сообщение становится обязательным, потому что в современной медиакommunikации уже нельзя говорить о целевой аудитории как постоянном коммуникативном ориентире с каким-то набором характеристик, обусловленным территориальными, социально-демографическими параметрами. В цифровой реальности аудитория формируется на основании достаточно сильного общего интереса к какой-либо проблеме, теме, привлекающим внимание некоей группы людей — вне зависимости от их постоянных офлайн-признаков. Поэтому в условиях явного переизбытка информации в интернет-среде специальное сообщение-триггер, коим и является кликбейт-заголовок, — важная составляющая медиакommunikации, ставшая обязательной для поддержания конкурентоспособности.

Как бы ни трансформировалась тема статьи в кликбейт-заголовке, как бы ни возмущали пользователей случаи кардинальной смены ракурса описываемого в статье события, предваряющий заголовочный комплекс стал необходимой частью организации медиaprостранства, ожидаемой аудиторией и воспринимаемой в качестве ориентира.

С озаглавленной статьей кликбейт имеет прежде всего ассоциативно-интерпретационную связь. Приемы, с помощью которых эта связь осуществляется, обуславливают пробуждение любопытства аудитории массмедиа.

История вопроса

Одно из основных направлений исследования кликбейт-заголовков напрямую связано с изучением способов привлечения внимания аудитории: ученых интересует, какие факторы побуждают интернет-пользователей «кликнуть» ту или иную ссылку.

Внимание аудитории в современном медиaprостранстве, как отмечает М. Миллилахти, является одновременно: 1) товаром и предметом потребления для субъектов медиакommunikации, особенно в онлайн-журналистике; 2) единицей измерения популярности, выраженной показателем CTR — click-through rate, — своеобразным рейтингом эффективности, определяемым количеством «кликов»; 3) источником дохода, монетизации, особенно в онлайн-рекламе [Myllylahti 2020].

Наиболее глубоко изучены данные вопросы на примере рекламных статей, баннеров и т. д. [Rosenkrans 2010; Sokolik, Magee, Ivory 2014; Wu et al. 2018; Collier, Kim, Jomini Stroud 2020; Namin, Hamilton, Rohm 2020].

Когда речь идет о новостном контенте, прежде всего сопоставляются приемы, с помощью которых активизируется внимание онлайн-аудитории в традиционных заголовках и в кликбейтах. Заголовки, построенные в соответствии с классическими принципами риторики, по мнению исследователей, репрезентируют ключевые моменты статьи, а в кликбейт-заголовках подчеркиваются второстепенные детали, ориентированные на «психологию любопытства» [Сладкевич 2019: 357], вызывающие интерес аудитории, но малозначащие для понимания озаглавленного текста [Вольская 2018; Гаврикова 2018; Vultee et al. 2022].

Более эффективными с точки зрения привлечения читательского интереса, по мнению исследователей, являются оригинальные заголовки, сформулированные нестандартно (креативно). При этом такие важные для журналистики нормы построения заглавий, как краткость, ясность, информативность для аудитории оказываются второстепенными или абсолютно не важными. Данная особенность читательских пристрастий была отмечена еще до появления термина «кликбейт», который вошел в употребление в 1999 г.¹ [Ifantidou 2009].

Наиболее значимым фактором нестандартности оказывается в коммерческих изданиях, которые посвящены развлечениям и светской хронике, сосредоточены на сенсациях и личной жизни известных людей (soft news) [Blom, Hansen 2015; Tenenboim, Cohen 2013]. Выделяются специфические «механизмы подачи “кликабельного” контента», вызывающие общественный резонанс: дезинформация с целью пролонгации коммуникативного контакта; смещение смысловых акцентов в заголовках; «открытия»; ссылки на авторитеты; видоизменение цитат; следование доминирующим идеологическим императивам [Сладкевич 2019: 359–362].

Во многих исследовательских работах рассматриваются специфические стилистические приемы, обращающие на себя внимание целевой аудитории более, чем другие. Однако какие бы средства выразительности ни были указаны учеными в качестве эффективных: катафора [Blom, Hansen 2015]; короткие слова (не более семи символов); личные и притяжательные местоимения; «сигнальные» слова (временные маркеры и т. п.); слова с негативной коннотацией [Kuiken et al. 2017]; вопросительные конструкции с наличием обращения к потенциальному потребителю посредством местоимения 2-го лица ед. и мн. ч. [Lai, Farbroth 2014] и пр. — авторы работ подчеркивают, что наличие указанных приемов в кликбейте не дает оснований прогнозировать высокий рейтинг статьи.

Второе направление изучения кликбейт-заголовков связано с особенностями их функционирования в новостных роботах (news bots) — автоматизированных

¹ Merriam-Webster. Электронный ресурс <https://www.merriam-webster.com/dictionary/clickbait.html>.

аккаунтах в социальных интернет-сервисах [Lokot, Diakopoulos 2015] и новостных агрегаторах, программах, сканирующих в автоматическом режиме новостные сайты и собирающих удобный дайджест из ежедневного новостного потока.

Самые известные зарубежные новостные агрегаторы — это Google News, Drudge Report, Huffington Post; в России это «Яндекс.Новости» и СМІ2.

Несмотря на то что новостные агрегаторы, по сути, отбирают читательский трафик у непосредственного создателя/владельца новостного контента [Anderson 2013], они стали неотъемлемой частью цифровой экосистемы и, соответственно, объектом научного исследования.

Прежде всего предметом изучения опять становятся приемы, с помощью которых создаются кликбейты в новостных агрегаторах. Так, например, исследователи из Швейцарии, США и Великобритании [Dellarocas et al. 2015] обнаружили существование прямой зависимости между длиной аннотации или ключевого фрагмента из статьи и вероятностью перехода по ссылке: выбирая из нескольких статей одной тематики, читатель с большей вероятностью «кликнет» заголовок с более длинной аннотацией.

Интересно то, что с новостными агрегаторами исследователи связывают проблему снижения уровня доверия к размещенным материалам. По мнению Л. Молинье и М. Коддингтона, оригинальные статьи пользуются бóльшим доверием пользователей [Molyneux, Coddington 2020]. Дискредитировать новостные агрегаторы могут разные факторы — от низкого качества контента [Coddington 2018] до наличия грамматических ошибок в заголовочных комплексах и/или размещенных статьях [Appelman, Schmierbach 2017].

Но вместе с тем новостные агрегаторы являются таким информационным пространством, в котором не только присутствует возможность широкого выбора разнообразного материала из наиболее востребованных пользователями источников, на этих ресурсах осуществляется анализ контента, его тематическая сегментация и рубрикация (см., например, работу [Dellarocas et al. 2015] о швейцарском новостном агрегаторе Newsron, который с помощью семантического анализатора распределяет собранные публикации по девяти категориям: международные или местные новости, деловая сфера, технологии, автотранспорт, развлечения, светские новости, спорт, культура).

Новостные агрегаторы в силу того, что в них концентрируется большой объем информации, организуют контент в соответствии с читательскими пристрастиями, заставляющими перейти по ссылке. Именно исследования больших массивов данных из новостных агрегаторов демонстрируют тот факт, что кликбейт не является носителем «правды» о сообщении в озаглавленной статье.

Неоднократно в исследовательской литературе подчеркивалось, что удерживающий внимание читателя кликбейт-заголовок также удовлетворяет имеющиеся коммуникативные запросы [Гришаева 2015: 185], транслирует предпочитаемые варианты поведенческих моделей [Николаева 2017], «картина мира» читателя интернета создается именно по заголовкам, в силу века скоростей и перегруженности информацией его сознания» [Казимянец 2018: 273]. Так, кликбейт репрезентирует темы, смыслы, вызывающие интерес, резонанс в обществе, указывает на триггеры медиасознания.

Закономерно, что в последнее время начали появляться работы, в которых исследуются возможности кликбейт-заголовков для решения задач, связанных с манипулированием массовым сознанием в политических целях (пропаганда, дезинформация, распространение слухов) [Сладкевич 2019; Чанышева 2016; Lu, Pan 2020; Krafft, Donovan 2020].

Особенно часто данный ракурс изучения становится актуален при рассмотрении функционирования кликбейт-заголовков в социальных интернет-сервисах — главным образом Facebook*, Twitter, Reddit, а также на национальных социальных платформах.

Пространство соцсетей дает возможность проанализировать закономерности возникновения доверительного отношения к информации, так как контент, выбираемый пользователями, в данном случае проходит несколько фильтров. Например, в Facebook* существует двухуровневый фильтр: на первом уровне соцсеть рекомендует новостную ленту, составленную на основе индивидуальных предпочтений пользователя (например, интерес к политике); второй уровень определяется непосредственным выбором пользователем определенной новости (т.е. «кликком»). При этом важную роль играют наличие «лайков» у статьи и рекомендации «друзей» [Ohme, Mothes 2020]. По всеобщему признанию ученых, возникновение доверия у читателей подчиняется модели информационного каскада, т.е. прошедший указанные фильтры материал начинает просматривать большее количество пользователей, срабатывает эффект каскада доверия [Munger 2019; Wagner, Boczkowski 2019; Ohme, Mothes 2020]. Однако соответствующими данным критериям оказываются не более 4% статей, представленных в соцсетях [Ohme Mothes 2020]. Поэтому мы считаем, что, если речь идет о кликбейт-заголовке как самостоятельном сообщении, параллельном озаглавленной статье, вызывает интерес тот факт, что он начинает полностью, на семантическом, лексико-грамматическом, композиционном уровнях, подчиняться своей главной цели — активизации интереса аудитории. Важно также, что кликбейт-сообщение, превратившись в самостоятельную структурную составляющую современной медиакommunikации, теряет причинно-следственные связи с интенцией достоверности, присутствующей в самой статье, с точностью изложения информации и другими требованиями к традиционной журналистике. Дополнительное кликбейт-сообщение, ставшее обязательным в новостной интернет-коммуникации, приобретает самостоятельность как репрезентант основных мировоззренческих установок аудитории.

Большая выборка кликбейтов, взятая безотносительно к политике интернет-изданий, способна передать основные актуальные для пользователей сети направления интересов.

Целью нашей статьи является демонстрация метода семантического анализа кликбейтов, представленная в виде исследовательского кейса. Количественным подтверждением или опровержением актуальности такой репрезентации для аудитории можно считать показатели CTR, отражающие активную заинтересованность интернет-пользователей.

* Деятельность компании Meta признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

Описание методики исследования

Учитывать активную позицию читателя интернет-новостей мы будем именно с помощью оценки индекса CTR. Часто данный показатель связывают с рекламой, но в силу того, что CTR можно высчитать в любом случае, если есть гипертекстовая ссылка, доступна информация о показах ее интернет-юзерам и «кликах» на нее, то данный параметр является объективным показателем для оценки массива новостных заголовков с точки зрения пользовательской активности и заинтересованности.

Данные — заголовки с показателями CTR — были предоставлены новостным агрегатором СМІ2². Это один из крупнейших контент-агрегаторов СМІ в России (по версии LiveInternet, входит в топ-10 самых популярных интернет-площадок, месячная аудитория СМІ2 составляет 11–15 млн уникальных посетителей). Партнерами компании являются основные федеральные СМІ с российской аффилиацией, имеющие в том числе региональные представительства. Материалом послужили 4900 заголовков новостей российских СМІ, взятых за один месяц — май 2019 г.

Фрагмент таблицы, в которую были оформлены данные, показан на рис. 1.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	news_id	dt	title	caption	link	clicks	views	CTR
2	6543383	2019-05-28 12:29:35	На Украине санкции ЕС против России назвали формальностью	Политика	https://	13102	25406	0,5157
3	6455045	2019-05-13 15:46:29	Голубя оштрафовали за превышение скорости	Авто и мото	https://	2062	11907	0,1732
4	6437740	2019-05-09 11:28:19	Почему воздушную часть Парада Победы отменили на самом деле	Общество	https://	9580	174465	0,0549
5	6502090	2019-05-21 13:01:52	Откуда "треноги" растут, или Вся правда о камерах на крымских дорогах	Авто и мото	https://	481	10731	0,0448
6	6529382	2019-05-25 20:19:51	Как девушка ехала из Сочи в купе с кавказцами и интеллигентным дядей	Общество	https://	3400	81949	0,0415
7	6502268	2019-05-21 13:22:11	Эта ежедневная ошибка убивает ваш телефон	Технологии	https://	898	22649	0,0396
8	6521837	2019-05-24 11:45:30	В Крыму сотрудники ФСБ выявили подпольную оружейную мастерскую	Общество	http://	5368	143700	0,0374
9	6507548	2019-05-22 10:35:52	В чём секрет причёски Петренко?	Жизнь	https://	460	12337	0,0373
10	6550763	2019-05-29 13:36:27	Важные изменения в Германии с 1 июня	Общество	https://	5158	139005	0,0371
11	6521212	2019-05-24 10:41:59	Депутат задекларировал 29 квартир, газопровод и 10 самолетов	Общество	https://	3754	103284	0,0363
12	6514260	2019-05-23 10:15:39	ДТП в Симферополе: иномарка с детьми врезалась в микроавтобус	Общество	http://	5011	141344	0,0355
13	6419121	2019-05-06 13:37:21	Действия губернатора Коновалова продолжают удивлять	Жизнь	http://	400	11308	0,0354
14	6521778	2019-05-24 11:42:44	Все время мерзнут ноги? О чем это может говорить	Жизнь	https://	1272	37180	0,0342
15	6514886	2019-05-23 11:22:25	Готовы к выходу из Европейского союза: заявление Нидерландов	Политика	https://	8020	237353	0,0338
16	6479645	2019-05-17 11:13:54	В Пенсионном фонде уже начались изменения: это коснется всех россиян	Общество	https://	6813	205820	0,0331
17	6438286	2019-05-09 13:17:55	Куку, мой маленький! - перехват беспилотника США у границ РФ	Авиация	http://	3819	120287	0,0317
18	6550803	2019-05-29 13:45:08	Размещения ОФЗ могут умерить пыл пессимистов и оказать поддержку рублю	Экономика	https://	1817	59491	0,0305
19	6527740	2019-05-25 11:47:20	Скандальный последний звонок: выпускники опять отличились. Очень дерзк	Жизнь	https://	3993	137062	0,0291
20	6452678	2019-05-13 11:13:57	Путин стер улыбки с лиц министров	Политика	https://	7145	246022	0,0290
21	6551543	2019-05-29 15:15:15	Билайн и Сколково займутся развитием 5G и интернета вещей	Бизнес	https://	1760	61858	0,0285
22	6551400	2019-05-29 15:00:11	Что Стив Джобс рассказал выпускникам Стэнфорда	Общество	https://	1719	60489	0,0284
23	6551140	2019-05-29 14:30:08	На маркетплейсе "Беру!" теперь можно расплачиваться бонусами "Спасибо"	Бизнес	https://	1800	63532	0,0283
24	6552618	2019-05-29 17:30:08	ФАС возбудила дело против "Ростелекома"	Бизнес	https://	2466	88699	0,0278

Рис. 1. Новостные заголовки с показателями количества показов, кликабельности и коэффициента CTR (фрагмент)

Материал обрабатывался методом частотного и полевого анализа заголовков. Процедура осуществлялась в информационной системе (ИС) «Семограф»³, предназначенной для исследования текстовых данных, создания корпусов, проведения психолингвистических, социоллингвистических и тому подобных экспериментов и интерпретации их результатов, создания классификаторов и тезаурусов предметных областей, построения моделей и для решения других задач, возникающих в ходе изучения текстового контента [Belousov et al. 2017].

² Ссылка на источник приведена в конце статьи.

³ Электронный ресурс <https://semograph.org>.

Работа с материалом в ИС «Семограф» проводилась в несколько этапов. На первом этапе генерировался список слов с показателями встречаемости их в корпусе. В «слова» объединялись знаки, имеющие одну форму (означающее), которая может соотноситься с разными означаемыми.

На втором этапе после генерации частотного списка слов в ИС «Семограф» создавались лексемы из отдельных реализованных в контекстах значений. Проведение частотного анализа текстов и текстовых корпусов должно осуществляться на основе подсчета встречаемости не столько отдельных слов, сколько их значений, реализованных в конкретных контекстах.

В ИС «Семограф» отличия в реализованных значениях передаются на уровне лексем. «Лексема» используется как способ первичной группировки знаков, реализующих пучок схожих значений. При таком подходе в качестве лексемы может рассматриваться не только словесный знак в совокупности своих форм (словоформ), но и знак, объединяющий однокоренные слова со значениями, отличающимися категориальной семантикой. Например, на рис. 2 лексема «комментировать» включает существительные «комментарий», «комментарием» и глаголы «прокомментировал», «прокомментировала», «прокомментировали».

Поля	Лексемы	Слова	Контексты
ПРОИСШЕСТВИЯ	Лексема	Слово	Контекст
ПУТИН	комментировать	экс	2093
РЕЧЕВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	• комментарием	жена	4533
• заявление	• комментарий	рассказала	14
• сделать (речь)	• прокомментировал	что	531
• подробности	• прокомментировала	гибели	3390
• высказался	• прокомментировали	семья	3604
• комментировать		сделала	2152
• слова		заявление	Песков прокомментировал
• ответ (речь)		какое	решение США о
• вопрос		время	1117
• предложение		как	926
• рассказал		назвал	4841
• назвать		убили	232
• объяснить		донбассе	4541
РОССИЯ		россии	1322
РУКОВОДИТЕЛИ ГОСУДАРСТВ		может	686
СЕМЬЯ		кремль	1511
СМЕРТЬ		впервые	1049
СОВЕТСКОЕ		прокомментировал	2887
СПОРТ		луганске	4759
США			
УКРАИНА			

Рис. 2. Окно ИС «Семограф» с данными для классификации

На третьем этапе осуществлялась группировка созданных лексем в семантические поля, объединенные интегральным семантическим признаком.

Из разнообразия интерпретаций понятия семантического поля, распространенных в лингвистике, мы считаем, что целесообразнее опираться на подход Ю.Д. Апресяна, писавшего: «Семантическое поле образуется множеством значений, которые имеют хотя бы один общий семантический компонент» [Апресян 1995: 251]. Утверждение ученого о том, что бинарные и другие основанные на так-

сономических закономерностях принципы разделения семантики являются искусственными, а «семантические поля суть классы пересекающиеся <...> из любого семантического поля, через более или менее длинную цепочку посредствующих звеньев, можно попасть в любое другое поле» [Апресян 1995: 252], операционально более точно соответствует особенностям коммуникативной прагматики и отражает специфику функционирования медиадискурса.

Лексемы могут приписываться одному или нескольким семантическим полям (С-полям). Например, «Порошенко» относится и к С-полю «Украина», и к С-полю «Руководители государств». В результате было выделено 42 С-поля, репрезентирующих семантику исследуемого медиaprостранства заголовков СМИ.

На четвертом этапе определялись семантические поля, наиболее частотно входящие в заголовки с высокими CTR. Для решения этой задачи по каждому из семантических полей было проведено статистическое сравнение CTR выборки заголовков, включающих данное поле, с выборкой заголовков, не включающих его. Сравнение проводилось в программе Statistica 10 с помощью непараметрического критерия Манна — Уитни, не требующего соответствия распределения исходных данных нормальному. Данный критерий предназначен для проверки нулевой гипотезы о совпадении распределений в двух совокупностях, в то время как альтернативная гипотеза гласит, что наблюдения случайной величины в одной совокупности имеют стохастически бóльшие значения, чем в другой. Значения критерия, превышающие критические для выбранного уровня значимости (в данном исследовании был выбран уровень статистической значимости $p < 0,05$), позволяют отвергнуть нулевую гипотезу и принять альтернативную. В нашем случае отказ от нулевой гипотезы означает, что различия величины CTR в выборке заголовков, включающих интересующее поле, и в выборке остальных заголовков не являются случайной особенностью выборок и могут с высокой степенью уверенности (с вероятностью ошибки менее 5 %) свидетельствовать о зависимости между наличием данного поля в тексте заголовка и его CTR.

С целью наглядной характеристики степени влияния семантического поля на CTR заголовка использовался показатель «Относительная разность CTR». Он был вычислен как разность среднего CTR в заголовках, содержащих интересующее поле, и среднего CTR в остальных заголовках, не включающих его, деленная на средний CTR в заголовках, не включающих это поле. Иными словами, с некоторой долей условности мы полагали, что разность между средним CTR заголовков, содержащих интересующее поле, и средним CTR остальных заголовков может рассматриваться как прирост CTR, обусловленный наличием соответствующего поля. Поскольку в качестве базового уровня рассматривался CTR выборки заголовков, не включающих интересующее поле, то для приведения к сопоставимому относительному масштабу «прирост» CTR мы делили на этот «базовый» CTR. Необходимо подчеркнуть, что понятие прироста используется здесь условно, поскольку выбранный дизайн исследования не допускал целенаправленной модификации заголовков с последующей оценкой их CTR после внесения изменений.

Для удобства восприятия результатов относительная разность CTR переводилась из десятичных дробей в проценты. Положительное значение относительной разности CTR означает, что в заголовках, содержащих интересующее поле, CTR выше, чем в остальных, а отрицательное значение означает, что CTR ниже.

Анализ материала

Аналитические процедуры направлены на реконструкцию семантики новостного контента российского медиапространства.

Смысловые интенции копирайтеров, выявленные в данном кейсе, можно представить в виде следующей структуры смыслов (описываем в порядке уменьшения частотности семантических полей в контексте заголовков).

1. «Россия» (частотность 0,10). Объединяет слова: «Россия», «РФ», «российский», «русский». Пример: *Россия пожаловалась NASA на запах спирта на МКС; Чистая российская нефть поступила в Белоруссию.*

2. «Обещание ответа в заголовке» (0,10). Самое объемное поле, объединяет кликбейты, в которых заложена интрига в виде обещания ответа на поставленный вопрос, заявленную проблему. Обычно используются слова: «кто», «куда», «кому», «почему», «зачем» и т. п.: *Кто стал самым богатым депутатом в Пермском крае; Почему израильское жюри не дало Лазареву ни одного балла.*

3. «Речевая деятельность» (0,08). Одно из наиболее объемных полей, обозначающее речевые действия («делать заявление», «высказаться», «слова», «ответ» (как речевое действие), «вопрос», «рассказал», «назвал», «объяснил»): *Омичи всем рассказали, какие у них реальные зарплаты; МИД России ответил на «территориальные претензии» Эстонии.*

4. «Новое и неожиданное» (0,05). Группа слов со значениями нового («новый», «впервые») и неожиданного («неожиданно», «сюрприз», «поразить» (воображение)): *Неожиданная находка на дне Марианской впадины поставила ученых в тупик; Чему верит Москва? Природное явление, поразившее всех.*

5. «Фото и видео» (0,04). Объединены слова «фото» и «видео» в заголовках: *В Петербурге заметили удивительную птицу (фото); Как Томск отмечает День Победы — 2019: онлайн-репортаж, фото и видео.*

6. «Деятели культуры» (0,04). Имена артистов, журналистов, чья деятельность вышла за пределы узкопрофессиональной сферы, и другие деятели культуры, оказавшиеся в поле внимания СМИ. Нередко связано с событиями смерти или тяжелой болезни: *Раскрыта тайна смерти и завещания Алексея Булдакова; Названа новая причина смерти Марьянова; Итоги разбора версий о смерти Доренко.*

7. «Украина» (0,04). Используются слова: «Украина», «украинский», «украинцы», «ВСУ», «Киев», «Порошенко» и др., например: *Зеленский озвучил национальную идею Украины; Захарова дала необычную характеристику украинским депутатам.*

8. «Смерть» (0,04). Слова, обозначающие физическую смерть человека, — «смерть», «мертвый», «умерший» и мн. др., «гибель», «погиб», «погибший» и мн. др., «тело» (умершего), «труп» и др.: *Теория заговора: в России начались спекуляции о причине смерти Доренко; Гонка смерти: «пробка» из альпинистов на вершине Эвереста — видео.*

9. «Путин» (0,03). Все употребления имени собственного «Путин»: *Путин: уроки прошедшей войны по-прежнему актуальны; Путин обратился к новому президенту Казахстана.*

10. «PR и журналистика» (0,03). Слова, обозначающие явления/объекты данной сферы, а также персоны, занимающиеся журналистикой и PR («СМИ», «Соб-

чак», «Соловьев», «Познер», «Песков», «Захарова»): *Журналисты узнали о баснословных тратах депутата Резника на наркотики; СМИ узнали об утечке в Сеть паспортных данных Чубайса и Дворковича.*

11. «США» (0,03). Слова: «США», «американский», «американцы» и др., например: *Опять санкции: США с завидной скоростью составляют запреты для России; Набиуллина ответила на обвинения США в манипулировании валютным курсом.*

12. «Семья» (0,03). Как правило, здесь указываются родственники известных людей: *Сергей Лазарев скрывал своего сына; Экстренную госпитализацию Чухрая объяснила жена.* Но могут упоминаться родственники людей — участников резонансных и/или привлекающих внимание событий: *Мать девочки-маугли выразила желание поздравить дочь с днем рождения.*

13. «Правда» (0,03). Использование слов, обозначающих ситуацию, в которой происходит показ «истинных» причин события («правда», «на самом деле», «раскрыть причину», «тайна» и пр.): *В России запретят пластиковую посуду. Правда и ложь; Откуда «треноги» растут, или Вся правда о камерах на крымских дорогах.*

14. «Активная деятельность» (0,03). Поле противопоставлено полю «Речевая деятельность». Объединяет слова со значением действий/деятельности, направленной на изменение действительности. Слова: «делать/сделать», «найти» (улики, деньги), «ответ» (как действие), «убийство», например: *Застав бывшую с мужчиной, житель Хакасии сделал странный поступок; Казанский метрополитен сделал подарок своим посетителям.*

15. «Авторитетное мнение» (0,02). Слова, обозначающие источник авторитетного мнения («ученые», «эксперты»), а также называющие действия данных источников («комментировать», «объяснять» и т. п.): *Ученые усомнились в расшифровке манускрипта Войнич; Ученый объяснил успех «Игры престолов».*

16. «Руководители государств» (0,02). Фамилии руководителей иностранных государств (Эрдоган, Меркель, Макрон, Трамп, Порошенко): *СМИ: Марин Ле Пен поставила ультиматум Макрону; Трамп считает уместным просить генпрокурора расследовать Байдена.*

17. «Известность» (0,02). Слова, указывающие на признак известности у людей или событий («известный», «популярный», «знаменитый», «звезда», «громкий» (в знач. широко известный)): *Самый известный поезд-призрак. Эту легенду не могут объяснить; Верховный суд назвал самый популярный размер взятки в России.*

18. «Крым» (0,02). Слово «Крым» и производные от него; а также «Севастополь» (с производными словами): *Кремль строго ответил на желание Зеленского вернуть Крым; Наталья Поклонская дала Зеленскому совет по Крыму.*

19. «Военная сфера» (0,02). Слова, называющие события, реалии и процессы военной сферы («война», «армия», «ВСУ», «оружие», «НАТО», «Пентагон», «СУ-35», «F-22» и др.): *В российской армии появилось новое звание; В российские войска начали поступать бесшумные минометы «Галл».*

20. «Происшествия» (0,02). Слова, обозначающие события в разных сферах: бытовой («ДТП»); политике (неожиданные отставки чиновников): *Вице-канцлер Австрии уходит в отставку из-за «встречи с русской»; в жизни популярных людей — скандалы: Михалков пристыдил зрителей за просмотр скандальных ток-шоу.*

21. «Чиновники и депутаты» (0,02). Обозначение депутатов РФ и чиновников федерального и регионального уровней, в том числе губернаторов и сенаторов:

Чиновников отправят за решетку за оскорбление граждан; Губернатор Морозов — о росте экспорта астраханской промышленности втрое.

22. «Преступность» (0,02). Слова, называющие явления, связанные с преступной деятельностью, а также субъектов, осужденных за нее («убийство», «коррупция», «взятка», «допинг», «ИГИЛ*», «Улюкаев»): В Коми разгорелся коррупционный скандал; Всемирная преступная паутина: киберловушки поджидают повсюду.

23. «Правительство» (0,02). Использование в заголовках фамилий членов Правительства РФ и членов Госсовета: Медведев, Шойгу, Лавров, Мутко, Матвиенко. Кроме того, в поле входят слова «власти», «Кремль» и «министр»: Власти Петербурга сворачивают летние кафе: в чем дело; Кремль ответил на шоу «Би-би-си» с анимированным Путиным.

24. «Остальные страны» (0,01). Все страны, кроме России, США, Украины и Казахстана, а также обобщенные наименования стран и континентов («Сирия», «Европа», «Запад» и др.): Жесткая реакция Москвы на требование Запада последовала мгновенно; О поражении Запада на Украине заявил экс-глава спецслужбы Израиля.

25. «Оценка» (0,01). Слова с явно выраженной оценкой, типа «важный», «страшный», «жесткий» и т. п.: Сбербанк призывает клиентов быть внимательнее у банкоматов: это важно; Страшная находка у Крымского моста: что так взбудоражило россиян.

26. «Время» (0,01). Слова, обозначающие временные интервалы, типа «год», «день», «минута» и т. п.: Какой сегодня праздник: 29 мая 2019 года; В какой вуз поступать сегодня, чтобы стать успешным завтра.

27. «ВСПП» (0,01). Слова, обозначающие высокую степень проявления признака, типа «очень», «самый», «лучший»: Facebook** заплатит самый большой штраф в мире IT; И ему классно! Пес очень захотел поиграть — бесподобное видео.

28. «Прогноз» (0,01). Поле со значением ожидания вероятного события, слова типа «ждать» (в значении предполагать, что произойдет), «будет» (в значении ожидать, что событие произойдет с большой вероятностью) и др.: Что ждет Кокорина и Мамаева теперь: окончательный приговор; Будут ли снижены тарифы. Какой будет тарифная политика в Петербурге.

29. «Новости» (0,01). Слово «новости» и слова со значением «новости, новая социально значимая информация»: Хорошие новости для рубля: сколько будет стоить доллар?; Невские новости расследуют наркоскандал и коррупцию депутата Резника.

30. «Донбасс» (0,01). Слово «Донбасс», а также наименования республик ДНР, ЛНР и их столиц Донецка и Луганска (со всеми производными): На Украине заявили о задержании восьми бойцов ВСУ в Донбассе; Зеленский записал «послание мира Донбассу» (видео).

31. «Я» — источник сообщения (0,01). Местоимение «я» (и все производные, типа «мой», «мои» и т. п.), также местоимения «вы» и «мы», указывающие на субъекта речи («я»): Эксперт о Superjet: «Этот проект я назвал диверсионным»; Порошенко: я готов ответить за всё.

* Запрещенная в РФ террористическая организация.

** Деятельность компании Meta признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

32. «Потенциальность» (0,01). Слова со значением «возможности осуществления какого-либо события или действия»: *Аграрий рассказал, что может спасти Молдову и сельских жителей; Почему борьба за храм в Екатеринбурге может привести к революции.*

33. «Спорт» (0,01). Слова, указывающие на реалии, процессы, субъекты спортивной деятельности («спорт», «спортсмен», «олимпиада», «МОК», «допинг», «сборная» и др.): *Почему принимать участие в спортивных забегах стало выгодно?; Как чиновники «накормили» допингом нашу сборную перед Олимпиадой.*

34. «Жизнь» (0,01). Слова «жизнь», «жить» и прочие, обозначающие жизнь как форму и время существования человека: *«Готов отдать жизнь»: Саакашвили обратился к Зеленскому; Советский историк Басовская скончалась на 79-м году жизни.*

35. «Пенсионеры» (0,01). Слова «пенсионеры», «пенсии», «пенсионный» и т. п.: *Российские пенсионеры заплатили около миллиарда рублей лжемедикам.*

36. «Читатель» (0,01). Явная адресация сообщения читателю новости (использование местоимений «вы» и «мы»): *За что вас могут оштрафовать на пикнике; 6 любимых советских продуктов, которые мы позаимствовали у Америки.*

37. «Казахстан» (0,01). Слова: «Казахстан», «казахский», «казахстанский», «казах», «казахстанец» во всех формах, например: *Чем сейчас занимается экс-президент Казахстана Нурсултан Назарбаев.*

38. «Финансы» (0,01). Немногочисленная группа слов, имеющая отношение к финансовой сфере: общее название денег, а также наименование валют («рубель», «доллар», «евро») и компаний финансового сектора («Сбербанк»): *Актера Панина оштрафовали на 59 тыс. рублей за курение в самолете; Сбербанк запустил возможность переводов в Европу.*

39. «Правовая сфера» (0,01). Слова, обозначающие правоохранные органы, судебную систему и судебные процессы («МВД», «суд», «дело» (уголовное)): *В Антикоррупционном суде назвали дату начала работы.*

40. «Москва» (0,01). Использование в заголовках топонима «Москва»: *Москва выразила обеспокоенность напряженными отношениями США и Ирана.*

41. «Советское» (0,01). Немногочисленное использование наименований, явно указывающих на советский этап истории страны, слова типа «СССР», «советский» и др.: *Тетради по чистописанию советских школьников в фотографиях.*

42. «Необходимость» (0,005). Слова со значением необходимости («надо», «нужно», «должен» и др.): *Зачем нужны виртуальные кладбища.*

Реконструированные семантические поля отражают общий рисунок развития смыслового пространства новостных заголовков-кликбейтов российских СМИ в мае 2019 г. с точки зрения представлений журналистов и издательств о предпочтениях читателей и о системе ценностей, которые должна транслировать медиасреда в стремлении сформировать мировоззренческие доминанты массового сознания.

В списке полей есть те, которые репрезентируют универсальные концепты, соотносимые с мировоззренческими установками личности и с ментальностью народа, например, вскрывающие глобальные вопросы о границах своего и чужого, родины и чужбины, войны и мира, о взаимоотношениях с властью вообще и с мифологизируемой фигурой облеченной властью личности. Есть те, что отражают злободневность событийной конкретики: ситуативное внимание к какой-то отдельной сфере, стране, проблеме, которое сменится через промежуток времени

конкретикой другого рода. Есть поля, через которые медиа презентует свою онтологию: приемы привлечения внимания, стилистику. В целом это наиболее общая картина семиозиса современной медиасферы.

Результаты исследования

В качестве основного результата мы полагаем обнаруженное в процессе анализа смысловое переформатирование новостного медиапространства, которое происходит вследствие активности интернет-пользователей.

При оценке закономерностей семантической организации медиапространства (как и любой развивающейся системы) важно выделить значимые тенденции, которые в большей степени характеризуют исследуемый феномен. Для дифференциации смыслов, продуцируемых журналистами через кликбейт-заголовки, мы использовали следующий критерий: превышение порога значимости, рассчитываемого как средняя частотность по выборке $+ 0,5n$ значений стандартного отклонения (где n — количество шагов, равное 1, 2), который помог определить, какие из реконструированных семантических групп обладают большим весом и определяют облик медиасферы, а какие неотличимы от фона (табл. 1). Предполагается, что журналисты, издательства и прочие медиасубъекты, заинтересованные в эффективности кликбейт-заголовков, пытаются привлечь аудиторию, создают тексты, рассчитанные на интересы читателей.

Таблица 1. Частотность наиболее значимых семантических полей

Название поля	Частотность	
	абсолютная	относительная
Россия	1042	0,10
Обещание ответа в заголовке	1036	0,10
Речевая деятельность	821	0,08
Новое и неожиданное	506	0,05
Фото и видео	477	0,04
Деятели культуры	442	0,04
Украина	430	0,04
Смерть	423	0,04

С другой стороны, с помощью коэффициента CTR (результаты достоверны при $p < 0,05$) были выявлены те векторы развития медиасмыслов, которые действительно актуальны для читателей, на современном этапе развития также являющихся активными медиасубъектами, влияющими на развитие информационного пространства интернета (табл. 2).

Положительный процентный показатель свидетельствует о том, что наличие репрезентантов смыслового поля в заголовке совпадает с увеличением степени кликабельности. Отрицательный процентный показатель, напротив, соотносится с уменьшением количества кликов на заголовки, в которых присутствуют смысловые поля с такими значениями.

Можно предположить, что семантика полей с положительными процентными значениями значимо в контексте выборки привлекает пользователей, а с отрицательными — отталкивает, если рассматривать ее относительно «смыслового фона», совпадающего со статистически незначимыми как отрицательными, так и положительными показателями.

Таблица 2. Семантические поля, для которых выявлены статистически значимые различия средней величины CTR в заголовках, включающих и не включающих данное поле

Название поля	Относительная разность CTR, %
Деятели культуры	24
Происшествия	18
Новости	10
Фото и видео	10
Смерть	10
PR и журналистика	9
Семья	8
Новое и неожиданное	8
Казахстан	6
Донбасс	5
Оценка	5
Путин	5
Крым	5
Речевая деятельность	4
Россия	-4
США	-9
Спорт	-10
Руководители государств	-11
Остальные страны	-11

Интересно сопоставление наиболее частотных и значимых смысловых тенденций в медиапространстве, структурируемых журналистами, с теми, которые обнаружались при исследовании полей, наиболее частотно входящих в заголовки с высокими CTR.

Наиболее востребованным концептом, к которому обращаются журналисты, пытаясь привлечь внимание пользователей заголовком, оказывается «Россия», что, казалось бы, естественно: происходит апелляция к территориальной и культурной самоидентификации потенциального читателя. Но оказывается, что лексемы, репрезентирующие данный концепт, снижают CTR новости таким образом, что он хоть и с незначительными показателями, но уходит в «отрицательную» сторону (относительная разность CTR -4%). Для определенной части аудитории тема России шаблонизировалась настолько, что начинает отталкивать, способствует исчезновению читательского интереса, воспринимается в контексте риторических манипулятивных приемов, потерявших связь с референтом и стоящими за ним культурными смыслами.

И действительно, остальные наиболее частотные (частотность выше среднего на одно значение стандартного отклонения) поля «Обещание ответа в заголовке», «Речевая деятельность», «Новое и неожиданное» (см. табл. 1) выводят на первый план приемы, связанные с преувеличением значимости предлагаемой в озаглавленном тексте информации и с экспликацией словесной природы репрезентируемой реальности.

Так, значимой смысловой составляющей заголовков становится реальность, главным действующим лицом в которой является не субъект и не действие, а риторический прием, привлекающий внимание к транслируемой информации, но ставший заметнее этой информации.

Но второе по значимости семантическое поле в сформированной журналистами медиасреде «Обещание ответа в заголовке» не представлено в списке смысловых групп, привлекающих положительное или отрицательное внимание пользователей (см. табл. 2): этот прием, видимо, абсолютно слился с «фоном», стал невидимым для носителей медиасознания.

«Речевая деятельность» — поле, которое предполагает экспликацию речевых действий каких-либо лиц в заголовке, вызывает минимальное увеличение интереса людей, выраженного в показателе разности CTR, равном 4%. Само по себе указание на объяснение, разоблачение, выражение мнения и тому подобное как фактор, пробуждающий интерес, носит подчиненный характер.

Смысловые компоненты поля «Новое и неожиданное» оцениваются в качестве значимых и журналистами (о чем свидетельствует частотность их в кликебейтах), и юзерами (исходя из показателя относительной разности CTR 8%).

Поле «Фото и видео» (0,044), открывающее менее значимую по частотности группу (частотность выше среднего на 0,5 стандартного отклонения), также указывает на прием привлечения внимания, связанный с обнаружением полимодальной структуры обозначаемого заглавием текста. Но в мае 2019 г. этот способ заинтересовывать аудиторию уступал реальному «спросу» на подобного рода контент: кликабельность подобного рода материала очень высока (относительная разность CTR 10%).

Субъекты-герои медиатекстов и события (поля: «Деятели культуры», «Украина», «Смерть») значимы в исследуемом медиaprостранстве меньше, они теряются в потоке транслируемой семантики словесного приема и привлечения внимания как самоцели. Хотя без окружения явными риторическими манипуляциями семы большинства полей этой группы существенно увеличивают CTR.

Дело в том, что для медиаюзеров, читающих предлагаемые новости, именно медиасубъекты («Деятели культуры», «Путин»), происшествия («Происшествия», «Новости», «Смерть», «Новое и неожиданное») и пространства-репрезентанты событий и/или их метонимии («Казахстан», «Донбасс», «Крым») обладают большей степенью важности (см. табл. 2). Герой, событие и хронотоп оказываются актуальными для массового сознания и становятся теми феноменами культуры, которые провоцируют пользовательскую активность и продуцируют актуальные для современной медиасреды смыслы.

Максимальный рост кликабельности мы видим в тех случаях, когда речь идет об актерах — это, как правило, большие мастера, известные в масштабах страны и мира, и, как правило, речь идет о болезни или смерти. Так, внимание здесь при-

влекает не прием, а референт, имеющий самостоятельное, независимое от медиа-агента культурное значение и, соответственно, потенциал к трансляции смыслов в медиапространстве. То же можно сказать о смерти, событии, которое мы выделили в самостоятельное поле, его семантические компоненты не смешиваются со смыслами поля «Происшествия», так как смерть имеет вневременную значимость, в качестве объекта рефлексии обладает неисчерпаемым потенциалом инициировать процесс семиозиса на любом этапе развития культуры и привлекает внимание архетипически.

Еще одним направлением, актуальным для медиаюзеров, становится процесс осознания себя в качестве активных субъектов медиасреды. Об этом свидетельствует интерес к компонентам смысла, выраженным полями «PR и журналистика», «Речевая деятельность». Причем, с одной стороны, повышенное внимание к этим сферам говорит о влиятельности использованного приема, а с другой стороны, в общем контексте снижения кликабельности заголовков, в которых прием превращается в манипуляцию и стремится стать самодостаточным, можно сделать вывод о стремлении пользователей выступить в качестве экспертов, способных вынести суждение, а не пассивных объектов воздействия. А средства привлечения внимания, сгруппированные в поля «Фото и видео» и «Оценка», в процессе активизации читательского интереса становятся предметом рефлексии и анализа-проверки, а не принимаемым на веру иллюстративным материалом.

Выводы

Для современной новостной медиакommunikации характерна трансляция двух связанных между собой сообщений, различающихся по целеполаганию и постепенно уравнивающихся в степени значимости для читателя, для издания и для самого процесса передачи информации в онлайн-медиасреде. Это — новость, представленная медиаагентом в одном из принятых жанровых вариантов, и заголовочный комплекс — кликбейт — они становятся единым многоступенчатым коммуникативным событием.

Самостоятельным содержанием кликбейт-сообщения в современных условиях становится передача доминирующих, актуальных смыслов повседневности посредством фактического захвата и удержания внимания аудитории. Степень актуальности репрезентированных кликбейтом смыслов отражается показателем CTR.

Указанная особенность новостных кликбейт-заголовков дала нам возможность на примере заголовочных комплексов за май 2019 г. выделить несколько уровней смыслов, соответствующих интенциям как агентов, традиционно участвующих в формировании медиаповесток (журналистов и изданий), так и медиаюзеров.

В продемонстрированном исследовательском кейсе видно, что семантические поля, реконструированные на основании текстопорождающей деятельности журналистов и издательств, репрезентируют общий рисунок развития смыслового пространства новостных заголовков российских СМИ с точки зрения представлений традиционных медиаагентов о предпочтениях читателей и о системе ценностей, которые должна транслировать медиасреда в стремлении сформировать мировоззренческие доминанты массового сознания.

Система смыслов, на которые ориентируются журналисты, воспринимается как максимально шаблонизированная, реализуемая в контексте риторических манипулятивных приемов, потерявших связь с референтом и стоящими за ним культурными смыслами. Главным действующим лицом медиареальности, строящейся по законам смыслообразования подобного типа, являются не субъект и не действие, а прием.

Иерархия смыслов, открывшаяся в процессе интерпретации увеличения/уменьшения индекса кликабельности CTR, указывает на то, что для массового сознания в системе медиакоординат оказываются актуальными такие образы, как герой, событие и хронотоп. Они становятся теми феноменами культуры, которые провоцируют пользовательскую активность и соответствуют актуальным смыслам, характеризующим современную медиасреду.

Реализуется же активность медиаюзеров посредством осознания себя в качестве полноправных действующих субъектов медиасреды: через интерес к сферам журналистики, PR в качестве экспертов, способных вынести суждение, а не пассивных объектов воздействия.

Регулярный мониторинг медиaprостранства с точки зрения продемонстрированных методологических позиций позволит проследить динамику изменений общих семантических тенденций, транслируемых профессиональными участниками медиaproцесса, в соотношении с реакциями активных медиапользователей. Кроме того, на фоне обобщенной картины изменений семантической организации медиасреды станет возможным определение индивидуальных черт отдельных СМИ и корректировка их информационной политики для более действенной трансляции смыслов, соответствующих политике и миссии конкретных изданий.

Благодарность

Авторы выражают благодарность компании СМИ2 за использованные в исследовании данные.

Литература

- Апресян, Ю. Д. (1995). *Избранные труды: в 2 т. Т. I. Лексическая семантика*. Москва: Языки русской культуры.
- Вольская, Н. Н. (2018). Кликбейт как средство создания ложной информации в интернет-коммуникации. *Медиаскоп*, 2. Электронный ресурс <http://www.mediascope.ru/2450>.
- Гаврикова, О. А. (2018). Смысловое искажение информации в кликбейт-заголовках в текстах политического медиадискурса. *Вестник Башкирского университета*, 23 (1), 173–179.
- Гришаева, Л. И. (2015). Как в медиадискурсе информирование становится манипулированием. *Вестник Московского государственного лингвистического университета*, 6 (717), 179–190.
- Казимьянец, Е. (2018). Этот «безумный, безумный, безумный мир» в «странных» заголовках электронных СМИ. *Slavistica Vilnensis*, 63, 269–281.
- Николаева, А. В. (2017). Кликбейт: к определению понятия. *Актуальные проблемы стилистики*, 3, 146–151.
- Сладкевич, Ж. Р. (2019). Заголовки-анонсы в сетевых медиасервисах: между информированием и кликбейтингом. *Медиалингвистика*, 6 (3), 353–368.
- Чанышева, З. З. (2016). Информационные технологии смысловых искажений в кликбейт-заголовках. *Вестник ПНИПУ*, 4, 54–62.
- Anderson, C. W. (2013). What Aggregators Do: Towards a Networked Concept of Journalistic Expertise in the Digital age. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 14, 1008–1023.

- Appelman, A., Schmierbach, M. (2017). Make No Mistake? Exploring Cognitive and Perceptual Effects of Grammatical Errors in News Articles. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95 (4), 930–947.
- Belousov, K. I., Baranov, D. A., Boronnikova, N. V., Erofeeva, E. V., Zelyanskaya, N. L. (2017). Interdisciplinarity and Polyparadigmality in Domestic Linguistics (Corpus research of projects funded in the field of linguistics). *Herald of the Russian Academy of Sciences*, 87 (6), 491–501.
- Blom, J.N., Hansen, K.R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100.
- Coddington, M. (2018). Gathering Evidence of Evidence: News Aggregation as an Epistemological Practice. *Journalism*, 21 (4). Электронный ресурс https://www.researchgate.net/publication/329540562_Gathering_evidence_of_evidence_News_aggregation_as_an_epistemological_practice.
- Collier, J., Kim, Yu., Jomini Stroud, N. (2020). How News Images Affect Clicking on Subscription Appeals. *Journalism Practice*, 15 (1), 1–19
- Dellarocas, Ch., Sutanto, J., Calin, M., Palme, E. (2015). Attention Allocation in Information-Rich Environments: The Case of News Aggregators. *SSRN Electronic Journal*, 62 (9), 2543–2562.
- Ifantidou, E. (2009). Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*, 41, 699–720.
- Krafft, P.M., Donovan, J. (2020). Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign. *Political Communication*, 37 (2), 194–214.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5 (10), 1300–1314.
- Lai, L., Farbroth, A. (2014). What makes you click? The effect of question headlines on readership in computer-mediated communication. *Social Influence*, 9 (4), 289–299.
- Lokot, T., Diakopoulos, N. (2015). News Bots. *Digital Journalism*, 4 (6), 1–18
- Lu, Y., Pan, J. (2020). Capturing Clicks: How the Chinese Government Uses Clickbait to Compete for Visibility. *Political Communication*, 38 (1), 1–32.
- Molyneux, L., Coddington, M. (2020). Aggregation, Clickbait and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and Quality. *Journalism Practice*, 14 (4), 429–446.
- Munger, K. (2019). All the News That's Fit to Click: The Economics of Clickbait Media. *Political Communication*, 37 (2), 1–22.
- Myllylahti, M. (2020). Paying Attention to Attention: A Conceptual Framework for Studying News Reader Revenue Models Related to Platforms. *Digital Journalism*, 8 (5), 567–575.
- Namin, A., Hamilton, M. L., Rohm, A. J. (2020). Impact of message design on banner advertising involvement and effectiveness: An empirical investigation. *Journal of Marketing Communications*, 26 (2), 115–129.
- Ohme, J., Mothes, C. (2020). What Affects First- and Second-Level Selective Exposure to Journalistic News? A Social Media Online Experiment. *Journalism Studies*, 21 (9), 1220–1242.
- Rosenkrans, G. (2010). Maximizing User Interactivity through Banner Ad Design. *Journal of Promotion Management*, 16 (3), 265–287.
- Sokolik, K., Magee, R. G., Ivory, J. D. (2014). Red-Hot and Ice-Cold Web Ads: The Influence of Web Ads' Warm and Cool Colors on Click-Through Rates. *Journal of Interactive Advertising*, 14 (1), 31–37.
- Tenenboim, O., Cohen, A. A. (2013). What prompts users to click and comment: A longitudinal study of online news. *Journalism*, 2 (16), 198–217.
- Vultee, F., Burgess, G. S., Frazier, D., Mesmer, K. (2022). Here's What to Know About Clickbait: Effects of Image, Headline and Editing on Audience Attitudes. *Journalism Practice*, 16 (1), 1–18.
- Wagner, M. C., Boczkowski, P. J. (2019). The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation. *Digital Journalism*, 7 (7), 870–885.
- Wu, Ch. H., Sundiman, D., Kao, Sh.-Ch., Chen, Ch.-H. (2018). Emotion Induction in Click Intention of Picture Advertisement: A Field Examination. *Journal of Internet Commerce*, 17 (4), 356–382.

Источники

СМИ2. Электронный ресурс <https://smi2.ru>.

Статья поступила в редакцию 20 августа 2022 г.;
рекомендована к печати 31 октября 2022 г.

Контактная информация:

Зелянская Наталья Львовна — канд. филол. наук; zelyanskaya@gmail.com

Белоусов Константин Игоревич — д-р филол. наук; belousovki@gmail.com

Сычев Олег Александрович — канд. психол. наук, доц.; osn1@mail.ru

Галинская Татьяна Николаевна — канд. пед. наук, доц.; galinskaya2012@gmail.com

Semantic structure of clickbait headlines and internet user activities*

N. L. Zelianskaia¹, K. I. Belousov¹, O. A. Sychov¹, T. N. Galinskaia²

¹ Perm State University,

15, ul. Bukireva, Perm, 614068, Russian Federation

² Orenburg State Pedagogical University,

19, ul. Sovetskaya, Orenburg, 460014, Russian Federation

For citation: Zelianskaia N. L., Belousov K. I., Sychov O. A., Galinskaia T. N. (2023). Semantic structure of clickbait headlines and internet user activities. *Media Linguistics*, 10 (1), 66–86.

<https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.104> (In Russian)

The article explores the relation between clickability, measured in click-through rate (CTR) with the system of meanings the headline comprises. The authors apply graphic-semantic approach when analyzing headlines with reference to their variable clickability. The article describes a case reconstructing the system of meanings, represented by the news headlines in Russian cyberspace, taking into consideration the CTR as a popularity factor among the readers. The material of the study is 4900 headlines of Russian news media for May 2019, provided by the news aggregator SMI2. The authors consider clickbait headline as a standalone text, communicating information, related to the material they headline only indirectly. Based on these basic constituent features of the clickbait titles the researches revealed frequency distribution of semantic fields, representing the most popular meanings, communicated in the headlines to the news content in Russian mass media. Besides, having analyzed CTR values growth/decrease, the authors defined the most and the least popular semantic fields, indicating the most promising vectors for further development of the media space. The system of meanings transmitting concepts formed by media agents (publishing houses, journalists) turned out to be highly clichéd and based on manipulative rhetorical devices (fields “Russia”, “Headlines promising to give the answer in the article below, Speech activity”, “New and unexpected”). Performers (actants) and actions here assume a secondary position. Actual interests of the audience — news content readers — focus on such concepts as character, event and chronotope (fields “Celebrities”, “Putin, Incidents”, “News”, “Death”, “Donbas”, “Kazakhstan”, “Crimea”, etc.). CTR analysis also demonstrates the growth of the users’ self-awareness as active participants of the media environment, due to their interest to journalism and PR, since they no longer passive receptors, but more often experts able to evaluate events and interpret facts.

Keywords: clickbait headlines, semantic fields, news content.

References

- Anderson, C. W. (2013). What Aggregators Do: Towards a Networked Concept of Journalistic Expertise in the Digital age. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 14, 1008–1023.
- Appelman, A., Schmierbach, M. (2017). Make No Mistake? Exploring Cognitive and Perceptual Effects of Grammatical Errors in News Articles. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95 (4), 930–947.

* The work was carried out within the state task of the Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation (project no. FSNF-2020-0023).

- Apresian, Iu. D. (1995). *Selected works: in 2 vols. Vol. I. Lexical semantics*. Moscow: Iazyki russkoi kul'tury Publ. (In Russian)
- Belousov, K. I., Baranov, D. A., Boronnikova, N. V., Erofeeva, E. V., Zelyanskaya, N. L. (2017). Interdisciplinarity and Polyparadigmality in Domestic Linguistics (Corpus research of projects funded in the field of linguistics). *Herald of the Russian Academy of Sciences*, 87 (6), 491–501.
- Blom, J. N., Hansen, K. R. (2015). Click bait: Forward-reference as lure in online news headlines. *Journal of Pragmatics*, 76, 87–100.
- Chanysheva, Z. Z. (2016). Information technology of semantic distortions in clickbait headings. *Vestnik PNIPU*, 4, 54–62. (In Russian)
- Coddington, M. (2018). Gathering Evidence of Evidence: News Aggregation as an Epistemological Practice. *Journalism*, 21 (4). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/329540562_Gathering_evidence_of_evidence_News_aggregation_as_an_epistemological_practice.
- Collier, J., Kim, Yu., Jomini Stroud, N. (2020). How News Images Affect Clicking on Subscription Appeals. *Journalism Practice*, 15 (1), 1–19.
- Dellarocas, Ch., Sutanto, J., Calin, M., Palme, E. (2015). Attention Allocation in Information-Rich Environments: The Case of News Aggregators. *SSRN Electronic Journal*, 62 (9), 2543–2562.
- Ifantidou, E. (2009). Newspaper headlines and relevance: Ad hoc concepts in ad hoc contexts. *Journal of Pragmatics*, 41, 699–720.
- Gavrikova, O. A. (2018). Semantic distortion of information in clickbait headings in the texts of political media discourse. *Vestnik Bashkirskogo universiteta*, 23 (1), 173–179. (In Russian)
- Grishaeva, L. I. (2015). How informing becomes manipulation in media discourse. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo lingvisticheskogo universiteta*, 6 (717), 179–190. (In Russian)
- Kazimianets, E. (2018). This “mad, mad, mad world” in the “weird” headlines of the electronic media. *Slavistica Vilnensis*, 63, 269–281. (In Russian)
- Krafft, P. M., Donovan, J. (2020). Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign. *Political Communication*, 37 (2), 194–214.
- Kuiken, J., Schuth, A., Spitters, M., Marx, M. (2017). Effective Headlines of Newspaper Articles in a Digital Environment. *Digital Journalism*, 5 (10), 1300–1314.
- Lai, L., Farbroth, A. (2014). What makes you click? The effect of question headlines on readership in computer-mediated communication. *Social Influence*, 9 (4), 289–299.
- Lokot, T., Diakopoulos, N. (2015). News Bots. *Digital Journalism*, 4 (6), 1–18
- Lu, Y., Pan, J. (2020). Capturing Clicks: How the Chinese Government Uses Clickbait to Compete for Visibility. *Political Communication*, 38 (1), 1–32.
- Molyneux, L., Coddington, M. (2020). Aggregation, Clickbait and Their Effect on Perceptions of Journalistic Credibility and Quality. *Journalism Practice*, 14 (4), 429–446.
- Munger, K. (2019). All the News That's Fit to Click: The Economics of Clickbait Media. *Political Communication*, 37 (2), 1–22.
- Myllylahti, M. (2020). Paying Attention to Attention: A Conceptual Framework for Studying News Reader Revenue Models Related to Platforms. *Digital Journalism*, 8 (5), 567–575.
- Namin, A., Hamilton, M. L., Rohm, A. J. (2020). Impact of message design on banner advertising involvement and effectiveness: An empirical investigation. *Journal of Marketing Communications*, 26 (2), 115–129.
- Nikolaeva, A. V. (2017). Clickbait: to the definition of the concept. *Aktual'nye problemy stilistiki*, 3, 146–151. (In Russian)
- Ohme, J., Mothes, C. (2020). What Affects First- and Second-Level Selective Exposure to Journalistic News? A Social Media Online Experiment. *Journalism Studies*, 21 (9), 1220–1242.
- Rosenkrans, G. (2010). Maximizing User Interactivity through Banner Ad Design. *Journal of Promotion Management*, 16 (3), 265–287.
- Sladkevich, Zh. R. (2019). Announcement headlines in online media services: between informing and click-baiting. *Media Linguistics*, 6 (3), 353–368. (In Russian)
- Sokolik, K., Magee, R. G., Ivory, J. D. (2014). Red-Hot and Ice-Cold Web Ads: The Influence of Web Ads' Warm and Cool Colors on Click-Through Rates. *Journal of Interactive Advertising*, 14 (1), 31–37.
- Tenenboim, O., Cohen, A. A. (2013). What prompts users to click and comment: A longitudinal study of online news. *Journalism*, 2 (16), 198–217.
- Vol'skaia, N. N. (2018). Clickbait as a means of creating false information in Internet communication. *Mediascope*, 2. Retrieved from <http://www.mediascope.ru/2450>. (In Russian)

- Vultee, F., Burgess, G. S., Frazier, D., Mesmer, K. (2022). Here's What to Know About Clickbait: Effects of Image, Headline and Editing on Audience Attitudes. *Journalism Practice*, 16 (1), 1–18.
- Wagner, M. C., Boczkowski, P.J. (2019). The Reception of Fake News: The Interpretations and Practices That Shape the Consumption of Perceived Misinformation. *Digital Journalism*, 7 (7), 870–885.
- Wu, Ch. H., Sundiman, D., Kao, Sh.-Ch., Chen, Ch.-H. (2018). Emotion Induction in Click Intention of Picture Advertisement: A Field Examination. *Journal of Internet Commerce*, 17 (4), 356–382.

Sources

SMI2. Retrieved from <https://smi2.ru>.

Received: August 20, 2022

Accepted: October 31, 2022

Authors' information:

Natalia L. Zeliaskaia — PhD in Philology; zelyanskaya@gmail.com

Konstantin I. Belousov — Dr. Sci. in Philology; belousovki@gmail.com

Oleg A. Sychov — PhD in Psychology, Associate Professor; osn1@mail.ru

Tatiana N. Galinskaia — PhD in Pedagogy, Associate Professor; galinskaya2012@gmail.com

МЕДИАСТИЛИСТИКА

УДК 81'42

Этикетность женского сетевого дневника

Е. А. Щеглова

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

Для цитирования: Щеглова Е. А. (2023). Этикетность женского сетевого дневника. *Медиалингвистика*, 10 (1), 87–103. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.105>

Проблема влияния гендера на язык в лингвистике поставлена давно. Однако большое количество исследований сосредоточено на выделении некоего списка речевых средств, употребление которых должно отразить специфику женского и мужского типов общения. С нашей точки зрения, гораздо более перспективным представляется путь комплексного изучения речевого поведения отдельно взятого сообщества, объединенного по тем или иным признакам, с выделением характерных сценариев общения. В этом отношении методологически верным представляется выделение этикетной линии и рассмотрение ее особенностей для выявления специфики женского речевого поведения в сети. В качестве эмпирического материала нами были взяты женские сетевые дневники как своеобразное преломление традиционного жанра личного дневника. Сетевой дневник отличается от своей офлайн-версии изначальной ориентацией на широкого (а точнее сказать, случайного) адресата. Постепенно у автора формируется круг постоянных читателей — подписчиков, которые оставляют комментарии под каждой дневниковой записью — постом. Внутри каждого такого дневника наряду с типичными для всех женских сетевых дневников этикетных правил формируются свои, продиктованные особенностями речевого и неречевого позиционирования автора дневника. Как показывает исследование, для женского сетевого поведения характерно строгое следование выработанным ритуалам, отслеживание нарушений этикета и борьба с такими нарушениями, стремление к психологическому комфорту как основной коммуникативной ценности, соблюдение тематического единства внутри отдельно взятого диалогического цикла, эмоциональная подвижность, приводящая к возникновению специфических форм речевой агрессии — перепалкам, обсуждению подробностей личной жизни, переходу в личную сферу.

Ключевые слова: социальные сети, сетевой дневник, этикет, этикетная линия, гендер.

Постановка проблемы

В настоящее время в научном поле широко обсуждаются проблемы, касающиеся лингвистического осмысления речевой практики социальных медиа: речевой параметризации коммуникативной практики [Duskaeva 2021], статусно-ролевой репрезентации языковой личности в сети [Болотнова 2017; Malyshev 2018; Пивоварчик 2019] и др. Цифровая личность во всей совокупности ее речевых характеристик находится в центре пристального внимания исследователей.

Долгое время бытовало мнение, что сетевое общение стирает социальные различия пользователей, погружая их в некую универсальную и анонимную среду [Kramarek, Taylor 1993; Herring 1996]. Утверждалось также, что цифровая среда создает особое коммуникативное поле, попадание в которое заставляет человека иначе проявлять себя, подчиняться силовым линиям этого поля: «В сетевой среде нет никакой свободы для формирования персональной идентичности, правит цифровая диктатура» [Пильгун 2018: 15]. Очевидно, что отчасти это действительно так. Технологическая сторона не может не войти в совокупность экстралингвистических факторов, определяющих речевое поведение. Однако очевидно и другое: женское сетевое общение имеет специфику, связанную с осознанием своей гендерной идентичности, что часто связано с представлением о роли матери.

Как показывают психологические и социологические исследования, в ходе сетевой коммуникации женщины апробируют и вырабатывают стереотипные формы женского и родительского поведения [de los Santos, Amaro, Joseph 2019]. Таким образом, обыденные речевые практики переходят в цифровую среду, становясь продолжением речевой повседневности. Границы сетевого и офлайн-общения не остаются непроницаемыми. Это показало, в частности, исследование женского сетевого этикета, характерного для сообществ мам [Duskaeva 2021: 139–175]. Матери, состоящие в различных сетевых сообществах, решают в сети проблемы, стоящие перед ними в реальной жизни, при этом легко возвращаются к традиционным формам коммуникации для достижения своих целей и поиска решений (нередко участницы сообществ знают друг друга лично и общаются не только внутри сетевой группы).

Нет сомнений, что изучение трансформации традиционных речевых практик в цифровой среде является актуальной задачей. Одним из аспектов рассмотрения этой проблемы представляется изучение этикета в широком понимании термина, предложенном Л. Р. Дускаевой и основанном на лингвокомпозиционном подходе к исследованию этикетной линии в общении той или иной социальной группы [Duskaeva 2020]. Такой подход дает возможность выявить специфику речевого поведения того или иного сетевого сообщества. В данном случае в центре нашего внимания находятся особенности гендерного поведения в цифровой среде.

История вопроса

Очевидно, что вопрос об особенностях женского сетевого поведения неразрывно связан с более широкой проблемой влияния гендера на язык. Существование гендерной лингвистики как самостоятельного направления научных исследований в настоящее время мало у кого вызывает сомнение. Начало осмыслению указан-

ной проблемы было положено в работе Р.Лакофф [Lakoff 1975], где автор впервые выделила специфические черты женского языка: особый состав лексических средств; аффективные прилагательные; средства, помогающие смягчать категоричность суждений; особенности цветообозначения; супервежливость; гиперкорректность и др.

В настоящее время гендерная лингвистика имеет два основных вектора развития. Первый из них связан с изучением отдельных средств, в той или иной степени отражающих специфику женской речи. В таких работах представлены группы ресурсов или списки отдельных единиц, по которым можно определить феминность речи. Например, целый ряд исследований посвящен изучению диминутивов в женской речи [Земская, Китайгородская, Розанова 1989]. Такой подход, безусловно, имеет ценность как способ каталогизации ресурсов отражения в языке гендерной принадлежности, однако более перспективным представляется второй вектор.

В рамках второго направления выделяются стереотипные формы речевого поведения и коммуникативные тактики различных полов. Таким образом констатируется возможность выделения особого типа речепорождения, определяемого таким социальным фактором, как гендер [Кирилина 1999; Кирилина 2021]. В этом отношении очевидна невозможность рассмотрения гендера в отрыве от других социальных характеристик (например, гендера и социальной роли матери, гендера и профессиональной принадлежности и пр.). Так, П. Экерт говорил о необходимости не столько делать глобальные обобщения, сколько изучать речевую практику отдельных групп с учетом всей совокупности социальных факторов [Eckert 1992]. Дж. Коатс подчеркивал, что нет незыблемости гендерных предпочтений речевых форм, поэтому возможно исследовать только тенденции [Коатс 2005].

Очевидно, что гендер, несомненно, влияет на характер общения в отдельных сообществах в социальных сетях. Нужно отметить, что исследовательское внимание неоднократно обращалось на язык женского интернет-общения. Так, в известной работе Е. И. Горошко сравниваются статистические данные об использовании речевых средств в личной переписке мужчин и женщин [Горошко 2006]. Установлена разница в длине предложений, использовании местоименных замен, частоте употребления глаголов и пр. В этом отношении речь снова идет о поиске набора неких типовых средств, выражающих своеобразие языка, определяемое гендером.

Кроме того, широкое освещение в научном и публицистическом дискурсах получило такое явление, как «мамский язык». Под последним понимается комплекс речевых средств (в первую очередь лексических), которые используются женщинами в обсуждении темы детей, их рождения и воспитания. Показательны в этом отношении публикации, распространившиеся в моменты пика интереса к названному явлению в сети, в которых приводятся целые списки лексических единиц «мамского языка» с их значениями — своеобразные словари. Например, в материале О. Сосницкой «Мамский язык: от пузожителей до кесарят»¹ приводятся подобные ряды слов:

Б — беременная, беременность.

Беременюшечки — оплодотворенные овуляшечки. Синоним — *беремушки, беремульки, беремчатые*.

¹ Электронный ресурс <http://medportal.ru/budzdorova/food/mamskiy-yazyk-ot-puzozhiteley-dokesaryat/>.

Запузычивание — занятия сексом с целью зачатия. Синоним — *запузыривание, активное планирование*.

ЗБ — замершая беременность (не путать с «*заБ*»: забеременеть).

Икститься — идти на процедуру искусственного оплодотворения яйцеклетки при проблемной спермограмме.

Монстрики — менструации. Синоним — *месики*.

Мочкануться — сделать тест мочи. Синоним — *замочить тест*.

Овуляшечки — женщины, прилагающие активные усилия для наступления беременности.

Интерес медиапространства к этой теме привел к тому, что научное сообщество также включилось в обсуждение проблемы. Например, М. А. Кронгауз обращается к осмыслению этой группы жаргонной лексики [Кронгауз 2013]. Однако, на наш взгляд, речь идет все-таки о частной проблеме отбора речевых средств в женском сетевом общении (ср. первое направление гендерной лингвистики). Важно заметить при этом, что набор этот может изменяться с течением времени, подчиняясь диктату языковой моды. Так, по нашим наблюдениям, актуальные ранее лексические единицы «мамского языка» практически утратили свое значение в настоящее время в общении женщин в социальных группах. Употребление же подобных лексем стало маркером особого типа поведения, определяемого через слово «яжемать».

Большую перспективу, как представляется, имеют исследования женского сетевого общения, в которых рассматриваются типовые коммуникативные сценарии, законы движения коммуникации внутри сообщества. Методологическую основу такого рода исследования обеспечивает праксиологический подход, разработанный Санкт-Петербургской школой медиалингвистики. В настоящее время создана теоретическая, методологическая и эмпирическая база для изучения женского речевого поведения в сети. В рамках проекта по исследованию сетевого этикета славянских стран [Duskaeva 2021] были рассмотрены группы, выделяемые по различным признакам — в том числе по гендерному. В статьях Е. А. Щегловой рассмотрена композиционная роль вторых реплик в коммуникации на женских форумах [Shcheglova 2019], выявлены особенности выбора номинаций для обращения к участникам общения как часть самоманифестации и адресации в женском речевом поведении [Коняева, Прокофьева, Щеглова 2020]. Данное исследование является продолжением обозначенного круга работ и посвящено изучению этикетной линии внутри традиционного жанра женского дневника, подвергаемого трансформации в цифровой среде.

Описание методики исследования

На наш взгляд, в женском сетевом дневнике сопряжены два традиционных речевых жанра — дневник в своей традиционной внесетевой форме и традиционный для русской культуры «разговор по душам» [Дементьев 2019]. Сходство сетевого и традиционного дневников естественно. М. Г. Чулюкина указывает на такие признаки-методы дневника, как синхронность, субъективность, дискретность, датируемость, регулярность [Чулюкина 2009]. Все это, без сомнения, можно отнести и к интернет-дневнику. Однако традиционный дневник не предназначен для чужих

глаз, пишется для себя или для «отсроченного адресата» (например, в случае использования формы дневниковых записей для материала, который невозможно опубликовать здесь и сейчас). Отсюда высочайшая степень интимизации. «Разговор по душам» предполагает наличие адресата, но это традиционно весьма узкий круг лиц, пользующихся максимальной степенью доверия. Такого рода коммуникация не предполагает публичность, для нее характерны интимность и исповедальность. Помещение дневниковых записей в цифровую среду полностью меняет состав и свойства участников коммуникации. Ситуация с максимально узким кругом посвященных перерождается в ситуацию «по секрету всему свету». Отсюда правомерность использования системы методов и подходов, применяемых медиалингвистикой: праксиологический анализ, контент-анализ, лингвостилистический анализ медиатекста.

В качестве эмпирического материала мы предлагаем женские электронные дневники, которые создаются авторами каналов коммуникативной платформы «Яндекс.Дзен». Задача каждого автора — максимально расширить круг подписчиков и читателей канала для его монетизации, поэтому основные признаки дневника в той или иной степени трансформируются в способы привлечь и удержать читателей на канале. Отсюда своеобразие этикетной линии, выстраиваемой в общении авторов и пользователей. В ходе исследования мы следили за «сетевой жизнью» около 20 женских блогов-дневников (около 1500 инициальных постов). В данной работе для демонстрации типичных тенденций женского сетевого взаимодействия будут использованы материалы двух из них. Представляется важным, что сами выбранные блоги во многом контрастны друг другу: в них используются разные способы инициации общения, провоцирования реакции, авторы по-разному выстраивают взаимодействие со своими подписчиками.

Мы предполагаем придерживаться следующей последовательности при выполнении анализа:

- 1) выявление характеристик конкретных дневников, выделяемых на основании анализа авторского представления о своем дневнике, определения им целей общения, «хороших» и «плохих» подписчиков/комментаторов и т. п.;
- 2) анализ инициального поста, в качестве которого выступает сама дневниковая запись, как реплики-стимула. В первую очередь нас интересуют конкретные черты трансформации дневниковой записи под воздействием изменения коммуникативной ситуации в цифровой среде;
- 3) выявление тактик авторов дневников для провоцирования реакции пользователей (решения подписаться/отписаться, комментирования);
- 4) определение типов реплик-реакций в их взаимосвязи с речевыми параметрами конкретных сетевых дневников;
- 5) анализ этикетных и неэтикетных практик общения между автором и подписчиками/комментаторами в зависимости от провозглашаемых ими ценностных ориентиров.

Анализ материала

Интимизация как провокация

Типичным примером перенесения дневниковых записей в интернет-среду является канал «Злая безногая ГАЛА». Читателю предлагается ряд ежедневных записей мемуарного характера, в которых автор рассказывает об отдельных эпизодах своей жизни. Каждая запись имеет заголовок, оформленный в формате «Глава N. Название». Выход глав носит регулярный характер: они появляются раз в сутки в 3:00 по Москве. Канал заполняется и публикациями другого типа: впечатления дня, обращения к подписчикам, разрозненные воспоминания и истории из жизни, не относящиеся к центральной мемуарной линии, но жизнеописание в главах составляет сердцевину блога. Именно главы мемуаров собирают больше всего комментариев, их ждут читатели и подписчики, созданная автором навигация по каналу касается только этих глав.

Свой канал автор представляет так (здесь и далее цитируется в авторской редакции): *Живу 40 лет без ноги. Скачу на протезе. Люблю жизнь, люблю путешествия, люблю автотуризм. Злая, резкая, реальная. Слюни, сопли не про меня. Жалеть никого не буду, взял себя за уши, и вытянул из дерьма. Но иногда плачу, бывает². Обращает на себя внимание изначальная самопрезентация автора как злого человека (и в названии канала, и в его представлении). Очевидно, что в этом случае такое самоопределение не является оценочно отрицательным, скорее наоборот — призвано демонстрировать самобытность и уникальность автора. Это получает отражение в стиле общения с подписчиками: Галя вступает в острую пикировку с читателем, не терпит возражения и высказывания мнения, отличного от ее собственного. Не понравившихся своими комментариями пользователей автор удаляет из подписчиков (*растается* — в ее собственной терминологии). Примерно та же тональность прослеживается и в регулярных обращениях автора к подписчикам: *Первый раз в жизни осознала, сколько гадости приносят в жизнь люди-какашки. Черт знает, чем я их спровоцировала! Думаю, что донатами. Хотя может просто посторонние на канал пошли из-за показов. Сегодня опять забанила двух. Ну не могут люди остановить поток, который из них изливается!!!! А изливается из них не родниковая вода!; Что то случилось в связи с тем, что канал получил больше показов. Такое ощущение, что я в выгребную яму попала. Ужас какой то. Сегодня утром даже передумала статью публиковать, об алкоголизме, страшно. Опубликую случай из жизни с хорошим завершением. А то опять накинута эти пришлые на меня, на моих подписчиков. И опять начнется срач в комментариях. А мне он что то вообще не понравился, такое ощущение, что тебя за руку в болото тянут. Кстати, вчера заблокировала Белку. Через полчаса она уже вернулась, как Мышка.**

Аудиторию канала, предположительно, составляют в основном женщины одного возраста с автором (так они позиционируют себя при комментировании). Чтение постов позволяет им соотнести свой жизненный опыт с жизненным опытом автора, свои ценности с ценностной системой, представленной в текстах и комментариях. Совпадение и несовпадение, приятие или неприятие перечисленного составляет тематическую основу комментариев к инициальному посту. Заведомая

² В цитируемых материалах сохранена орфография и пунктуация источника.

провокативность канала составляет его привлекательность как для разделяющих или принимающих ценности автора, так и отвергающих их. В первом случае есть общность интересов, во втором — возможность демонстрации себя как нравственной и высокоморальной личности.

Провокативность текста определяется в первую очередь содержанием постов: описывается сексуальная жизнь автора, поднимаются темы домашнего насилия и алкогольной зависимости автора и его окружения. Для русского сознания главной заповедью речевого взаимодействия является сформулированный в старинной паремии запрет выносить сор из избы. В анализируемом сетевом дневнике эта рекомендация игнорируется, даже попирается: текст представляет собой рассказ без купюр о сексуальной жизни автора дневника. Намеренная эпатажность инициальных постов рассчитана на яркую реакцию читателей. В первую очередь это реакция неприятия, так как именно она способна стать отправной точкой дискуссии-переделки, создание которой, как кажется, и является основной задачей автора.

Инициальные посты мемуарного характера отличаются особого типа тональностью, обладающей заведомой привлекательностью для читателей. Тональность воспоминания о прошлом создается совокупностью средств. Прежде всего обращает на себя внимание характерная система темпоративов и локативов, отсылающих к прошлому — другому времени и другой стране: *Он казался мне в тот день самым несчастным, и его извинения казались мне искренними; Но в то время я еще многого не знала об этом человеке. А скорее всего не хотела знать. Ведь правда смотрела на меня из зеркала, что еще то надо было? И так же еще я многого не знала о том, какие последствия у алкоголизма, как влияет алкоголь на мозги и психику. А самое страшное, наверное то, что я не понимала, что мой гражданский муж, хронический алкаш. Именно поэтому он может выпить ведро водки, и не пьянеет. У этого всего страшные последствия. Но в той стране пили все, это было нормальным; Я маленько отвлеклась от того вечера, от того, как меня били смертным боем, о того, как я проснулась утром и увидела себя в зеркало. И стоя перед этим зеркалом рассматривала последствия моей семейной жизни и огромной любви.* Характерно для автора использование местоимения *тот* для фиксации читателя на конкретном моменте своей жизни.

Другой особенностью создания тональности воспоминания становятся ретроспективные размышления автора сегодняшнего о себе в прошлом (сочетание личного местоимения 1-го лица и темпоратива): *Интересно, я тогда осознавала с кем я сплю и что от этого может родиться? Вряд ли. Люди тогда были наивными до безобразия, и генетику за науку не считали. А такие поговорки, как «у осинки не родятся апельсинки», «у свиньи не рождаются бобры, те же поросенки», употребляли, не как констатацию факта, а как шутку. Зря.*

Иногда такая ретроспективная аналитика сопровождается советами читателям на основе анализа конкретной жизненной ситуации: *Вообще, вспоминая о той жизни с Толей, и наложив эти воспоминания на жизненный опыт, получился запоздалый вывод. Все мужчины разные, и у всех свои ценности. Так вот девочки, надо искать мужичка с тараканами в голове, у которых родственная вашим породе. Если порода не совпадет, жизнь будет бестолковая и грустная.* Характерно разделение личности рассказчика — «сейчас» и «тогда», создается типичный мемуарный хронотоп: субъект мемуарной событийной линии отличается от автора ме-

муаров отсутствием жизненного опыта и вследствие этого неспособностью к аналитическому осмыслению собственной жизни. Соединение двух этих авторских «я» внутри мемуарного изложения формирует соответствующую побудительную модальность («надо искать»). Убедительность правильности совета доказывается с помощью представления адресату последствий несоблюдения рекомендаций автора («если... то...»). Интимность коммуникации поддерживается типичным для женского общения обращением «девочки», имеющим фамильярно-дружеский характер и используемым без каких-либо возрастных ограничений.

Такой тип инициального поста порождает два основных типа реакции: острое неприятие/осуждение и поддержка/сочувствие. В первом случае комментаторы получают удовольствие от чтения и комментирования, демонстрируя свое превосходство над автором канала: *Напивалась до поросычьего визга, а потом опохмелялась, одновременно имели во все щели. А теперь она первое отвергает, так как не знала в этом первом наслаждения хорошего вина и границ, а второе превозносит, так как натуру исправит только одно.* Во втором случае коммуникация укладывается в типичные рамки «разговора по душам», перенесенного в онлайн, удовольствие приносит чувство единения, получаемое от разговора о схожем жизненном опыте: *А я жалею, что была скромной и зашуганой, всего и всех боялась. Да и не было рядом как-то ни Пашки, ни Генки. Один вечно пьяный муж, которому было не до секса, только до бутылки. Неправильно меня, наверное, мать воспитала. И вспомнить нечего и некого. Вот дура была!*

На первый взгляд кажется, что разделения на этикетное/неэтикетное речевое поведение устроено в данном случае очень просто: первый тип реплик расценивается как неэтикетный, поэтому нередко заканчивается баном, второй — как этикетный. Однако этикетная линия устроена в данном случае сложнее. Именно первый тип реплик становится двигателем коммуникации на канале:

Пользователь 1: *При чем тут страна? Пили и пьют не в стране, а в соответствующем окружении. В моей семье выпивали по большим праздникам — Новый год, День рождения. Покупалась 1 бутылка шампанского. На детские дни рождения вообще никаких взрослых посиделок не было. Я выросла в окружении непьющих людей...*

Автор: [Пользователь 1], не надо мне про окружение. Детям спиртного продавали! Как смешно! Бутылка шампанского! У нас не было шампанского в магазинах! Может вы жили у кремля? Вы откуда, такая идеальная с идеальным окружением? Это в той стране были вытрезвители и ЛТП! Для кого?

Пользователь 2: *Злая безногая ГАЛА, несмотря на мое абсолютно трезвое окружение тогда, я тоже уверена, что сейчас пьют меньше, чем тогда. Работали, конечно, все, но производительность труда в СССР была крайне низкой, а травматизм высоким. В том числе и из-за пьянства.*

Пользователь 3: [Пользователь 1], неее, раньше пили, однозначно, больше.

Пользователь 1: *Злая безногая ГАЛА, я жила в обычной семье. Шампанское покупали специально к праздникам. Советское 5.50к. кажется стоило...*

Автор: [Пользователь 1], когда я попала под поезд, маневровый диспетчер был пьян! Кому я должна верить? и т. д.

Коммуникация строится на обмене личным жизненным опытом: «я — мы — в той стране — в то время». Само собой разумеется, что воспоминания не могут быть объективны, разница в восприятии личного опыта при идентичности возрас-

та и локуса лежит в основе реактивности в данном диалоге. Угрозы автора «забанишь» того или иного пользователя нередко заканчиваются реальной блокировкой подписчика. Факт получения удовольствия обеими сторонами от такого общения доказывается возвращениями пользователей в группу под другими никами, имеющими реминисцентные отсылки к предыдущим вариантам, примером служит выбор анималистических номинаций: Белка, Мышка, Зайка и т. п. (набор ников одного пользователя, упорно возвращающегося «из бана»).

Экспрессивный эмоциональный выплеск — истинная цель общения, отсюда и заведомая демонстративная провокативность инициального поста. С пользователями-хейтерами (тип сетевой личности, коммуникативная ценность которой состоит в отрицательной оценке личности, действий, образа жизни и прочего собеседника) автор вступает в активную коммуникацию, к которой присоединяются другие пользователи, занимая ту или иную сторону. Часто после особенно острых конфликтов автор публикует отдельные посты, подводящие итоги коммуникации такого рода: *Деффчонки!!!! Давайте жить дружно!! Ну все, пережили вчерашний скандалчик, идем дальше! Хорошее утро, хороший день, зачем сидеть в куче сами знаете чего! Женя имеет право подписываться отписываться, комментировать, это ее выбор.*

Интимизация повседневности

Иную тактику ведения электронного дневника можно увидеть на примере канала «8 раз мама». Это дневник многодетной матери, которая делится со своими читателями впечатлениями дня, событиями жизни, наблюдениями о воспитании детей. Магистральная тематическая линия определена уже названием дневника. Канал для сети «Яндекс.Дзен» обладает высокой популярностью — 117 900 подписчиков.

Автор дает следующее описание блога: *GB. Многодетная жизнь в тайге. Что страшнее медведи в соседях или 8 мужиков, которые постоянно хотят есть? 8 детей. 7 мальчиков. 7 погодок. Девятый будет? Понарожала просто так.* Это представление вряд ли можно назвать в традиционном смысле текстом, обладающим связностью и цельностью. Очевидно, что это отдельные реплики типовых сценариев диалога, которые разыгрываются с участием автора. Если первое предложение — просто номинативное обозначение тематики дневника, его центральной темы (многодетность), то далее читатель вовлекается в диалог или, точнее, стереоскопическую проекцию многих диалогов автора с самим собой, миром, своими подписчиками и просто посторонними людьми. Вопрос, сформулированный во втором предложении, скорее всего, обращен автором к самому себе и тематически связан с первым номинативным предложением: «тайга — медведи», «многодетная жизнь — 8 мужиков». Далее следует череда номинативных предложений, создающих канву жизни хозяйки дневника. И снова вопрос — можно предположить, что он или подобный ему часто задается автору как многодетной маме: многодетность не воспринимается в России как норма [Банная и др. 2019]. Женское сетевое сообщество часто высказывает осуждение в адрес таких мам. Последнее предложение — типичный ответ-блокатор гипотетическим хейтерам [Shcheglova 2019]: агрессия предполагаемого типового вопроса нейтрализуется саркастическим по-

ложительным ответом на обвинение. Для дневника в целом характерна манифестация многодетного материнства: в записях автор подчеркивает свою социальную роль, акцентирует внимание на сложностях в воспитании детей, как самономинацию использует сочетание «8-детная мама/мать». При этом саморепрезентация автора демонстрирует намерение сохранить границы личного пространства, предупреждает о неуместности высказываний от пользователей-хейтеров в коммуникативном пространстве дневника.

Нужно отметить, что сами инициальные посты крайне редко носят следы агрессивного речевого поведения и представляют собой дневник многодетной мамы с осмыслением бытовых ситуаций и жизненных обстоятельств повседневности. Чтобы убедиться в этом, достаточно посмотреть на заголовки идущих подряд записей: *Вклад в семью или отобрать у сына заработанные деньги и потратить на свое усмотрение; И пришло смирение; Скейт парк мини-версия; Уже даже повисеть может; 70 тысяч на сборы в лагерь. Готовимся к отъезду; Почему носков и трусов даю пацанам мало, рассказываю и т. д.* Очевидно, что содержание инициальных постов заключается в рассказе о повседневных событиях и житейском опыте автора. Иногда выходящим из ряда привычных событиям посвящено несколько подряд инициальных постов. Например, конфликт одного из сыновей автора с сотрудником охраны в сквере спровоцировал сразу несколько записей: *Как моего сына вчера охранник в будке запер, назвав петухом; Поедем в дежурную часть... Как нас к ребенку пускать не хотели; Ребенок рассказал, за что его вчера удерживал охранник сквера; За что моего сына в полицию сдали. Официальная версия ЧП; Про телефон и почему дети не позвонили; Геи малолетние или как охранник за моим сыном наблюдал.* По заголовкам такого типа можно легко восстановить хронологию событий. Типична синтаксическая конструкция выстраивания повествовательной линии: «как... субъект/объект, предикат».

Подписчики канала вовлекаются в череду повседневных событий жизни автора: известны имена всех действующих лиц (автора, ее детей, мужа), их черты характера, увлечения и пр.; быстрая сменяемость событий и ситуаций обеспечивается самим положением многодетной мамы с 8 детьми. Наблюдение за жизнью автора становится частью повседневности постоянных читателей дневника. Возможность подсмотреть за чужой жизнью, прокомментировать ее сама по себе является мощным средством вовлечения читательской аудитории, большая часть которой тоже женщины и мамы. Такой состав аудитории обеспечивает общий круг интересов автора и читателей, создается, пусть и эфемерное, ощущение родства, принадлежности к большой семье: *Наташенька, ваши дети, будут скучать еще больше Вас!* Характерно использование в комментариях личного имени автора в многообразных уменьшительно-ласкательных формах, что демонстрирует установку на интимизацию общения, поскольку традиционно такие обращения используются в семье или в очень узком кругу общения. Примечательно, что автор, в отличие от многих других сетевых дневников, использует реальные фотографии, то есть пользователи в буквальном смысле знают своих героев в лицо, что также способствует сокращению дистанции.

Такой характер инициальных постов провоцирует проявление вовлеченности особого типа: демонстрации причастности и участия, что обуславливает специфические для женского сетевого общения типы реакции. Так, совет часто называют

ведущей жанровой формой в онлайн-группах мам, однако, как показывает наше исследование, в зависимости от коммуникативной ситуации характеристики этой формы могут быть весьма изменчивы [Амурская, Рахматуллина 2013]. В случае сетевого дневника совет трансформируется, скорее, в обмен опытом, позиции дающего совет и принимающего его максимально сближаются. При этом диалогический цикл может не ограничиваться пределами одного поста и комплексом комментариев к нему: комментарии к одной из записей могут спровоцировать новый пост на ту же тему, являющийся реакцией на типичные комментарии. Например, таковым стал в дневнике диалогический цикл, посвященный сборам детей в спортивный лагерь. На эту тему автор создает несколько дневниковых записей, освещая разные аспекты события. Часть из них становится ответом на комментарии пользователей, что отражается либо только в самом тексте поста: *Недавно в комментариях меня просили подробно рассказать о сборах парней, что я им в чемоданы укладываю, в каком количестве и т. д. И в какую сумму эти сборы обходятся;* либо в заголовке, а затем уже в тексте: *Почему носков и трусов даю пацанам мало, рассказываю.* В комментариях пользователей продолжается обмен опытом: *В чумадан все тоже. Только влажную туалетную бумагу еще (салфетки салфетками))) Одежды (футболку, трусы, носки) скручиваю такой бомбочкой. Они тогда не мнутся и места меньше занимают. Полотенца 2 штуки. Тейп + пластырь + липкий бинт; Примерно так же, только полотенце пару — большое и среднее и стиральный порошок или мыло хозяйственное для постирушек; трусов/носок хватает на такую смену? Я когда на неделю уезжаю, большие с собой беру, хотя бы просто на всякий случай... особенно носки))* (последний комментарий и подобные ему и спровоцировали появление поста «Почему носков и трусов даю пацанам мало, рассказываю»). Можно увидеть, что общение движется по типичному для сетевой коммуникации сценарию «А я / мы / у меня / у нас» (по модели стихотворения С. В. Михалкова «А что у вас?»). Диалог в этом случае расщепляется на несколько параллельных потоков, объединенных общей тематической доминантой.

Следует отметить, что для женского сетевого общения характерна коммуникативная аккуратность, которая выражается в том числе строгим соблюдением тематического единства (так называемый офтоп сравнительно редок). Каждая из собеседниц рассказывает о своем опыте в решении сходных обозначенным автором житейских задач, этот опыт потенциально может стать руководством для других, как можно действовать в той или иной ситуации. Опыт может быть воспринят собеседницами как в положительном, так и в отрицательном ключе. В первом случае автору или любому из комментаторов будет высказано одобрение/согласие: *примерно то же самое, примерно так же, да это верно, все правильно, Наташа* и т. п. Во втором предлагается альтернативный вариант действий, высказывается возражение: *Удивлена, что носков так мало положите, они их сами стирают? но у меня дети по младше в том году в обчный лагерь отправляла 7летнего и 8ми летнего, каждому положила по 15 пар носков и по 12 трусов.*

В ряде случаев совет может стать способом контактоустановления, демонстрацией сближения комментатора и автора дневника: *Не забудьте проверить кроссовки!!!! А то Григорий может опять взяться за старое))) Добррого пути!!!!* В этом случае пользователь показывает, что он знаком с обстоятельствами жизни автора,

следит за его дневниковыми записями, сопоставляет информацию о предыдущем опыте с настоящим моментом (*может опять взяться за старое*).

Еще одним важным вариантом развития диалога в подобных сетевых дневниках является случай, когда в инициальном посте автор жалуется на какие-то обстоятельства жизни, а типичной репликой-реакцией становится выражение сочувствия, утешение. Например, одна из записей автора имеет заголовок: *Как я в запой ходила, но не дошла*, это, по своей сути, жалоба, «крик души», запрос на сочувствие: *У меня был очень трудный год. Как началась нездоровая канитель с прошлого августа и этого сраного лагеря, в который попали мои дети, так и не заканчивается до сих пор...* Комментаторы отвечают автору в рамках принятой этикетной нормы: *Пусть этот отпуск станет точкой отсчета других событий, положительных. Каких то еще банальностей говорить не хочется... Вы и так их знаете. Морально с Вами; Хорошего вам отдыха Наташа. От души желаю вам восстановления. Меня тоже иногда так накрывает от многодетности и бесконечных каких-то проблем; Добрый день. Это жизнь, Наташенька, это жизнь. Только не поддавайтесь унынию. Что то наладится, а что то нет. Кто-то вернется, а кто-то уже нет. Надо идти вперед... спотыкаясь, прихрамывая, пошатываясь, а иногда и ползком. Но только вперед, и только с мыслями что все будет хорошо и я справлюсь. Вы не одна... и вам помогут... обязательно помогут ваши близкие, родные и любимые.* Реакция выражается через типизированные грамматические и лексические средства: пожелания благополучия — *пусть* + глагол будущего времени, существительное в родительном падеже; выражение сочувствия — личные местоимения, отражающие сопричастность: *я — вы (я с вами)*, личные местоимения + *тоже (меня тоже)*, утешение — фразеосхема (*это + суц.*) + обращение + лексический повтор: *это жизнь, Наташенька, это жизнь*; формульные конструкции: *держитесь, мы с вами* и т. п., а также эмодзи соответствующего типа (сердце, рукопожатие, поцелуй и пр.).

На примере подобных диалогических циклов очень хорошо можно увидеть, какие реплики-реакции воспринимаются как неэтикетные. Например, уточняющие вопросы о причине смерти подруги автора дневника, о которой говорится в цитируемом посте, расцениваются как неуместные. Разные пользователи несколько раз задают этот вопрос и каждый раз получают отрицательную реакцию, выраженную через вопрос-блокатор:

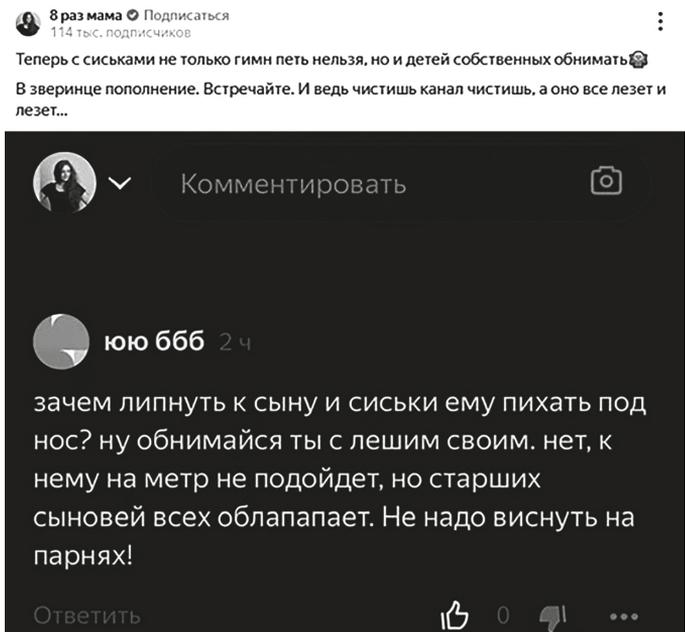
Пользователь 1: *А что случилось с подругой? Почему такая внезапная смерть?*

Автор: *[Пользователь 1], какая разница?*

Пользователь 2: *А что с подругой случилось, что так неожиданно?*

Автор: *В гармонии с собой и с другими, зачем вам эта информация? Для чего? Вы ее даже не знаете.*

Вопрос подобного рода воспринимается автором как вторжение в личное пространство. Любопытно, что, несмотря на размытость границ личного общения в интернет-коммуникации, о которой так часто говорят, сами пользователи четко устанавливают границы этичного и неэтичного, этикетного и неэтикетного. Неуместные вопросы, советы, реплики, содержащие оскорбления и инвективы, получают соответствующую реакцию, а иногда становятся поводом для отдельного поста (рисунок).



Противодействие конфликтному поведению («Яндекс.Дзен».
Электронный ресурс: <https://dzen.ru/8razmama7pogodok>)

Получается своего рода доска позора для провинившихся пользователей. Подобное средство санации (термин Л. Р. Дускаевой) применяется, по нашим наблюдениям, во многих каналах и является типичным ответом нарушителям коммуникативного спокойствия.

Результаты исследования

Предыдущее исследование показало, что этикетная линия в женских интернет-сообществах имеет свои специфические черты [Duskaeva 2021: 139–175], наблюдаются:

- четкая выработка правил коммуникативного поведения и неукоснительное их соблюдение, отсюда приобретают важность средства санации конфликтов;
- последовательное ведение тематической линии;
- коммуникативная упорядоченность, заключающаяся в стремлении предотвратить конфликтные ситуации до их появления, соблюдение принципа комфорта общения;
- эмоциональная подвижность, отсюда легкая потеря контроля в ситуации провокации;
- специфические формы выражения речевой агрессии — перепалки, обсуждение подробностей личной жизни, переход в личную сферу.

Обращение к материалам сетевых женских дневников показывает правомерность выводов о специфике женского сетевого общения. Однако онлайн-дневник

как особый коммуникативный формат сетевого общения имеет собственные особенности воплощения этих черт, сопряженные с чертами традиционного дневника как жанра. Так, этикетные правила общения и границы этикетного и неэтикетного поведения определяются внутри самого канала, на котором ведется дневник, его автором. Специфику этикетной линии можно выявить на основе анализа самоманифестации автора, включающей название канала, аватарку, самономинации, описание канала. Содержательный и лингвостилистический анализ постов и комментариев к ним, включающих нередко и ответы самого автора, позволяет окончательно определить контуры этикетной линии в отдельно взятом дневнике.

Однако возможно определить и некоторые этикетные особенности женского сетевого дневника в целом в их взаимодействии с характерными чертами дневника традиционного. Так, субъективность объясняет этикетность высокой степени интимизации записей внутри дневника-канала. Степень интимности повествования определяется автором и демонстрируется читателям в постах. Нарушение личных границ расценивается как неэтикетное действие («8 раз мама»). Иногда нарочитая интимность повествования становится средством вовлечения пользователей, провоцирование их на реакцию определенного типа (перепалки, обсуждение подробностей личной жизни и пр.).

Признаки традиционной формы перерождаются в средство привлечь и удержать пользователей («Злая безногая ГАЛА»).

Дискретность дневника получает технологическое воплощение на платформе, где размещен дневник: ограничение объема поста, определяемое правилами платформы и/или внутренним этикетом. Нередко прямо указывают на существование этого правила, например, извиняясь за избыточно длинный пост. Одно событие жизни часто разбивается на кусочки, воплощаясь в нескольких дневниковых записях. Так, автор канала «Злая безногая ГАЛА» намеренно останавливает повествование на «самом интересном месте», а автор «8 раз мама» в случае особенно значимых событий и ситуаций посвящает им несколько идущих следом друг за другом постов.

Датируемость проявляется в привязке поста к определенной дате и т. п. Нередко авторы подстраивают ведение канала под свой распорядок дня, тогда посты выходят в определенное время. Иногда авторы обозначают это время для своих читателей. Например, записи «Злой безногой ГАЛЫ» выходят строго в 3:00 по Москве. Такая привязка ко времени также становится средством этикета, а также инструментом вовлечения. Пользователи, включаясь в игру, вслед за автором приспосабливают свой режим дня к чтению очередного поста (за завтраком, в транспорте и т. п.), что отмечается в комментариях. И это также становится проявлением регулярности дневниковой записи.

Выводы

Результаты, полученные в ходе исследования, показали перспективность изучения этикетной линии в ходе развертывания коммуникативного сценария для выявления гендерных особенностей общения. Такой подход позволяет не просто установить набор речевых средств, в той или иной степени характерных для женского сетевого общения, но определить саму внутреннюю специфичность онлайн-коммуникации.

Так, для женского общения характерно прежде всего строгое соблюдение ими же выработанного ритуала. Это хорошо видно на материале, который был взят нами для анализа, — женском сетевом дневнике. В отличие от общения в сетевых сообществах в дневнике-канале есть строгая иерархия ролей. Автор канала определяет границы этикетной и неэтикетной коммуникации, конфигурацию этикетной линии общения, а затем следует установленным правилам сам и вынуждает подчиняться им других участников коммуникации, реагируя на нарушения словесно или путем удаления пользователя из канала. Тем самым сохраняется психологический комфорт участников общения, который является основной коммуникативной ценностью для женского сетевого общения.

Литература

- Амурская, О. Ю., Рахматуллина, А. И. (2013). Реализация речевого акта совета в англоязычном форуме для молодых мам. *Филология и культура*, 4 (34), 19–22.
- Банных, Г. А., Зайцева, Е. В., Костина, С. Н., Кузьмин, А. И. (2019). Феномен многодетности в России: социологический анализ изменений. *Вопросы управления*, 1 (37), 22–36.
- Болотова, Н. С. (Ред.). (2017). *Языковая личность и медиасреда: коммуникативно-когнитивные аспекты взаимодействия*. Томск: Томский центр научно-технической информации.
- Горошко, Е. И. (2006). Интернет-коммуникация в гендерном измерении. *Вестник Пермского университета*, 3, 219–229.
- Дементьев, В. В. (2019). «Разговор по душам» в системе ценностей русской речевой коммуникации. *Quaestio Rossica*, 1 (7), 255–274.
- Земская, Е. А., Китайгородская, М. В., Розанова, Н. Н. (1989). О чем говорят и как говорят мужчины и женщины. *Русская речь*, 1, 23–31.
- Кирилина, А. В. (1999). *Гендер: лингвистические аспекты*. Москва: Ин-т социологии РАН.
- Кирилина, А. В. (2021). Гендер и гендерная лингвистика на рубеже третьего тысячелетия. *Вопросы психолингвистики*, 3 (49), 109–147.
- Коатс, Дж. (2005). Женщины, мужчины и язык. В *Гендер и язык*. Москва: Языки славянской культуры.
- Коняева, Ю. М., Прокофьева, Н. А., Щеглова, Е. А. (2020). Речевая этикетность сетевого общения: семантика и прагматика номинаций пользователей. *Вестник Томского государственного университета*, 458, 32–40.
- Кронгауз, М. А. (2013). *Самоучитель Олбанского*. Москва: Corpus.
- Пивоварчик, Т. А. (2019). Статусно-ролевая репрезентация участников сетевого сообщества в диалогах интернет-форума. *Медиалингвистика*, 6 (3), 402–413.
- Пильгун, М. А. (2018). Цифровая мода в эпоху Big Data: свобода или диктат? В *Сети 4.0. Скорость изменений* (с. 10–15). Москва: ASIS.
- Чулюкина, М. Г. (2009). *Дневник как жанр публицистики: предметно-функциональные особенности*. Дис. ... канд. филол. наук. Казань.
- De los Santos, T. M., Amaro, L. M., Joseph, N. T. (2019). Social Comparison and Emotion across Social Networking Sites for Mothers. *Communication reports*, 32 (2), 82–97.
- Duskaeva, L. (2020). Speech etiquette in online communities: Medialinguistics analysis. *Russian Journal of Linguistics*, 24 (1), 56–79.
- Duskaeva, L. (Ed.). (2021). *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*. Palgrave.
- Eckert, P. (1992). Think practically and look locally: language and gender as community-based practice. *Annual review of anthropology*, 21, 461–490.
- Herring, S. C. (1996). *Computer-mediated communication: Linguistic, social, and cross-cultural perspectives*. John Benjamins Publishing.
- Kramarea, Ch., Taylor, H. J. (1993) Women and Men on Electronic Networks: a Conversation or Monologue. In *Women, Information Technologies, and Scholarships* (pp. 52–61). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Lakoff, R. (1975). *Language and Woman's Place*. New York: Cambridge University Press.
- Malyshev, A. A. (2018). Network nominations of media communication participants in the modern Russian language. *Media Linguistics*, 5 (3), 339–345.

Shcheglova, E. A. (2019). Etiquette of second remarks in social networks (illustrated with examples of social networking “Country of moms”). *Media Linguistics*, 6 (2), 263–273.

Статья поступила в редакцию 14 сентября 2022 г.;
рекомендована к печати 3 ноября 2022 г.

Контактная информация:

Щеглова Екатерина Александровна — канд. филол. наук, доц.; e.scheglova@spbu.ru

Etiquette of female weblog

E. A. Shcheglova

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

For citation: Shcheglova E. A. (2023). Etiquette of female weblog. *Media Linguistics*, 10 (1), 87–103. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.105> (In Russian)

The issue of gender influencing the language has long been discussed in linguistics. But a great number of researches are focused on making a list of speech means, the use of which must reflect the specifics of female and male communicative types. From our viewpoint it is more fruitful to make a complex study of speech behavior in a single society united by some signs, outlining typical communicative scenarios. In this relation it is methodically correct to outline the etiquette line and to consider its peculiarities to determine the specifics of female speech behavior in the web. As an empiric material we used female weblogs as a unique deflection of the traditional genre of personal diary. The weblog is different from its offline version by the initial orientation on the wide (occasional, it is better to say) audience. Gradually the author forms a range of regular readers — subscribers who leave comments under each publication (or post) in the log. Inside each log along with typical for all female weblogs etiquette rules there exist own ones, due to the peculiarities of speech and non-speech self-presentation of the weblog author. As the study shows, it is typical for female speech behavior to strictly follow the selected rituals, to find violations of etiquette and to struggle with such violations, to long to psychological comfort as a main communicative value, to follow topical unity inside a single dialogue cycle, emotional dynamic which leads to the appearance of specific aggressive forms in speech — catfights, discussion of private life, entering the private sphere.

Keywords: social networks, weblog, etiquette, etiquette line, gender.

References

- Amurskaia, O. Iu., Rakhmatullina, A. I. (2013). Implementing the council's speech act in an English-language forum for new mothers. *Filologiya i kul'tura*, 4 (34), 19–22. (In Russian)
- Bannykh, G. A., Zaitseva, E. V., Kostina, S. N., Kuz'min, A. I. (2019). The Phenomenon of Large Families in Russia: a Sociological Analysis of Changes. *Voprosy upravleniia*, 1 (37), 22–36. (In Russian)
- Bolotnova, N. S. (Ed.). (2017). *Language personality and media environment: communicative-cognitive aspects of interaction*. Tomsk: Tomskii tsentr nauchno-tekhnikeskoi informatsii Publ. (In Russian)
- Chuliukina, M. G. (2009). *Diary as a genre of journalism: subject-functional features*. PhD thesis. Kazan. (In Russian)
- De los Santos, T. M., Amaro, L. M., Joseph, N. T. (2019). Social Comparison and Emotion across Social Networking Sites for Mothers. *Communication reports*, 32 (2), 82–97.
- Dement'ev, V. V. (2019). “Heart to heart” in the system of values of Russian speech communication. *Quaestio Rossica*, 1 (7), 255–274. (In Russian)
- Duskaeva, L. (2020). Speech etiquette in online communities: Medialinguistics analysis. *Russian Journal of Linguistics*, 24 (1), 56–79.

- Duskaeva, L. (Ed.). (2021). *Speech Etiquette in Slavic Online Communities*. Palgrave.
- Eckert, P. (1992). Think practically and look locally: language and gender as community-based practice. *Annual review of anthropology*, 21, 461–490.
- Goroshko, E. I. (2006). Internet communication in the gender dimension. *Vestnik Permskogo universiteta*, 3, 219–229. (In Russian)
- Herring, S. C. (1996). *Computer-mediated communication: Linguistic, social, and cross-cultural perspectives*. John Benjamins Publishing.
- Kirilina, A. V. (1999). *Gender: Linguistic Aspects*. Moscow: In-t sotsiologii RAN Publ. (In Russian)
- Kirilina, A. V. (2021). Gender and gender linguistics at the border of the millennium. *Voprosy psikholingvистики*, 3 (49), 109–147. (In Russian)
- Koats, Dzh. (2005). Women, Men and Language. In *Gender i iazyk*. Moscow: Iazyki slavianskoi kul'tury Publ. (In Russian)
- Koniaeva, Iu. M., Prokof'eva, N. A., Shcheglova, E. A. (2020). Speech Etiquette in Network Communication: Semantics and Pragmatics of Users' Nominations. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, 458, 32–40. (In Russian)
- Kramarea, Ch., Taylor, H. J. (1993) Women and Men on Electronic Networks: a Conversation or Monologue. In *Women, Information Technologies, and Scholarships* (pp. 52–61). Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Krongauz, M. A. (2013). *Albansky's self-teacher*. Moscow: Corpus Publ. (In Russian)
- Lakoff, R. (1975). *Language and Woman's Place*. New York: Cambridge University Press.
- Malyshev, A. A. (2018). Network nominations of media communication participants in the modern Russian language. *Media Linguistics*, 5 (3), 339–345.
- Pil'gun, M. A. (2018). Digital fashion in the Big Data era: freedom or diktat? In *Seti 4.0. Skorost' izmenenii* (pp. 10–15). Moscow: ASIS Publ. (In Russian).
- Pivovarchik, T. A. (2019). Status and role-playing representation of the participants of the network community in the dialogues of the Internet forum. *Media Linguistics*, 6 (3), 402–413. (In Russian)
- Shcheglova, E. A. (2019). Etiquette of second remarks in social networks (illustrated with examples of social networking “Country of moms”). *Media Linguistics*, 6 (2), 263–273.
- Zemskaja, E. A., Kitaigorodskaja, M. V., Rozanova, N. N. (1989). What men and women talk about and how. *Russkaia rech', 1*, 23–31. (In Russian)

Received: September 14, 2022

Accepted: November 3, 2022

Author's information:

Ekaterina A. Shcheglova — PhD in Philology, Associate Professor; e.scheglova@spbu.ru

ГРАММАТИКА МЕДИАРЕЧИ

УДК 81'373.611

Медиатекст как источник изучения новых словообразовательных и лексико-семантических изменений в современном сербском языке

Р. Драгичевич

Белградский университет,
Республика Сербия, 11000, Белград, пл. Студенческая, 3

Для цитирования: Драгичевич Р. (2023). Медиатекст как источник изучения новых словообразовательных и лексико-семантических изменений в современном сербском языке. *Медиалингвистика*, 10 (1), 104–114. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.106>

Глобализация привела к тому, что в сербском языке, как и во всех других славянских языках, появилось большое количество англицизмов, особенно заметно их появление в медиатекстах. Следующим этапом развития этого процесса стало включение в словари неологизмов различных славянских языков, в том числе и сербского, специфических гибридов, имеющих массмедийное происхождение. Гибридами здесь называются слова, в состав которых входят английская основа и славянский аффикс или же, наоборот, славянская основа и английский аффикс. Эта тенденция в области словообразования развивается, и сегодня в медиатекстах появляется все больше давно существующих слов с иными, непривычными для них аффиксами, у которых возникают новые грамматические и прагматические функции. Представляется, что большинство таких окказиональных образований не перейдут в разряд неологизмов, не закрепятся в речевой практике. Однако тенденции таковы, что авторы текстов в СМИ (особенно колумнисты) позволяют себе вольно подходить к словообразованию, что до недавнего времени было позволительно лишь писателям и поэтам, подобные игры со словообразованием, в свою очередь, придают их текстам разговорность. В статье перечислены и описаны словообразовательно-грамматические новшества в языке: появление звукоподражательных наречий, словообразовательно-грамматические игры с глаголами, словообразовательно-семантические приемы, связанные с уменьшительно-ласкательными формами и с образованием существительных при помощи нулевого суффикса. Важно понимать, что, хотя в этих творческих процессах журналист начинает с сербского языка и завершает свои языковые операции на сербском языке, это все же скрытое влияние (амеро)глобализации на сербский язык. Следовательно, мы наблюдаем психолингвистическое влияние глобализации на языковое поведение носителей

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

сербского языка. Такой же процесс происходит и в других славянских языках, и на него следует обратить внимание, поскольку речь идет об изменениях языка, вызванных заимствованной моделью поведения и мышления.

Ключевые слова: медиатекст, окказионализмы, языковая игра, словообразование, сербский язык.

Постановка проблемы

Сербские СМИ теряют лексическую нейтральность, которая некогда была главной особенностью их текстов, и последовательно начинают демонстрировать характеристики лексического состава художественно-литературного и разговорного функциональных стилей. Тенденции таковы, что авторы текстов в СМИ (особенно колумнисты) позволяют себе вольно подходить к словообразованию, что до недавнего времени было позволительно лишь писателям и поэтам, подобные игры со словообразованием, в свою очередь, придают их текстам разговорность. Лексема перестает быть нейтральным языковым средством создания новости — она становится самоцелью: с одной стороны, она привлекает внимание читателя и способствует лучшему восприятию медиатекста, а с другой — смещает внимание от текста к автору — к его чувствам, отношению к проблеме и даже характеру. В Сербии публицисты все чаще уподобляются хозяевам языка, которые имеют право вольно с ним обходиться: использовать одну часть речи вместо другой, изменять привычные синтаксические функции слов, создавать новые слова и приписывать новые значения существующим словам. Такие языковые эксперименты, связанные с вмешательством в словарный запас, можно образно назвать языковыми интервенциями или инновациями. Представим некоторые из них.

Поскольку в сербском, как и в других славянских языках, влияние языка писателей на стандартное использование языка уменьшается, а влияние языка СМИ увеличивается [Аврамова 2003; Химик 2004; Драгичевич 2018], то новые слова, которые, играя с языком, образуют колумнисты, обязательно оставят свой след в литературном сербском языке. Сами слова могут не выжить, но выживут модели вмешательства, свобода образовывать новые слова так, как это делают колумнисты.

История вопроса

Для понимания проблемы данного исследования важно подойти к нему междисциплинарно, потому что «новый период в развитии языкознания можно охарактеризовать как эпоху макролингвистики. Если раньше главные усилия были направлены на исследование внутреннего устройства языка, его системы, то на современном этапе язык рассматривается как целостная структура в его отношении к различным сферам социальной, материальной, духовной жизни» [Алеевская 2015: 125].

Е. Коряковцева систематизировала результаты исследования экстралингвистических влияний, которым сегодня подвергаются славянские языки, и представила тенденции в их развитии и их макролингвистическое положение: «1) “глобанглизация”; 2) демократизация (или банализация, “поточнизация”); 3) медиатизация; 4) активная неологизация; 5) рост экономии языковых средств; 6) усиление нетолерантности в речевом общении» [Коряковцева 2018: 14].

Все изменения, происходящие в языке СМИ в современном мире, имеют прямое отражение в жизни каждого общества и каждого человека, живущего в нем, поскольку, как отмечает М. Н. Володина [Володина 2018: 10–11], принимая взгляды немецкого социолога Никласа Лумана о реальности, конструируемой средствами массовой информации, «конструируя собственную реальность, массмедиа становятся посредниками в формировании отношения людей к реальному миру».

Самоприобретенная свобода словообразования проистекает из языковых привычек, выработанных в западных СМИ, которые под влиянием американской культуры, благодаря глобализации, распространяются на весь мир [Онхайзер 2013; Козинец 2016; Коряковцева 2016; Драгичевич 2019]. Каждый читатель отчетливо чувствует, что язык медиатекстов, в котором создаются новые слова, не имеет характеристик национального языка, а является глобалистской идиомой на глубинном уровне, для него сербский язык представляет собой лишь поверхностный уровень. Нам близка позиция Н. И. Клушиной: «Мы различаем *национальный стиль*, отражающий национальные особенности конкретной нации и являющийся эталонным стилем этой нации, и *глобалистский поп-стиль* (наднациональный, точнее — антинациональный), отражающий и фиксирующий массовую культуру глобального постиндустриального общества потребления, не знающего национальных границ и формирующего вкусы “массового человека” (“человека-с-улицы”), потребителя массовой культуры, с идеологией, модой, разрушающей национальные границы» [Клушина 2018: 26].

Свобода авторов строить новые слова без ограничений также свидетельствует об их желании продемонстрировать свой интеллект, уверенность в себе, а тот факт, что они на уровне носителей владеют сербским языком и его творческими, грамматическими и семантическими свойствами и средствами, дает им право на эффективные языковые игры. Эта свобода связана еще и с тем, что язык даже авторитетных газет, как представителей СМИ, все больше отождествляется с языком социальных сетей. Следствием этого становится стирание четкой границы между теми, кто производит новости, и теми, кто их потребляет. Алеевская отмечает: «Именно поэтому ключевой особенностью эпохи современных цифровых медиа становится появление так называемых просьюмеров (от англ. producer — “производитель” и consumer — “потребитель”), “произвопотребителей” — то есть тех, кто одновременно и производит, и потребляет медиатексты. Важными характеристиками современной аудитории становятся, таким образом, постоянное участие в процессе творчества тех самых пользователей, для кого и производятся сами медиа, и сотрудничество профессионалов и непрофессионалов» [Алеевская 2015: 124].

Заметно, что этот процесс проходил в три этапа. На первом этапе заимствовались слова из английского языка, причем часто без каких-либо изменений, что повлияло на появление англо-сербского языка [Прчич 2005], например: *контролинг, вирал, мејнстрим, тинк-тенк, фејк, фејсбук* дипломатија, must see*. На втором этапе стали появляться гибриды [Чорич 2008: 153–159]. Английские слова или морфемы сочетались с сербскими, образуя необычные лексические соединения, очень выразительные и совершенно не соответствующие духу сербского языка, например: *инстаграмџија**, *рентасрбијанац, медмексовски, блејдранерски, олараунд*

* Деятельность компании Meta признана экстремистской и запрещена на территории РФ.

играч, catch all партија, bad gay и good gay наратив, хот пинк нијанса ружичасте боје, онлајн Србија, офлајн Србија, хај тек фабрика, олдскул таксисти. В последнее время, назовем это третьим этапом, мы заметили, что свобода вмешательства в лексическую систему стала распространяться на сербские слова — появляется все больше и больше неологизмов, созданных словообразовательным, грамматическим или семантическим вмешательством журналистов в сербские (славянские) слова. В данный момент все три этапа (способа) одинаково активно влияют на образование новых слов и представляют собой три пути их образования и введения в сербский язык. Хотя первый способ характеризуется заимствованиями из английского языка, второй — англо-сербскими гибридами, а третий — неологизмами-сербизмами, существуют общие черты у всех этих слов во внеязыковом и языковом мире. Все новые слова, образованные разными способами, в экстралингвистическом смысле связывает то, что они служат для выражения протеста, критики общества, насмешки, издевки, бунта, интеллигентного остроумия, неодобрения и потому появляются в СМИ, представляя разные оппозиционные убеждения по отношению к правящим политическим партиям в Сербии. В лингвистическом смысле такие слова объединяет то, что они принадлежат к индивидуализмам и словам-однодневкам, которые характеризуются сильной экспрессивностью, происходят обычно из разговорного сербского языка и приобретают неожиданные, шокирующие грамматические и словообразовательные черты.

В данной статье речь пойдет о третьем способе образования новых слов, когда слова создаются из сербского языкового материала, но полностью являются продуктом глобалистских социальных изменений и глобалистского языкового влияния, а также влияния на психику индивидуумов. Последний факт представляется наиболее важным. Психологическое влияние подчеркивали и другие слависты. Мы приведем два примера. Е. Коряковцева отмечает: «В результате глобализации происходят изменения не только в речевом поведении, но также в психологии и менталитете славян, поскольку глобализация является сложным этнопсихолингвистическим феноменом» [Коряковцева 2018: 26]. Выделив новые слова, образованные из сербского словообразовательного материала, сербский лингвист Р. Бугарский отмечает: «Базовая структурная модель и ее производные стали спонтанно наполняться родным языковым материалом. <...> Только вдохновение бралось извне, в виде грамматической схемы и в какой-то мере психологической установки, но эта схема была значительно расширена и имела большее разнообразие и по стилю родного языка» [Бугарский 2013: 24]. Следовательно, чтобы понять роль этих новых слов, необходимо учитывать психологическую установку тех, кто их создает и использует в языке СМИ.

В основе словообразовательно-семантических процессов, которые мы рассматриваем в данной работе, лежит языковая игра. Она представляется как «определенный тип речевого поведения говорящих, основанный на преднамеренном (сознательном, продуманном) нарушении системных отношений языка <...> с целью создания неканонических языковых форм и структур» [Кожина 2006: 657]. Е. В. Прокуткина отмечает, что «языковая (словесная) игра представлена такими приемами, как каламбур, шутка, обыгрывание наиболее употребительных слов, фонетическая мимикрия, контаминация и т. п., что в значительной степени характерно и для нестандартной лексики. Нестандартная лексика обладает огромным семантиче-

ским и прагматическим потенциалом» [Прокутина 2009: 124]. Л. В. Рацибурская и В. А. Торопкина писали о каламбуре, контаминации и других видах языковых игр в русских медиатекстах и на примерах показали, как модели заимствуются из английского языка. Они отметили, что сильный выразительный эффект достигается благодаря тому, что игра происходит на материале русского языка и предназначена для русскоязычных читателей [Рацибурская, Торопкина 2019].

Описание методики исследования

Лексемы, которые будут представлены в этой статье, взяты из лексической базы данных, которую автор статьи собирает из сербских электронных СМИ с 2017 г. по сегодняшний день. База данных содержит чуть более тысячи лексем-окказионализмов, которые журналисты использовали в своих текстах, опубликованных в электронных СМИ. Исследование, проведенное автором и представленное в этой статье, является корпусным исследованием (*corpus-driven research*), его цель состояла в том, чтобы сгруппировать наиболее часто встречающиеся модели языковой игры, создающей окказионализмы в сербских СМИ, и представить некоторые из них. Перед автором не стояла задача показать все модели, было важно отобразить некоторые из них и на их примере продемонстрировать, что из английского языка берутся не только готовые слова, но и модели языковой игры.

В статье будут представлены избранные примеры словообразовательных инноваций в сербском языке, взятые из сербских СМИ с 2020 по 2022 г., в первую очередь из оппозиционной ежедневной газеты «Данас»: словообразовательно-грамматические инновации, связанные с звукоподражательными словами; словообразовательно-грамматические отглагольные инновации; словообразовательно-грамматические инновации от существительных; словообразовательно-семантические инновации, связанные с уменьшительно-ласкательными формами; инновации в виде существительных с нулевым суффиксом. Для всех неологизмов будет указано то, что делает их необычными в словообразовательной, грамматической и семантической системе сербского языка. Словообразовательный, грамматический и семантический языковые уровни предполагают свои общие приемы анализа языкового материала, и именно они здесь будут использоваться. Согласимся с замечанием Т. В. Шмелевой, которая говорит, что «внимательное отношение к грамматике медиатекстов (с их паратекстами) необходимо, оно может открыть новые моменты в грамматическом устройстве русского языка, которые оказались востребованными медиаречью, а значит, включили в медиалингвистическую повестку новые наблюдения, обсуждения и квалификации грамматических явлений, которые находились на периферии речевой практики или не привлекали внимания лингвистов в силу традиционных взглядов на языковые средства» [Шмелева 2020: 36]. И именно в духе этих слов Т. В. Шмелевой методика этого исследования ориентирована на открытие новых моментов в грамматическом устройстве сербского языка.

Анализ материала

Словообразовательно-грамматические инновации, связанные со звукоподражательными словами. В сербском разговорном языке распространено звуко-

подражание *туц-муц*. Оно употребляется для отображения заминки в речи, когда кто-то заикается, допускает ненормативные паузы в речи, когда неуверенно отвечает на вопрос, так как не знает ответа (например, ученик в школе). Как правило, в речи это выражение функционирует как наречие, однако колумнист превращает его в существительное, которому присваивается форма множественного числа — *туцмуцови*: *Zelenović je tada na ta huškanja odgovarao nekim **tucmucovima*** (*Danas*, 13.02.2020).

Звукоподражание обладает большой выразительной силой, поэтому в другом примере колумнисту пришло в голову привлечь внимание к теме, да и к самому себе, образовав глагол от инвариантного звукоподражательного прилагательного *цик-цак*. Оно дает характеристику линии, ломающейся под острыми углами. От этого прилагательного в журналистском тексте образуется глагол *цикцаковати*: *U narednim spotovima stalno se **cikcakuje*** (*Danas*, 22.04.2022).

В сербском языке для обозначения бессмысленной речи используется звукоподражание *бла-бла*. Это звукоподражание относится к междометиям и является неизменяемым словом, но один журналист ради языкового эффекта сделал его существительным, которое в именительном падеже множественного числа читается как *блаблаблави*: *On učestvuje u televizijskim dijalozima o raznim **blablabaovima*** (*Danas*, 2017).

Какова цель такого словообразования? Колумнисты хотят доказать свое превосходство над языком, а также показать интеллектуальное обаяние и остроумие, играя с разговорным стилем.

Словообразовательно-грамматические отглагольные инновации. В медиатекстах очень востребованы глагольные окказионализмы. Обычно они образуются приставочным способом от уже существующих глаголов, а затем в ряде случаев автор текста экспериментирует с грамматическими особенностями, обычно это связано с переходностью.

Глагол *фолирати* (*се*) используется в разговорном сербском языке и означает *представлять вещи по-другому, лгать; выпендриваться*. Грамматическая игра с этим глаголом реализуется за счет присоединения приставки *за-*, вследствие чего глагол несовершенного вида, который является единственно возможным в сербском языке, становится глаголом совершенного вида со значением начала действия — *зафолирати се*. Автор текста добавляет к вновь созданному глаголу *зафолирати се* в форме у аккузатив (*зафолирати се у нешто*): *Nijedna emocija nije 3D, nije 4K, sve neke površne besmislene zaljubiške i kod mlađih i kod starijih, sve neko kolosalno ništa koje se na tomenat preigra i **zafolira** u nešto* (*Danas*, 16.04.2022).

На основе созданной модели колумнист аналогично строит новый глагол *расфилозофирати*, добавляя префикс *раз-* к существующему глаголу *филозофирати* (*философствовать*). На этот раз префикс тоже меняет форму глагола, поэтому из глагола несовершенного вида мы получаем глагол совершенного вида, который имеет значение, противоположное тому, которое имеет основной глагол. Кроме того, непременному основному глаголу автор придал переходность *расфилозофирати* что-либо: *Pošto je taj konstrukt, naravno, više filozofija a manje mir, nije loše jednom i ponekad **razfilozofirati** ga praksom, baš tako kao Brana* (*Danas*, 08.04.2022).

От глагола несовершенного вида *пљачкати* (*грабить*) произошел глагол *опљачкати*, и он довольно распространен в сербском языке, но не подходит для

журналиста, слишком обычен, поэтому он образует глагол *упљачкати*, которого нет в сербском языке: *Nesvesno osebičeni a istovremeno uplašeni, hajdučki presreću sopstveni hedonizam, upljakaju iz njega malo nekog privida bliskosti (i vodoravne i uspravne), pa se vrate nazad u svoje „ma ne mogu ja to“* (Danas, 16.04.2022).

Словообразовательно-грамматические инновации от существительных.

В сербском языке нет глагола, образованного от существительного *магија*, но колумнист создает такой глагол с помощью приставочно-суффиксального способа: *размагичити се* (хотя нормативной должна бы быть форма *размагичити се*). На этом грамматическая игра не останавливается, и новообразованный глагол получает в качестве дополнения у + винительный: *A tvoje oči razmagiče se u banalno* (Danas, 07.01.2022).

Существительное *блато* породило прилагательное *блатантан*, семантика которого основана на вторичном значении этого существительного, относящегося к «грязности» конкретных или абстрактных явлений: *I zaplet i rasplet ove drame ukazao je na blatantno odbacivanje preporuka stručnih institucija* (Danas, 14.06.2020). Судя по всему, существительное образовано путем смешения существительного *блато* и прилагательного *флагрантан*, которое часто используется в сербских СМИ с существительным *одбацивање* (и особенно *кршење*). Происхождение этого прилагательного показывает, как обычное употребление лексем и общих синтагм в языке СМИ может влиять на образование новых слов.

От существительного *кичма* (*позвоночник*) произошел несуществующий до того глагол *искичмити се*: *Svakome ko to misli a ima više od osam godina, (mentalno ili bar kalendarski) želim da se iskičmi od posla, a da ga neko zakine za platu* (Danas, 25.02.2022), а затем тот же автор пошел еще дальше и сделал существительное *искичмљење*: *Na stranu rad na songovima i iskičmljenje oko uloge* (Danas, 29.04.2022). Напряженный позвоночник как символ тяжелого труда представляет собой мотивирующее слово для образования этого глагола, а приставка *из-/ус-* означает доведение действия до крайних пределов.

Словообразовательно-семантические инновации, связанные с уменьшительно-ласкательными формами. Слова, которые не имеют уменьшительной формы, по воле журналиста вполне могут ее получить. Так, например, глагол *презирати* (*презирать*), называющий действие, которое не подлежит оценке, получает уменьшительно-ласкательную форму: *презируцкати*: *Pare ti sleduju samo ako radiš posao koji mrziš ili bar preziruckaš* (Danas, 29.04.2022).

Местоимение *никакав* традиционно не имеет уменьшительной формы, как и наречие, образованное от него, но журналист пренебрегает этим и образует новое слово со значением уменьшительной формы *никакњикаво*: *Nikaknjikavo raspoložen, počeo sam da pišem stihove* (Danas, 07.01.2022).

Существительное *привилегија* (*привилегия*), как и большинство других абстрактных существительных в сербском языке, не может образовывать уменьшительно-ласкательную форму, но журналист смело ее строит, поэтому возникает *привилегијица*: *Za privilegijicu, ili pak za pare* (Danas, 31.03.2022).

От существительного *рутина* произошло уменьшительное *рутиница*: *To je tako eto jedna rutinica* (Danas, 27.05.2022).

Существительные инновации с нулевым суффиксом. Нет ничего проще, чем отсечь окончание глагола и образовать таким образом существительное. Такое яв-

ление в сербской колумнистике довольно распространено. Так, например, были созданы существительные *исклиз* [от глагола *исклизнути* (*выскользнуть*)]: *iskliz iz realizma svakodnevice* (*Danas*, 21.01.2022) и *забуш* [от глагола *забушавати* (*расслабиться*)]: *Što me, majko, ne rodi kô instituciju, da me svi plaćaju za zabuš* (*Danas*, 28.01.2022). Точно так же существительное *хват* происходит от глагола *хватати* (*поймать*): *hvat za sprej* (*Danas*, 20.05.2022). Эти слова, особым образом опредмечивающие действие, имеют сильную выразительность и в сербском языке.

Результаты исследования

Анализ языковых инноваций, представленный в исследовании, показывает, в какой степени колумнисты современных сербских СМИ свободно используют словообразовательный, грамматический и семантический потенциал сербского языка.

Добавление префиксов к глаголам, которые не используются с ними в литературном языке, открывает широкое поле для творческих возможностей, приводящих к многочисленным лексическим последствиям, а также последствиям в области словообразования, семантики и грамматики.

Абстрактные существительные в сербском языке вообще не могут иметь уменьшительно-ласкательных форм, и поэтому тем, кто экспериментирует с языком, интересно образовывать такие существительные. Создание новых существительных с нулевым суффиксом показывает, какая выразительность достигается за счет удаления суффиксов от глаголов и насильственного превращения их в существительные. Существительные, глаголы и другие слова, обладающие большим звуковым и выразительным потенциалом, строятся от звукоподражательных слов.

Колумнисты стараются сделать свои тексты очень звучными и выразительными, что заставляет читателей запоминать и повторять новые слова, созданные колумнистами. Язык становится своеобразной игровой площадкой, а колумнисты таким образом пытаются передать сообщение о том, что все позволено и что в новом мире нет ограничений.

Эта статья лишь иллюстрирует потребность сербских журналистов в окказионализмах, созданных посредством языковой игры. Считаем, что эта потребность заимствована из английского языка и представляет собой один из способов влияния английского языка на сербский и другие языки. Слова, являющиеся результатом языковых игр, стали настолько ценными в английском языке, что изредка одно из них выбирается словом года, например: *Bushlips* (1990, American Dialect Society), *Googleganger* (2010, Macquarie Dictionary), *Infovore* (2013, Macquarie Dictionary), *Photobomb* (2014, Collins English Dictionary), *Brexit* (2016, Collins English Dictionary), *Permacrisis* (2022, Collins English Dictionary) и так далее.

Выводы

В медиатекстах появляется все больше сербских слов, содержащих аффиксы, которых раньше у них никогда не было. Им придаются новые грамматические и прагматические функции. Большинство этих новых слов никогда не перейдут из разряда окказионализмов в разряд неологизмов, т. е. никогда не получат более широкого применения.

К этим словам мы имеем двоякое отношение: 1) отрицательное, ибо в языке должен быть порядок и новые слова нельзя строить по собственному желанию, тем более делать это массово; 2) положительное, так как эти слова не нарушают правил словообразования, все они существуют как потенциальные в творческих возможностях сербского языка, являются продуктом разумных создателей, обогащают и делают медиатекст интересным и «сочным».

Важно понимать, что, хотя в этих творческих процессах журналист начинает с сербского языка и завершает свои языковые операции на сербском языке, это все же скрытое влияние (амеро)глобализации на сербский язык. Это влияние не столь заметно, как заимствование слов из английского языка, поскольку в случаях, описанных в данной статье, процессы происходят на материале сербского языка. Представленное воздействие носит психологический характер и затрагивает психическую сферу личности и общества и, следовательно, языковое поведение носителей сербского языка.

Можно заключить, что, кроме видимого влияния английского языка на сербский и другие языки (что подтверждается большим количеством англицизаций), существуют и невидимые влияния, а именно заимствование склонности к языковой игре. И в английском, а затем и в сербском языке растет количество слов, которые были созданы в результате языковой игры.

Литература

- Аврамова, Ц. (2003). *Словообразователни тенденции при съществителните имена в българския и чешкия език в края на XX век*. София: Heron Press.
- Алеевская, А. О. (2015). Язык СМИ как индикатор социальных перемен. *Лингвистика и межкультурная коммуникация*, 3 (17), 122–128.
- Бугарский, Р. (2013). *Sarmagedon и Mesopotamiji*. Белград: XX век.
- Володина, М. Н. (2018). «Медийная культура»: pro et contra (с позиции отечественных и зарубежных исследователей). *Политическая лингвистика*, 1 (67), 10–18.
- Драгичевич, Р. (2018). Неке тенденције у творби речи у савременом српском језику. В С. Гудурић, Б. Радић-Бојанић (Ред.), *Језици и културе у времену и простору VII/2* (с. 63–71). Нови-Сад: Филозофски факултет.
- Драгичевич, Р. (2019). Допринос глобализације банализацији лексичког фонда српског језика. *Глобализација и славянске словаутварѣње: XVI Миђнародни з’езд славистау* (Бялград, 19–27. 08. 2018) (с. 74–84). Минск: Права і еканоміка.
- Клушина, Н. И. (2018). Национальный стиль и медийный вариант языка. *Вестник ТГПУ*, 4 (193), 26–31.
- Кожина, М. Н. (Ред.). (2006). *Стилистический энциклопедический словарь русского языка*. Москва: Флинта; Наука.
- Козинец, С. Б. (2016). Окказиональное словопроизводство в средствах массовой информации: от языковой игры к речевой агрессии. В Е. Koriakowcewa (Ред.), *Współczesne językoznawstwo słowiańskie teoria i metodologia badań* (с. 81–87). Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach.
- Коряковцева, Е. (2016). *Очерки о языке современных СМИ*. Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach.
- Коряковцева, Е. (2018). Интернационализация, демократизация и медиатизация славянских языков в условиях глобализации (словообразовательный аспект). В Е. Koriakowcewa (Ред.), *Globalizacja a języki słowiańskie. Globalization and Slavic Languages* (с. 13–33). Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny.
- Онхайзер, И. (2013). Стирание стилевых границ в словообразовании и словоупотреблении. В Е. Koriakowcewa (Ред.), *Słowotwórstwo a nowe style funkcjonalne języków słowiańskich* (с. 67–83). Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny.

- Прокутина, Е. В. (2009). Языковая игра как способ образования нестандартной лексики русского языка на базе английских заимствований. *Вестник Челябинского государственного университета*, 7 (145), 123–127.
- Прчић, Т. (2005). *Engleski u srpskom*. Novi Sad: Zmaj.
- Радићурскаја, Л. В., Торопкина, В. А. (2019). Актуальные коммуникативные тенденции в современном медийном словотворчестве. *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта*, 2, 41–51.
- Химик, В. В. (2004). *Большой словарь русской разговорной речи*. Санкт Петербург: Норинт.
- Чорич, Б. (2008). *Творба именица у српском језику*. Белград: Друштво за српски језик и књижевност Србије.
- Шмелева, Т. В. (2020). Грамматика в медиа как реализация потенциалов языковой системы. В Л. Р. Дускаева (Ред.), *Медиалингвистика славянских стран* (с. 15–40). Москва: Флинта.

Источники/Sources

Danas. Retrieved from <https://www.danas.rs>.

Word of the year. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Word_of_the_year.

Статья поступила в редакцию 18 августа 2022 г.;
рекомендована к печати 10 декабря 2022 г.

Контактная информация:

Драгичевич Райна — проф.; rajna.dragicevic@fil.bg.ac.rs

Media text as a source for studying new word-formation and lexical semantic changes in modern Serbian

R. Dragicevic

University of Belgrade,

3, pl. Studencheskaya, Belgrade, 11000, Republic of Serbia

For citation: Dragicevic R. (2023). Media text as a source for studying new word-formation and lexical semantic changes in modern Serbian. *Media Linguistics*, 10 (1), 104–114. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.106> (In Russian)

Under the influence of globalization in media texts in Serbian language, as well as in all other Slavic languages, many new words, originating from the English language, have appeared. Those words, hybrids, began to fill the dictionaries of neologisms of all Slavic languages, including Serbian dictionaries. They represent a combination of an English stem and a Slavic affix, or vice versa. However, today the creativity goes even further, and more and more Serbian words that appear in media texts are combining affixes that they never had before. Thus, those words are given new grammatical and pragmatic functions. Many of these new words will never move from the sphere of occasionalisms to the sphere of neologisms, i. e. they will never be more widely used. On the one hand, the authors of media texts (first of all, columnists) nowadays take the liberty to cross the boundaries of the word formation and the use of lexemes, in the way that only writers, especially poets could do so far. This paper lists and describes word formation and grammatical innovations associated with the onomatopoeic adverbs, word formation and grammatical innovations with verbs, word formation and semantic innovations associated with diminutive forms, and noun innovations with a zero suffix. It is important to understand that these creative processes the journalist starts with Serbian language and ends with Serbian language, which contains in itself a hidden influence of (anglo-) globalization onto Serbian language. It may also represent a psycholinguistic impact of glo-

balization on the linguistic behavior of Serbian speakers. The same process occurs in other Slavic languages, and the special attention should be given to that, since we are talking about language changes caused by a borrowed model of behavior and thinking.

Keywords: media text, media discourse, neologisms, Serbian language, Slavic languages.

References

- Aleevskaia, A. O. (2015). Mass Media Language as an Indicator of Social Change. *Lingvistika i mezhkul'turnaia kommunikatsiia*, 3 (17), 122–128. (In Russian)
- Avramova, Ts. (2003). *Word formation trends in nouns in the Bulgarian and Czech languages at the end of the 20th century*. Sofia: Heron Press. (In Bulgarian)
- Bugarskii, R. (2013). *Sarmagedon u Mesopotamaniji*. Beograd: XX vek. (In Serbian)
- Chorich, B. (2008). *Formation of nouns in the Serbian language*. Belgrade: Society for the Serbian Language and Literature of Serbia. (In Serbian)
- Dragichevich, R. (2018). Some tendencies in the formation of words in the modern Serbian language. In S. Gudurih, B. Radih-Bojanih (Eds), *Jezici i kulture u vremenu i prostoru VII/2* (pp. 63–71). Novi Sad: Filozofski fakultet. (In Serbian)
- Dragichevich, R. (2019). The contribution of globalization to the banalization of the lexical fund of the Serbian language. In *Globalization and Slavic Word Formation: XVI International Congress of Slavists* (Belgrade, August 19–27, 2018) (pp. 74–84). Minsk: Prava i ekanomika. (In Serbian)
- Khimik, V. V. (2004). *Big Dictionary of Russian Colloquial Speech*. St Petersburg: Norint Publ. (In Russian)
- Klushina, N. I. (2018). National style and media variant of the language. *Vestnik TGPU*, 4 (193), 26–31. (In Russian)
- Koriakovtseva, E. (2016). *Essays on the Language of Modern Media*. Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny w Siedlcach Publ. (In Russian)
- Koriakovtseva, E. (2018). Internationalization, democratization and mediatization of Slavic languages in the context of globalization (word-formation aspect). In E. Koriakowcewa (Ed.), *Globalizacja a języki słowiańskie. Globalization and Slavic Languages* (pp. 13–33). Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny Publ. (In Russian)
- Kozhina, M. N. (Ed.). (2006). *Stylistic encyclopedic dictionary of the Russian language*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ. (In Russian)
- Kozinets, S. B. (2016). Occasional word production in the media: from a language game to verbal aggression. In E. Koriakowcewa (Ed.), *Współczesne językoznawstwo słowiańskie teoria i metodologia badań* (pp. 81–87). Siedlce: University of Natural Sciences and Humanities Publ. (In Russian)
- Onkhaizer, I. (2013). Erasure of stylistic boundaries in word formation and word usage. In E. Koriakowcewa (Ed.), *Słowotwórstwo a nowe style funkcjonalne języków słowiańskich* (pp. 67–83). Siedlce: Uniwersytet Przyrodniczo-Humanistyczny Publ. (In Russian)
- Prchich, T. (2005). *Engleski u srpskom*. Novi Sad: Zmaj. (In Serbian)
- Prokutina, E. V. (2009). Language game as a way of forming non-standard vocabulary of the Russian language on the basis of English borrowings. *Vestnik Cheliabinskogo gosudarstvennogo universiteta*, 7 (145), 123–127. (In Russian)
- Ratsiburskaia, L. V., Toropkina, V. A. (2019). Actual communicative tendencies in modern media word formation. *Vestnik Baltiiskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta*, 2, 41–51. (In Russian)
- Shmeleva, T. V. (2020). Grammar in the media as the realization of the potential of the language system. In L. R. Duskaeva (Ed.), *Medialingvistika slavianskikh stran* (pp. 15–40). Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Volodina, M. N. (2018). “Media culture”: pro et contra (from the position of domestic and foreign researchers). *Politicheskaia lingvistika*, 1 (67), 10–18. (In Russian)

Received: August 18, 2022

Accepted: December 10, 2022

Author's information:

Rajna Dragicevic — Professor; rajna.dragicevic@fil.bg.ac.rs

Русское причастие и его функциональные омонимы в текстах современных российских СМИ о науке и технологиях*

Чжоу Хайянь

Пекинский университет,
Китайская Народная Республика, 100871, Пекин, ул. Ихэюань, 5

Для цитирования: Чжоу Хайянь (2023). Русское причастие и его функциональные омонимы в текстах современных российских СМИ о науке и технологиях. *Медиалингвистика*, 10 (1), 115–127. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.107>

В современных российских СМИ широко употребляются русские причастия и отпричастные прилагательные, существительные и местоимения, которые являются функциональными омонимами, то есть совпадающими по звучанию этимологически родственными словами. В данной работе на основе 3462 примеров, отобранных в Национальном корпусе русского языка, проанализированы предпосылки и специфика перехода причастий в другие части речи и показаны различия между причастиями и их функциональными омонимами. Главной предпосылкой для адъективации, субстантивации и прономинализации причастия является заключенный в нем признак прилагательного, при этом большую роль играют семантика причастия, его позиция в предложении и контекст. Переход причастия в другие части речи носит градуальный характер. Синкретичный грамматический характер, семантическая компрессия и вариативность синтаксических функций делают причастие одним из приоритетных средств выражения таких характерных особенностей научных текстов, как точность, логичность, сжатость и информативность. В научных текстах причастия и их функциональные омонимы имеют разные функции: субстантивированные причастия в основном исполняют номинативную функцию, адъективированные причастия — характеризующую, а прономинализированные причастия — дейктическую и другие текстообразующие функции. Изучение русских причастий представляет большую трудность для китайских учащихся в связи с тем, что китайский язык, в отличие от русского, представляет собой язык аналитического строя, в нем отсутствует форма причастия. Деление на части речи в китайском языке — это особая проблема, так как в китайском языке нет определенных морфологических показателей, характеризующих каждую часть речи. Результаты исследования могут быть полезны при рассмотрении сложных грамматических вопросов русского языка в китайской аудитории.

Ключевые слова: причастие, адъективация, субстантивация, прономинализация, функциональные омонимы.

* Работа выполнена при финансовой поддержке Национального фонда социальных наук Китая, проект «Переходные явления в русских частях речи», № 18VYU233.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

Постановка проблемы

Вопрос о грамматическом статусе русского причастия до сих пор остается открытым в связи с его гибридным характером — причастие совмещает признаки и глагола, и прилагательного.

Отдельная проблема — переход причастия в другие части речи, например: *Интересно, что болезни эти с каждым годом «молодеют», увеличивая и без того большое число потерпевших* (существительное) (Дриз, Есипов 2020); *Представители данного* (местоимение) *жанра литературы вообще любят дигитальную тему* (Ершова 2016а).

Усвоение причастия представляет большую трудность для китайских учащихся. Трудность состоит не только в сложности образования русских причастий (страдательных и действительных, настоящего и прошедшего времени, несовершенного и совершенного вида), но и в понимании их лексического значения и полифункционального употребления, особенно в текстах современных российских СМИ, где часто встречаются как причастия, так и их адъективированные, субстантивированные и прономинализированные формы, например: *Вынужденный домашний карантин — отличный повод научиться правильно организовать и спланировать свое время* (Борта 2020). Как характеризовать слово «вынужденный» в данном предложении? Это причастие или его адъективат? В чем выражается их отличие в семантическом и грамматическом аспектах? Поиск ответов на эти вопросы помогает китайским студентам сформировать навык различения функциональных омонимов, возникших на основе причастия.

История вопроса

Вопрос о частеречной принадлежности русского причастия всегда был спорным. Есть три основные точки зрения. Одни ученые выделяют причастие в качестве самостоятельной части речи: «Причастие — самостоятельная часть речи, которая обозначает признак предмета по действию, объединяет в себе свойства прилагательного и глагола» [Бабайцева, Чеснокова 1993: 142]. Другие же рассматривают причастие как часть речи, в которой сочетаются признаки глагола и прилагательного [Пешковский 1956: 128]; третьи считают причастие особой формой глагола или прилагательного, чаще формой глагола. В «Русской грамматике» [Шведова 1980: 664–674] причастие описано как атрибутивная форма глагола, а в «Грамматике современного русского литературного языка» [Шведова 1970: 417] причастие вместе с деепричастием и инфинитивом объединены в комплексной парадигме глагола. Независимо от определения грамматического статуса причастия, все лингвисты отмечают гибридный характер русских причастий. В. В. Виноградов включил причастие в категорию гибридных глагольно-прилагательных форм и указал, что причастие, подобно глаголу, имеет вид, залог и время, а подобно прилагательному, имеет согласование в роде, числе и падеже [Виноградов 1947: 272]. По мнению Л. В. Щербы, причастие «любящий» подводится одновременно и под категорию глаголов и под категорию прилагательных, имея с последними общие формы и значения, благодаря которому действие понимается и как качество [Щерба 1957: 78].

Теме адъективации, субстантивации и прономинализации русских причастий уделяется большое внимание как в традиционной русской лингвистике [Калакуцкая 1971; Буланин 1976: 151–167; Бабайцева 2000: 298–331; Замятина, Сызранова 2013; Резунова 2017; Богданов, Смирнов 2004; Шигуров 2015], так и в корпусной грамматике [Сай 2014]. Имеются и работы, посвященные изучению причастия иностранными учащимися [Котов, Мухина 2019; Мукашева, 2016; Канакина 2021]. Именно гибридный характер причастия объясняет его переход в именные части речи, в результате чего образуются функциональные омонимы, которыми, по определению В. В. Бабайцевой, являются совпадающие по звучанию этимологически родственные слова, относящиеся к разным частям речи [Бабайцева 2000: 194, 198]. Группа функциональных омонимов составляет омокомплекс. Предметом нашего анализа являются причастия и их функциональные омонимы, употребляемые в текстах современных российских СМИ о науке и технологиях. Основная задача — выявление предпосылок перехода причастий в другие части речи и изменений лексических значений после перехода, анализ специфики функционального употребления причастий и их омонимов.

Описание методики исследования

Свойства причастий и их функциональных омонимов по-разному реализуются в текстах современных российских СМИ, только многоаспектный анализ позволяет прийти к объективным выводам. В настоящей работе анализ будет основан на морфологическом, семантическом и синтаксическом критериях.

Источником примеров послужили публицистические тексты из современных российских СМИ, отобранные в Национальном корпусе русского языка¹. Поиск производился по следующим параметрам:

- 1) год создания 2015–2021;
- 2) жанр и тип текста — нехудожественные тексты;
- 3) сфера функционирования — публицистика;
- 4) тип текста — публицистический;
- 5) тематика текста — наука и технологии;
- 6) грамматические признаки: причастие — полная форма.

Всего было рассмотрено 50 документов и 3462 примера. В работе для анализа мы также использовали толково-грамматический словарь «Русский глагол и его причастные формы» [Сазонова 1989] и опирались на теорию лексикализации для описания причастий и их функциональных омонимов.

Анализ материала

Причастия совмещают в себе свойства глагола и прилагательного, в них «значение признака сталкивается и сочетается с значением действия» [Виноградов 1947: 272], но эти свойства и значения не всегда остаются равноправными. «Проявление и акцентирование глагольной или именной сущности причастной формы зависит от многих факторов — контекста, синтаксической позиции и — самое главное — от

¹ Электронный ресурс <https://ruscorpora.ru/> (дата обращения: 21.04.2022).

семантики исходного глагола» [Замятина, Сызранова 2017: 24]. Когда глагольные категории (вид, время, залог) затухают и преобладает значение признака, тогда происходит адъективация, «причастная лексема перестает быть таковой и трансформируется в лексему признаковую...» [Колочкова 2011а: 3], например: *Есть, впрочем, формы симбиоза, при которых в подчиненной роли выступают сами грибы* (Поветкин 2017).

Но не всякое причастие может подвергаться адъективации, реализация адъективации имеет определенные предпосылки [Колочкова 2009, 2011а, 2011b]. И. В. Замятина и Г. Ю. Сызранова выделяют пять типов синтаксических позиций причастий в предложении: распространенное обособленное или необособленное определение, обособленное одиночное определение, согласованное препозитивное определение, позиция сказуемого и позиция синтаксического актанта [Замятина, Сызранова 2017: 24]. Среди них в позиции согласованного препозитивного определения часто происходит адъективация причастия, иными словами, чем полнее отражается валентная синтаксическая связь у причастий, тем труднее происходит адъективация. Дело в том, что «глагольность причастия напрягается, когда приходит в движение присущая соответствующему глаголу система глагольного управления» [Виноградов 1947: 283], например: *Она также подчеркивает важность изучения индивидуума в новых условиях как существа сетевого, в том числе **использующего** онлайн-услуги, апеллирует к таким терминам, **сформированным** европейскими учеными, как «э-актор», «электронное “я”»* (Ершова 2016а). В данном предложении два обособленных причастных оборота актуализируют свою глагольность, которая выражается через категории вида, времени и залога и благодаря формам выражения синтаксической связи (дополнение — «онлайн-услуги» и субъект — «европейскими учеными»). Когда же необособленное одиночное причастие употребляется без зависимых слов, особенно в качестве согласованного препозитивного определения, у причастий обычно происходит утрата грамматического значения (вида, времени и залога) и усиливаются признаки прилагательного. Таким образом, происходит адъективация причастия, например: *Сегодня для **мыслящего** человека необходима демистификация моделей и анализ их истоков* (Кара-Мурза 2018). В данном предложении препозитивное согласованное определение *мыслящего* употребляется в качестве прилагательного.

Иногда адъективация причастия происходит в позиции сказуемого. В этом случае причастие употребляется также одиночно, например: *Прежние хозяева узнали, что собака стала **воспитанной**, покладистой, и решили ее отобрать* (Лесняк, Бадридзе 2016).

Следует отметить, что для адъективации не менее важна семантика причастия, точнее говоря, семантика глагола. «Когда глагольная основа имеет значение конкретного действия (в самом широком значении), причастие, как правило, не адъективируется» [Калакуцкая 1971: 44]. В текстах о науке и технологиях активно употребляются причастия со значением конкретного действия, например: *Отдельных оттисков сделано 200, и я постараюсь **отпечатанные** листы выслать Вам* (Сартаков 2020); *Известно, что древние предметы, **купленные** у «бугровщиков», поныне хранятся в музеях Парижа, Лондона, Стокгольма, Берлина, Хельсинки и др.* (Кернер 2020). В лексическом значении причастий, которые подвергаются адъективации, часто кроется сема характеристики человека или предмета, и при адъективации

создается «вторичное адъективное лексическое значение» [Сазонова 1971: 106]. Сравним два предложения:

- 1) Лишенная доступных легких книг этого жанра, **признанного** вредным, рабочая молодежь не усвоила привычки элементарного развлекательного чтения — начальной ступени интеллектуального становления (Лебина 2015);
- 2) Тогда мы сможем выйти на рынки дружественных нам стран ЕАЭС, БРИКС, где будут знать, что российская техника, соответствующая **признанным** аналогам, хорошая и дешевая (Ершова, Цой 2016).

В этих двух предложениях реализованы разные лексическо-семантические значения словоформ «признанный». В первом предложении словоформа «признанный» восходит к глаголу «признать», имеющему значение «счесть, определить, установить что-либо, прийти к какому-либо заключению», а во втором предложении «признанный», утратив грамматические категории времени, вида и залога, приобретает категориальное значение прилагательного «признака» в лексическом значении «пользующийся общим признанием, известный».

Если невозможно семантическое переосмысление, адъективация невозможна, и препозитивное причастие остается причастием, например: *Дело о **погибших** ящерах* (Алексенко 2018а).

В текстах современных российских СМИ часто встречаются омокомплексы, состоящие из причастий и их адъективатов, такие как «насыщенный», «очарованный», «запутанный», «распространенный», «решающий», «страдающий», «повышенный», «господствующий». Частеречный статус и лексическое значение таких слов определяются в каждом конкретном предложении.

Следует отметить, что в текстах о науке и технологиях часто встречаются устойчивые словосочетания с адъективированными причастиями. Некоторые из них уже превратились в образования терминологического характера [Колочкова 2011а: 11], такие как «сопровождающая терапия», «входящие (исходящие) нервные сигналы», «населенный пункт», «действующий вулкан», «кормящие матери», «специализированные магазины», «подавляющее большинство», «фыркающий лай», «битый час», «сжатый срок». В этом случае актуализируются признаки прилагательного. Например: *Температура тела насекомых непостоянна и зависит от температуры **окружающей среды**, которая определяет фактически все: скорость развития, плодовитость, прожорливость, продолжительность жизни этого класса животных* (Как спасаются от холода... 2017); *Важным событием 2016 года стало предложение нашего президента «запустить масштабную системную программу развития экономики нового технологического поколения, **так называемой цифровой экономики**», которое он озвучил 1 декабря 2016 года в своем послании Федеральному Собранию Российской Федерации* (Ершова 2016б); *Вот, к примеру, вулканы выделяют какое-то количество метана. Но на Марсе нет **действующих вулканов*** (На Марсе очень неуютно... 2016); *Видим: **выпуклые и вогнутые предметы** поменялись местами* (Рожкова 2017).

В определенных условиях причастие может подвергаться и субстантивации, например: *Нет, волк не придумывает, не изобретает, но может применить **увиденное*** (Лесняк, Бадридзе 2016). Словоформа «увиденное» употреблена в качестве имени существительного среднего рода единственного числа.

Субстантивированное причастие в тексте выполняет синтаксические функции подлежащего, дополнения и обстоятельства, свойственные существительному. Например: *Таким образом, ни частники, ни **служащие** кооперативной организации не справились с приобщением населения к питанию вне дома на новых принципах рационализма...* (Лебина 2015) (подлежащее); *Они должны были выдавать своим **служащим** для приобретения продуктов и товаров в строго определенных магазинах заборные книжки* (Лебина 2015) (дополнение); *Расстраиваться **из-за случившегося** с Муртазой нет сил* (Яхина 2015). Иногда субстантивированное причастие употребляется в качестве несогласованного определения, например: *Любопытное свидетельство восприятия кожаной куртки даже в годы нэпа как некоего мандата на привилегии встречается в дневнике молодой москвички, дочери мелких **служащих*** (Лебина 2015).

В текстах современных российских СМИ встречаются два вида субстантивации причастий. В первом случае наблюдается двухчленный омокомплекс, состоящий из причастия и существительного, или так называемая собственно субстантивация причастия (причастие → существительное) [Богданов, Смирнов 2004: 43; Гайнутдинова 2010: 65], например: *Праздновать же Пасху без традиционных яств могли лишь истинно **верующие** люди, которых в любом обществе немного* (Лебина 2015) (причастие); *А отнимут каких-то пустячков, золотой крестик, которые **верующие** носят на груди, серебряный подарок покойного мужа* (Лебина 2015) (существительное). В подобный омокомплекс входят такие слова, как «учащийся», «заведующий», «служащий», «потерпевший», «данный».

Во втором случае наблюдается трехчленный омокомплекс, состоящий из причастия, прилагательного и существительного, или субстантивация причастий, связанная с их предварительной адъективацией (причастие → прилагательное → существительное) [Богданов, Смирнов 2004: 43; Гайнутдинова 2010: 65], например: *Петр Кропоткин (1842–1921) родился в знатной семье, **ведущей** свой род от Рюриковичей* (Тарасевич 2016) (причастие); *Доска объявлений на третьем этаже была увешана листочками с названиями семинаров, куда ты мог прийти и начать работать с **ведущими** математиками мира* (Введенская, Кудрявцева, 2016) (прилагательное); *Сегодня исполняется 80 лет известному ученому-зоологу и зоогеографу, **ведущему** передачи «В мире животных» Николаю Николаевичу Дроздову* (Михайлова 2017) (существительное). В исследуемых текстах мы наблюдаем активное употребление омокомплекса такого рода, в который входят слова: «сопровождающий», «убитый», «управляющий», «прошедший», «происходящий».

В текстах о науке и технологиях имеет место и прономинализация причастия: причастие утрачивает свое лексическое значение и связь с категориями вида и залога, начинает восприниматься как местоимение [Большова 1960: 56–57], в значении которого входит либо отсылка к акту речи, либо указание на тип соотносительности высказывания с действительностью [Падучева 1985: 10]. Среди собранных примеров прономинализированные причастия, с одной стороны, выполняют действительную функцию, например: *Важнейшая тема социальной поддержки граждан в информационном обществе продолжается в **текущем** номере статьей москвича Андрея Коренюка...* (Ершова 2017).

С другой же стороны, они могут обозначать определенность/неопределенность, например: *Затем его перекупили американцы, и он стал как бы американ-*

ским методом, а Россия теперь обязана покупать лицензии на использование **соответствующего** программного обеспечения (ПО) и оборудования (Ершова, Цой 2016); У волков, например, агрессия ритуализируется: они очень редко дерутся до смерти, чаще просто воспроизводят **определенные** ритуальные движения (Лесняк, Бадридзе 2016). Словоформы «соответствующий» и «определенный» в этих предложениях на самом деле «семантически опустошены» [Магерасова, Паршина 2016: 21], так как «при прономинализации развивается прямо противоположный смысл: значение определенного признака преобразуется в значение неопределенного признака» [Шигуров 2015: 26]. В китайском языке эквивалентный перевод слов «соответствующий» и «определенный» также имеет семантику неопределенности.

Встречается и омоккомплекс с прономинализированными причастиями, например: *Мы находимся в каком-то загородном доме у каких-то случайных знакомых, в маленькой комнатке и сдираем ножами со стен старые обои — таково задание, **данное** нам хозяином* (Шикера 2016) (причастие); *Однако исследований как за рубежом, так и в России пока весьма недостаточно, и на **данный** момент не существует даже единого понимания сущности виртуальности* (Ершова 2016а) (местоимение); *По **данным** ВОЗ, продолжительность жизни абсолютно во всех странах мира стремительно увеличивается, а к 2050 году в США будет одинаковое количество пожилых людей и детей* (Мурашев 2018) (имя существительное).

Для прономинализации причастий требуется определенная семантическая предпосылка, точнее, в их глагольном значении должна быть «сема указательной анафоры» [Шигуров 2015: 15].

Благодаря указательной семе прономинализированные причастия могут исполнять и анафорическую функцию. Анафора часто определяется как средство организации и обеспечения связности текста. В широком понимании бывает два типа анафорических отношений, то есть анафоры способны отсылать либо к «предыдущему», либо к «последующему» тексту. Интересно, что слова «предыдущий» и «последующий» являются именно прономинализированными причастиями, например: *В **предыдущем** докладе основное внимание было уделено текущему состоянию российской науки и формулированию предложений по дальнейшему развитию научно-технологического комплекса страны* (Волчкова, Иванов 2020); *На этот раз команда Лавджоя затеяла **следующее** предприятие: они собрали по зоопаркам препараты мозга скончавшихся своей смертью обезьян — капуцинов, горилл, макак, бабуинов и шимпанзе — и сравнили их с препаратами мозга человека* (Алексенко 2018b).

Результаты исследования

Исследование, построенное на текстах современных российских СМИ о науке и технологиях, показывает активность и разнообразие использования причастий и их функциональных омонимов.

Благодаря гибриднему грамматическому характеру и семантической емкости причастия и их функциональные омонимы выполняют в организации научного текста разные роли. Они способствуют описанию хода научно-технологической деятельности, описанию картины научно-исследовательского процесса, в чем проявляется номинативный характер и информативность научного текста [Кожина,

Дускаева, Салимовский 2008: 294–295]. В научном тексте причастия и их функциональные омонимы имеют «квалифицирующую и идентифицирующую функции, но, избавляя предложение от излишней предикативности, усложненных придаточных предложений, они все же служат в первую очередь интенсивному повышению информативности текста» [Клычкова 2011: 123–124].

При помощи причастий и их функциональных омонимов проявляется точность научного текста, которая достигается корректным использованием терминологических сочетаний, возникших в результате адъективации и субстантивации причастий. Точность достигается также употреблением многочисленных причастных оборотов, которые помогают уточнять, конкретизировать и характеризовать определенный содержательный аспект информации.

Кроме того, местоименные свойства прономинализированных причастий служат созданию связности текста и оформлению ссылочного аппарата, выполняя указательную, точнее, ретроспективную и проспективную функции [Данилевская 2015: 66], а также подчеркивая логичность изложения.

Выводы

Проведенный анализ позволяет говорить о том, что явление адъективации, субстантивации и прономинализации причастий представляет собой феномен лексикализации, то есть причастие как грамматическая атрибутивная форма глагола в определенных условиях переходит в лексему, приобретая категориальное значение прилагательного, существительного и местоимения и выполняя соответствующие синтаксические функции.

Переход причастия в другие части речи имеет ступенчатый характер, который ввиду семантической сложности и грамматической неоднородности самого причастия требует детального анализа каждого случая [Сай 2014; Ушакова 2003; Колочкова 2011b].

Литература

- Бабайцева, В. В. (2000). *Явления переходности в грамматике русского языка*. Москва: Дрофа.
- Бабайцева, В. В., Чеснокова, Л. Д. (1993). *Русский язык. Теория: учебник для 5–9 классов*. Москва: Просвещение.
- Богданов, С. И., Смирнов, Ю. Б. (2004). *Переходность в системе частей речи. Субстантивация*. Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ.
- Большова, Ю. В. (1960). *К вопросу о прономинализации в современном русском языке. Вопросы русского языкознания*. Львов: Издательство Львовского университета.
- Буланин, Л. Л. (1976). *Трудные вопросы морфологии*. Москва: Просвещение.
- Виноградов, В. В. (1947). *Русский язык — грамматическое учение о слове*. Москва; Ленинград: Учпедгиз.
- Гайнутдинова, А. Ф. (2010). О разновидностях перехода причастий в имена существительные в русском языке. *Мир науки, культуры, образования*, 4–2, 65–68.
- Данилевская, Н. В. (2015). Механизм развертывания текста в аспекте речеведения. *Медиалингвистика*, 3 (9), 64–72.
- Замятина, И. В., Сызранова, Г. Ю. (2013). Семантическая природа причастных форм: глагольность, адъективность, субстантивность. *Известия высших учебных заведений*, 3, 118–127.
- Замятина, И. В., Сызранова, Г. Ю. (2017). Адъективация и субстантивация причастных форм: проблемы процесса и вопросы терминологии. *Филологический класс*, 3, 23–28.
- Калакуцкая, Л. П. (1971). *Адъективация причастий в современном русском литературном языке*. Москва: Наука.

- Канакина, Г. И. (2021). Грамматическая омонимия в школьной практике: разграничение причастий и отглагольных прилагательных. В Е. Н. Орехова (Ред.), *Лекантовские чтения — 2021: матер. междунар. науч. конф.* (с. 390–395). Москва: Московский государственный областной университет.
- Клычкова, И. Ю. (2011). Коммуникативный потенциал причастий (на материале немецкоязычных текстов научного стиля). *Вестник Московского государственного областного университета*, 6, 121–127.
- Жолина, М. Н., Дускаева, Л. Р., Салимовский, В. А. (2008). *Стилистика русского языка*. Москва: Флинта; Наука.
- Колочкова, О. В. (2009). Причины, условия и следствия адъективации причастий в русском языке. *Альманах современной науки и образования*, 8, 67–69.
- Колочкова, О. В. (2011а). *Адъективированные реализации причастий в современном русском языке*. Автореф. дис. ... канд. филол. наук. Санкт-Петербург.
- Колочкова, О. В. (2011б). Грамматическая неоднородность адъективированных причастий в современном русском языке. *Вестник СПбГУ*, 1, 116–120.
- Котов, А. А., Мухина, Е. А. (2019). Проблемные зоны русской грамматики в аспекте преподавания русского языка как иностранного. *Вестник Череповецкого государственного университета*, 5, 135–146.
- Магеромова, Ю. Ю., Паршина, А. С. (2016). Семантическая неопределенность слова «определенный». *Филология и лингвистика*, 2, 19–22.
- Мукашева, Г. А. (2016). Субстантивация прилагательных и причастий как способ словообразования. *Балтийский гуманитарный журнал*, 2 (15), 67–70.
- Падучева, Е. В. (1985). *Высказывание и его соотносительность с действительностью*. Москва: Наука.
- Пешковский, А. М. (1956). *Русский синтаксис в научном освещении*. Москва: Учпедгиз.
- Резунова, М. В. (2017). О частеречной отнесенности причастий в языках. *Филологические науки. Вопросы теории и практики*, 5–3 (71), 133–135.
- Сазонова, И. К. (1971). Семантический фактор в формировании вторичного лексического значения слова. *Вопросы языкознания*, 6, 99–108.
- Сазонова, И. К. (1989). *Русский глагол и его причастные формы: толково-грамматический словарь*. Москва: Русский язык.
- Сай, С. С. (2014). Действительное причастие настоящего времени. В *Материалы для проекта корпусного описания русской грамматики*. Электронный ресурс http://rusgram.ru/Действительное_причастие_настоящего_времени.
- Ушакова, Л. И. (2003). К вопросу об адъективации причастий в современном русском языке. В В. Ф. Прохоров (Ред.), *Филологические исследования: междунар. сб. науч. тр.* (с. 337–345). Белгород: БелГУ.
- Шведова, Н. Ю. (Ред.). (1970). *Грамматика современного русского литературного языка*. Москва: Наука.
- Шведова, Н. Ю. (Ред.). (1980). *Русская грамматика*. Т. 1. Москва: Наука.
- Шигуров, В. В. (2015). *Прономинализация как тип ступенчатой транспозиции языковых единиц в системе частей речи*. Москва: ИНФРА-М.
- Щерба, Л. В. (1957). *Избранные работы по русскому языку*. Москва: Учпедгиз.

Источники

- Алексенко, А. (2018а). Дело о погибших ящерах. Палеонтологи разгадали детективную загадку, мучившую их с мезозоя. *Сноб*. Электронный ресурс <https://snob.ru/entry/158340/>.
- Алексенко, А. (2018б). Это у вас гормональное. *Сноб*. Электронный ресурс <https://snob.ru/entry/157625/>.
- Борта, Ю. (2020). Как готовиться к ЕГЭ? Советы школьникам, оставшимся в самоизоляции. *Аргументы и факты*, 16.
- Введенская, Н. Д., Кудрявцева, Е. (2016). Золотой век был недолгим. *Огонек*, 40. Электронный ресурс <https://www.kommersant.ru/doc/3106109>.
- Волчкова, Н., Иванов, В. (2020). Дорога к диалогу. *Поиск*, 14. Электронный ресурс <https://poisknews.ru/magazine/doroga-k-dialogu/>.
- Дриз, Ю., Есипов, Р. (2020). Будет видно! *Поиск*, 14. Электронный ресурс <https://poisknews.ru/magazine/budet-vidno/>.

- Ершова, Т. В. (2016а). За окном виртуального кабинета пели птицы. *Информационное общество*, 2. Электронный ресурс <http://infosoc.iis.ru/article/view/284>.
- Ершова, Т. В. (2016б). Приятны завершённые труды. *Информационное общество*, 6. Электронный ресурс <http://infosoc.iis.ru/article/view/249>.
- Ершова, Т. В. (2017). Решето истины. *Информационное общество*, 1. Электронный ресурс <http://infosoc.iis.ru/article/view/237>.
- Ершова, Т. В., Цой, В. Е. (2016). Не догонять, а искать точки собственного роста. *Информационное общество*, 1. Электронный ресурс <http://infosoc.iis.ru/article/view/295>.
- Как спасаются от холода членистоногие, крылатые и хвостатые. (2017). *Кот Шредингера*, 1–2. Электронный ресурс <http://kot.sh/statya/3127/teplo-li-tebe-odobenus-rosmarus>.
- Кара-Мурза, С. (2018). Капитализм Запада и его классическая доктрина. *Бельские просторы*, 4. Электронный ресурс <https://belprost.ru/articles/publitsistika/2018-05-08/4-2018-kara-murza-sergey-kapitalizm-zapada-i-ego-klassicheskaya-doktrina-statya-104634>.
- Кернер, В. Ф. (2020). Династия Романовых и археология в России. *Церковь. Богословие. История*, 1. Электронный ресурс https://epds.ru/wp-content/uploads/2020/02/Konf_2020_e-book.pdf.
- Лебина, Н. Б. (2015). *Советская повседневность: нормы и аномалии. От военного коммунизма к большому стилю*. Москва: Новое литературное обозрение.
- Лесняк, А., Бадридзе, Я. К. (2016). Волк в человеческой шкуре. *Кот Шредингера*, 11. Электронный ресурс <https://kot.sh/zakony-svobody/tpost/hhy8hea661-volk-v-chelovechei-shkure>.
- Михайлова, В. (2017). *Николай Дроздов: «Кто ткнул в точку Вселенной?»*. Электронный ресурс <https://www.pravmir.ru/kto-tnul-v-tochku-vselennoi/>.
- Мурашев, А. (2018). До 60 и старше: пять способов отложить наступление старости. *Сноб*. Электронное издание <https://snob.ru/entry/158345/>.
- На Марсе очень неуютно... (2016). *Кот Шредингера*, 12. Электронный ресурс <https://nauchkor.ru/media/na-marse-ochen-neuyutno-5872d40b5f1be77312a447b4>.
- Поветкин, А. (2017). Гриб скрывается в деталях. *Кот Шредингера*, 1–2. Электронный ресурс <http://zhurnaly-online.ru/zhurnaly/2944-kot-shredingera-1-2-yanvar-fevral-2017.html>.
- Рожкова, Г. (2017). Увидеть перевертыши. *Кот Шредингера*, 1–2. Электронный ресурс <http://zhurnaly-online.ru/zhurnaly/2944-kot-shredingera-1-2-yanvar-fevral-2017.html>.
- Сартаков, А. В. (2020). Н. Ф. Красносельцев и епископ Борис (Плотников): реконструкция взаимоотношений по материалам ОР РНБ (Ф. 91). *Церковь. Богословие. История*, 1. Электронный ресурс https://epds.ru/wp-content/uploads/2020/02/Konf_2020_e-book.pdf.
- Тарасевич, Г. В. (2016). Декабрь. Научный праздник на каждый день. *Кот Шредингера*, 12. Электронный ресурс <https://www.twirpx.com/file/2389327/grant/>.
- Шикера, С. (2016). Египетское метро. *Волга*, 3–4. Электронный ресурс <https://magazines.gorky.media/volga/2016/3/egipetsкое-metro.html>.
- Яхина, Г. (2015). *Зулейха открывает глаза*. Москва: АСТ.

Статья поступила в редакцию 25 августа 2022 г.;
рекомендована к печати 1 декабря 2022 г.

Контактная информация:

Чжоу Хайянь — д-р филол. наук, доц.; hyzh906@pku.edu.cn

Russian participle and its functional homonyms in the texts of modern Russian mass media about science and technology*

Zhou Haiyan

Peking University,
5, Yiheyuan Rd, Peking, 100871, People's Republic of China

For citation: Zhou Haiyan (2023). Russian participle and its functional homonyms in the texts of modern Russian mass media about science and technology. *Media Linguistics*, 10 (1), 115–127. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.107> (In Russian)

In modern Russian media, Russian participles and participial adjectives, nouns and pronouns, which are functional homonyms (similar-sounding etymologically related words), are widely used. In the present paper, based on 3,462 examples selected from the National Corpus of the Russian language, we analyze the prerequisites and the specifics of the transition of participles to other parts of speech, and show the differences between participles and their functional homonyms. The main prerequisite for adjectivation, substantiation and pronominalization of the participle is the attribute of the adjective contained in it, while the semantics of the participle, its position in the sentence and context play an important role. The transition of the participle to other parts of speech is of a gradual nature. Syncretic grammatical character, semantic compression and variability of syntactic functions make the participle one of the priority means of expressing such characteristic features of scientific texts as accuracy, consistency, conciseness and informativeness. In scientific texts, participles and their functional homonyms have different functions: substantive participles mainly perform a nominative function, adjectivated participles — a characterizing function, and pronominalized participles — deictic and other text-forming functions. Studying Russian participles is very difficult for Chinese students due to the fact that Chinese, unlike Russian, is the language of the analytical system, there is no form of participle in it. The division into parts of speech in Chinese is a special problem, since there are no specific morphological indicators in Chinese that characterize each part of speech. The results of the study can be useful when considering complex grammatical issues of the Russian language in the Chinese audience.

Keywords: participle, adjectivation, substantiation, pronominalization, functional homonyms.

References

- Babaitseva, V. V. (2000). *Phenomena of transitivity in the grammar of the Russian language*. Moscow: Drofa Publ. (In Russian)
- Babaitseva, V. V., Chesnokova, L. D. (1993). *Russian language. Theory: Textbook for grades 5–9*. Moscow: Prosveshchenie Publ. (In Russian)
- Bogdanov, S. I., Smirnov, Iu. B. (2004). *Transitivity in the system of parts of speech. Substantiation*. St. Petersburg: Filologicheskii fakul'tet SPbGU Publ. (In Russian)
- Bol'shova, Iu. V. (1960). *On the issue of pronominalization in modern Russian. Questions of Russian linguistics*. Lviv: Izdatel'stvo L'vovskogo universiteta Publ. (In Russian)
- Bulanin, L. L. (1976). *Difficult questions of morphology*. Moscow: Prosveshchenie Publ. (In Russian)
- Danilevskaia, N. V. (2015). Text deployment mechanism in the aspect of speech science. *Media Linguistics*, 3 (9), 64–72. (In Russian)
- Gainutdinova, A. F. (2010). On the varieties of the transition of participles into nouns in the Russian language. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniia*, 4–2, 65–68. (In Russian)
- Kalakutskaiia, L. P. (1971). *Adjectivation of participles in the modern Russian literary language*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)

* The work was supported by the National Social Science Found of China, project “Transitional phenomena in Russian parts of speech”, no. 18BYY233.

- Kanakina, G. I. (2021). Grammatical homonymy in school practice: differentiation of participles and verbal adjectives. In E. N. Orekhova (Ed.), *Lekantovskie chteniia — 2021: mater. mezhdunar. nauch. konf.* (pp. 390–395). Moscow: Moskovskii gosudarstvennyi oblastnoi universitet Publ. (In Russian)
- Klychkova, I. Iu. (2011). The Communicative Potential of Participles (on the Material of German Scientific Style Texts). *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo oblastnogo universiteta*, 6, 121–127. (In Russian)
- Kolochkova, O. V. (2009). Causes, conditions and consequences of participle adjectivation in Russian. *Al'tmanakh sovremennoi nauki i obrazovaniia*, 8, 67–69. (In Russian)
- Kolochkova, O. V. (2011a). *Adjective realizations of participles in modern Russian*. PhD abstract. St Petersburg (In Russian)
- Kolochkova, O. V. (2011b). Grammatical heterogeneity of adjective participles in modern Russian. *Vestnik SPbGU*, 1, 116–120. (In Russian)
- Kotov, A. A., Mukhina, E. A. (2019). Problem areas of Russian grammar in the aspect of teaching Russian as a foreign language. *Vestnik Cherepovetskogo gosudarstvennogo universiteta*, 5, 135–146. (In Russian)
- Kozhina, M. N., Duskaeva, L. R., Salimovskii, V. A. (2008). *Stylistics of the Russian language*. Moscow: Flinta Publ.; Nauka Publ. (In Russian)
- Mageramova, Iu. Iu., Parshina, A. S. (2016). Semantic uncertainty of the word “certain”. *Filologiya i lingvistika*, 2, 19–22. (In Russian)
- Mukasheva, G. A. (2016). Substantiation of adjectives and participles as a way of word formation. *Baltiiskii gumanitarnyi zhurnal*, 2 (15), 67–70. (In Russian)
- Paducheva, E. V. (1985). *Statement and its correlation with reality*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Peshkovskii, A. M. (1956). *Russian syntax in scientific coverage*. Moscow: Uchpedgiz Publ. (In Russian)
- Rezunova, M. V. (2017). On the partial attribution of participles in languages. *Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki*, 5–3 (71), 133–135. (In Russian)
- Sai, S. S. (2014). The actual participle of the present tense. *Materialy dlia proekta korpusnogo opisaniia russkoi grammatiki*. Retrieved from http://rusgram.ru/Действительное_причастие_настоящего_времени. (In Russian)
- Sazonova, I. K. (1971). The semantic factor in the formation of the secondary lexical meaning of the word. *Voprosy iazykoznaniiia*, 6, 99–108. (In Russian)
- Sazonova, I. K. (1989). *Russian verb and its participial forms: Explanatory and grammatical dictionary*. Moscow: Russkii iazyk Publ. (In Russian)
- Shcherba, L. V. (1957). *Selected works on the Russian language*. Moscow: Uchpedgiz Publ. (In Russian)
- Shigurov, V. V. (2015). *Pronominalization as a type of stepped transposition of language units in the system of parts of speech*. Moscow: INFRA-M Publ. (In Russian)
- Shvedova, N. Iu. (Ed.). (1970). *Grammar of the modern Russian literary language*. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Shvedova, N. Iu. (Ed.). (1980). *Russian grammar*. Vol. 1. Moscow: Nauka Publ. (In Russian)
- Ushakova, L. I. (2003). To the question of the adjectivalization of participles in modern Russian. In V. F. Prokhorov (Ed.), *Filologicheskie issledovaniia: mezhdunar. sb. nauch. tr.* (pp. 337–345). Belgorod: BelGU Publ. (In Russian)
- Vinogradov, V. V. (1947). *The Russian language. Grammatical doctrine of the word*. Moscow; Leningrad: Uchpedgiz Publ. (In Russian)
- Zamiatina, I. V., Syzranova, G. Iu. (2013). Semantic nature of participial forms: verbality, adjectiveness, substantivity. *Izvestiia vysshikh uchebnykh zavedenii*, 3, 118–127. (In Russian)
- Zamiatina, I. V., Syzranova, G. Iu. (2017). Adjectivation and substantiation of participial forms: problems of process and questions of terminology. *Filologicheskii klass*, 3, 23–28. (In Russian)

Sources

- Aleksenko, A. (2018a). The case of the dead lizards. Paleontologists have solved a detective riddle that has tormented them since the Mesozoic. *Snob*. Retrieved from <https://snob.ru/entry/158340/>. (In Russian)
- Aleksenko, A. (2018b). It's your hormones. *Snob*. Retrieved from <https://snob.ru/entry/157625/>. (In Russian)
- Borta, Iu. (2020). How to prepare for the exam? Advice for students in self-isolation. *Argumenty i fakty*, 16. (In Russian)
- Driz, Iu., Esipov, R. (2020). It will be seen! *Poisk*, 14. Retrieved from <https://poisknews.ru/magazine/budet-vidno/>. (In Russian)
- Ershova, T. V. (2016a). Birds sang outside the window of the virtual office. *Informatsionnoe obshchestvo*, 2. Retrieved from <http://infosoc.iis.ru/article/view/284>. (In Russian)

- Ershova, T. V. (2016b). Nice completed work. *Informatsionnoe obshchestvo*, 6. Retrieved from <http://infosoc.iis.ru/article/view/249>. (In Russian)
- Ershova, T. V. (2017). Sieve of truth. *Informatsionnoe obshchestvo*, 1. Retrieved from <http://infosoc.iis.ru/article/view/237>. (In Russian)
- Ershova, T. V., Tsoi, V. E. (2016). Do not catch up, but look for points of your own growth. *Informatsionnoe obshchestvo*, 1. Retrieved from <http://infosoc.iis.ru/article/view/295>. (In Russian)
- How arthropods, winged and tailed ones escape from the cold. (2017). *Kot Shredingera*, 1–2. Retrieved from <http://kot.sh/statya/3127/teplo-li-tebe-odobenus-rosmarus>. (In Russian)
- It's very uncomfortable on Mars. (2016). *Kot Shredingera*, 12. Retrieved from <https://nauchkor.ru/media/na-marse-ochen-neuyutno-5872d40b5f1be77312a447b4>. (In Russian)
- Iakhina, G. (2015). *Zuleikha opens her eyes*. Moscow: AST Publ. (In Russian)
- Kara-Murza, S. (2018). Capitalism of the West and its classical doctrine. *Bel'skie prostory*, 4. Retrieved from <https://belprost.ru/articles/publitsistika/2018-05-08/4-2018-kara-murza-sergey-kapitalizm-zapada-iego-klassicheskaya-doktrina-statya-104634>. (In Russian)
- Kerner, V. F. (2020). Life of the passion-bearer: features of the composition. *Tserkov'. Bogoslovie. Istorii*, 1. Retrieved from https://epds.ru/wp-content/uploads/2020/02/Konf_2020_e-book.pdf. (In Russian)
- Lebina, N. B. (2015). *Soviet everyday life: norms and anomalies. From war communism to grand style*. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie Publ. (In Russian)
- Lesniak, A., Badridze, Ia. K. (2016). Wolf in human skin. *Kot Shredingera*, 11. Retrieved from <https://kot.sh/zakony-svobody/tpost/hhy8hea661-volk-v-chelovechei-shkure>. (In Russian)
- Mikhailova, V. (2017). *Nikolai Drozdov: "Who poked the point of the universe?"*. Retrieved from <https://www.pravmir.ru/kto-tnkul-v-tochku-vselennoi/>. (In Russian)
- Murashev, A. (2018). Up to 60 and older: five ways to delay the onset of old age. *Snob*. Retrieved from <https://snob.ru/entry/158345/>. (In Russian)
- Povetkin, A. (2017). The fungus is in the details. *Kot Shredingera*, 1–2. Retrieved from <http://zhurnaly-online.ru/zhurnaly/2944-kot-shredingera-1-2-yanvar-fevral-2017.html>. (In Russian)
- Rozhkova, G. (2017). See changelings. *Kot Shredingera*, 1–2. Retrieved from <http://zhurnaly-online.ru/zhurnaly/2944-kot-shredingera-1-2-yanvar-fevral-2017.html>. (In Russian)
- Sartakov, A. V. (2020). N. F. Krasnoseltsev and Bishop Boris (Plotnikov): reconstruction of the relationship based on the materials of the RNB OP (F.91). *Tserkov'. Bogoslovie. Istorii*, 1. Retrieved from https://epds.ru/wp-content/uploads/2020/02/Konf_2020_e-book.pdf. (In Russian)
- Shikera, S. (2016). Egyptian metro. *Volga*, 3–4. Retrieved from <https://magazines.gorky.media/volga/2016/3/egipetskoe-metro.html>. (In Russian)
- Tarasevich, G. V. (2016). December. Scientific holiday for every day. *Kot Shredingera*, 12. Retrieved from <https://www.twirpx.com/file/2389327/grant/>. (In Russian)
- Volchkova, N., Ivanov, V. (2020). Road to dialogue. *Poisk*, 14. Retrieved from <https://poisknews.ru/magazine/doroga-k-dialogu/>. (In Russian)
- Vvedenskaia, N. D., Kudriavtseva, E. (2016). The golden age was not long. *Ogonek*, 40. Retrieved from <https://www.kommersant.ru/doc/3106109>. (In Russian)

Received: August 25, 2022
Accepted: December 1, 2022

Author's information:

Zhou Haiyan — Dr. Sci. in Philology, Associate Professor; hyzh906@pku.edu.cn

КРИТИКА МЕДИАРЕЧИ

УДК 81'42

Современная художественная словесность в профессиональной медиакритике: прагмастилистический анализ

О. И. Колесникова

Вятский государственный университет,
Российская Федерация, 610000, Киров, ул. Московская, 36

Для цитирования: Колесникова О.И. (2023). Современная художественная словесность в профессиональной медиакритике: прагмастилистический анализ. *Медиалингвистика*, 10 (1), 128–143. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.108>

Статья посвящена выявлению и прагмастилистической характеристике средств оценочной интерпретации произведений современной художественной прозы авторами рецензий и статей, представленных в медиаконтенте электронного литературного журнала «Литература» под рубрикой «Критика» за последние три года. Цель исследования — анализ оценочных суждений критиков на основе прагмаэстетического подхода к дискурсу, т. е. с учетом прагматической установки адресанта речи. Под влиянием роли, избранной субъектом критического дискурса («аналитика» или «читателя»), в нем могут доминировать либо объективируемые в русле канонического жанра рецензии стилевые стандарты, либо субъективно-оценочные способы концептуализации рецензируемого произведения. Установлено, что современную профессиональную медиакритику отличают интеллектуализованные формы оценивания, которые проявляются в интертекстуальности, чувственных метафорах и перифразах. Отмечается, что в этом случае передача отношения критика к рецензируемому произведению имеет преимущественно имплицитный характер. Выявлен факт влияния «новой русской прозы» на стиль повествования рецензента, который нередко имитирует авторскую манеру создания «второй реальности», что порождает своеобразный прагмаэстетический эффект. Ярко выраженная черта критического дискурса, сближающая его с блогстикой в случае выбора позиции «читателя», — передача читательской рефлексии субъекта оценивания, выступающего в эгоцентрической плоскости и не скрывающего субъективизма при передаче восприятия произведения. На уровне вербальной репрезентации оценки можно говорить о взаимодействии научного, литературно-художественного и разговорного дискурсов и о снижении стилистического регистра при иронизации, а также за счет профессиональных жаргонизмов и просторечных форм, увеличивающих степень эмоциогенности критического медиадискурса.

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2023

Ключевые слова: профессиональный критический медиадискурс, оценочная концептуализация, прагмастилистический анализ, прагмаэстетический эффект, эмоциогенность.

Постановка проблемы

Медийные платформы стали традиционным источником получения информации о происходящих в литературном мире событиях, главное из которых — появление новых произведений. В медиалингвистических исследованиях языковая сфера интернет-источников рассматривается во всех четырех векторах, обозначенных Л. Р. Дускаевой при обосновании праксиологического анализа медиаречи, направленного на изучение эффективности речевой деятельности; особенно актуален, на наш взгляд, «лингводискурсологический подход» [Дускаева 2019: 10] к литературной критике, так как он позволяет сосредоточить внимание на связи разнообразных текстов, посвященных художественной словесности, как в традиционных, так и новых медиа.

Новые медиа определяются как «любые информационно-коммуникативные ресурсы сети Интернет, которые обладают качествами публичного распространения и свободного приобщения пользователей в форме рецептивной и продуктивной текстовой деятельности» [Орлова 2020: 421–422]. Приобщению к новинкам литературы способствует и такой инструмент продвижения книг, как профессиональный критический дискурс, не только обогащающий концептуальное поле литературной критики, но и продвигающий таланты, открывающий новые имена. Проблемную область исследования образуют медийный формат критического дискурса и, соответственно, такой предмет медиакритики, как его лингвомедийная характеристика, а именно — способы языковой концептуализации литературного произведения, презентуемого субъектом оценки: критиком, экспертом-профессионалом, создателем вторичного текста аналитического типа. Анализ «продуктов» дискурсивной деятельности медиальности критика важно осуществлять с учетом и прагматической нацеленности (назначения) литературной критики в целом, и интенциональности критика как субъекта дискурса.

В результате реализации интенций авторов критических статей в сознании осуществляется механизм художественной концептуализации, в сфере которой находится, в нашей трактовке, второй план проблемной области исследования медиакритики.

Перейдем к его обоснованию. Отечественные литературные журналы в нашей стране всегда были центром литературной критики и выступали в роли «индикатора состояния книжной культуры, не только фиксируя и отражая происходящие с ней процессы, но и во многом предвосхищая их» [Метельков 2019: 131]. Сегодня их трактуют более прагматично, называя «проверенной временем и эффективной оптимальной моделью “продвижения” произведения и автора» [Шильникова, Белопипская 2019: 2]. Печатные «толстые» журналы заменили их электронные аналоги, а также ряд новых периодических изданий¹. Наряду с ними в интернет-пространстве возникли и другие проекты, привлекающие внимание тех, кто интересуется

¹ Список периодических изданий на сайте проекта «Новая карта русской литературы». Электронный ресурс <http://www.litkarta.ru/projects/>.

литературой, и один из них — электронный литературный журнал «Литература» (или «территория свободы», международный «независимый культурный проект, воплощающий идеи свободы, равенства и единства»)². Занимая свою нишу в литературном интернете, это медийное сетевое издание является гипертекстом, позволяющим найти весь контент работ интересующего автора (писателя, поэта, драматурга) или критика, поделиться в соцсетях его публикацией и обсудить ее с друзьями или подписчиками. Оперативность, открытость, скорость получения информации — главные преимущества технологически модифицированного литературно-художественного издания, отформатированного в удобном интерфейсе. Связаны ли технологические инновации со стилистическим обновлением текстового пространства критического дискурса, определяет ли медийный формат возможные изменения в языке и стиле оценочной интерпретации автора текста — критика? Эти вопросы требуют своего решения в свете меняющихся культурных практик, которые не могут не рассматриваться в лингвомедийном аспекте.

История вопроса

Исторически сложившееся понимание литературной критики сегодня переживает трансформацию вследствие появления новых каналов литературной коммуникации. С расширением культурного медиапространства при появлении книжного блогерства и его развитии в интернет-среде на различных каналах и в сетевых сообществах (см., например, Telegram, LiveJournal, YouTube, «ВКонтакте» и др.) возникает вопрос о четком разграничении двух понятий. Прежде всего это понятия «литературно-художественная критика» и «медиакритика». Первое понятие характеризуют такие свойства, как строгая аргументированность, соотнесенность с социокультурной ситуацией, глубокие знания авторов-критиков по истории и теории литературы. Медиакритика в литературном поле современной культуры становится объектом серьезных исследований; границы данного понятия пока еще размыты и до конца не определены. На наш взгляд, в ее рамки нужно включить профессиональную литературно-художественную критику, модифицированную в цифровых форматах, и отграничить от узко понимаемой медиакритики, сфера которой обнаруживается в рамках массовой коммуникации.

Выявление способов языковой концептуализации литературных произведений в условиях «параллельного» бытования и той и другой в современном медиапространстве, на наш взгляд, требует четкого осознания специфики каждой. Степень их языкового сосуществования и гипотетическая возможность/невозможность проведения связей и/или граней пересечения дискурсов в языковых координатах пока не привлекала внимания лингвистов, хотя оба вида критического поля сейчас получают активную разработку. К новой (медиа-)критике исследователи чаще относят два совершенно разноплановых пласта освещения литературных произведений: 1) журналистские тексты, считающиеся непрофессиональными, так как их создают журналисты-нелитературоведы; 2) так называемую сетевую, также непрофессиональную, критику. Мы предлагаем считать и ту и другую критикой массмедийной, то есть частью медиакритики в целом.

² «Литература». Электронный ресурс <https://litteratura.org/>.

Фундаментальным метажанром непрофессиональной медиакритики первого вида, реализуемой в недрах литературной журналистики, или, иначе, арт-журналистики, считаются авторские колонки в СМИ [Teplushina, Pavlushkina 2017]. Достаточно полно многообразие жанровой палитры текстов о книжных новинках представлено в монографии [Самсонова 2021], автор которой приходит к выводу, что журналисты-критики ориентированы на продвижение «оценочных трендов» и следуют «определенной стереотипной... оценочной логике» [Самсонова 2021: 111].

Заметим, что рецензии на книги в дискурсе СМИ — далеко не новое явление в журналистике; новыми можно назвать формы репрезентации оценки произведения в современных медиатекстах, в том числе показатели мутаций языка и стиля в практиках освещения «вопросов... художественной культуры» в средствах массовой информации, таких как, например, «языковая раскрепощенность», словесный «беспредел» [Саенкова-Мельницкая 2018: 153–154]. В современной литературной рецензии, как замечено лингвистами, аналитическое начало уступает место информационному, изложение принимает форму «осложненного пересказа» (критик фактически создает свой вариант сюжета), а разговорно-просторечные средства языка формируют пренебрежительную тональность повествования [Петрова, Морева 2014].

Считается, что критика второго вида — сетевая — представлена так называемыми интернет-рецензиями (особенности медиастилистики этого жанра охарактеризованы, в частности, в работе [Молитвина 2016]); также к ней причисляют тексты многочисленных малых жанров (комментарии, отзывы, анонсы), в рамках которых создаются культурные тренды, рассчитанные на самый широкий круг читателей. Стилистика таких, условно говоря, критических текстов определяется интенцией адресанта (группы адресантов): в дискурсе данных медиажанров так или иначе либо продвигается, либо, наоборот, подвергается резкой критической (здесь — негативной) оценке книга того или иного автора. Исследователи отмечают «сервильный, меркантильный, поверхностный, упрощенческий уклоны» даже журналистских медиапродуктов (например, в работе [Величкина, Семилет 2021: 11]). Сетевой блог-критике, где любой блогер высказывает свое мнение о привлеченной его по тем или иным причинам книге, предстоит пройти процесс медиастилистического осмысления и анализа.

Предметом нашего исследовательского интереса является медиакритика профессиональная: это **литературно-художественная критика**, представленная в электронных специализированных журналах. Один из основателей интернет-стилистики Б. Тошович относит интернет-журналы к уникальным сетевым жанрам — наряду с интернет-газетами, интернет-радио и интернет-телевидением [Тошович 2017: 142].

Безусловно, дискурсивный подход к медиакритике этого рода требует внимания к медиальности критика как активного участника дискурса и носителя языка — того, кто оценивает, объективно анализирует произведение и вербализует свои мнения, размышления и суждения. Возможно, реализация его языковой личности связана с выбранной позицией, так как в медиaprостранстве субъект речи может выполнять различные функции: как утверждает исследователь литературных рецензий в СМИ, это прежде всего культурно-просветительская функция

проводника смыслов и ценностей, заявленных в произведении, а также их интерпретатора, комментатора, судьи [Башкатова 2013]. Поскольку литературные предпочтения и вкусы в социуме напрямую зависят от интерпретатора, задающего в конечном счете ценностные ориентиры читателя, при исследовании медиакритики важно обратить внимание на языковую личность, транслирующую в своих текстах не только культурные, но и нравственные ценности.

Сегодня «в актуальном литературном процессе фигура критика и литературоведения проходит через ресакрализацию» [Селютин 2019:14], что выступает одним из экстралингвистических факторов проблемы анализа нашего объекта. Освещая новые модели коммуникации в медиа и связывая их со стилистическими приоритетами современного медиадискурса, В.И.Ивченков справедливо отмечает, что «через речевую индивидуальность усиливается стилистический эффект медиатекста как основного носителя дискурсивных стратегий и тактик, аккумулятора когнитивных структур» [Ивченков 2019: 137]. В рассматриваемом издании авторы критических статей делают акцент на собственно художественных особенностях произведения, что обусловлено их творческой состоятельностью и особым «зрением». Несомненно, перспективным направлением медиастилистического исследования является анализ профессионального критического дискурса с учетом особенностей медиаречи активного субъекта-критика и его прагматических установок, реализуемых в лингвомедийном пространстве.

Описание методики исследования

При выборе методики анализа мы опирались на работу Т.Г.Добросклонской, в которой к собственно лингвистическим автор относит метод стилистического анализа, «цель которого состоит в выявлении различных стилистических приемов и определении их роли с точки зрения реализации общей коммуникативной перспективы медиатекста» [Добросклонская 2020: 148]. Следуя данной установке, в нашей статье методом достижения цели выявить особенности оценочной концептуализации художественного произведения в профессиональном критическом дискурсе будем считать один из приемов, который еще не получил своего официального статуса и не описан в фундаментальных трудах, — прагмастилистический анализ. Среди остальных видов современного анализа языка медиатекстов он выделяется тем, что характерные для того или иного дискурса стилистически значимые средства языка рассматриваются с точки зрения прагматических интенций (задач) автора. При этом в фокусе внимания оказывается языковая личность рецензента-критика. Объектом изучения являются прагмастилистические способы языковой концептуализации художественных форм и качеств представляемого в медиадискурсе произведения. Они соответствуют нашей концепции прагмаэстетического направления в исследовании текста о литературных произведениях, предполагающего анализ эстетически значимых средств языка, вызывающих прагмаэстетический эффект. Данного вида эффект как переживание чужой речи-мысли возникает в процессе интенсивной художественной рецепции языкового оформления книжной рецензии, оказывающей влияние на формирование в читательском сознании намерения ознакомиться с рецензируемым произведением [Колесникова, Русских 2016].

Прием хорошо встраивается в ход дискурс-анализа, при котором языковые явления и факты рассматриваются в свете социокультурного контекста — литературной жизни общества. Задачи продвижения книги и чтения реализуются с помощью критического взгляда на новейшие произведения, дающего читателю ориентиры и расставляющего концептуально важные акценты.

Для реализации поставленных задач был выбран включенный в контент НЭБ Elibrary электронный литературно-критический журнал «Литература», содержащий статьи с критическим разбором произведений, в котором компетентными специалистами (профессиональными литераторами — критиками и писателями) представляются прочитанные книги. В рубрике «Критика» методом случайной выборки для анализа были отобраны около ста текстов рецензий, посвященных произведениям прозаических жанров (в основном романа). В отличие от рецензий книжных блогеров, тексты которых можно считать непрофессиональной медиакритикой, языковая и стилистическая среда интернет-журнала отличается развернутой аргументацией, детализированностью, большим и более глубоким проникновением в социокультурный контекст произведений.

В рамках активно развивающейся медиастилистики, с учетом ее базовых интенциональных категорий, в частности категории индивидуальной оценочности [Клушина 2019], которая характерна для художественно-эстетического дискурса, язык критической статьи в новых форматах представления изящной словесности требует анализа дискурса и описания результатов реализации авторского намерения.

Текстовый материал привлекался также для установления ведущих тенденций развития языка и стиля профессионального критического дискурса.

Анализ материала

Прагмастилистический анализ критического дискурса показал, что при оценочной концептуализации рецензируемых произведений авторы используют интеллектуализованные формы высказывания мнений.

Создание интертекстуальных связей. Одним из доминирующих в дискурсе прагмастилистических способов выражения оценочного суждения является создание интертекстуальных связей. Следует отметить, что создаваемый прецедентными фактами вертикальный контекст, в рамках которого создается прагмаэстетический эффект, возможен при немалом информационном фонде знаний адресата.

Прецедентные имена (от Гомера и Данте до В. Сорокина), названия, в основном шедевров мировой литературы, а также прямое и косвенное цитирование выступают здесь способом конструирования такого контекста через создание ассоциативно-семантических полей, в которых реализуется субъективное отношение критика к представляемому произведению.

Для профессионально-критического дискурса характерны два приема создания вертикального контекста:

1. При косвенной характеристике объекта реализуется установка автора на создание в основном позитивного эффекта, например: *Прустовская карта перемещений в пространстве памяти и в пространстве географическом* (О. Брагина). Мотивировка выбора интертекстуального знака может разворачиваться как в дан-

ном случае, однако она фиксируется не всегда: адресат текста рецензии мыслится эрудированной личностью, которая, например, способна понять, что во внешней языковой простоте героя, который не хочет взростеть, слышны *отголоски Платонова и того же Горенштейна* (Е. Фетисов, о книге Р. Сенчина «Дождь в Париже»). Также посредством данного приема может передаваться негативная косвенная оценка, например при передаче эмоциональной атмосферы повествования: *Названия рассказов <...> художественно незначимы: они не замечаются и стираются в потоке сартровской тошноты, тоски и одиночества* (А. Жучкова).

2. Аналогизирование как второй из приемов создания вертикального контекста в критическом дискурсе отличается от первого более конкретизированной формой отсылки к источнику прецедентного факта. В этом случае для получения оценки читатель рецензии должен переместиться в иные сферы. Так, например, вряд ли без такого перемещения можно осмыслить следующую сентенцию: *Он (Горенштейн. — О. К.) в духе Флобера и Платона чисто стилистическими средствами создает художественную реальность, в которой, если приглядеться, много перспектив... дело ракурса* (Е. Фетисов). С помощью перевода в аналогичную плоскость художественного мира сферы-источника рецензент проводит разнообразные параллели: *«Как можно проходить мимо дерева и не быть счастливым?» — вопрошал князь Мышкин. «Как можно жить в мире и не уметь разглядеть его волшебство?» — спрашивает эта книга.* (Э. Сокольский), в ряде случаев — через трансформацию прецедентных феноменов. Наиболее часто она наблюдается в заголовках критических статей, например: *Божественная трагедия* (Е. Фетисов), иногда — с сохранением точного названия, но в расширенном за счет концептуально важных компонентов высказывания виде: *На дне пропасти во ржи: исповедь разбившегося* (А. Жучкова); *Ремейк «Утиной охоты»* (Е. Фетисов).

Аналогизирование реализуется также на чувственной когнитивной основе, вызывая зримый образ презентуемого содержания произведения, например: *Сюжет здесь — матрица из событий, а не логическая змея. Это как множество одновременно мерцающих светлячков. Все происходит одновременно, так в жизни и бывает* (М. Квадратов). Специфика аналогии, как и других способов оценочной концептуализации в критическом дискурсе исследуемых журнальных статей, обнаруживается в прагматической направленности на эмоциональное «заражение» адресата при условии доверия к пишущему, который априори не только знает о жизни и литературе больше читателя, но и чувствует «сильнее», а также способен передать свое субъективное восприятие слога, манеры, всей «второй реальности», включая содержание, поведение часто странных героев, уникальность подхода писателя к решению своей художественной задачи.

Метафоризация. Следующий установленный нами способ концептуализации элементов рецензируемого произведения, отмеченный большей степенью интеллектуализованности языкового выражения оценки, — метафоризация. В основе переноса нередко обнаруживается бытовая основа, что говорит о явном стремлении критики передать свое субъективное впечатление, например: *Все рассказы и повести — комнаты одной постройки — условного романа* (М. Квадратов); *Вслушавшись, увидим, что в тесто повествования подмешаны былина, сказ, плач, байка (не ткань), жестокий романс и воровская песня, и, горстью изюма, — эпистолярный роман* (Т. Риздвенко).

На фоне жаргонизации критического дискурса авторы позволяют себе иронично пошутить: *В одном флаконе у нас и целый веер жанров, из которых сплетены эти розановские короба: афоризмы, игра слов, дневник, юморески, парадоксы — и все их возможные родители, родственники и дети* (А. Чанцев). «Трансфер» когнитивной сферы «семья» в сферу «жанры» через аналогию с формами «Осенних листьев» В. Розанова, несомненно, вносит в оценку книги Б. Останина «Дребезги» нотки восхищения, создавая интерес к продуктам авторского «мышления языком» (по выражению А. Чанцева).

Характерно, что при метафорической концептуализации доминируют **чувственные метафоры**, которые, передавая личностные реакции рецензента, переносят адресата в мир его рецепции. Их частотность подтверждает наше предположение, что в современном профессиональном критическом дискурсе главное место занимает передача чувств, а также ощущений, появляющихся у рецензента во время чтения. Критики подробно, и часто в художественном ключе, описывают свои возникшие при чтении ощущения, то есть в тексте рефлексировалось эмоциональное состояние критика как читателя. Таким образом реализуется прагматическая установка автора — передать, какие субъективные чувства вызывает это произведение.

Метафоры чувств и ощущений создают интерпретационное поле оценки: а) через зрительное пространство той ситуации, в которую именно его, критика как читателя, переносит рецензируемое произведение: *Так настраивается оптика текста* (Е. Вежлян); *Первая часть миниатюры выглядит как абсурдистская иллюстрация к мифу* (А. Куляпин); б) через осязательное пространство, часто с абстрактным смыслом: *Эти книги разогревают и плавят понятия, составляющие реестр человеческого самоописания* (В. Пустовая); в) через слуховой канал восприятия: *Это негромкий голос, спокойный и очень убедительный* (В. Глебова — о Л. Юзефовиче); г) через физиологическое состояние: *Иногда возникает острая нехватка Набокова в организме* (Д. Лебедева); д) через синкретичное по модальности пространство: *Рассказ Андрея Баранова... будто сухой остаток выжатых эмоций, в который каждый может добавить каплю своего растворителя, оживив краски* (Ю. Серебрянский, редактор отдела прозы).

Благодаря моделированию чувственных полей при оценке произведений критиками возникает неповторимая вторичная художественная картина мира каждого из них, она служит настраиванию на прочтение, способствует читательскому предвосхищению встречи с автором. Так, с помощью метафорических сравнений, также конструирующих ситуацию чувственного восприятия, воспроизводится состояние в момент чтения. Приведем для примера фрагмент статьи о книге Л. Наумова «Пловец Снов»: *Будто меняется стадия сна, не кошмар, но некое странное, трудноопределимое сновидение затягивает в свои тенеты, не вырваться* (А. Чанцев). «Фиксацией собственного “читательского иррационального”» [Воробьева 2018: 26] назвала это характерное для современной критики явление литературовед, пишущая в журнале под псевдонимом Е. Вежлян. Не столь категоричную, но близкую к ней трактовку высказывает исследователь кинокритики: рецензия предполагает «взаимодействие как минимум двух стиливых планов — принадлежащих рецензенту с одной стороны и автору рассматриваемого произведения — с другой» [Басовская 2018: 123]. Продуктом взаимодействия этих планов становятся те или иные когнитивные рамки читательского восприятия произведения: не эксплицируя в концеп-

туальных метафорах оценку, рецензент направляет его в определенную рецептивную плоскость, например: *Ксении Букши удастся главное — в экзистенциальном разломе и ужасе показать свет, где другие видят только мрак* (Ю. Рудченко).

Перифразы. Выявленные в критическом оценочном дискурсе перифразы, так же как метафоры и сравнения, не эксплицируют оценку, однако благодаря «иносказанию» через апелляцию к пресуппозициям читателя создается своеобразная коммуникативная ситуация. Если фонд знаний о литературе позволяет читателю «дешифровать» целостный смысл перифрастической номинации, то в его сознании возникает прагмаэстетический эффект. Например, трактовку художественной идеи в романе К. Янева «Время янтаря» критик В. Геронимус предваряет вопросом, почему советский период дан в нем *чуть ли не в качестве инфернальной пародии на Средневековье*.

В отличие от оценочных перифраз рекламного дискурса о книгах (например, *жемчужина магического реализма*), в критическом тексте данный прием служит цели семиотизации художественного мира, создаваемого писателем в его книге, когда основой интерпретации выступает ассоциативное поле «переименованной» смысловой доминанты.

Благодаря перифрастичности в заголовках критических статей репрезентируется и ироничная оценка произведения (*Триумф интроверта; Мухи, отделенные от котлет; Время опоздать; Разгадка зги загробной; Аутсайдер на острове; Питомцы тамагочи*): их названия, так же как и рассмотренные факты интеллектуализации дискурса, служат своего рода «сигналами эстетической информации» [Колесникова 2014: 102], привлекающими внимание читателей журнала и одновременно в иносказательном, свернутом виде дающими ключ к авторскому замыслу рецензируемого произведения, как и к творческой позиции писателя в целом.

Перечисленные способы оценочной концептуализации прозы современных писателей, отмеченные художественными преобразованиями языка, свидетельствуют о лингвокреативности профессионального критического дискурса. Она возникает в результате «сознательного созидания» эстетических знаков и обладает признаками индивидуального авторства. Заметим, что в последних исследованиях речетворчества (см.: [Фещенко 2021]) акцент делается на личностно-индивидуальной коммуникации автора и читателя. Важно отметить, что дискурс о художественной словесности в профессиональной сфере медиакритики не может не сближаться с художественным дискурсом по своим лингвоэстетическим признакам, понимаемым как художественно преобразующие текстовую реальность свойства языка, вызывающие эстетический эффект и передающие художественное переживание критика-читателя.

По нашим наблюдениям, на такую личностно-индивидуальную коммуникацию часто ориентируются авторы рецензий, прибегая к изложению оснований критической оценки в художественном ключе. Эстетические знаки-сигналы с признаками интертекстуальности, метафоричности, перифрастичности служат отражению художественной рефлексии критика, далеко не всегда занимающего позицию эксперта, расставляющего «плюсы» и «минусы» произведению. Творчески воссоздавая наиболее значимые компоненты чужого текста, рецензент через собственную интерпретацию прочитанного приближает свое видение произведения к авторскому.

По данным проанализированного материала, способы репрезентации наблюдений критиков характеризуются субъективно-личностным выбором средств оценки произведений. Речь идет о ярко выраженном авторском «я» и объективации в текстах рецензий сугубо личных реакций субъекта оценивания. В этом случае характерными чертами становятся элементы разговорной речи как факты снижения стиля, что говорит о сближении профессионального критического дискурса с текстами книжного блогинга. Так, А. Чанцев в духе рецензируемой им книги С. Солоуха, изобилующей, по выражению критика, «жестким стебом», заявляет об изображении ее героев-литфункционеров: автор, конечно, *проедется по ним таким катком сарказма, что не отмоешься, ведь ...Сергей Солоух **руку набил** на сатире.*

Влияние сниженной, раскованной и эмоциональной речи на язык журнальных рецензий наблюдается в фактах обращения критиков к общему, молодежному и профессиональному жаргону. Наряду с элементами свободного от условностей и клишированности языка критики (*феминистский посыл, авангардистская заправка, прошило лирической ниточкой*), рецензенты нередко пользуются нелитературными элементами языка, что позволяет говорить о близости журнального критического дискурса к непрофессиональным блогерским текстам (*умерший отец был, разумеется, абьюзером; пресловутая «чернушная» реалистичность; зацепил один эпизод; авторки; лидерка*).

Концептуализируемое культурное поле создается в этом русле и с помощью заимствований, предопределяющих современное звучание критической оценки (*спойлер, спойлерить, дауншифтинг героя, дисклеймер, месседж книги*).

Жаргонизация придает дискурсу черты неофициального раскованного общения: оставаясь в поле критики как литературоведческого жанра, то есть в сфере книжной культуры, многие авторы снимают условности в передаче оценки, акцентируют особенности писательского метода в манере лишенного формальностей рассуждения. В «критическом сериале» В. Пустовой «Новая чуткость» произведения К. Букши именуется как *вороха новелл, связанных в романы круговой порукой персонажей, суть которой так сразу и не проследишь*, что подтверждается ниже глубоким анализом.

Одна из характерных черт критического журнального медиадискурса — ироническая тональность, которую вносят и стилистически сниженные речения, в том числе жаргонизмы, и заимствованная лексика, и профессионально значимые мотивы. Иронизацией сопровождается характеристика сюжета: *Сюжет и, правда, крутой, полный кинематографической движухи* (Ю. Рудченко); героя: *Он похож на Иванушку из советских сказочных фильмов: **этакий показательный пролетарий, у которого все в порядке с моральными принципами*** (М. Хоббель); авторской позиции: *Писатель летит по своей траектории и доказывать вам ничего не собирается. Или собирается* (М. Квадратов), *подчас герой лишь предлог, чтобы поделиться собственными переживаниями, воспоминаниями, страхами или мнением* (А. Аликевич) и т. д.

Необходимо подчеркнуть, что рецензент нередко перенимает манеру письма автора произведения, которому посвящен критический разбор. Если критик представляет оценку произведения в координатах личностного прочтения, данный факт можно трактовать как признак состояния субъекта оценки в позиции «читатель», а не «аналитик». Именно читателю свойственно имитировать стиль авторов

новой прозы, а новации этой прозы задают стилистическую неоднородность языка дискурса критики. В аналитическом контексте подобные факты оправданны. Так, критически оценивая сатирический роман-памфлет Д. Кубракова «Ваня-Любаня в стране вежливых людей», В. Жучков в манере новой критики находит за что похвалить писателя: *Если же читатель разбирается в современной повестке, удовольствие кратко возрастает, поскольку становится зрима актуальная стилистика гиперссылок и «пашалок», в целом оставаясь «в унисоне» с очередным произведением черного юмора и представляя свой замечательный остроумный критический разбор с вполне адекватных и аргументированных позиций.*

Результаты исследования

Данные, полученные нами с помощью прагматилистического анализа языкового материала критических статей журнала «Литература», позволяют условно разделить все тексты исходя из стилистической тональности изложения, формируемой стилевыми доминантами, а также с учетом детерминирующих медиастиль прагматических установок их авторов на две группы. В первую группу входят рецензии с традиционно присущими данному критическому жанру признаками: ясность выражаемой позиции, определенность как позитивных, так и негативных качеств оцениваемого произведения, профессиональная терминология, логически выстроенная аргументация и низкая степень субъективного начала. Читателю легко разобраться в теме, мотиве, сюжете, достоинствах рецензируемого произведения. При характеристике стиля, системы персонажей, жанра, содержания оцениваемого произведения чаще используется книжная лексика (*лаконизм, иммерсивность, мизогиния, вуайеризм, соответствующий габитус, прерогатива автора, культурные коды, провозвестник обаятельно «точечной» эстетики, интеллигенция излома эпох* и т. д.). Среди авторов таких рецензий назовем О. Балла-Гертман, М. Бушеву, А. Волкова, О. Девш, Н. Подосокорского, Е. Фетисова и мн. др.

Вторую группу образуют тексты авторов, подчеркнуто не зависящих от стилистических канонов создания критической статьи (особенно часто этот подход наблюдается в текстах В. Пустовой, М. Неаполитанского, П. Разумова, О. Скорлупкиной, А. Коголовского и других критиков). Оценочность в этих рецензиях развертывается, как правило, в чувственных метафорических полях, задающих эмоциональные координаты процесса чтения произведения. Читателю критических статей и рецензий не всегда легко декодировать зашифрованный в разной степени изощренности стиля смысл оценочного суждения их авторов (*писатель говорит о больном и важном с теми, кто чутко улавливает знаки, подаваемые из прошлого и неопределенного, не ясного будущего* (Н. Стеркина).

Назовем также еще одну особенность языка критики, обнаруженную в текстах новой формации. Передачу оценочной интерпретации сюжетных форм авторы текстов второй группы превращают в отдельный нарратив «от себя»: они словно участвуют в создании другой реальности, подобной той, что создается в рецензируемом произведении. Е. Вежлян называет этот критический стиль «имитацией авторского (писательского) решения»; он воссоздает интонацию рецензируемого произведения, воспроизводит его эмоциональное звучание. Вдохновленная прочитанным произведением, критика обретает черты вторичного литературного твор-

чества, и исполнение «роли субъекта восприятия» [Падучева 2011: 7], безусловно, связано с эгоцентрической валентностью в речевом дискурсе. Текстовые элементы, которые указывают на присутствие говорящего/пишущего в описываемой ситуации (детали, которые моделируют ситуацию наблюдения), можно считать сигналами эгоцентризма автора. Доминирование субъективизма обусловлено эгоцентрической позицией языковой личности нарратора: проанализированный материал позволяет считать их если не типичным, то весьма характерным для критического профессионального медиадискурса случаев развертывания субъективно-оценочного плана текстов рецензий. Указание на большую степень эмоциональности, экспрессивности и импульсивности русскоязычных авторов литературно-критических эссе по сравнению, например, с американскими [Нечаева 2014] можно признать справедливым.

Итак, в языке нового критического дискурса в текстах поколения критиков (людей, воспитанных на языке интернета) реализуются интенции создания **эмоционального текста**, что проявляется в доминировании лексических (часто метафоризованных) вербализаторов эмоционального состояния, возникающих при чтении рецензируемого произведения. Как уже отмечалось, авторы статей часто интерпретируют интонацию анализируемого произведения в чувственном ключе. Так как эмоциональная передача содержания не является ведущей чертой жанра критики, можно считать такое решение новацией современного профессионально-критического дискурса.

Признаки обеих категорий критических текстов содержат колонки таких критиков, как Е. Вежлян, Д. Грицаенко, М. Неаполитанский, Е. Фетисов, А. Чанцев и др. Весь проанализированный материал объединяет такая общая черта языковой среды медийной критики современной прозы, как личностный отклик на произведение и художественное решение поставленной в нем автором проблемы, однако с разной степенью субъективности реакций критика. Нередко критики рефлексировать, передавая свое эмоциональное состояние как читателя через чересчур усложненный синтаксис с нанизываемыми на основную конструкцию оборотами. В одной из рецензий находим «фразу-ключ» к специфике языка медиатекстов рецензий этого рода: *Иногда читатель имеет дело с такими авторами, чтение которых без внутренней дефиниции — или своего собственного метода чтения — является затруднительным* (М. Неаполитанский). То же самое можно сказать о ряде текстов некоторых авторов критических статей в данном журнале. Без осознания причудливого угла зрения, продиктованного художественным решением автора анализируемого произведения современной прозы, их действительно иногда сложно понять, если не познакомиться с самим произведением.

Выводы

Дискурс-анализ одного из сегментов цифровой периодики на примере сайта журнала «Литература» показал, что оценочная концептуализация литературных произведений, реализуясь в критическом языковом поле, служит продвижению интернет-пользователям ценностей книги и чтения, и в этом смысле медийное издание выполняет миссию отечественных печатных «толстых» журналов, практически ушедших из поля зрения массового читателя. Нами был выявлен ряд осо-

бенностей репрезентации оценки произведений современной художественной словесности, позволяющий считать ключевыми следующие тенденции развития медиастилия в профессиональном критическом дискурсе:

- 1) применение элементов различных по стилю дискурсивных практик научного, литературно-художественного и разговорного характера, свидетельствующее о факте взаимодействия, как правило, противопоставляемых дискурсов;
- 2) проникновение элементов обыденной речи в языковую среду профессиональной медиакритики, обусловленное доминированием эмоционально-оценочных способов репрезентации субъективной оценки произведений современной прозы и эгоцентричным характером реализации медиаличности авторов рецензий и статей;
- 3) неоднородность языкового профессионально-критического пространства, связанная с тем, что при интерпретации произведения профессиональные авторы занимают либо позицию аналитика, либо позицию читателя. В первом случае средства оценки принимают объективированный характер и близки к стандартным литературоведческим. Общей тенденцией развития оценочного языкового поля литературно-художественной медиакритики здесь остается интеллектуализация передачи мнений, суждения, точки зрения. Во втором случае рецензент акцентирует свою субъективную оценку и зачастую резко снижает стилистический регистр.

Итак, в XXI веке наблюдается процесс формирования нового критического медиатекста, главным признаком которого выступает эмоциогенность коммуникации. При этом речевой акт изложения позиции автора, выбравшего и прочитавшего книгу, нередко включает индивидуализированные способы оценочной концептуализации произведения, изначально ориентированные не на объективность, а на самовыражение. Прагматическая установка «отправителя» на аффективные реакции читателя рецензий может привлечь к чтению книги, но при условии, что профессионально-критический дискурс не превратится в малорезультативную автотекстную коммуникацию.

Литература

- Басовская, Е. Н. (2018). Жанр интернет-рецензии: взаимодействие стилевых стихий. *Актуальные проблемы стилистики*, 4, 122–126.
- Башкатова, А. Г. (2013). *Литературная рецензия в контексте современных тенденций развития культуры*. Дис. ... канд. филол. наук. Москва.
- Величина, Е. А., Семилет, Т. А. (2021). Специфика литературной критики в современном медиапространстве. *Медиаисследования*, 8, 11–17.
- Воробьева, Е. И. (2018). Современная литературная критика: новые медиа как фактор реабилитации читательских эмоций. В *Медиазация культуры: конструирование новых текстов и практик: матер. междунар. науч. конф.* (с. 25–26). Москва: Неолит.
- Добросклонская, Т. Г. (2020). *Медиалингвистика: теория, методы, направления*. Электронный ресурс http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1600671409_8213.pdf.
- Дускаева, Л. Р. (2019). Векторы прагматического анализа в медиалингвистике. *Медиалингвистика*, 6 (1), 4–18.
- Ивченков, В. И. (2019). Новые модели коммуникации и стилистические приоритеты современного медиадискурса. *Медиалингвистика*, 6 (1), 135–144.

- Клушина, Н. И. (2019). *Медиастилистика*. Москва: Флинта.
- Колесникова, О. И. (2014). Сигналы эстетической информации как факторы персуазивности в книжной рекламе. *Вестник Вятского государственного гуманитарного университета*, 4, 100–108.
- Колесникова, О. И., Русских, Е. В. (2016). *Медиакоммуникация в сфере продвижения литературно-художественной книги и чтения: проблемы воздействия на читателя*. Киров: Вятский государственный университет.
- Метельков, А. С. (2019). Литературно-художественные журналы: комплексный взгляд на природу явления. *Текст. Книга. Книгоиздание*, 21, 129–142.
- Молитвина, Н. Н. (2016). Лингвостилистические особенности современной литературной рецензии. *Сибирский филологический журнал*, 3, 230–237.
- Нечаева, Н. В. (2014). Особенности речевого поведения авторов литературно-критических эссе — представителей русской и американской лингвокультур. *Научное мнение*, 2, 117–124.
- Орлова, О. В. (2020). Новые медиа в лингвостилистическом освещении. *Критика и семиотика*, 2, 413–426.
- Падучева, Е. В. (2011). Эгоцентрические валентности и деконструкция говорящего. *Вопросы языкознания*, 3, 3–18.
- Петрова, Н. Е., Морева, А. Н. (2014). Прагматика современной литературной рецензии как разновидности медийного текста. *Вестник Новосибирского государственного университета*, 6 (13), 116–123.
- Саенкова-Мельницкая, Л. П. (2018). Литературно-художественная критика в СМИ: изменение смысловых доминант и авторских стратегий. *Культура в фокусе научных парадигм*, 6, 152–158.
- Самсонова, А. А. (2021). *Арт-журналистика: речевые техники оценивания произведения искусства*. Санкт-Петербург: Алетейя.
- Селютина, Е. А. (2019). «Другая критика» и новейшее литературоведение: идея «пересмотра» литературных репутаций в деятельности журнала «Новое литературное обозрение». *Уральский филологический вестник*, 3, 12–19.
- Тошович, Б. (2017). Стилистический интернет. *Актуальные проблемы стилистики*, 3, 133–145.
- Фещенко, В. В. (2021). Лингвокреативность в художественном и научном дискурсах. В В. З. Демьянков, Е. В. Захаркив, М. И. Киосе и др. (Ред.), *Лингвокреативность в дискурсах разных типов: Пределы и возможности* (с. 190–257). Москва: Р. Валент.
- Шильникова, О. Г., Белолипская, Г. С. (2019). Литературно-художественный журнал: социокультурная миссия и функции в литературно-художественной коммуникации. *Вестник Волгоградского государственного университета*, 18 (3), 262–275.
- Terpyashina, A. N., Pavlushkina, N. A. (2017). Media criticism as a form of literary journalism: updating theoretical approaches to a meta-genre. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 7, 283–310.

Источники

Электронный литературный журнал «Литература». Раздел «Критика». Электронный ресурс <https://litteratura.org/criticism>.

Статья поступила в редакцию 20 августа 2022 г.;
рекомендована к печати 6 ноября 2022 г.

Контактная информация:

Колесникова Ольга Ивановна — д-р филол. наук, проф.; usr08728@vyatsu.ru

The modern literary prose in professional media criticism: Pragmastilistic analysis

O. I. Kolesnikova

Vyatka State University,
36, ul. Moskovskaya, Kirov, 610000, Russian Federation

For citation: Kolesnikova O.I. (2023). The modern literary prose in professional media criticism: Pragmastilistic analysis. *Media Linguistics*, 10 (1), 128–143. <https://doi.org/10.21638/spbu22.2023.108> (In Russian)

The article is devoted to the identification and pragmastilistic characterization of the means of evaluating the interpretation of works of modern fiction by the authors of reviews and articles presented in the media content of the electronic literary magazine “Literatura” under the heading “Criticism” over the past three years. The purpose of the study is to analyze the evaluative judgments of critics based on a pragmaesthetic approach to discourse, i. e. taking into account the pragmatic attitude of the addressee of speech. Under the influence of the chosen role of the subject of critical discourse (“analyst” or “reader”), it can be dominated either by style standards objectified in line with the canonical genre of the review, or by subjective-evaluative ways of conceptualizing the reviewed work. It is established that modern professional media criticism is distinguished by intellectualized forms of evaluation, which manifest themselves in intertextuality, sensual metaphors and periphrases. In this case, the transfer of the critic’s attitude to the reviewed work is mainly implicit. The fact of the influence of “new Russian prose” on the style of the reviewer’s narration, which often imitates the author’s manner of creating a “second reality” and has pragmaesthetic effect, is revealed. The important feature of critical discourse, which brings it closer to blogistics in the case of choosing the position of the “reader”, is the transfer of the reader’s reflection of the subject of evaluation, acting in egocentric plane and not hiding subjectivism. At the level of verbal representation of the assessment, we can talk about the interaction of scientific, literary, artistic and colloquial discourses, about decrease in the stylistic register during irony, as well as due to professional jargonisms and colloquial forms that increase the degree of emotionality of critical media discourse.

Keywords: professional critical media discourse, evaluative conceptualization, pragmastilistic analysis, pragmaesthetic effect, emotionality.

References

- Bashkatova, A. G. (2013). *Literary review in the context of modern trends in the development of culture*. PhD thesis. Moscow. (In Russian)
- Basovskaia, E. N. (2018). Genre of online review: interaction of stylistic elements. *Aktual'nye problemy stilistiki*, 4, 122–126. (In Russian)
- Dobrosklonskaia, T. G. (2020). *Media linguistics: theory, methods, directions*. Retrieved from http://medialing.spbu.ru/upload/files/file_1600671409_8213.pdf. (In Russian)
- Duskaeva, L. R. (2019). Vectors of praxeological analysis in media linguistics. *Media Linguistics*, 6 (1), 4–18. (In Russian)
- Feshchenko, V. V. (2021). Linguistic creativity in artistic and scientific discourses. In V. Z. Dem'iankov, E. V. Zakharkiv, M. I. Kiose et al. (Eds), *Lingvokreativnost' v diskursakh raznykh tipov: Predely i vozmozhnosti* (pp. 190–257). Moscow: R. Valent Publ. (In Russian)
- Ivchenkov, V. I. (2019). New Models of Communication and Stylistic Priorities of Contemporary Media Discourse. *Media Linguistics*, 6 (1), 135–144. (In Russian)
- Klushina, N. I. (2019). *Media stylistics*. Moscow: Flinta Publ. (In Russian)
- Kolesnikova, O. I. (2014). The signals of the aesthetic information as factors of the persuasion in book reviews. *Vestnik Viatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*, 4, 100–108. (In Russian)
- Kolesnikova, O. I., Russkikh, E. V. (2016). *Media communication in the field of promotion of literary and fiction books and reading: problems of influencing the reader*. Kirov: Viatskii gosudarstvennyi universitet Publ. (In Russian)

- Metel'kov, A. S. (2019). Literary and Art Magazines: A Holistic View on the Nature of the Phenomenon. *Tekst. Kniga. Knigoizdanie*, 21, 129–142. (In Russian)
- Molitivina, N. N. (2016). Linguistic and stylistic features of contemporary literary review. *Sibirskii filologicheskii zhurnal*, 3, 230–237. (In Russian)
- Nechaeva, N. V. (2014). Linguo-culturally specific characteristics of verbal behaviour among Russian and American critical essay writers. *Nauchnoe mnenie*, 2, 117–124. (In Russian)
- Orlova, O. V. (2020). New media in linguistic and stylistic coverage. *Kritika i semiotika*, 2, 413–426. (In Russian)
- Paducheva, E. V. (2011). Egocentric Valencies and Speaker Deconstruction. *Voprosy iazykoznanii*, 3, 3–18. (In Russian)
- Petrova, N. E., Moreva, A. N. (2014). Pragmatics of contemporary literary review as a variety of media text. *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo universiteta*, 6 (13), 116–123. (In Russian)
- Saenkova-Mel'nitskaia, L. P. (2018). Literary-art criticism in the media: changing the meaning dominant and author's strategies. *Kul'tura v fokuse nauchnykh paradig*, 6, 152–158. (In Russian)
- Samsonova, A. A. (2021). *Art journalism: speech techniques for evaluating works of art*. St Petersburg: Aleteiia Publ. (In Russian)
- Seliutina, E. A. (2019). "Another critique" and the newest literary criticism: the idea of "revising" literary reputations in the activity of the "New literary review" journal. *Ural'skii filologicheskii vestnik*, 3, 12–19. (In Russian)
- Shil'nikova, O. G., Belolipskaia, G. S. (2019). Literary magazine: its social-and-cultural mission and functions in the literary communication. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta*, 18 (3), 262–275. (In Russian)
- Teplyashina, A. N., Pavlushkina, N. A. (2017). Media criticism as a form of literary journalism: updating theoretical approaches to a meta-genre. *World of Media. Journal of Russian Media and Journalism Studies*, 7, 283–310.
- Toshovich, B. (2017). Stylistic internet. *Aktual'nye problemy stilistiki*, 3, 133–145. (In Russian)
- Velichkina, E. A., Semilet, T. A. (2021). Specificity of literary criticism in the contemporary media space. *Mediaissledovaniia*, 8, 11–17. (In Russian)
- Vorobeva, E. I. (2018). Contemporary Literary Criticism: New Media as a Factor in the Rehabilitation of Readers' Emotions. In *Mediatizatsiia kul'tury: konstruirovaniie novykh tekstov i praktik: mater. mezhdunar. nauch. konf.* (pp. 25–26). Moscow: Neolit Publ. (In Russian)

Sources

Electronic literary magazine "Literatura". Section "Criticism". Retrieved from <https://litteratura.org/criticism>.

Received: August 20, 2022
Accepted: November 6, 2022

Author's information:

Olga I. Kolesnikova — Dr. Sci. in Philology, Professor; usr08728@vyatsu.ru